



苏北散文集《那年秋夜》搅动文坛

商报讯 日前,作家苏北最新散文集《那年秋夜》由安徽人民出版社出版。

苏北是近年散文界较为活跃的,创作风格较为特别的作家。他1986年开始文学创作,至今已在内地和港、澳、台地区发表作品一百多万字。著有回忆性专著《一汪情深:回忆汪曾祺先生》、散文集《灵狐》、《水吼》、小说集《蚁民》等。《那年秋夜》收入苏北代表性散文89篇,约22万字。其中《城市的

气味》、《相亲》、《幸福》、《水吼》、《长山》等作品,曾被诸多期刊转载,或收入各种年选。作品曾先后获全国报人散文奖、汪曾祺文学奖金奖、《人民日报》征文奖等重要奖项。

有评论家认为,苏北作品“其文淡雅,意境高远,深得汪曾祺真传”,“像一幅水墨画,独具魅力”。作家凸凹认为:“苏北文字心存善意,悲天悯人,温暖和煦,冲淡平和。”复旦大学中文系教授王宏图指出,苏北的文字具有随物赋形的特点,是那种敞开内心的低姿态的写作,不故作豪言壮语,而是保有了一种恬淡率真的风格,在当下普遍浮躁的文学创作中颇为难得。

(谢文)

华东六少产业链扩容起步

■本报记者 孙 珏

3月16日,由华东六省少儿出版联合体主办、明天出版社承办的2011年华东少儿出版联合体营销峰会在泉城济南召开。浙江少年儿童出版社市场营销部主任沈伟忠用iPhone现场微博播报了该社的图书被经销商围观的实况。有图有真相,会场的人气确实不赖。

下一个热点花落谁家

华东六少社营销峰会前,不少产品已在书店摆开销售阵势。此番书店为出版方带来更多的是在销图书的最新实况:读者反馈、销货速度、出版社投入力度是否与市场情况相符,以及对某些产品改进建议,对潜力作者重新包装的提议等等。这些在会议交流中显得尤为重要。

当然,经销商们最为青睐的还是名家名作,如安徽少年儿童出版社杨红樱的《淘气包马小跳(漫画版)》。浙江少年儿童出版社的“动物小说大王沈石溪品藏书系”、杨红樱“非常校园”系列(8册),升级版的“冒险小虎队”系列也被经销商们认为“改造十分成功”。浙少社依然是华东六少社中发展十分稳健的一个,今年的新书品种有400多个,全面的动销品种有3900多种。问及多年常销品打造秘诀时,该社副社长郑重表示,多数少儿书销售周期只有半年,成为畅销书是偶然,成为常销品更不容易,除了本身的内容品质好,品相也十分重要。在团队项目考核上,该社开出了毛利7%的激励措施。由于施行年限早于很多少儿社,让编辑尝到甜头也是底盘稳健的因素之一。明天出版社基于杨红樱《笑猫日记》开发的《绿狗山庄》、伍美珍的《阳光姐姐小书房》开发的《生命流泪的样子》也被看好。明天社社长胡鹏对图画书特色板块同样信心十足。他表示今年将继续在引进版、合作版以及原创作者培养上投入力量。二十一世纪出版社此次很有胆量的将“宝”全部押在了“活宝三人组”身上,在宣介会上花了15分钟时间只介绍了这个品种。从会上的反馈看,江苏少儿出版社主打的“赛尔号”新品系列



仍有望延续其之前的畅销风潮。福建少儿出版社社长陈效东则希望借新品“秦文君儿童文学”系列、《蓝巨星和绿豆鲨》鼓舞士气,奋战2011。

相关数据显示,2006年少儿图书平均定价为17.03元,2010年攀升至19.23元;2006年少儿新书品种数为8061种,2010年为19099种。不容忽视的是,去年少儿图书的动销册数仅是5年前的77%。动销品种规模增长与单品效益提升的“矛盾”始终贯穿少儿图书成长的5年,华东六少社同样被裹挟其中。出版社在码洋收益上的突飞猛进,有多少是书价提升和品种规模贡献的,大家内心可能都有一笔账。有些熟稔的经销商,看看封面和标题,就能对这个书的市场潜力做个大概判断,但驾轻就熟的背后他们也不乏焦虑情绪。深圳市杨帆书海文化发展有限公司老板刘世栋是深圳地区的代理商,主营业务中有1/4强是少儿书品种。他很希望在会上抓住一些趋势性的东西,比如下一拨热点会在什么地方?杨红樱、伍美珍这些盘踞畅销书榜单的作者之后会是哪些人?5

●谁在说

白冰:让“小狐狸叮咚”成为知名民族卡通形象

商报讯 3月19日,苏州天润安鼎动画有限公司与接力出版社在北京联合举办了“小狐狸叮咚”诞生庆典暨《小狐狸发明记》动画片、图书面世新闻发布会。动画片制作方苏州天润安鼎动画有限公司董事长丁冬在会上介绍,曾在“法国戛纳电视节目交易会”上引起轰动的52集国产原创纯3D动画片《小狐狸发明记》已于日前登陆中央电视台。《小狐狸发明记》首次采用了真实表现感超强的“毛发渲染技术”,每一个场景、动作、表情的制作精细程度可媲美电影。

《小狐狸发明记》图画书出版方接力出版社总编辑白冰表示,《小狐狸发明记》的动画故事书首批13册已于2011年2月由接力出版社抢先推出,同名图画故事书前6册也正在制作中,并有望于2011年五一前后与全国读者见面。他表示,最好的童书是有意思、有意义,动画片也

●书业人织“围脖”



网友石小岩拍摄的合江亭夜景

●沈浩波:很多人只看到出版界所谓“天价版税”,说实话,其实也不算多。但当出版商与作家建立更深刻的默契关系时,也有名首印签约的。我们刚签下一著名实力派作家的3部长篇,零首印。全凭信任。有兴趣的可以来有奖竞猜。猜中的有机会获赠《明朝那些事儿》精装全套。提示:1.南方人。2.很畅销。3.性格温和。

近日,磨铁沈浩波的一条微博激起众多网友的好奇。几位知名畅销作家都被网友们列入了“怀疑”名单,沈浩波的回答也透露了不少信息——

●沈浩波:不是慕容。但我们确实刚刚与慕容雪村谈妥一本书。

●沈浩波:我们确实签下了韩寒。也是比较长的约。也没规定首印数。可能5月就会有一本他的书出版。但我这里说的不是韩寒。

●四川文艺出版社官博:#随手

产业链升级扩容

儿童网游图书是近年的市场热点,并长期盘踞少儿类图书榜前列。传统出版在这个产业链上的位置一直比较尴尬。二十一世纪社营销总监吴锦坦言,他们也竞过标,但现在要价越来越高,出版方没法掌握主动权。于是,该社与上海一家网游公司进行技术合作,前期投入200万元,以晓玲叮当的《魔法小仙子》为起点,延伸出版产业链,建立自主网络游戏平台。此外,去年,该社招聘了一批新技术人才,组建数字出版中心,部门已经在为iPad等各种数字阅读平台做相关的配套产品。当然,撇开这些正在进行中的转型不说,展会上让经销商立马能看到商机的是该社的“点读笔”系列。

二十一世纪社已与步步高、读书郎等十几家电子科技企业实现异业联盟,今年将有200多个新品推向市场。换句话说,只要是卖“点读笔套装礼盒”,其中必定有二十一世纪社的十本配套书。安徽蚌埠新华书店业务科长陈立敏打算回去将以往分区销售的电子产品和图书结合起来推广,她很高兴点读笔返券促销带来的图书销售。

对于创意文化产业园区的打造,郑重抱持积极但谨慎的态度。“如果地方

政府的土地政策依然是‘招拍挂’,出版企业的实力实际很难与某些大企业抗衡。在这种投入产出比不匹配的情况下,园区的构建还有待考量”。而与娃哈哈公司、浙江普达海公司合资成立文化公司的事宜则已摆上日程,其中为传统内容做“增量”的数字出版、多媒体阅读也是公司业务的一部分。本报之前报道的苏少社三大产业中心的构建也在会上被不少人津津乐道。该社相关负责人告诉记者,产业链的打造要见成效还需要一段时日,正在谈判的合作方目前也不便透露。

安少社社长张克文今年最大的心愿是重续虹猫蓝兔的辉煌。让他有底气的是,近几年一直潜心打造的“玩具书新型产业链”,眼下已成为了安少社的重点业务板块。该社是第一家进驻玩具实体店的图书出版机构。在广州宝贝城股份有限公司儿童用品Mall店,有安少社37平米的玩具书销售卖场。张克文“让玩具商来卖玩具书,打通了传统的卖书通路”的梦想已经初露曙光。现在,安少社除了参加大大小小的业届会,香港的玩具店和广交会都能看到他们的身影。“好好玩玩具书”系列中的“汽车书”上市2个月就销售了1.8万册,“赶货都有点来不及”让安少社市场营销部主任丁凌云对这个市场今年的表现相当有信心。此外,他们还在积极接洽各类网站的母婴频道,直接将信息送达终端读者。

陈效东坦言,从资源上说,目前已经很难超越其他几家少儿社。想要“扳回”局面,唯有另辟蹊径。利用闽台地域优势,进行两岸出版合作是他的打算之一。该社副社长黄伟岸牵头的数字出版调研也有望于今年拿出方案。黄觉得,数字出版的瓶颈问题,诸如海量数据信息获取、国有资产保值增值条件下的投资通路等都需要实实在在地解决,而摒弃“内容提供商”概念控制数字出版平台“价值流”,为儿童提供个性化服务,重新塑造了商业的各个环节。从这里面找到突破口,少儿领域的数字出版也许会在不久的将来出现颠覆性变化。

广州新华书店集团有限公司越秀购书中心是去年底新开的新店,主营文教、少儿图书以及玩具、数码电子产品,是全国首家青少年书城。专门为少儿单独开辟卖场在新华系统并不多见。该中心副总经理吴丽冰告诉记者,开张以来,销售增势不错。“证明当初的定位是正确的”。除了少儿图书,为儿童提供更为全方位的服务是他们的目标。包括培训等外包业务也是服务项目之一。此次在会上,多家出版社少儿产品产业链的拓展也为他们带来新的经营思路。

(上接第1版)

涉足中职教材有赖前端介入
业界呼吁资质遴选“计划外招生”

中职教材出版的行政主导性比较强,教材是否能获得国家的认定,对于教材推广效果有非常重要的作用。在去年的大类专业基础课教材遴选中,中国人民大学出版社因产品有限而未能参与,但该分社社长罗海林希望能参与到今年的这次遴选当中。其实不仅是人大社,对于更多希望介入中职教材出版的出版单位来说,这都将会是至少两年内最后的机会。

如何把握这次机会?不同类型的出版社有不同的招式。

招式一:与行业协会深度合作进行教材建设。在前两轮规划新教材遴选中,化学工业出版社都参加了投标,但是中标的品种并不算多。总结原因,化工社教育出版公司总经理郎红旗表示,化工社在德育课、文化基础课、机电大类专业基础课上优势并不突出,但是在化工相关行业上,如化工、食品、环境、医药以及焊接、机械加工等专业领域有自己的优势,多年来也一直重点建设化工相关行业的专业课教材,因此该社很希望能够在第三轮遴选中有较好的表现。早在1995年,由原化工部牵头组建的化工行业大中专院校教学指导委员会就已经由教育部批准成立,并在2005年前后制定了中职化学生工艺等专业课程标准。化工社通过参加“行指委”组织的专业建设研讨、教材建设研讨、职

业院校专业技能大赛等活动,不仅积聚了一批优质的教育出版资源,建立了一支过硬的教材编写队伍,更从课程标准的层面贴近了国家的政策导向和课程改革方向,从而在未来的专业教材建设工作中占据了有利的地位。但是,郎

红旗也表示,未来的国家规划专业教材的申报遴选也给化工社带来了比较大的压力,从前两轮遴选情况来看,出版社除了要确保教材质量之外,还需要具备较强的产品研发能力和综合服务水平。为此,化工社在坚持教材的特色和质量的同时,需要进一步强化综合服务能力。这包括建立教学资源网为中职院校教学提供立体化服务,通过派驻各地的教学服务人员走访学校了解教学实际并进行有针对性的营销。此外,化工社还在全国分不同的专业组织教学研讨活动和教材推广会,请优秀的任课老师和优秀的教材主编说课,进行中职各专业的教学交流。

招式二:从较具发展潜力的专业切入做教材出版。“工学结合”作为中职教材开发的大方向,近年来颇受教育界追捧,华中科技大学出版社在两年前出版了工学结合案例式教学的“汽车维修职业教育实训课‘工艺化’”系列教材,但推广效果并不理想。华中科大社副社长王连弟发现,很多中职院校还远未具备进行工学结合教学的条件,不少老师对于工学结合的理念也不太接受,因此她认为如果仅仅专注于研发教材尚无法保证教材的市场。在吸取了前面的教训之后,该社在2010年采取了边研发、边找市场

●企业行动

武汉大学社推新书纪念辛亥革命百年

商报讯 武汉大学出版社围绕辛亥革命近期将推出《大汉口码头》、《百年汉阳造》、《辛亥革命诗词500首》等一系列纪念辛亥革命的新书。

3月5日,由武汉市宣传部等单位策划,为献礼“辛亥革命100周年”拍摄的电视连续剧《汉口码头》在汉开机。为拿到该剧的图书出版版权,武汉各大出版社也展开激烈争夺。最终,武大社成功拿到了该剧改编成长篇小说的版权。目前出版社正积极造势,力争将该书做成畅销书。

除《大汉口码头》外,武汉大学出版社还计划于今年5月底推出长篇小说《百年汉阳造》。武大出版社已委托媒体及网络征集该书封面设计,同时还将向海内外人士征集辛亥革命及汉阳兵工厂的照片。

此外,该社还推出了《辛亥革命诗词500首》一书。该诗集是我国目前选编的辛亥革命诗词选集中主题最集中、内容最全面、诗词数量和作者人数最多的诗词选集。据该社负责人介绍,除上述三本书外,学术分社也将出版一系列纪念辛亥革命百年的学术性书稿,为武汉市及至全国隆重举行纪念辛亥革命100周年活动献上一份文化厚礼。

(张福臣)

博集天卷《萌·日本》版税捐灾区

商报讯 继去年凭《别跟我说你懂日本》在日本题材板块抢占市场后,中南博集天卷文化传媒有限公司又于近期策划推出了“经典动漫日本史”系列,《萌·日本史》(江苏文艺出版社版)就是该系列的首部作品。据了解,近日《萌·日本史》征订量激增三分之一,首印10万册尚未铺货已预订一空。博集天卷以“动漫”作为切入点,挖掘今年继续延烧的日本题材,除了看好这一市场外,也是在年轻人历史读物板块发力的表现。

据策划蒋晓丹介绍,“经典动漫日本史”系列定位在80后、90后目标读者,这一年龄层的读者熟知日本经典动漫,但对动漫背后的历史却不一定十分了解。因此,《萌·日本史》尝试以经典日本动漫为切入点,深入剖析日本历史和社会各个层面;收录曾经整整影响过中国一代人的日本经典动漫,通过动漫背后曲折离奇的故事,引导读者去了解日本、了解日本历史。将动漫等流行文化作为大众历史读物的选题角度,目前在同类图书中还难得一见。

动漫受众群是否会成为历史读物新的增长点?博集天卷此前曾就此进行了长时间的调查。仅动漫论坛、贴吧的上千万注册用户中,对于介绍动漫故事相关历史背景感兴趣的用户就十分可观。动漫族的阅读需求在引导下将形成颇有潜力的市场。据悉,博集天卷已计划与东映等日本动画公司进行合作,在该系列其他图书中扩充动漫形象,融入更多动漫元素。

另据了解,《萌·日本史》一书作者樱雪丸已委托博集天卷将该书所得版税的一半捐出,帮助日本3·11特大地震的受灾人们。

(张伊)

世图北京公司打造读书沙龙品牌

商报讯 近日,世界图书出版公司北京公司主办的“心能量·新生活”首场读书沙龙在孚王府举行,近三十位专家与读者参与了此次沙龙活动。

活动中,世图北京公司约请资深心理专家与关注女性心理成长的读者朋友,共同分享了关于婚恋、职场等多方面的读书心得。活动的举办,提升了读者对于“心能量”所带来的幸福感的认识,使读者把书中深奥理论与现实生活相结合,得到了更多的阅读乐趣与知识收获。

据了解,“心能量·新生活”读书沙龙是世图北京公司着力打造的心理学作者、读者、出版社提供交流机会的平台,每月举办两场。公司将利用在心理学出版领域的优势,在这个平台上为首都读者奉上一系列的精彩主题活动,从而提高世图心理品牌知名度。

(孙 珏)

的方式进行中职护理专业教材的开发,由于国家对于全民医疗护理投入的加大,护理专业人才需求旺盛,加之护理专业教学对于工学结合要求比较高,使得该类教材在出版后迅速得到了相关院校的认可。

招式三:教学科研带动教材出版。对于一部分有资源优势的出版社来说,进入教学科研前端可以保证其所开发的教材能够反映中职教育发展的最新成就。据科学出版集团教教中心总编辑陈利介绍,该中心就积极参与到教学科研活动中,承接了多个专业的中职教育整体解决方案研究,组织相关院校进行了系统研究,在已经取得成果的基础上进行教材建设,开发了包括信息技术、计算机、机电大类、经管、财会、物流、食品药品工业等多个专业门类的教学整体解决方案。

在新一轮教材遴选启动之后,中职规划新教材的出版逐渐形成了“一纲四本”的出版格局,也就是说,每门文化基础课、德育课、大类专业基础课中职教材最多有4种教材入选——对此,受访业者普遍认为“远远不够”。有专业人士指出,与文化课、德育课及大类专业基础课教材不同,中职专业课教学与地域经济发展水平的关系更为紧密,其教材要能够体现出地域之间的差异性,并且体现出地方院校的教学特色。因此在这一批次的教材遴选中,教育部可以考虑放宽标准,应允许更多出版主体参与角逐,突破“一纲四本”的限定,最终形成“一纲多本”的出版格局。