

■产经视线

京东当当开展战略合作一周年：

握手的背后是让图书价值回归正轨

□本报记者 张君成

2023年1月10日，京东图书与当当在京东线上战略合作，当当官方旗舰店在京东全线上运营；除此之外，京东和当当还在货品、供应链、营销、服务等多个层面展开深度合作。从竞争走向合作，双方的联合很快引发积极的连锁反应：当当开店4个月就做到了京东图书POP（京东的第三方商家）第二名，并保持至今；经营品种数达到95万SKU；京东POP也成为当当内部2023年增量贡献第一的渠道。

在双方合作一周年之际，《中国新闻出版广电报》记者采访到京东图书业务负责人。在他看来，双方合作是避免了低效竞争，为消费者提供了更多优质图书，同时也是图书电商渠道走高质量发展之路的重要探索，为当前的渠道注入了一股新鲜的空气。

对于好图书的渴求合作基础

在2023年1月10日以前，无论是从业者还是读者，一提到京东图书和当当，脑海中首先浮现的是双方没有硝烟的较量。双方的竞争避免了一家独大，在一定程度上激发了行业活力，让读者获益。实际上，双方在内容上的重视，也使得双方在竞争中产生“英雄惜英雄”的感觉。双方的一线工作人员都表示，此前都曾关注过对方的营销策略。

此外，渠道的变化也开始让双方逐渐

从分到合。2020年前后，新媒体渠道发展迅猛，不少图书达人加入进来，一时间图书渠道风云变幻。外部竞争的加剧让传统图书电商意识到，共同合作做强做大整个市场是应对外部挑战的最好方式。

据了解，此前几年，京东内部对当当是非常尊重、开放、欢迎的，京东也曾发出入驻邀请。一年前，双方高层因此进行了多轮的洽谈协商，最终达成了共识。在京东图书看来，双方这次合作益处良多，当当一直走的是多渠道的路线，入驻京东可以获得更多用户和流量；而京东图书也因此满足消费者多样性的需求，“当当”也一度成为京东平台搜索的热门词条。

据京东图书这位负责人介绍，双方合作以来沟通非常顺畅。日常沟通上，京东图书内部有专门对接当当店铺的平台运营；重要节点上，双方有月会机制，会以互相拜访或者线上会议的形式，双方负责人、运营人员共同参会复盘近期情况及讨论未来策略。以2023年“双11”大促前的月会为例，当当团队来到京东，和京东团队沟通店铺情况并确定了“双11”策略，这种沟通模式让当当更清晰地掌握京东玩法，京东也能更直观地了解当当的需求。

让好书价值被读者认可

从微观层面上，双方的合作扩展了读者群体，方便了出版单位合作，做大了基本盘。然而从宏观层面上，双方合作的意

义不仅如此。对此，京东图书表示和当当都注意到当前行业劣币驱逐良币的现象，达成合作共识后开始推广更多优质图书给消费者，抢占“劣币”市场。

京东图书这位负责人告诉记者，2023年可能是图书行业的转折点，因为盗版图书和投流模式的出现，引发了一些行业乱象。在一些渠道上，有的公版图书和一元的低价图书如雨后春笋般冒出，不断挑战行业的价格体系。

在京东图书看来，以往和当当的“价格战”做的还是好书的生意。以前的模式是最终读者花费了20元买到的是内容价值19元的书，而现在的模式是读者花费15元，买到的书实际价值就是5元或者更低。表面上读者花费更少了，但实际上读者损失更多。他们也因图书品质不佳降低了对图书出版的预期，这不仅体现在价格上，更体现在需求上。而随着时间的推移，进而导致出版内容的独立创作动力不足，牺牲编辑力量和资金资源，削减了对好书和优秀内容的投入，甚至出现好书的断层，导致行业的恶性循环。

在这个背景下，京东图书与当当的合作在一定程度上被赋予更多意义，那就是让两个核心渠道鼎力摇旗号召，让行业回归到正确的价值上来。对于京东图书来说，良性竞争的追求要强于对销售量的追求。“我们希望树立一个旗帜，捍卫图书行业，保护版权，推广好书，鼓励更多优秀作品的出版，避免被‘劣币’冲击市

场。我们希望用好书将读者争夺过来，与从业者和出版人共同将好书推广出去。”京东图书这位负责人说。

以更开放的态度提升行业效率

一年的合作下来，京东图书和当当都对后续的合作充满信心，未来也愿意投入更多资源，实现更多的期望。这种期望不仅是在销售体量上，在行业、用户、服务、产品等方面，都能强强联合共创更多的价值。如对于行业，双方会整合各自的资源和优势，持续挖掘好书，带动更多好书被用户看见，助力更多行业出版方获得更持续、更良性的发展机会与路径。在一些策略合作上，双方还有很多可以携手深化的方向，如供应链、货品丰富等，京东与许多商家和新华书店等已有供应链和仓配合作。如果当当有意愿，京东也愿意与其开展合作，这将提高整个行业的效率。此外在用户拓展上，还有很多京东、当当老用户之外的图书新用户渗透，双方可以共同将全民阅读的理念传递给更多的用户。

此外，京东图书在新的一年里将发挥自身优势，做到合作上的持续赋能。京东图书的优势之一就是营销创意玩法，根据京东对消费者的调研发现，消费者更希望简化的促销方式。因此今年的京东图书会采取简单的促销策略，以产品直降的方式，带动自营和POP商家的销售，以满足读者的需求。

《在春风里成长：书写改革开放中的人生故事》新书在京发布

让春风吹进少年儿童心灵深处

本报讯（记者李婧璇）1月8日，由上海世纪出版集团主办，少年儿童出版社承办的弘扬改革开放精神主题论坛暨《在春风里成长：书写改革开放中的人生故事》新书发布会在京举行。中国出版协会理事长郭书林出席论坛并讲。

郭书林表示，《在春风里成长》这套作品实实在在地展现了中国改革开放45年伟大历程中的动人故事，用细节的力量和真实的故事帮助孩子们铭记改革开放的辉煌历史，让改革开放精神在我们的民族

生根发芽。中国作家协会原副主席高洪波是本系列图书的开篇作者。在他看来，《在春风里成长》完成了一次对改革开放的全景扫描，作者们以真挚的情感和深刻的洞察力，将笔触延伸到社会各个角落，以开阔视野展现了历史的真实与情感的真实。

中国图书评论学会会长郭义强认为，《在春风里成长》能够帮助少年儿童更好地触摸和感受这段历史。少年儿童

出版社应继续发扬优良传统，让有价值、有思想、有新意的作品走近少儿读者身边。

上海世纪出版集团副总裁彭国希冀各方专家能与世纪出版集团携手，贡献更多向新时代致敬的精神文化产品。

在新书研讨环节，《在春风里成长》主编李朝全介绍，《在春风里成长》旨在以“小切口书大时代，以小人物看大历史”，引领读者重返燃情岁月，唤起集体的记忆与情感的认同，以文学的形式

向改革开放45周年献礼。作家代表梅洁、刘虎、于潇滢也分享了各自的创作感受。

《儿童文学》原主编徐德霞、北京师范大学教授张莉等与会专家一致认为，《在春风里成长》用非虚构的形式多维度展现了时代与个人的融合发展，以小见大地反映时代成就，从文学的角度对历史的变革进行记录和补充，在一定程度上填补了当下儿童读物的空白，对于少儿读者了解历史具有重要阅读价值。

专家研讨电视剧《故乡，别来无恙》

本报讯（记者孙海悦）电视剧《故乡，别来无恙》研讨会日前在京举行，业界人士从该剧的创作内核、艺术价值、人文关怀等多个层面展开讨论。

四川省委宣传部副部长，四川省广电局党组书记、局长李晓骏表示，《故乡，别来无恙》具备多个亮点。一是题材的新鲜感，刻画“回游”人生，回应“故乡还是他乡好”的社会热点；二是剧情的真实感，直叙当下青年一代现实多样的群像面貌；三是贴切的代入感，用平淡的生活流收获最大范围的共情；四是城市的契合感，用娓娓道来的节奏将一座城市的气质与剧中人物生活百态融为一体。

麦特文化总裁、《故乡，别来无恙》总制片人岳洋表示，“我在他乡”系列（《我在他乡挺好的》《故乡，别来无恙》）两部剧主人公都是24—35岁的年轻人，他们是亿万万个中国家庭的缩影。他说：“我们希望通过他们的故事来表达，他乡不易，故乡也并非世外桃源，躺平和内卷并不能涵盖当下青年的心态，勇敢人的自洽才是我们塑造人物和创作剧作的初衷。”

中国广播电视社会组织联合会副会长李京盛称赞“我在他乡”系列打破现实题材创作焦虑，为现实题材创作的深化提供了一个鲜活的成功范例。

中国电视艺术委员会秘书长易凯表示，把《我在他乡挺好的》《故乡，别来无恙》两部作品放在一起能够看出，年轻的主创团队能够找准选题、扎根生活，对现实生活进行很好的艺术提炼。两部作品的成功，都为找准并坚持深耕一个选题进行持续创作提供了很好的样本。

《故乡，别来无恙》以成都为背景，讲述了4个女孩的人生成长之旅。

20部图书获评2023年度“时代好书”

本报讯（记者左志红）1月9日，时代出版传媒股份有限公司在京举办“时代之光·营销峰会”，现场举行了2023年度“时代好书”颁奖仪式和经销商颁奖仪式。

《对口支援：大国治理的中国经验》、《大江本纪》、《年度散文50篇（2022）》、“中华美学精神丛书”、《万花筒》、《新修增订注释全唐诗》、《高质量发展：读懂新时代的中国经济》、《向天探测10000米：中国大气环境立体监测关键技术攻关纪实》、《丝绸之路石窟艺术丛书·瓜州东千佛洞》、《大国重器零距离》10部图书荣获2023年度“时代好书”优秀奖，《安徽文化读本》《走进宋画：10—13世纪的中国文艺复兴》《沙漠之光》等10部图书荣获“时代好书”提名奖。12家“星光客户”和8家“卓越客户”获颁奖杯。

安徽出版集团总经理、时代出版传媒股份有限公司董事长董磊说，“时代之光”是为写书人、出书人、评书人、售书人、读书人搭建的“共建、共享、共赢”平台，旨在聚合知名作家、权威专家、营销资源，持续打造作者大会、营销峰会、国际出版沙龙等系列品牌活动。

新华书店总店党委书记、执行董事任江哲，安徽省委宣传部副部长方晓利等出席峰会。

■时讯

“绍剧宗师”六龄童传记出版

本报讯（记者张雪娇）2024年是“绍剧宗师”六龄童100周年诞辰，1月7日，《金猴宗师——我的猴王父亲六龄童》新书首发式在京举行。

《金猴宗师》一书由六龄童的儿子六小龄童撰写，长江文艺出版社出版，北京长江新世纪文化传媒有限公司发行。该书是一本以六龄童在戏曲界的杰出成就和对艺术的贡献为主题的传记作品。书中重新梳理了“绍剧宗师”“南派猴王”六龄童的一生，记录了六龄童对艺术的热爱和执着追求，以及他开创“绍剧猴戏”，并饰演孙悟空一角所取得的巨大成功。

六龄童以主演绍剧最具代表性剧目《孙悟空三打白骨精》而蜚声海内外，本名章宗义。

中国儿童诗歌奖在京颁奖

本报讯（记者李美霖）由北京文学期刊中心《东方少年》杂志、北京师范大学中国当代新诗研究中心、江西人民出版社联合主办的2022年度中国儿童诗歌奖颁奖会日前在京举行。高洪波、李小白、雪野获奖。

2022年度中国儿童诗歌奖评委会主任、《东方少年》执行主编力斌表示，此次参评的优秀儿童诗人很多，今后可以考虑适当增加一些获奖名额，使中国儿童诗歌奖能够在儿童诗界与文学界产生越来越广泛的影响。

2022年度中国儿童诗歌奖评委会主任、北京师范大学文学院教授、评论家谭五昌介绍了中国儿童诗歌奖评奖有关情况。

番茄小说与30多家出版机构签订合作协议

本报讯（记者赖名芳 张君成）1月10日下午，以“生态创新 联结未来”为主题的2024出版融合发展大会在京举行。会上，番茄小说与新华文轩出版传媒股份有限公司、人民邮电出版社、人民文学出版社、中华书局等30多家出版机构分别签订合作协议。双方将在电子书合作方面加深沟通，助力更多优质图书走进日常生活。

番茄小说是抖音集团在2019年推出的免费阅读产品，每天有超过500万用户在平台上阅读。抖音集团副总裁、总编辑张辅评说，平台深耕图书电商、发展数字阅读，是为了让越来越多优秀的作品被大家看到、读到、听到。今年番茄小说将立足扩大优质内容供给、打造重点领域内容精品，加大资金和资源投入支持出版融合发展。

番茄小说执行总编辑乐力分享了平台在融合出版方面所进行的探索和实践。乐力介绍，番茄小说除开发了“听读”功能和打造了社区生态外，还通过集纳宝藏好书的各类资源位，让每本书都能够被喜爱它的人“看”见。番茄小说于2022年启动图书电商业务，通过数字阅读与图书电商联动的方式，成为连接电子书与实体书的桥梁。乐力表示，番茄小说将面向出版社升级运营后台，陆续上线新作者主页、出版社主页，升级出版榜单，对参与活动的出版社给予平台资源支持，让好书有更多机会被看见。



1月10日，番茄小说在京与30多家出版机构举行合作签约仪式。

本报记者 赖名芳 摄

甘肃蓝皮书(2024)成果正式发布

本报讯（记者田野）1月8日，甘肃蓝皮书（2024）成果在兰州发布。该成果向社会集中展示了甘肃省哲学社会科学界最新研究成果，以及对甘肃各领域发展重点、热点和难点问题的分析与研究，预测和展望甘肃各领域未来发展前景。

发布会由甘肃省委宣传部、省社会科学院、省统计局、省民委、社会科学文献出版社、读者出版集团、国网甘肃电力

公司等单位联合主办。

当天发布的甘肃蓝皮书（2024）成果包括《甘肃经济发展分析与预测》《甘肃社会发展分析与预测》《甘肃舆情分析与预测》《甘肃县域和农村发展报告》《甘肃文化和旅游发展分析与预测》和《兰州市经济社会发展报告》《肃北蒙古族自治县经济社会发展报告》《甘肃能源发展报告》等12部研究成果。其中，上述前5部研究成果由社

会科学文献出版社出版，剩余4部由甘肃人民出版社出版。

甘肃省委宣传部二级巡视员王爱科表示，甘肃蓝皮书（2024）坚持问题导向与目标导向，注重综合研究和数据分析，凸显专家观点和学术视角，真实记录了甘肃改革发展的生动实践和辉煌成就，清晰地勾勒出了甘肃各领域现实走势和未来趋向，为有关方面认识省情、研判形势、制定政策提供了接地气的参考。

甘肃蓝皮书（2024）由甘肃省社会科学院牵头编撰，是推进全省哲学社会科学应用对策研究的重要途径，各蓝皮书在框架设计和选题、内容上主动对接甘肃省经济社会发展现实需要，在各自研究领域能够较为准确地追踪、把握问题重点，深度阐释，并提出具有前瞻性、针对性、创新性的研究结论和对策建议，确保了分析深度、观点新度和对策准度。