

广东省启动电影资助奖励项目申报

本报讯（记者徐平）3月17日，广东省电影局发布关于申报电影资助奖励项目的通知。资助奖励分为票房奖励、获奖奖励、在粤取景与后期制作奖励、宣传发行资助、配套资助获得国家电影精品专项资金资助、资助2024年度新建县城和乡镇影院、资助影院安装更新先进技术设备七大板块。

 票房奖励要求为广东电影机构第一出品影片，且截至电影下映时，故事影片国内票房收入1亿元（含）以上，动画影片国内票房收入5000万元（含）以上，纪录影片国内票房收入1000万元（含）以上。获奖奖励申报条件必须是广东电影机构第一出品影片，2024年以来获得中国电影华表奖、中国电影金鸡奖综合奖项提名，大众电影百花奖最佳故事片奖提名，国际A类电影节主竞赛单元奖项。资助2024年度新建县城和乡镇影院要求不少于3个放映厅，使用2K（含）以上数字放映机，总座位数不少于200个；申报影院须及时足额缴纳电影专资，按规定向全国电影票务综合信息管理系统规范准确报送票房数据。其中，填补空白的乡镇影院不用申报，待验收通过后，直接拨付资助资金。资助影院安装更新的先进技术设备，包括激光光源电影放映机、高新技术格式电影放映系统、LED屏电影放映系统、超大电影银幕系统、沉浸式音频系统、电影智慧放映系统。

 通知要求，申报机构要具有独立法人资格，在广东注册。所有项目通过广东省电影专资征缴信息系统进行申报。申报截止日期为2025年4月11日。

“梦想电影院”公益项目推动“观影+教育”深度融合

本报讯（记者杨雯）由万达电影与中国电影基金会团圆志愿者影视专项基金联合发起的“梦想电影院”公益项目，近日在北京万达影城CBD店启动。

 “梦想电影院”公益项目以“每一幕光，都会找到TA的孩子”为核心理念，旨在通过电影艺术推动青少年文化普惠，助力现代公共文化服务体系建设。当日，全国711家万达影城超8000块电子屏同步为梦想点亮，宣告这一规模化公益行动全面启航。

 中国电影基金会理事长张丕民表示，“梦想电影院”创造了一种可推广、可复制的创新模式，激励更多的社会力量投身电影公益事业，让更多的孩子感受来自社会各界的关爱，开启他们对世界的好奇，点燃心中的希望。

 “梦想电影院”公益项目发起人、万达电影董事长兼总裁陈祉希宣布，年内计划为青少年开启100场特色“光影之旅”，结合全国万达影城的地理与文化特点，设计包括去最东端的影院“迎接”第一道阳光，去海拔最高的IMAX影城“触碰星空”等主题放映活动，并开放剧组探班、影视研学等资源，推动“观影+教育”深度融合。

 作为联合发起方，中国电影基金会团圆志愿者影视专项基金总监魏鸿表示，即日起将开通线上报名通道，邀请青少年走进“梦想电影院”，未来还将联动高校开发“电影启蒙课程”，并开放更多影视行业资源，深化“观影+教育”模式创新。

 数据显示，万达电影过去一年完成超1200场公益放映，服务观众超10万人次，覆盖社区、乡村、学校及特殊群体。此次“梦想电影院”的启动，标志着其公益行动从点状活动升级为系统性工程。

河南二人因侵犯著作权、销售侵权复制品获利

本报讯（记者吴明娟）近日，河南省新乡市卫滨区人民法院判决一起侵犯著作权、销售侵权复制品案件，被告人孔某某、徐某某侵犯著作权罪、销售侵权复制品罪，分别判处有期徒刑5年零6个月并处罚金、有期徒刑4年并处罚金。

 2022年4月，根据河南省“扫黄打非”办公室转全国“扫黄打非”办公室案件线索，新乡市中心文化市场综合行政执法队和新乡市公安局卫滨分局联合破获一起黑窝点销售侵权出版物案，查获142种共计140997册侵权出版物。

 据查，自2021年3月，被告人孔某某、徐某某伙同他人以营利为目的，出版他人享有专有出版权的图书，销售侵权复制品，在互联网上办理电商营业执照和虚假出版物经营许可证，联系非法书商通过物流购进盗版图书，通过某电商平台店铺对外销售。自2021年3月至2023年8月期间，孔某某、徐某某通过某电商平台销售盗版书籍总额521.3107万元。

 卫滨区人民法院经依法审理，认为孔某某、徐某某伙同他人以营利为目的，出版他人享有专有出版权的图书，情节特别严重，已构成侵犯著作权罪；孔某某、徐某某伙同他人以营利为目的，销售侵权复制品，情节严重，已构成销售侵权复制品罪。孔某某侵犯著作权罪、犯销售侵权复制品罪，数罪并罚决定执行有期徒刑5年零6个月，并处罚金25万元；徐某某侵犯著作权罪、犯销售侵权复制品罪，数罪并罚决定执行有期徒刑4年，并处罚金18万元。上诉期内，孔某某、徐某某均没有提出上诉。

2023 年新闻出版统计公报

 2023年，新闻出版业坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入学习贯彻习近平文化思想，坚持守正创新，不断优化新闻出版服务和产品供给，丰富人民精神文化生活。

一、总体经济规模

 2023年，全国出版、印刷和发行服务实现营业收入18466.9亿元（另据中国新闻出版研究院相关年份《中国数字出版产业年度报告》，数字出版产业总收入2022年13586.99亿元，2023年16179.68亿元。因该数据系调查汇总数据，非政府统计数据，故不纳入全国总量），较2022年增长1.1%；利润总额1088.3亿元，增长10.4%；拥有资产总额25699.1亿元，增长4.4%，增幅提高1.1个百分点；所有者权益（净资产）12785.7亿元，增长4.6%，增幅提高1.8个百分点。

表1 主要经济指标

单位:亿元,%			
经济指标	2022年	2023年	较2022年增长
营业收入	18258.97	18466.92	1.14
利润总额	985.99	1088.27	10.37
资产总额	24618.07	25699.13	4.39
所有者权益(净资产)	12226.25	12785.68	4.58

说明: 1.表内经济指标未包括数字出版、打字复印、邮政发行、版权贸易与代理、行业服务与其他新闻出版业务。

 2.若表中个别指标数据分项合计与总计不等，是由于数据四舍五入所致。

二、图书出版

 2023年，全国新版图书21.7万种，较2022年增长5.7%；重印图书32.3万种，增长8.8%；总印数125.0亿册（张），增长9.6%。单品种平均印数2.3万册（张），增长1.8%；60种一般图书单品种年度累计印数达到或超过100万册，其中主题出版图书26种。图书出版实现营业收入1192.2亿元，增长5.9%，增幅提高1.9个百分点；利润总额223.5亿元，增长16.6%，增幅提高15.8个百分点。

表2 图书出版主要指标

单位:万种,亿册(张),亿元,%			
总量指标	2022年	2023年	较2022年增长
新版品种	20.53	21.70	5.70
重印品种	29.70	32.32	8.82
总印数	113.98	124.97	9.64
营业收入	1125.56	1192.21	5.92
利润总额	191.60	223.47	16.63

三、报刊出版

 2023年，全国出版报纸1669种，较2022年降低2.3%；总印数261.0亿份，降低3.7%，降幅收窄0.6个百分点。17种报纸平均期印数达到或超过100万份。全国出版期刊10157种，较2022年增长0.2%；总印数18.5亿册，降低4.1%。8种期刊平均期印数超过100万册。报纸出版实现营业收入555.2亿元，降低1.7%，降幅收窄0.8个百分点；利润总额52.0亿元，增长0.6%。期刊出版实现营业收入219.7亿元，增长5.8%；利润总额34.5亿元，降低0.2%，降幅收窄6.1个百分点。

表3 报纸出版主要指标

单位:种,亿份,亿元,%			
总量指标	2022年	2023年	较2022年增长
品 种	1709	1669	-2.34
总印数	270.99	261.00	-3.69
营业收入	564.75	555.15	-1.70
利润总额	51.72	52.02	0.58

表4 期刊出版主要指标

单位:种,亿册,亿元,%			
总量指标	2022年	2023年	较2022年增长
品 种	10139	10157	0.18
总印数	19.31	18.51	-4.14
营业收入	207.57	219.69	5.84
利润总额	34.56	34.48	-0.23

四、音像电子出版

 2023年，全国出版音像制品6320种，较2022年降低4.4%，降幅收窄14.7个百分点；出版数量9113.8万盒（张），降低9.8%，降幅收窄31.5个百分点。出版电子出版物10205种，增长26.4%；出版数量13904.9万张，增长16.6%。音像制品出版实现营业收入33.6亿元，增长4.7%；利润总额3.3亿元，增长5.8%。电子出版物出版实现营业收入19.8亿元，增长0.2%；利润总额1.2亿元，降低21.9%，降幅收窄31.9个百分点。

表5 音像制品出版主要指标

单位:种,万盒(张),亿元,%			
总量指标	2022年	2023年	较2022年增长
品 种	6612	6320	-4.42
出版数量	10098.98	9113.75	-9.76
营业收入	32.07	33.58	4.71
利润总额	3.10	3.28	5.81

表6 电子出版物出版主要指标

单位:种,万张,亿元,%			
总量指标	2022年	2023年	较2022年增长
品 种	8072	10205	26.42
出版数量	11924.27	13904.87	16.61
营业收入	19.78	19.81	0.15
利润总额	1.55	1.21	-21.94

五、印刷复制

 2023年,全国出版物印刷单位(含专项排版、制版、装订单位和以数字印刷方式从事出版物印刷的单位)黑白印刷产量16567.8万令,较2022年降低4.8%;彩色印刷产量128110.5万对开色令,增长7.6%。印刷复制实现营业收入12915.3亿元,增长0.1%;利润总额543.8亿元,增长13.6%。

表7 印刷复制主要指标

单位:万令,万对开色令,亿元,%			
总量指标	2022年	2023年	较2022年增长
黑白印刷产量	17395.45	16567.80	-4.76
彩色印刷产量	119052.97	128110.53	7.61
营业收入	12900.03	12915.30	0.12
利润总额	478.87	543.84	13.57

《阳光少年报》的“进阶”秘诀

（上接01版）

 2023年暑期,黄宁带队辗转南方多地,进行了一次特别的考察。考察的目标不是书报行业,不是新闻媒体,而是自动化机器设备。彼时,在上级领导的支持下,物流分拣自动化已经提上了日程。简而言之,就是用自动化设备来应对日益增多的人工分拣劳动,提高效率,提升准确度。”黄宁说。

 但是,这样的设备并不好找。“原因很简单,传统报纸行业没有,其他行业的设备也很难做到这样轻量化、精确化的分拣。”黄宁介绍。最终,《阳光少年报》委托厂家专门进行了研发定制。就这样,2024年上半年,《阳光少年报》用上了自动化分拣设备,部分替代人工作业。“这是1.0版,已经能够顺畅运转了。将来还会有2.0、3.0版,我们会不断迭代。”

 在黄宁看来,对支撑能力的扩容,于《阳光少年报》而言并非锦上添花,而是必需的。“发行量的增加,也意味着支撑体系需要承受更大的压力。卖得动,也能接得住。”

 两年间,该报的人员规模从数十人变成了近百人,部门职能也更加细化。为了提高效率,增强部门之间的协同配合,ERP系统进行了升级,客服响应机制优化,确保网店关键指标保持在高分状态,让整个运营链条的衔接更加高效流畅。就连印刷厂也从最早的一个变成三个再扩大到五个。“每周三晚间传版,周四早上9点《阳光少年报》自有的仓储物流系统就开始分拣、装袋、贴单。”黄宁介绍。

 值得一提的是,2024年发行量从150万到200万,《阳光少年报》的“互联网基

因”也在持续进化。其搭建了高度专业化的自营直播间,每天开播,节假日不休,从早上6点播到晚上12点,只卖《阳光少年报》。黄宁认为,在媒体转型融合发展的进程中,这种极致的做法有着另一个开创性意义,“多数传统媒体转型,是把互联网作为传播的平台,变现非常困难。但《阳光少年报》的逻辑不同,是把互联网平台直接变成了变现平台,直接销售的是新闻产品,而且是单一的产品。”

软实力扩容：用“外脑”提升“内脑”

 2024年底,《阳光少年报》找到北京大学新闻与传播学院,提出了定制研修课程的想法。北京大学新闻与传播学院的新闻业务研修班师资力量雄厚,但是为一个少年类读物定制研修课,却是第一次。最后,北大拿出了一套从来没有过的课程安排:有品牌传播,也有人工智能;有国际关系,也有公共艺术……

 其实,这正是《阳光少年报》用“外脑”提升“内脑”的有益尝试。参加研修班的有管理骨干,也有主笔团队。“管理骨干需要在现代企业的层面,提升眼界接触前端思维;主笔团队需要在内容创作的层面,提升素养完善知识结构。”《阳光少年报》总编辑赵洪涛介绍。在他看来,从100万到200万,在发行量外,《阳光少年报》最大的变化,是软实力的提升。

 除了研修班的集中培训,《阳光少年报》还搭建了一个庞大的专家库。专家库的构成让人惊叹:作家、艺术家、教育家、工程师、科学家……涵盖各个领域。在他

们的帮助下,《阳光少年报》把追求高品质的办报理念做到了极致。

 赵洪涛给记者举了个例子,《阳光少年报》的产品定位是给孩子写新闻。热点时政、国家成就、前沿科技、法律新规的新闻,都在讲述的范围内。“但这种新闻,往往涉及大量的专业知识和专业术语,主笔不理解透彻,就难以用浅显易懂的语言讲述给孩子。”这个时候,就该求助专家库了。这样,即便主笔要写刚刚建成的海上钻井平台,也能找到专家请教专业知识,让文字既浅显易懂,又不失本真。

 “发行量达到100万以前,主笔联系专家还是挺不容易的。但伴随着发行量的持续攀升,我们慢慢发现了一个‘意料之外’的‘人脉关系’。”赵洪涛说,不少专家,他们本身就是《阳光少年报》的读者家长,一听说都是为了孩子,直言“好说好看”。

成长空间扩容：拿出来的必须是精品

 发行量从100万到200万的过程中,《阳光少年报》的产业布局已经扩展到图书、文创、研学等领域。以少年为中心,围绕少年群体开发更多产品,扩展成长空间,《阳光少年报》一直在努力。其中,最抢眼的是出海战略方向。

 2023年底,在郑州举办的第五届中国城市信用建设高峰论坛上,新华出版社与《阳光少年报》举行了框架合作协议签署仪式,并正式启动首个重点合作项目——“新时代中国故事全球少年共读计划”。据介绍,“新时代中国故事全球少年共读计划”项目以纸质图书为载体,中英文双

六、出版物发行

 2023年，全国新华书店系统、出版社自办发行单位出版物总销售数量268.3亿册（份、盒、张），较2022年增长4.5%。出版物发行实现营业收入3436.9亿元，增长3.5%，增幅提高1.0个百分点；利润总额228.2亿元，增长2.6%。新华书店系统、出版社自办发行单位网络零售数量增长14.2%，增幅提高8.3个百分点；金额增长18.1%，增幅提高7.4个百分点。

表8 出版物发行主要指标

单位:亿册(份、盒、张),亿元,%			
总量指标	2022年	2023年	较2022年增长
总销售数量	256.77	268.34	4.51
营业收入	3320.70	3436.90	3.50
利润总额	222.41	228.18	2.59

七、出版物进出口

 2023年，全国累计进口书报刊、音像电子和数字出版物（不含游戏）3996.9万册（份、盒、张）、80614.9万美元，与2022年相比，数量增长2.0%，金额增长5.1%。全国累计出口书报刊、音像电子和数字出版物（不含游戏）708.0万册（份、盒、张）、9109.2万美元，数量降低2.6%，金额降低4.6%。全国进出口经营单位实现营业收入94.3亿元，增长6.5%；利润总额1.8亿元，降低17.4%。

表9 全国出版物进出口主要指标

单位:万册(份、盒、张),万美元,亿元,%			
总量指标	2022年	2023年	较2022年增长
进口数量	3917.10	3996.88	2.04
进口金额	76702.88	80614.92	5.10
出口数量	726.72	708.01	-2.57
出口金额	9543.78	9109.22	-4.55
营业收入	88.50	94.29	6.54
利润总额	2.18	1.80	-17.43

八、版权管理服务与出版物版权贸易

 2023年，全国共登记版权合同16693份，较2022年增长3.0%；作品自愿登记642.8万份，增长41.9%，增幅提高30.0个百分点（其中，美术作品增加115.1万份，增长53.6%；摄影作品增加89.7万份，增长55.9%）。全国输出图书、音像制品和电子出版物版权11731项，引进图书、音像制品和电子出版物版权10044项。

表10 版权管理服务与出版物版权贸易主要指标

单位:份、项,%			
总量指标	2022年	2023年	较2022年增长
版权合同登记数量	16215	16693	2.95
作品自愿登记数量	4531857	6428277	41.85
引进出版物版权数量	10904	10044	-7.89
输出出版物版权数量	11908	11731	-1.49

注释：本公报中各项统计数据均未包含港澳台地区。

 语版国内出版、海内外同步发行。双方发挥各自优势,逐步探索面向海外特定区域和人群的其他多语种版本,以联合海外机构出版、版权输出等方式扩大出版传播范围,共同为世界青少年讲好新时代中国精彩故事。该计划的首个图书产品,将于今年正式出版发行。

 2024年,《阳光少年报》与香港知名传媒机构初步达成意向,共同创办一份面向港澳及海外青少年群体的新闻类报纸,兼顾内地与港澳本地新闻,聚焦国家发展成就和港澳繁荣稳定实例,展现中华文化魅力。“我们要通过生动活泼的语言和青少年喜闻乐见的形式,增强港澳青少年的国家认同感和民族自豪感,搭建内地与港澳及海外青少年文化交流的桥梁。”据赵洪涛介绍,这项合作将在今年上半年实现突破性进展。“如果顺利落地,也将开创内地与香港传媒机构合作的新范例。”

 当前,也有很多读者关注《阳光少年报》的核心产品线的延展,甚至不少读者在《阳光少年报》的后台给客服留言:《阳光少年报》办这么好,为什么不针对孩子更多的成长需求,多办几份不同的报纸和杂志?

 在黄宁看来,经历了市场的长期考验,在内容生产和运营发行等方面,《阳光少年报》的核心竞争力已经具备明显优势,拓展核心产品线,也是发展战略的重心所在。“我们当然想为孩子们办更多品类的报纸,也一直在为此努力。但是我们始终认为,办报很严肃也很神圣,我们不能图快,要坚持品质路线。拿出来的,必须个个是精品,才能对得起读者对我们的信赖。”黄宁表示。