



金波诗配世界知名儿童文学形象“莎拉公主”

本报讯 “莎拉公主”感恩绘本从书近日由人民文学出版社和天天出版社联合出版发行,丛书由《亲亲我的小花》、《收获的季节》、《陪伴》、《愿望》、《温柔的小医生》、《爱心晚餐》6个绘本组成。该套丛书通过莎拉公主这个可爱小女孩的日常生活小事,从感谢自然、感谢生活和感谢亲友这几个角度,为小朋友们讲述了6个动人的感恩故事。感恩故事的插图,精选了莎拉·凯笔下的经典的艺术形象,配以美丽精致的小花边,可以给孩子们带来美的熏陶和艺术启蒙。6个故事分别

包括感谢植物、动物、劳动、节日、生病等温情动人的情节,教会孩子们如何心存感恩、关爱自然、热爱生活、照顾亲友。

值得一提的是,全书内容由著名儿童文学家金波老师审读,并为每一本书配诗一首,不但让绘本的文字更具美的色彩,而且让整本书更具诗情。

作者莎拉·凯是澳大利亚知名的插画家,她的画风温暖素雅,让人感受到儿童的纯真“莎拉公主”是莎拉·凯笔下的著名人物形象。她已出版的图书作品销量超过百万,被翻译成法语、西班牙语、意大利语等多种语言。

(张岱)

密切社店信息沟通 加强卖场终端维护

2012华东六少社小分队调研发现

由六少社共同创建的小分队联合营销模式在上世纪90年代就开始,当时对建立渠道、维护销售网络起到了良好的作用,20多年来,小分队活动一直坚持进行,近年来由于图书市场的变化,六社发行部门认为有必要加强联合发行,近两年又开始强化这种小分队模式。各地新华发行集团实行连锁后,出版社与省店、连锁总部加强了沟通,但与地市及基层店联系减少。如今书店卖场面积增长有限,同时又在开拓多元化,而图书品种又大幅增加,书店更注重精选上架图书,优化图书结构,出版社针对书店需要,持续不断地去施加影响才能促进销量。

■ 本报记者 张岱

组建传统的小分队形式是六少联合体的专有特色之一,六社共同上阵,各地市新华书店都非常重视,在督促卖场陈列、沟通感情和加强渠道建设方面很有成效,成为出版社掌控渠道的好方式。六少社抱团营销的效果明显,这是任何一家出版社单打独斗完成不了的。经过小分队调研之后,有一些图书品种的销售有了明显增长。例如7月16日至20日记者亲历的小分队调研山东市场,就达到很好效果,沟通社店信息,向书店推荐重点图书,增进社店友谊。作为东道主山东省的明天出版社副社长李文波介绍,六社社领导及发行人员与山东省店及各地市店经过此次调研,达成了多项共识以及今后的合作计划,书店和出版社表示将通过合作,将六社图书产品的市场

占有率提高到一个新高度。通过调研了解到,目前各少儿出版机构对书店卖场面积及货架的争夺尤为激烈。华东六少社品牌图书众多,但在少儿柜组联系及卖场促销手段上不够灵活。今后,六社将定期联手开展华东六省少儿出版联合卖场柜组人员的培训会,并通过统一的形象宣传,进一步提高市场占有率,李文波表示。

山东省店还组织了临近区域店,潍坊市店、淄博市店、东营市店共同参会。书店业务以及卖场、基层店人员,与小分队进行了面对面的全方位的沟通,全面分析了六社在各店的销售情况,并提出了一些中肯而宝贵的建议。例如调研中发现,一些门店少儿书销售额偏低,仍有很大的提升空间。民营书商的快速灵活和折扣优势,也对六社的发行造成了冲击等等。对此,六社分管领导均表示要研究对策,制定具体跟进措施,加强业务与采购之间信息互通。

浙江少儿出版社市场营销部主任沈伟忠谈到,在山东省店、济南市店、烟台市店、青岛市店,浙少社的销售都有不同程度的增长。浙少社超级畅销书“查理九世”、“小虎队”系列、“沈石溪动物小说”系列及汤素兰“笨狼”系列、“杨红樱樱桃园”、“非常校园”系列、张秋生的“小巴掌”系列等重点品种在山东地区的销售都有上佳表现。

多次小分队之行,也让浙少社深刻感受到需要直面少儿图书市场竞争挑战,需要进一步走进图书卖场,下沉分销渠道,挖掘更多市场机

会,必须重视业务增量,重视暑期推荐活动、重视农家书屋、馆配等工作,从而发现更多业务增长点。

在调研中发现,很多书店制定了完善的门店营销奖惩办法和员工日常工作行为规范细则,对营业员的日常行为规范、每天销售业绩进行统计考核,并及时兑现奖惩。对畅销排行榜、重点书推荐、营销活动、库存控制等工作,落实到班组进行考核,利用奖惩引导员工行为,激发了班组的积极性和创造性。设立单项考核奖和优秀班组奖,对在营销策划、导购服务、店外销售等方面工作突出的员工及班组进行表彰奖励,每季度评选一次,以提升员工的工作积极性,这对出版社策划营销活动很有帮助。

二十一世纪出版社图书发行公司总经理吴翰提出,各社应该实行“个性化合作”,根据当地读者特点,出版社将制定不同的营销方案,以应对不同层次的读者需求,从而提升销售份额。

据悉,今年8月中旬,应南国书香节组委会邀请,华东六少社以统一形象参加了第六届南国书香节。在这届书香节上,华东六少邀请了伍美珍、王一梅、晓玲叮当等5位儿童文学名家开展读者见面暨签售活动。同时,承办方广东发行集团也单独对华东六少社的产品进行了码堆展示,进行重点宣传。借助这次参展,六社还分别与广州购书中心、深圳市新华书店进行了调研和座谈。安徽少儿出版社市场营销部主任丁凌云表示,通过调研座谈发现,无论是广州购书中心

还是深圳市店,虽然书城零售环境越来越严峻,但华东六少的市场份额在这两大店都呈现出增长态势,且占份额比较大。如在广州购书中心,华东六少累计动销品种达2万多种,占少儿零售比重达21.6%。在深圳市新华书店,华东六少社的增幅高于该店平均增幅3%。具体如安少社的表现,在《迪士尼立体挂图》、《喜羊羊立体挂图》、“常春藤”、“赛尔号大电影”、“小鸟3号”等一系列品牌图书的带动下,安少社销售增幅高达40.68%。其中“常春藤”系列1~7月销售码洋达5万多元,该系列中的《武器大百科》、《法布尔昆虫记》在六一活动期间仅10天就销售1.3万元以上。《迪士尼汉语拼音》《金葫芦双面挂图——九九乘法表》等挂图系列单品销售都在百张以上。

在调研的座谈会上,华东六少社还与书店就下一步共同社店营销、开展更深入的对接工作进行了充分的交流与研讨,书店方面在通报门店上半年整体销售状况、少儿类销售状况、六社各自销售状况等重要数据的基础上,对六社产品及市场作了针对性的分析。另外,各家也根据市场趋势和读者需求,积极建言献策,表示华东六少社作为少儿出版领域重要力量,将给予更多的关注和支持。书店报告数据显示,少儿品类在实体店销售中占比呈增长态势,但少儿品种则相对过剩,导致该类别竞争激烈,图书的生命周期缩短。且在少儿图书的细分类别中,科普图书呈逐年上升态势,但缺少精品科普图书支撑。实体店门店受电商冲击明显以及各实体店名家签售等营销资源的迫切需要等等都在调研报告中体现。江苏少儿出版社大众图书营销部主任朱红玮表示,密切社店信息沟通,加强终端维护,营销宣传的多样化及形式的创新等等都是一些跟进手段。调研同时,六社协商确定每年由省级店牵头组织,开展华东六省少儿出版联合卖场柜组人员的培训会也是调研成果之一。



中少社重构版贸新模式 欲造“林格伦产品王国”

■ 本报记者 宇 润

日前,中国少年儿童新闻出版总社(以下简称“中少总社”)隆重推出“安徒生金质奖章”获得者、永远的童话外婆林格伦女士的儿童文学全集(全套共14册),并携瑞典驻华大使馆共同举行林格伦儿童文学全集中文版首发暨世界经典汇聚中少总社发布会。

阿斯特丽德·林格伦是世界级的儿童文学大师,是“国际安徒生奖”获得者,被亲切地称为“童话外婆”。其作品被译成多种文字,已出版90多种版本,发行量达到1.3亿册。中少总社作为中国唯一一家获得林格伦图书出版权的出版社,具有唯一性和不可替代性。中少总社极其重视林格伦图书的出版,把出版林格伦图书作为一个长期工程,全面开发。从1999年起,中少总社开始出版林格伦作品。2006年与版权方又重新签订了一系列合同,开发了包括“林格伦作品选集”、“林格伦精品绘本”等5种图书,共33册,累计销售总数近150万册,其中代表作《长袜子皮皮》已成为中国中小学生学习阅读推荐书目的经典代表。

自2006年开始,中少总社先后出版了《长袜子皮皮》、《淘气包埃米尔》、《小飞人卡尔松》、《大侦探小卡莱》、《米欧,我的米欧》、《狮子兄弟》、《吵闹村的孩子》、《疯丫头马迪根》、《绿林女儿》等9册林格伦作品。2012年8月,又出版了《海滨鸟岛》、《叮当响的大街》、《铁哥们儿搞贼记》、《小小流浪汉》、《姐妹花》等5册。至此,全部14册的《林格伦儿童文学全集》正式奉献给中国孩子。

除了14册的“林格伦儿童文学

全集”,中少总社近几年已经成功出版了包括比利时的《丁丁历险记》(22册)、意大利的《罗大里经典作品》(6册)和《洋葱头幽默童话》(5册)、法国的《小淘气尼古拉》(4册)及珍藏版、荷兰的《安妮·施密特经典作品》(4册)、比利时的《布尔和比利》(6册)、德国的《雅诺什经典绘本》(2册)、英国的《麻辣女生基地》(8册)、德国的《劳拉的星星》(7册)、日本的《小妖怪童话》(8册)等众多世界经典儿童文学作品,真正实现了“世界经典汇聚中少”的出版目标。

中少总社图书中心总监缪惟在接受记者采访时表示,“世界经典汇聚中少”的工程项目在1999年拉开序幕,直至今日,整个项目的框架已经搭建起来,但作为一个开放性出版项目,它的生命力还很旺盛。目前,中少总社已经将目光投向更为广阔的全球经典儿童文学,包括印度、埃及、土耳其以及拉美、南美等国家和地区。中少总社还会创造一些条件推出大师们的全集作品,社里除了考虑经济价值,也会在乎它们的“学术和文化价值”。

而对于这种世界经典性文学品种的打造是否仅仅限于引进图书版权,缪惟也给出了答案。他表示,针对“林格伦作品全集”,中少总社正在接洽购买其中的经典形象的版权,打造学习类、认知类图书,让中少总社的编辑介入到产品的深度开发中,从而创造出更多的产品,行销到世界的其他国家,进行反向输出。而对于林格伦本身,该社也打算进一步引进其自传、戏剧作品,向中国读者更为全面地展示一个世界级作家的风貌。

麦克米伦世纪童书年度成果盛大揭幕



本报讯 日前,一场盛大的“麦克米伦世纪童书年度成果发布会”在北京临空皇冠假日酒店举行。新闻出版总署副署长郭书林,新闻出版总署原署长于友先,中宣部出版局副局长巡视员张拥军,新闻出版总署出版管理司司长吴尚之、版权管理司司长于慈珂,中国版协少儿读物工作委员会主任海飞,麦克米伦教育出版集团全球总裁西蒙·文伦,麦克米伦教育出版集团大中国区董事、总经理刘璐,中文传媒副总经理、二十一世纪出版社社长张秋林等出席发布会并发表了精彩致辞。

成立于2012年初的北京麦克米伦世纪公司借此盛会亮出了自己的第一份成绩单。北京麦克米伦世纪公司是由全球最大的综合性出版集团之一麦克米伦出版集团和国内少儿出版的领跑者二十一世纪社共同投资设立的。它的诞生首创了国内品牌出版社与国际著名出版集团在资本层面合作的范例,其创新的经营模式业已成为国内外出版资源优

化整合的典范之作——一方面,实现了中国出版与国际高端出版的对接,二十一世纪社获得了麦克米伦出版集团全球少儿图书的优先选择权,便于其第一时间将国际高端图书系统地引进出版;另一方面,借助于麦克米伦集团在全球各地的分支机构和销售网络,二十一世纪社将为国内图书“走出去”打造出一条“黄金通道”。历经三年谈判终于得偿所愿的麦克米伦集团和二十一世纪出版社,志在必得将“麦克米伦世纪”打造成为一个旗舰版的优秀童书品牌。

在回溯了与麦克米伦前总裁雷德辛的醇厚友谊后,郭书林对麦克米伦集团和二十一世纪社此番强强联手、各施所长表达出高度赞赏和殷切期望。随着彩条礼花的欢响,与会领导与嘉宾共同掀起了覆盖在25种图书书模上的红布,这一别出心裁的“麦克米伦世纪童书年度成果揭幕仪式”将现场气氛推向高潮。麦克米伦世纪首批推出的25种

图书,分大奖绘本、大奖小说等四大套系,其中包括最新凯迪克大奖绘本《阿莫的生病日》和《格林爷爷的花园》;英国最著名绘本作家埃米莉·格雷维特的《兔子的12个麻烦》和《小野人》;畅销30多年的玩具翻翻书经典之作《亲爱的动物园》;美国教育协会推荐的“20世纪100本最佳童书”之一的《不老泉》;登上美国多个畅销书榜的儿童小说《会飞的女孩儿》和《杰作》;以及畅销欧美的美国最新青少年版乔布斯传记《非凡乔布斯》。这些书或屡获大奖、或系出名门、或雄踞畅销榜达数十年之久。25种图书的中文版面世仅数月,已取得不凡的市场口碑与销售佳绩。

三届美国凯迪克大奖得主、著名美籍华裔儿童图画书绘本大师杨志成、国内著名儿童文学作家曹文轩、著名儿童文学评论家梅子涵、北京师范大学陈晖教授等嘉宾,分别围绕“跨国界分享阅读”这一主题,就引进版儿童读物在国内的出版现状与发展趋势发表了精彩演讲。

二十一世纪社社长张秋林表示,与麦克米伦合作是二十一世纪社精心布局的国际化出版战略的重要一步。他们目前还在积极筹划在日本组建自己的出版社,与我国香港利奥集团合作组建玩具书出版基地等。在吸收国外先进的产品运营经验并实现本土化消化后,二十一世纪社最终目标是实现从版权输出到实体书输出的突破。

发布会在二十一世纪社形象代言人、2010年中国红歌会冠军郑璐一曲大气磅礴的《太阳颂》中落下帷幕。

(宇润)

开学啦!!

湖南少儿新开心作文, 让我们从今天起爱上写作。

《130所名校尖子生作文特辑》

本书从全国各地130余所名校精心选取尖子生作文,精心指导、点评,既有针对每种类型作文的方法、思路指导,也有针对具体每一篇尖子生范文提出的优化方案,让学生不仅明白“怎么写”,也明白“怎么修改,怎么提高”,在名师的指导和尖子生的榜样示范下,逐步提高自己的综合写作水平。

定价: 14.80元/册
出版时间: 2012.07

《名师教你写作文系列》

全国百位专家和名师强烈推荐,紧扣最新语文课程标准,从名师点拨、范文提纲、美文示范、词句积累和训练等方面,对各个年级学生在写作上涉及到的题材和内容给予手把手指导,栏目设计活泼,内容丰富实用,堪称一套拥有能量的作文魔法书。

定价: 1、2年级 15.00元
3~9年级 18.00元/册
出版时间: 2012.06

地址: 湖南长沙晚报大道89号
邮编: 410016
销售电话: 0731-82199308
官方微博: <http://weibo.com/hnjcpb>

CMS | **湖南少年儿童出版社**
HUNAN JUVENILE & CHILDREN'S PUBLISHING HOUSE