据开卷公司《2019中国图书零售市场报告》披露，2019年，中国图书零售市场码洋规模继续保持两位数的增长，同比上升14.4%，码洋规模达1022.7亿元。

千亿高峰眺未来

本报记者 **张稚丹**

2020年1月8日，由中国出版协会和中国书刊发行业协会共同主办，时代出版传媒股份有限公司和北京开卷信息技术有限公司共同承办的阅读X论坛在京举行。

据悉，截至2020年1月1日，开卷全国图书零售市场观测系统采样覆盖全国1万余家实体书店和网上书店。开卷公司研究咨询部经理冯小慧据此发布《2019中国图书零售市场报告》。

开卷新书榜前三名。　　**开卷公司**供图

图书零售市场规模超千亿

据尼尔森监控数据，2019年，除新西兰、爱尔兰、英国外，意大利、澳大利亚、巴西等国的图书销量同比皆为负增长。

在这种大环境下，2019年，中国图书零售市场码洋规模继续保持两位数的增长，同比上升14.4%，码洋规模达1022.7亿元，保持较高增速。网店销售同比增长24.9%，码洋规模达715.1亿元，小幅微增；实体店销售同比下降4.24%，降幅较2018年收窄，规模为307.6亿元。

开卷公司供图

2019年，新书品种规模为19.4万种，较2018年同比下降6.7%，这跟全行业重视高质量发展及书号发放审核政策趋严有一定关系。2019年，图书价格继续上升，新书定价中位数从2018年的40元涨到45元。

2019年，《习近平在正定》在开卷畅销书榜单非虚构图书中排名第一，《活着》为虚构类第1名，少儿类第1名为《窗边的小豆豆(2018版)》。

鉴于榜单前十强多为经典老书，开卷2019年推出新书畅销榜。《习近平在正定》排在非虚构新书榜首位，《人生海海》排在虚构新书榜第一，《墨多多谜境冒险(28)—深湖暗影(阳光版)》排在少儿新书榜第一。

书店上架规则发生变化

自2016年网店码洋规模第一次超过实体店以来，二者的此消彼长已成为趋势。2019年，网店渠道的码洋占比达到了70%。

必须看到，网店高增速离不开折扣的强力牵引。2019年，整体网店渠道售价折扣由2018年的6.2折降为5.9折，打折力度进一步加大，而实体书店渠道售价折扣只有8.9折。

在此背景下，读者越来越倾向于在网店购买，尤其是头部产品和大众畅销品。

作家李洱曾说，我在网店只能买知道的书，在实体书店才能看到意想不到的书，遇见惊喜。

我们的实体书店过得如何？

迫于生存压力和吸引读者的需要，在一轮轮改造升级过程中，实体书店不断提高颜值并引入越来越多的商品品类，留给图书的营业面积不断减少。从开卷上架观测系统来看，实体店图书在架品种数不断下降，高上架率的品种占比也在不断减少，但即便如此，在架动销率依然在下降。在这种背景下，实体书店对上架品种的选择会越来越慎重，只有适合客流定位的图书才会受欢迎。

未来的书店是一个产品

今年的阅读X论坛主题为探索书店和出版的未来。倍阅·华师店、大河书局文化路第一小学校园阅读中心、黄山新华书店滨江路店、Kids winshare文轩儿童书店、临沂书城、覓书店方大城店、三联韬奋三里屯店、無料书铺五马店等10家书店获选“未来书店”。

近年来，新型书店、新型阅读空间的报道令人眼花缭乱，咖啡、文创、简餐、手工、电影……多元化经营令不少人质疑是否偏离了书店的主业与核心价值。

实体书店首先要生存，才能言及其他。变，才能生存。从商业本质来说，可持续发展的直接体现，就是书店在流量、转化率、客单价、复购率等关键数据上得到有效提升。首先是引流，其次是将流量转化为图书购买。

论坛上，中信书店副总经理刘旻分享了2019年北京世园会上的中信“自然书店”——开办162天，用2000多种中外自然好书、8个系列主题文创、轻食（简餐）及体验，服务了130万受众，成为世园会文化打卡地。“我的世界是一座花园”的图书主题里，包含了《鲜花帝国》《棉的全球史》《丝绸之路》等图书，你能够了解到东南亚香料如何刺激西方文明的发展、美洲的玉米土豆滋养了无数人、发源于西亚的麦子在“一带一路”变化出万千种美食、东方园林影响了西方人对风景的认知，丝绸之路、茶马古道连接了世界。你可以从美不胜收的手提袋、笔记本等文创上“听见花开的声音”，也可以坐在与蓝天绿地毫无阻隔的平台，悠然享受咖啡、果汁、意面和炒年糕这些“自然的馈赠”，有读者感叹：“我愿意在这儿待一整天！”

如果说，从社群到社会，从书店到生活，汇集“美好的思想和生活”的“自然书店”是高大上，那么大河书局则是向下深耕，在寻找真正的阅读群体和需求中生存和发展。大河书局董事长兼总经理李建峰注意到，整个河南省有各级各类学校（机构）5.36万所，在校生有2647万人。从河南全民阅读现状分析，接触阅读者0-18岁占36%，40-49岁占23%，他决定抓住孩子和他们的父母。他们帮助学校将原有的图书馆改造为校园阅读中心，有效解决了学校图书馆存书量不足、更新慢、借阅率低的问题。这里既是图书馆、阅览室，是学生们上阅读课的地方，还是四点半课堂和校园书店。每个校园阅读中心有2000余册图书，为不同年级的学生科学推荐适合阅读的优秀书目。“我们不叫书店，叫阅读中心。我们不仅依靠出版社生产的图书发行挣钱，还要创新经营，为消费者提供增值服务来赚取新增利润。”

开卷公司副总裁杨伟在总结中说，未来的书店将成为一个产品，图书只是其中一个小品类。在新的市场环境下，书店群体正通过“重新定义消费者”的方式打造书店这个产品，无论是书店主题的设置还是图书选品，抑或为这个消费者群体提供的相应服务。但图书选品是书店之所以称为书店的关键，是书店产品定义的核心和灵魂。

刘旻介绍世园会中信书店“自然书店”。　　本报记者 **张稚丹**摄

“2019书业年度评选”在京颁奖

本报电（**杨　帆**）1月9日，由出版人杂志社和北京开卷信息技术有限公司联合举办的“2019书业年度评选”颁奖典礼在京举行。

2019年优秀原创作品井喷，《云中记》作者阿来和《人生海海》作者麦家摘取“年度作者”大奖。

“年度出版人”大奖由新华文轩出版传媒股份有限公司董事长何志勇和人民文学出版社社长臧永清摘得。最近四五年，四川新华文轩的全国市场排名从第26位上升至第7位，其在大众出版领域的崛起被业界誉为“文轩现象”。自2017年到任以来，臧永清带领下的人民文学出版社经营规模和利润均实现成倍甚至数倍增长。除“新中国70年70部长篇小说典藏”、外国文学名著“新网格本”丛书、《汪曾祺全集》等精品力作外，《朗读者II》《庆余年》等畅销书也引发业界关注，该社还在数字出版、文创开发方面大胆尝试并取得可喜成效。

出版大批重磅选题的人民出版社和在童书出版领域稳步增长的明天出版社荣获“年度出版社”奖项。传世活字（北京）文化有限公司和后浪出版咨询（北京）有限责任公司获得“年度民营出版商”奖项。“年度书店”奖由单向空间·杭州乐堤港店和朵云书院旗舰店获得。“年度数字出版人”奖项由“凯叔讲故事”创始人凯叔和法律出版社数字出版部主任周洋获得。10位优秀编辑获得“年度编辑”奖。

基于当下新媒体在图书宣传、分销领域的突出作用，“2019书业年度评选”首设“年度新媒体”奖项。该奖项由人民卫生出版社旗下的人卫健康微信公众号和读客旗下的“书单来了”微信公众号获得。“书单来了”目前拥有506万读者，是国内出版机构打造的最具影响力的公众号之一。2019年，年收入突破2000万元，广告合作涵盖汽车、3C、美妆、日化、食品等各个领域，为出版机构新媒体的创收开辟了新路径。

本届评选颁出的“年度图书”精彩纷呈：《布罗茨基诗歌全集(第一卷上)》《加缪手记》获得年度文学类图书；《猎人》《云中记》获得年度小说类图书；《家族、土地与祖先》《我心归处是敦煌》获得年度社科类图书；《汴京之围》《抗战外援》获得年度历史类图书；《变量》《后真相时代》获得年度经管类图书；《穿过历史线，吃透小古文》《你当像鸟飞往你的山》获得年度教育类图书；《宋人丘壑》《印象巴黎》获得年度艺术类图书；《东京风格》《中国川菜史》获得年度生活类图书；《十问：霍金沉思录》《影响世界的中国植物》获得年度科普类图书；《巴颜喀拉山的孩子》《合欢街》获得年度少儿类图书；《章鱼先生过生日》《五千年良渚王国》获得年度绘本类图书；《隋书（点校本二十四史修订本）》《杨维祯全集校笺》获得年度古籍类图书。

中国实体书店超过7万家

本报电（**郭　雪**）“2019中国网络综合书店打卡大数据显示，中国实体书店数量超过7万家。美团点评上书店打开数据显示，2019中国新开书店数量超过4000家，关闭书店500多家，其中新华书店87家，民营129家。美国2019年只开了99家新书店，英国只有15家。”在2020中国书店大会上，百道新出版研究院院长、百道网董事长程三国发布了《2019-2020中国实体书店产业报告》。

由中国书刊发行业协会主办、百道网承办，时代出版传媒股份有限公司冠名赞助的2020中国书店大会暨“新时代杯”2019时代出版·中国书店年度致敬盛典1月8日在京召开。大会还发布了《2019中国实体书店图书报告》，致敬盛典颁发“年度书店之都”“年度最美书店”“年度主题书店”“年度乡村书店”“年度社区书店”“年度书店品牌”等年度称号，深圳市荣获“年度书店之都”。

2019年，实体书店业发展态势良好。受政策拉动影响，校园书店特别是高校书店成为建设重点；实体书店传统卖场升级改造力度不断加大；深圳第六座书城龙华书城、新疆国际友谊书城、湖北黄冈遗爱湖书城等相继投入使用。目前中国5000平方米以上书城已有135座，其中1万平方米以上书城35座。

中国书刊发行业协会理事长艾立民表示，“书店重做”是指书店的整体功能、经营方式和业态整合更加适应当前新零售和新消费带来的变化，坚持书店核心价值，走创新发展之路。程三国从价值、模式、供应链、选品、产品、电商、场景、数据、活动、设计等10个维度提出“书店重做”路径。他预言，未来10年，中国将诞生世界上最大的品牌书店。

影视剧作品带动原著销售

本报电（**小　章**）2019年底，亚马逊中国发布2019年度Kindle阅读榜单。《三体全集》《长安十二时辰》和《明朝那些事儿》分列“年度付费电子书畅销榜”前三甲，《都挺好》《美国陷阱》和《显微镜下的大明》位列“年度付费电子书新书榜”前三名。北京、上海、深圳人均购买Kindle电子书数量最多。

热门影视作品将观众引向原著作品的阅读。电影《流浪地球》票房超46亿元人民币，带动刘慈欣的《流浪地球-经典短篇选》拿下畅销榜第五。网剧《长安十二时辰》的红火使得马伯庸原著《长安十二时辰》登上“年度付费电子书畅销榜”第二名。来自电视剧《大江大河》《欢乐颂》原著作者阿耐的《都挺好》，位列“2019亚马逊中国Kindle年度新书榜”第一名。

“2019亚马逊中国Kindle Unlimited电子书包月服务借阅榜”前10名有7本是文学类书目，陈磊的《半小时漫画中国史》位列第一。

《中国当代艺术2019》出版

本报电（**何　辉**）　艺术批评家丁正耕新编著的大型年度性文献《中国当代艺术2019》近日出版。全书大十六开本，精美、厚重，收录了本年度活跃的何多苓、毛旭辉、张晓刚、毛焰、邓箭今、申伟光、苏新平、谭平、何家英、纪连彬、田黎明等100多位艺术家创作的作品。

《中国当代艺术》系列丛书创办于1999年，21年来秉持前瞻性、当代性、学术性、真实性、纪录性原则，连续追踪记录中国绘画艺术创作与理论发展，具有艺术、社会、文化、文献等多方面价值。

梁晓声新作《文艺的距离》首发

本报电（**林子夜**）“人都希望接触更多的文艺，这是一种主观愿望。”对与新中国同龄的梁晓声来说，小时候伸手跟父母要钱买书，是件困难的事。

但随着时代的发展，文艺和人的距离越来越近。基于这些年文艺欣赏、文艺创作的切身体会，梁晓声以犀利眼光深入浅出地分析了从抗战时期以来不同阶段中国的文化生态，并对文艺界的变化趋势进行了反思，写成新作《文艺的距离》（**中国民主法制出版社**）。

1月9日，该书在2020年北京图书订货会首发，发布会现场座无虚席。作为第十届茅盾文学奖获得者，梁晓声坚守人文立场，他在现场发言中提醒大家思考商业化、网络化对文艺可能造成的影响。

品味“辛”“辣”中的文化

王子今

四川出土过大量表情生动的说唱俑，其快乐原因不乏庖厨经营和宴饮享受。忠县出土的手提鲜鱼等食材的陶俑，成都出土的表现案上持刀操作的陶俑，都是笑盈盈的。宴饮图像往往有乐舞场面形成的欢娱环境，人物形象从容曼妙，烘托出柔和安逸的气氛。蓝勇写道：“汉代画像砖石中，以巴蜀地区的画像砖石尤为世俗化，其中特别是以宴乐烹饪题材偏多为特色……”蓝勇在《中国川菜史》（**四川文艺出版社**）中认为：“巴蜀社会中对饮食的关注度可能在中国乃至全世界都是独一无二的。”

《华阳国志》卷三《蜀志》说“蜀之为国”，其地“尚滋味”“好辛香”。蓝勇理解，所谓“尚滋味”，体现在对较高层次消费生活的追求、对较高等级饮食质量的欣赏，对较高水准烹饪艺术的享用。这种“滋味”的品尝，是美好生活体验的重要方式，其实也是当时人幸福指数的表现。

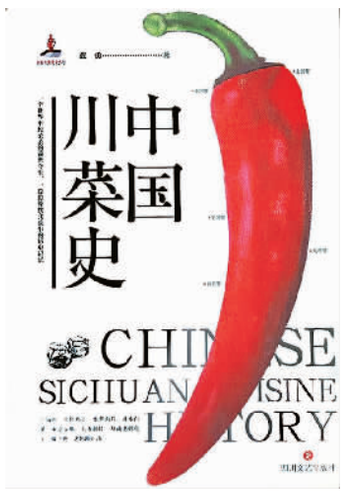
说川菜史，自然离不开对蜀椒的追溯。《艺文类聚》卷八九引《范子计然》说：“蜀椒出武都，赤色者善。”扬雄《蜀都赋》“木艾椒篱”，左思《蜀都赋》“或蓄丹椒”，《齐民要术·种椒》关于“蜀椒”的文字，都说明蜀人对“辛香”的偏爱，是通过今天常称作花椒的“蜀椒、巴椒、川椒”等调味品的厨艺应用实现的。

辣椒传入中国，对传统川菜形成了显著的影响。“海椒”名号，指示了其外来的路径。《中国川菜史》考察诸多方志资料和民俗文化信息，注意到贵州及其相邻地区“清初开始食用辣椒”，“嘉庆以后，黔、湘、川、赣几省辣椒种植普遍起来”，并引余上泗《蛮洞竹枝词》“漫踏高枝摘海椒，冬来采得春花戴”以为说明。

乾隆十四年修《大邑县志》卷三《物产》：“家椒、野椒、秦椒，又名海椒。”应该是我们发现的四川地区最早有关花椒的记载。清代中叶至民国初年，川菜中使用辣椒，经历了“逐渐增辣增量过程”。徐心余《蜀游闻见录》记录清光绪年间饮食民俗：“惟川人食椒，须择极辣者，且每饭每菜，非椒不可。”有人说川南自贡一带嗜辣尤为著名。《自流井竹枝词》写道：“性情恭烈惹风潮，味要和平缓缓调。怪得人心都辣坏，劝君少吃七星椒。”

除了从“辛香”到“麻辣”的历史变化而外，《中国川菜史》还注意了川菜系列中“动物类荤食菜品的开发利用”，“郫县豆瓣与传统川菜味型特征的形成”，“川酒”和“蜀茶”在巴蜀饮食生活中的地位等，对“晚清传统川菜的代表性菜品”进行具体介绍，同时又就“民国以来传统川菜菜品的定型”进行了梳理说明。关于清末至民国时期“巴蜀饮食商业”的经营状况，作者考察了重庆、成都、自贡、泸州、绵阳、内江等28个地方饮食业的繁荣和商业的发展，描绘了多姿多彩且香气四溢的巴蜀饮食风味地图。有关“传统川菜内部亚菜系的出现”，作者分别就“成都帮”“重庆帮”“大河帮”“小河帮”“自内帮”等有所考论，分析了这一区域饮食文化生成和发育的“来龙去脉”。

饮食史是社会生活史的重要内容。任职西南大学历史地理研究所的蓝勇，对于烹调真心热爱，曾发掘传统文献中的宝贵信息，开发出古川菜菜品，并参与组建餐饮服务企业，还创建了西南大学地方史研究所川菜文化研究室和烹饪实验室。



我想，如果更多的历史学家能在讨论王朝兴衰、执政得失、治国成败之外，关心普通人的生活、考察世俗文化、记述平民经济中的发明和创新、发现民众在柴米油盐日常中的喜好和快乐，也许可以使得学术事业更为丰满、充实，富有生活气息。

（**作者系中国人民大学国学院教授**）