

■ 前沿直击

第二届儿童阅读论坛——

数字化时代急需构建少儿出版发展新格局

□ 本报记者 李美霖

挑战与机遇并存的科技时代，如何将数字化对少儿出版的影响转化为创新发展力量？1月9日，作为2024北京图书订货会的重点活动，由中国出版协会和中国书刊发行业协会主办、江西高校出版社协办的第二届儿童阅读论坛在京举行，邀请业界专家围绕“构建少儿出版发展新格局”展开研讨。

跨界“破圈”
通过品牌优势建立市场优势

近年来，少儿出版进入深度调整期，亟须再思考再出发。同时，少儿出版又是一个开放的领域，不仅包括图书、报纸、期刊和新媒体等多种出版类型，而且深受需求侧的少儿阅读实践的影响，因此推动少儿出版的高质量发展离不开主管部门、行业协会、教育部门和出版单位等群策群力。

北京开卷信息技术有限公司副董事长兼总裁蒋艳平在论坛上说，2023年，在所有细分图书占整体市场的比例中，少儿图书虽依然占据头把交椅，达到27.21%，但降幅也是最大的。随着短视频电商渠道的崛起，少儿出版市场集中度有所降低，更多非专业少儿社参与市场竞争。对此，她建议出版单位应当坚持内容

本位，走专业化、差异化道路，提高营销与渠道的匹配度与适应性，通过品牌优势建立市场优势。

为改善我国少儿阅读现状，提升其阅读水平，国家提出构建阶梯阅读体系的相关政策，但目前学生阅读实践发展与政策目标之间还存在明显差距。对此，中国书刊发行业协会少儿分级阅读标准研制与应用实验室主任常汝吉认为，量化、具体的中文阅读标准，对儿童阅读能力的分析、测量和评估系统以及教育、出版、发行三大领域对分级阅读的共识等核心要素的缺乏是其主要原因，为此需要各界的共同努力。

面对少儿阅读存在自主阅读总量少、缺乏家庭阅读环境和阅读选择困难等三方面问题，常汝吉表示，少儿图书出版应在产品的结构、渠道、质量和导向等方面进一步改善。

浙江省教育技术中心教育装备部副主任王豫灵认为，阅读水平、阅读速度和分项阅读能力三个方面是评估中小学生学习能力的重要指标。此外，阅读情感、阅读认知和阅读行为三个维度是考量阅读影响因素的重要参照。王豫灵表示，青少年阅读调研需重点关注学生阅读选择、阅读时间、阅读数量、阅读种类和阅读途径等五个具体变量。

蓄力数字化转型
打造多形态IP生态圈

在产品形式、选题内容、作家队伍拓展、纸质图书与新技术进行融合上持续进行产品创新，不断推出精品力作，是出版单位在高竞争的市场环境中脱颖而出的必要手段。

接力出版社总编辑白冰强调，面对短视频等渠道低折扣的咄咄逼人，出版单位应强化新媒体营销，打造私域流量，以便突破低价倾销的瓶颈。而超越纸书这一单一媒介，打造自主知识产权IP，用IP产业链的运营模式运营图书及其周边产品，实现跨界和“破圈”，则是出版单位突破盈利模式单一瓶颈的可能路径。

江西高校出版社有限责任公司董事长、总经理袁幸园认为，出版社应善于从爆款图书中打造包含图书、音频、动画、文创等形态的IP生态圈。她以“小猫汤米”这一IP为例说，IP品牌需要继续守正创新，完成图书产品的立体化开发并探索从图书到多媒介展示，建立“听、读、看、玩”一体模式；进行专业化的IP运营，打造“图书+”的混搭模式，开发新的媒介形式等；积极开展国际化推广，将IP增长战略拓展到海外市场。

“打造原创IP必须经历时间的积累，在强视觉辨识度之外，还要注重IP背后故事性塑造。同时要紧跟形势，全域营销，精准触达，围绕IP进行360度的总体运营。”袁幸园坦言。

航空知识杂志社社长、《问天少年》杂志主编翁敏表示，优秀的少儿出版物需要采用分层阅读，内容深浅搭配，知识由点到面；既有中国视角，又放眼全球；整体设计强调生动有趣和场景感；宣传英雄和榜样，注重向读者传递家国情怀与正能量。同时要注重打造IP形象，方便后续文创、动漫的开发，此外通过举办活动和比赛增加用户黏性，让图书影响力不断“出圈”。

贵州出版集团蒲公英童书馆总编辑颜小鹏基于共同富裕的理念，提出版权共治委员会的IP开发解决方案。在这一方案中，作者不只是作品知识产权的授权方，还是共同开发和管理的合伙人。这种共治共享模式的成功取决于三个要素：一是各方能够达成共识，二是在利益分配上拥有科学且透明的制度，三是各位合伙人之间拥有深度信任。

颜小鹏还介绍了蒲公英童书馆“少年阳明”项目的具体运作经验，包括在创作环节文本直接进IP池，然后从IP池中选取内容分批孵化成音乐剧、电影、文创和游学等产品。

■ 快讯

长篇报告文学《浙里风》
“吹”开一条富裕路

本报讯（记者韩萌萌）1月11日，百花文艺出版社出版的长篇报告文学《浙里风——共同富裕浙江纪实》新书首发式在2024北京图书订货会上举办。

据了解，该书入选2023年度国家出版基金项目，内容以“浙江之窗”展示了“中国之治”，回应“时代之问”，为国际社会感知中国形象、中国精神、中国气派、中国力量提供了重要窗口。

《浙里风》作者张国云曾出版过多部讲述浙江经济发展经验的报告文学作品，积累了广博的素材和深厚的创作经验。

百科社推出
《中国儿童海洋百科全书》

本报讯（记者李婧璇）1月11日，“向海图强 守护蓝色家园”——《中国儿童海洋百科全书》新书发布会在2024北京图书订货会上举办。

《中国儿童海洋百科全书》由“深港院士”汪品先担任顾问，中国大百科全书出版社联合海洋地质学家、海洋生物学家、水下机器人专家、海洋科普作家和水下摄影师、国家海洋博物馆专家等倾力编纂，是一座专为中国孩子搭建的纸上“海洋博物馆”。

“外国人讲中国故事”系列
再添两种新书

本报讯（记者章红雨）1月11日，新世界出版社主办的“外国人讲中国故事”系列之《我心安处是故乡》（英文版）、《跨越山海的缘分》（西文版）新书发布会在2024北京图书订货会现场举办。

据新世界出版社社长李春凯介绍，本次首发的两种新书取材于中国外交局美洲传播中心组织策划的专栏“我在中国”，分别选取了数位具有代表性的外国人，讲述他们精彩的人生经历和与中国的不解之缘，从他们的视角讲述真实的当代中国。

华为“商业哲学书系”
解读任正非商业世界观

本报讯（记者尹理）1月11日，华为“商业哲学书系”新书首发式在2024北京图书订货会上举办。

中国经济出版社出版的华为“商业哲学书系”分为《认知赋能》《极限思维》《价值共生》《底层逻辑》《回归常识》5个分册，是华为研究专家程东升带领团队历时7年打造的新作。这套新作不仅对华为商业哲学进行全新梳理、提炼、解析，总结了其底层逻辑、主要脉络和关键要点，同时还对华为技术有限公司董事、首席执行官任正非在商业方面的世界观和方法论进行了原汁原味的呈现和洞见深刻的解读。

上音社与知网联推
“音阅知网 红色音乐”专区

本报讯（记者章红雨）1月11日，上海音乐出版社与中国知网联合在京宣布，双方共同打造的“音阅知网 红色音乐”专区正式上线。该专区不仅是首个音乐主题教育平台，更是传承红色基因、弘扬中华美育精神的重要载体。

在2024北京图书订货会现场，上海音乐出版社社长孙宏达表示，此次和中国知网联手推出红色音乐主题平台，不仅是对这一宝贵文化遗产的数字化传承，更是对爱国主义精神的弘扬。

据了解，该专区以图、文、音、像、谱五位一体形式呈现，为用户提供丰富多彩的红色音乐体验。

《长白山故事档案》
梳理长白山地区非遗历史

本报讯（记者张席贵）1月11日，延边大学出版社《长白山故事档案》新书发布仪式在2024北京图书订货会上举办。

《长白山故事档案》以独特的叙事风格梳理了长白山地区非物质文化遗产的历史沿革、发展现状，重点记录了森林号子、采参习俗、剪纸、放河灯等12项非遗项目和民俗，为探究全球化、多元化时代非物质文化遗产保护问题提供富有现实意义的启迪，也为继承与弘扬吉林省优秀传统文化、丰富和保护中华优秀传统文化提供了重要的理论依据。

该书作者曹保明就《长白山故事档案》的创作背景、创作过程进行了现场分享。

“2023年青少年及儿童
图书阅读调研”成果发布

1月11日，由中国新闻出版传媒集团《中国新闻出版广电报》与人民教育出版社人教教材中心联合开展的“2023年青少年及儿童图书阅读调研”成果在京发布。该成果来自包括港澳台地区在内的我国34个省级行政区的超过19万份调研问卷，涵盖主报告、青少年读者给出版社和书店的50条建议、提高中小学生学习课外阅读效率的30条建议及幼儿、小学、初中、高中4个学段的推荐书单共7项内容。

本报见习记者 蒲添 摄

2024北京图书订货会馆社高层论坛举办

本报讯（记者李婧璇）1月10日，以“打造优质馆藏 提升服务效能”为主题的2024北京图书订货会馆社高层论坛在京举办。论坛旨在加强出版发行界、图书馆界、科技企业界的合作与交流，助力社会主义文化强国建设。

中国出版集团有限公司副总经理张宏在致辞中说，唯有出版更多精品力作，让更多的优质文化产品走进图书馆、走近大

众，才能不断深入推进全民阅读。2024年是新中国成立75周年，是实施“十四五”规划的关键一年，集团将以高度的政治自觉和文化自觉担负起新时代新的文化使命，并落实到出版工作的全过程各环节，更好地转化为助力文化强国建设的生动实践。

中国图书馆学会副理事长刘小琴表示，要以社会需求、读者需求为导

向，加强对各类文献资源的收集、整理和加工，着力打造内容丰富、结构合理、价值突出的馆藏体系。同时，要加强数字化建设，提高图书馆的信息化、智能化水平，为读者提供更加便捷、高效的服务。

中国书刊发行业协会副理事长兼秘书长纪宏说，未来，中发协还将根据馆配工作的新形势、新任务，更多地推出相关的

服务措施和建设措施，采取有效方式，维护馆配市场公平竞争的市场环境，为文化强国建设作出不懈努力。

在主旨报告环节，北京大学信息管理系主任、出版研究院院长张久珍，中央编译出版社社长兼总编辑郁卫东作报告。

会上，公布了2023年度全国优秀馆配商征集活动入选名单，并为入选单位代表颁发了证书。

■ 展场观察

阅读的“风”往哪里吹

□ 本报记者 尹理

1月11日，2024北京图书订货会首日，中国国际展览中心朝阳馆内人流密集。“新年好！”“又见面了！”一声声问候，一次次握手，展馆内格外温暖。40余万种图书、300多场文化活动，被誉为“中国出版行业风向标”的北京图书订货会，今年依然为读者奉上阅读盛宴。

阅读的“风”汇集精品力作。中宣部主题出版重点出版物入选图书，中华优秀出版物奖、“五个一工程”奖、茅盾文学奖获奖图书，出版社在展位显眼位置展示精品力作。蜀道文化出版工程、《齐鲁文库》，挖掘传统文化价值，地方出版推动文化遗产保护传承与利用创新。“豫版精品图书”“世纪好书”“中南好书”，出版人信心十足展示自家

好书，以阅读传承文明。

阅读的“风”打通线上线下。近年来，直播已渐成书展“标配”，读者与作者、编辑云端“面对面”，让书香穿越“没有围墙”的订货会。订货会首日，多位出版社负责人化身“荐书官”，走进直播间邀请读者共读好书。在此起彼伏的讲书、荐书声中，更多出版社结合受众群体画像，探索抖音、视频号、小红书等不同平台直播，用个性化渠道触达多样读者，用知识分享传播，服务新媒体阅读需求，提升读者黏性。

阅读的“风”擦亮精神底色。由北京开卷在本届订货会前发布的2023年图书零售市场数据显示，少儿图书码洋占比27.21%，依旧居于首位。儿童阅读市场的火热在本届订货会上也可见一

斑。各出版社秉持童心、童趣布置展台，在打造经典的同时关照当下儿童兴趣点创新内容。接力出版社携千余种图书亮相，聚名家开展新书品读和发布活动。二十一世纪出版社的《大中华寻宝记》《不一样的卡梅拉》迎接小读者共赴书香。还有的出版社推出阅读相关图书，助力青少年阅读，如江西教育出版社的《北大阅读课》，收集古今中外名家名篇，为家庭教育与亲子阅读提供指导。

阅读的“风”带来更多可能。在阅读方式变得多元，出版社创新步履不停，尝试用不一样的产品和“玩法”推介优质内容，丰富读者体验。记者看到，中国人民大学出版社等开启“盖章之旅”，集满印章还可以获取好书；故宫出版社的《故宫日历》15年来畅销

500余万册，今年新亮相的日历家族系列吸引读者驻足；外语教学与研究出版社的纸数融合产品与硬件设备让数字阅读更加智能；中国社会科学出版社实现2.5万余种学术图书数字化，纸电同步持续推进。当听书、视频书成为“标配”，VR/AR、元宇宙阅读方兴未艾，融合出版、智慧出版扑面而来，无论阅读形式如何变革，坚守内容价值，提升服务品质，是出版人不变的初心。

1月11日，北京的气温最高到10℃，是进入2024年以来“最温暖”的一天。天气暖，好书伴，人气高。漫步订货会中，新一年，读什么、怎么读，读者心中有了选择。展场内外，有书香萦绕心田。新一年，做什么、怎么做，出版人脑中答案更加清晰……