



回望2024:八大热点见证奋进时刻

□本报记者 商小舟 韩萌萌

热点1 深化改革激发发展活力

7月15—18日,党的二十届三中全会在京召开,全会审议通过的《中共中央关于进一步全面深化改革、推进中国式现代化的决定》,对深化文化体制机制改革作出战略部署,为新时代新征程文化改革发展指明了方向。出版发行行业迅速掀起学习贯彻党的二十届三中全会精神热潮,全面把握全会精神的丰富内涵与核心要义,切实做到学深悟透、入脑入心。

激活文化市场主体的活力是促进文化繁荣的关键。2024年,青海出版传媒集团、海南省出版发行集团、重庆新华出版集团陆续成立,成为不断深化出版发行体制机制改革,推动出版业高质量发展的生动实践。青海出版传媒集团的成立,标志着青海出版传媒领域的资源整

合、改革重组迈上了一个新台阶,走上了融出版、发行、印刷、影视等行业的新发展之路;海南省出版发行集团围绕海南自贸港建设和发展的主要目标要求,构建新时代新型出版企业,推动股份公司上市,切实发挥省属文化企业对海南文化事业、文化产业高质量发展的引领和支撑作用;由重庆出版集团、重庆新华书店集团、重庆科普集团三家出版发行领域文化企业整合组建而成的重庆新华出版集团,通过全方位的融合,将重庆市中小学教材发行资质、各类出版资质、大型书城和遍布城乡的连锁发行网点等优势资产资源集中统筹发展,着力打造全国一流新型出版传媒和文化创意企业集团。

热点3 主题出版精品化、可持续化

现阶段,主题出版呈现精品化、可持续化的发展趋势。围绕重大事件和重要时间节点做好选题开发是主题出版的显著特色,今年是新中国成立75周年,也是邓小平同志诞辰120周年,《新中国75年》《中国经济简史(1949—2024)》等,从不同角度展现我国经济、社会等各方面取得的辉煌成就。《为什么是邓小平》等图书全面展现了邓小平同志在革命、建设和改革不同历史时期的卓越贡献和领导风采。

2024年“新质生产力”主题出版好书频现。《新质生产力赋能中国现代化》等图书从不同视角、不同层次,围绕“新质生产力”的核心内容进行解答。此外,随着中国式现代化的深入推进,传统文化在其中扮演了举足轻重的角色。2024年,各出版社紧跟时代步伐,积极策划并推出如《“两个结合”基本问题研究》《中华之道——中华文明突出特性的哲学阐释》等一系列聚焦中国式现代化与传统文化的理论著作和实践案例。

热点5 数字出版助力中华文化自信表达

今年夏天,游戏《黑神话:悟空》在国际舞台大放异彩,让世界看到中华优秀传统文化的魅力。当前,网文、网游、网剧成为文化出海“新三驾马车”。近年来,游戏成为文化传播的重要载体,备受瞩目,爆款产品诞生的背后也有着产业发展的支撑。《2024年中国游戏产业报告》显示,2024年,中国自主研发游戏海外市场实际销售收入185.57亿美元,同比增长13.39%,其规模已连续5年超千亿元人民币,并再创新高。我国游戏产业在遵规自律、打造精品、科技创新以及文化建

品出海的基础上向产业链各环节全方位拓展,让中华文化走出去的步伐更加坚定有力。

从作品出海到模式出海、生态出海、全链出海,我国网络文学发展呈现出前所未有的活力。《2024中国网络文学出海趋势报告》披露,2023年,我国网文出海作品总量约为69.58万部,网络文学行业海外市场营收规模达43.5亿元,同比增长7.06%;由网文改编的电视剧、动漫、游戏也在海外市场广受欢迎,相关企业加强海外合作,丰富网文内容转化形式,让网文真正迈入“全球共创IP”新阶段。

热点7 地方书展以大文化“破圈”

7月,第十四届江苏书展;8月,第二十届上海书展、2024南国书香节暨羊城书展;10月,2024天府书展、第九届浙江书展;11月,2024中国黄山书会、第六届深圳书展……2024年地方书展依旧接连不断举办,不只有书、不只有展,地方书展的打开方式更加多元,由此进一步扩大影响,吸引了更多读者尤其是年轻群体将逛书展变成一种生活方式。

地方书展贴近了读者的生活、走进了消费者的生活,书展及书展所承载的全民阅读功能才能

服务更多的读者。在第二十届上海书展上,老品牌通过“破圈”跨界更显生命力。中国出版集团旗下的人文出版社、商务印书馆等“国字头”“老字号”,携手沪上美加净、蜂花等“老字号”、老品牌联合开展活动,助力书展销售。今年江苏书展上新推出的苏州文化市集,汇集苏州本地多家文化企业的多种文化产品,充分满足读者的多元文化需求。在天府书展和黄山书会上,国际化成为今年的亮点。地方书展不断“破圈”,让读者身在其中能够享受像“逛街”一样的松弛感。

热点2 加快培育出版领域新质生产力

大数据、人工智能等通用技术的出现,推动各行各业生态变革。迈入高质量发展阶段,出版发行行业达成共识,积极运用新技术改造传统编印发环节,通过智能化、数字化发展推动行业从知识生产向知识服务转型,加快培育出版领域新质生产力。

从2023年的ChatGPT到2024年的Sora,出版发行行业深刻感受到了人工智能生产内容对行业的强烈冲击。2024年,出版发行行业以更加理性的态度积极拥抱新技术的运用,同时取得阶段性成果。如蜜度公司发布智能校对大模型文修2.0,

数传集团推出匹配在每本图书上的数字人“书小二”……这些都为读者提供了新的互动体验,体现了新技术在出版流程中的应用潜力。

在掌握核心内容资产的基础上,出版单位开始着手搭建数据库与自有大模型。中国新闻出版研究院发布的《人工智能对出版业知识服务的影响研究》报告显示,89%的出版机构建有至少一个专业内容库,55%的出版机构已经开始尝试将人工智能技术融入知识服务,从整体来看,知识服务即将进入发展成熟期。

热点4 出版学科专业共建加速推进

2023年12月,中宣部和教育部联合印发《关于推进出版学科专业共建工作的实施意见》,明确了出版学科专业建设的方向。2024年,在政策引领和市场需求下,出版学科共建加速推进,瞄准产学研一体的人才培养体系建设目标,为出版强国建设奠定基石。

一年来,全国出版学科专业共建工作联络处通过组织开展大学生创新创业大赛等活动,激发学生的创新精神和实践能力;各地高校和出版单位快速响应,如中国人民大学与中国大学出版社协会合作组建出版研究院,中国传媒大学与中国教育出版传媒集团共建出版学院,加快落实立体

化人才培养体系构建工作;北京大学出版研究院、中国人民大学出版研究院等机构成立,推动出版学科学术研究、人才培养、平台建设一体化发展;南开大学等多所高校入选国家新闻出版署出版智库高质量建设计划,积极探索出版学科专业高质量发展的新模式。

11月,2024年出版学科专业共建工作交流会在京召开。会议提出,在多方共同努力下,出版学科专业建设政策引导精准有力,共建的出版学院、出版研究院规模、质量稳步提升,高层次人才培养推进迅速,出版专业博士学位点设置取得突破,共建成效逐步显现。

热点6 古旧书业焕发新活力

2024年,北京、天津、上海等地结合资源优势率先行动,将发展古旧书业作为年度文化工作重点之一,常态化举办古旧书市集,打造出一批各具特色的文化品牌,让古旧书业焕发新活力。

一年来,北京市做好“旧书新知”繁荣旧书市集系列活动,累计举办70余场旧书市集,434家实体书店增设“旧书新知”专区,194家实体书店提供旧书回收服务,让旧书的流通服务于市民生活;依托各地书展走向全国,在河北、山东、江苏等地,讲好古籍故事,延长了旧书推广的

足迹。天津市海河旧书市集自3月启动以来举办49期,融入古籍修复等互动体验,市民成为市集的摊主,家家户户的旧书流动起来。在上海书展亮相的“淘书乐”让旧书市集深度融入城市肌理,也吸引着更多年轻人加入旧书市的粉丝队伍。今年4月,首届全国古旧书展销年会在北京书市期间举办,古旧书业交流平台的搭建,开启探讨行业可持续发展的全新局面。经过一年的市场检验,我们看到古旧书业有着深厚的根基和旺盛的市场需求,未来可期。

热点8 实体书店融合发展不断深化

2024年,对于发行业而言,图书零售渠道继续分化,新渠道新模式不断涌现,实体书店生存依然面临着前所未有的压力。实体书店的破局之路,离不开融合发展不断深化,线上线下双循环供应链和价值链体系的形成,以及新媒体运用能力的大幅提升。

2024年,海峡出版发行集团牵头举办2024中国电商直播大赛·图书直播邀请赛,以此为代表的直播大赛及出版社直播常态化发展,其背后展现的是出版发行人在面对新技术、新媒体的挑战时,已经开始逐渐变被动为主动,正在积极构建新的内容生产方式,形成新的供应链和价值链体系。

2024年,新华书店研学业务迎来发展新阶段。2月,全国新华研学协作共同体成立,这是全国新华书店系统推动文旅融合发展的重要里程碑,标志着新华书店再次向文化与教育领域发力,在多元创新融合发展上迈出了坚实的一步。

与之相关的,2024年青年夜校的话题在各大社交媒体上爆火。依托自身品牌、图书、教育、名家等资源,新华书店通过推出青年夜校,为广大青年提供技能培训、艺术兴趣等多样化课程,受到广大青年的欢迎。这不仅拓展了书店的服务功能,还为书店经营带来新的增长点。



资料图片



网络文学产业增长势头强劲。



地方书展影响力持续扩大。



主题图书受到读者欢迎。



旧书市集带来不一样的淘书乐。

盘点2024

(本版图片除资料图片外均由本报记者商小舟提供)