

《世界大棋局》从国际关系领域解析民族复兴

商报讯 前不久,中国生产力学会理事、“一个伟大民族的复兴”大型系列丛书主编符勇推出新著《世界大棋局》,该书由中国对外翻译出版公司出版。

“一个伟大民族的复兴”大型系列丛书是中国生产力学会组织国内一流的专家学者编撰的一套大型时政类丛书。该丛书分为洞察世界篇、爱我中华篇和兴我民族篇三大部分,共9本,试图为2050年前后的中国阐述一套思想体系,建构一套理论体系,提出一些治国方略,为民族的复兴提供一点智力支持和决策参考。

策参考。

《世界大棋局》是“一个伟大民族的复兴”大型系列丛书的第三部,前两部《帝国危机》和《危机逼近人类》已经于2005年和2008年相继出版,也均由符勇撰写。

《世界大棋局》是国际关系问题领域里的一部通俗化、大众化和普及化的时政类读物,为读者深度了解和认识世界提供了一种独特的视角。在该书里,作者站在世界发展的大趋势和国际格局演变的大背景之下,比较系统地提出了绝对霸权时代、相对霸权时代、相对崛起论、相对衰落论、共生共存论、软战争、硬战争、软较量、硬较量等一系列新观点、新方法,反映了作者深厚的理论功底和学术素养。(文 冀)



亚太出版商联合会副主席、中国版协副理事长李明义(左)与中国版协副秘书长沈建林(右)在亚太出版商联合会2013年年会现场。

“世界图书之都”活动 中国版协首次参加

商报讯 近日,中国出版协会首次应邀参加“世界图书之都”项目泰国曼谷站的系列活动,精选了生活·读书·新知三联书店的《鲁迅箴言》等五种图书参展,并出席换届后的亚太出版商联合会(APPA)2013年年会。今年2月出任亚太出版商联合会副主席的中国出版传媒集团党组书记、总经理,中国出版传媒股份有限公司董事长、总经理,中国版协副理事长李明义在年会上提交了《中国出版现状及未来发展走势》的主题报告,并与亚太出版商联合会主席、副主席等国家代表共议亚太地区出版业发展趋势及联合会的改革发展规划。

据李明义介绍,泰国十分重视此次“世界图书之都”活动,泰国王室诗琳通公主出席开幕式并参观了整个书展。主办方还精心组织多项面向专业人士和普通公众的活动:主题为“阅读的未来,为未来而阅读”的论坛邀请了国际出版商联合会(IPA)专家艾文兹先生作主题演讲,探讨世界阅读的现状与趋势,以及新媒体对阅读产生的影响;“东南亚作家奖”大会上,汇聚了东南亚国家最顶尖的作家,并现场展示各国特色出版物。来自各国的作家代表依次登台,用各国语言朗诵一段关于“阅读之美”的文字或吟唱诗歌;在曼谷皇家寺院举行的赠书仪式上,各国嘉宾向僧侣赠书……体现了“世界图书之都”项目“促进阅读”的宗旨。

据了解,2014年“世界图书之都”定为尼日利亚的哈科特港城。中国深圳正在申报2015年“世界图书之都”,北京也正在开展申办“世界图书之都”筹备工作。

记者了解到,在2012年12月举行的亚太出版商联合会2012年年会上,韩国出版商协会当选新一届主席国,中国、日本和斯里兰卡、泰国、马来西亚一同当选新一届亚太出版商联合会副主席国,大大提升了中国出版业在国际上的地位和影响力,也有利于推动中国加入国际出版商联合会的进程。经中国版协研究提名,李明义自2013年2月27日起担任亚太出版商联合会副主席。

在亚太出版商联合会2013年年会上,主席、副主席等国家代表商议了联合会下一步的工作计划,重点是修改联合会章程,改革有关工作,扩大亚太出版商联合会会员国的范围,以扩大联合会在全球的影响力。中国版协提交的主题报告,向与会代表介绍了中国经过30多年改革开放特别是近十年改革,出版业实现了跨越式发展,增进了国际社会对中国出版业的了解与认同。

链接:2000年,受“世界图书与版权日”启发,“世界图书之都”(World Book Capital)项目启动。每年由联合国教科文组织与国际出版商联合会(IPA)、国际书商联合会(IBF)、国际图书馆协会和机构联合会(IFLA)共同评选而出。每年有一座获选城市以“世界图书之都”之名庆祝和传扬人类的图书事业,活动开幕于当年的4月23日,结束于翌年的4月23日。此项活动对促进世界图书出版和公众阅读发挥了积极作用,尤其是能给年轻人和边缘化群体阅读带来帮助,成为世界范围内促进图书出版及公众阅读活动的重要组成部分,也是入选城市向世界展示深厚文化传统的良机。

苏少社版权贸易双效突出

商报讯 近日,江苏少年儿童出版社自韩国引进版权的《儿童心灵成长魔法书》一经面市即热销。之前,其姊妹篇《儿童心灵成长宝典》在首届江苏省新闻出版政府奖评选中荣获版权贸易奖。

苏少社的版权贸易一直成绩突出。2012年仅非华语地区的版权输出就达30余项,版权输出收入大幅增长,输出地域向英法德等欧洲主流国家突破,富含中国民族文化的儿童文学图书成为输出热点。该社还成功举办各种版权贸易活动,如在2012年北京国际图书博览会上成功举办“世界的认可——曹文轩文学作品走向海外”版权成果推介会。2013年,该社加强各板块对外合作,提升外向型图书的自主开发、自主经营和项目盈利能力,扩大版权输出的地域和范围,并加强优质引进读物的出版。为此,该社近期派专业人员参加各种国际展会,开展版权宣传和洽谈。在今年博洛尼亚国际书展上,他们与英国企鹅公司、DK公司,法国儿童出版“百年老店”巴亚公司、纳坦公司以及多次获得法国文学大奖的伽利玛公司等17家国际知名儿童出版社深入洽谈,重点关注畅销儿童文学、少年科普、低幼图画书,并将目光锁定荣获国际大奖的系列丛书,为今年重点畅销书引进打好基础。(文)

办好学前教育,作为重大民生工程,已被纳入政府工作重要议事日程。随着补足幼师缺口、提升幼师素养等相关政策的出台,以幼儿园一线教师、幼儿园管理者和专业研究人员为目标读者的幼师用书获得出版动力。其中,北京师范大学出版社、华东师范大学出版社、南京师范大学出版社、浙江教育出版社、首都师范大学出版社、人民教育出版社等专业教育类出版社成为这一板块的主要活跃力量。

成长性市场引发系统化运作

记者在采访中了解到,幼师用书的市場表现不错。华东师大社教育心理分社社长彭呈军介绍说,作为国内较早大规模介入该板块的出版社,该社出版幼师用书已近十年,主攻应用型 and 理论型两大类,并积累了一些经典畅销产品,如2009年出版的《与孩子共同生活》经6次重印,销量已近3万册。谈到该类书畅销良好的原因,彭呈军表示,该社紧跟政策变化,根据幼师的实际需要,依托母体大学师资优势,出版了一系列适用于教学实际操作的产品。该社应用型幼师用书市场销量预期在1万~2万册,理论型产品则在5000册左右。

南京师大社幼儿教育事业部主任万斌则表示,南京师范大学学前教育专业属全国重点学科,该社依托这一优势资源,在成立之初就出版幼师用书。如《幼儿园班级管理》已出版十几年,重印20多次,印数10多万册。2012年是我国现代儿童教育的奠基人陈鹤琴诞辰120周年,《陈鹤琴教育思想读本》被列入江苏省“十二五”重点图书,出版半年销售5000册。如今,该社幼师用书已形成学前教育理论系列、幼儿园课程系列、幼儿园教学科研系列、幼儿园艺术教育系列、幼儿园管理系列、零起点系列六大系列,市场成绩良好。总体来说,幼师用书市场不算很大,处于平稳发展状态。特别是近年的利好政策使得这一细分市场表现出了较好的成长性,也催生了更系统的出版运作方式,而这也将在很大程度上成为决胜市场的关键。

浙教社2012年在原幼儿教育编辑室的基础上成立幼儿教育出版中心,已推出《幼儿园体验·探究·交往课程》等幼儿园课程教学系列用书,还推出了《幼儿园优秀教学活动设计案例》等幼教理论和实务指导类图书,以及《幼儿园区角活动设计与指导》等学科和专题教学教材,不断提高该社在这一出版领域的专业水准和品牌影响力。在运作上,该社深挖市

“出版数量与出版质量齐头并进,教材教辅与精品图书齐头并进,内生增长与外延扩张齐头并进,同时找到了新的发展平台,扩展了新的发展领地。”这是河北教育出版社社长杨才对该社2012年的发展所作的概括。这个具有分析意义的表达背后则是以数据为表现的客观结果:2012年,该社实

河北教育出版社 多维度突破成就“发展自信”

着眼提高企业运营水平,大力创新运行机制。2012年,河教社采取一系列措施,加大质量监督管理、进度流程管理和日常行政管理的力度,着力于“创新”。这一年,河教社完成“云因”ERP整体核算工作,实现图书的单品种单印次核算库存图书数量、码洋、成本及销售收入,为企业经济决策及绩效考核提供了基础信息。该社还结合自身实际和市场变化,不断完善企业管理体制和运行机制,重点推进绩效考核工作。该社将所属集团下达的年度经营业绩考核目标逐级分解,确定17个部门的绩效考核指标,建立横向到边、纵向到底的考核目标体系,进一步将考核与奖惩挂钩。

着眼增强品牌影响力,大力提升主业经营。杨才表示,2012年,该社全力打造精品图书、推动教材建设和教辅整合,主业竞争力和品牌影响力显著提升。在增强精品图书影响力方面,河教社通过竞争机制,提升编辑的图书策划创新能力,逐渐形成精品出版工作合力,在“芮卡”品牌工作室、十八大图书出版、学术文化精品和市场畅销品牌、精品产业项目、农家书屋政府采购、重大项目申报及重大奖项参评6大方面都有出彩表现。如该社成立“小鹿芮卡”工作室,以“小鹿芮卡”动漫幼教品牌为核心产品,河北芮卡文化传媒有限责任公司为龙头,以《晨诵10分钟》《快乐阅读》等中小学诵读和深阅读为延伸产品,《马老师心理治疗系列》丛书等中小学心理健康教育为两翼的发展方向,深化内容创新,推进精品生产。此外,该社还打造了《我爸爸》、《大爱无疆》等37种畅销书、常销书。2012年,该社一般图书销售收入同比增长28.95%。相关产品荣获动漫出版物类精品项目工程奖、第五届冰心散文奖,编辑出版工作积极贡献奖等各类奖项。

幼师用书市场表现活跃 “系统化”“数字化”引领

■商报实习记者 相 尧

场资源,探索多种模式的合作项目,扩大出版规模:如与各地教研部门在编写、宣传、培训等多环节开展合作,并借助民营的渠道资源共同营销。浙教社社长助理程晓霞介绍说,该社幼师用书特点有三:一是由高校幼教专家和优秀一线教师组成编写团队,使产品既有科学、先进的理念支撑,又有较强的操作性。二是分众细,该社针对不同片区、城镇和农村幼儿园,出版不同版本的幼师教学指导用书,内容、价格“双向”贴近市场需求。三是服务好,如组织幼教专家对一线教师进行培训、组织优质课评比活动、举办研讨活动等。目前该板块系列用书除浙江省外还推广至云南、广东、河南、江苏、新疆等多个省份。

北师大社职业教育分社主编姚贵平表示,在学前教育尚未受到充分重视的时候,该社就承担了由教育部师范司组织编写的幼师教材的出版任务。近年来,国内政策和形势发生了一些变化:一是学前教育的发展对幼师提出新要求,这需要反映在图书中。二是教育部启动《幼儿园教师专业标准》、《教师教育课程标准》的研制工作,对幼师的资质和素质提出新要求,对师范院校学前教育专业课程进行重构,这使得一些现有相关图书内容稍显滞后。在这一背景下,该社于2010年启动新一轮幼师用书的研发工作,邀请近30所师范院校的优秀教师,打造更为科学、系统的幼师用书,并在2011年、2012年陆续出版学前教育基础理论系列、幼儿园教育活动设计系列、幼儿教师基本素质系列、幼儿教师基本技能系列。这些产品还对在校幼师专业教材和在职幼师素养用书的一体化方面进行了科学探索。在出版资源的挖掘与运作上,一是充分延伸北师大社该类产品的品牌效应,组织作者、宣传推广,作用明显。二是制定有益于学前教育发展的整体研发方案,既可吸引专家参与,又可保证研发工作的科学、有序。三是充分发挥示范效应,创新品牌。图书上市反映很好,且有《学前儿童卫生与保健》、《手工实用教程》等教材被相关教育部门评为教改创新示范教材,为后续深化研发教材奠定坚实基础。

特色新品亮相上市数字化成新趋势

2013年,相关出版社正在以全新的产品提升市场

现销售收入25682万元,比上年增长18%;实现利润2918万元,比上年增长19%。不难看出,河教社自2010年转企改制以来正走在强势挺进的发展轨道上,这也是3年来新一届领导班子合理布局、突破创新使然——2012年诸多工作的深入推进以及2013年的发展思路就是一个证明。

在提升教学用书市场竞争力方面,河教社在做好冀教版教材修订送审的基础上,着手开发本版电子教材,对该社的各教材内容资源进行制作和整合,根据“人教数字校园”的技术要求进行推进。针对高校教材和学前教育,继续教育教材的开发,该社与高校、教育机构深入合作,拓宽出版渠道。如与河北传媒学院签订教材(著作)出版合作框架协议,合作开发“河北传媒学院学术文库”,第一批已正式出版。在教辅出版上,该社15个学科的教辅读物出版资质顺利通过,成为河北省获得教辅读物出版资质资格学科最多的出版社,并充分利用教辅“新政”全面实施的有利时机,与民营公司深度合作,打造了《名师一号》、《高考调研》、《七彩课堂》等教辅品牌。

着眼提升市场竞争力,大力推动发行营销。2012年,河教社通过对社有产品市场区域销售情况的分析,确定地区重点营销的总体营销思路:全体营销人员一方面从高端入手,加强与各地教育部门的联系;另一方面在低端发力,实行重心下移,并制定了详细的营销策略。在本版图书推广营销方面,继续加强与网络销售平台的合作,策划当当网首页宣传、重点图书推介等活动;在北京三联书店雕刻时光举办诺贝尔文学奖得主特兰斯特罗默作品赏读推介活动;借参评“五个一工程奖”之机,对重点推荐图书《明星书记》先后在河北迁安、北京等地举办新书发布会及赠书仪式、出版座谈会等。

对于今年的发展布局,杨才表示,该社将加大改革力度,以教材教辅读物为基础,以学术精品、学前教育图书为重点,开发教材数字出版等新经济增长点,向改革创新、教材教辅、精品书要效益,使全社员工树立高度的道路自信、理论自信、制度自信,实现出版社的发展自信。(刘海颖)



商报讯 近期,外研社获“北京市家庭阅读研究推广基地”授牌,成为北京市家庭阅读推广的重要阵地。

外研社副社长范晓虹在揭牌仪式上表示,外研社和北京市妇联联合建设北京市家庭阅读研究推广基地,是对丰富社会资源和优质智力资源的一次整合。外研社可充分发挥自身品牌优势与产品优势,借助自身积累的丰富家庭教育资源,更好地推动北京市家庭阅读的研究与推广。比如,该社一直对家庭教育和早期教育保持关注,自主开发早教品牌——布奇乐园。今年,外研社更是举全社之力推出“阅读季”,其中包含的启蒙阅读、分级阅读等内容与家庭教育息息相关。

北京市家庭阅读研究与推广基地建立后,主要有三大工作重点:一是研究与实践并举,为家庭阅读提供理论支持和实践经验;二是扩展家庭阅读阵地,推进亲子阅读;三是提高双语普及程度,促进北京国际大都市建设。具体而言,该基地将开展家庭亲子阅读调研,将更多合作绘本馆纳入“北京市家庭阅读指导中心”,为市民提供阅读指导服务;进入学校和社区,针对北京市民开展系列家庭阅读指导;定期对偏远地区或打工子弟提供阅读指导,并捐赠图书,共享教育资源;为北京市家庭教育相关品牌项目提供基地、专家和资料支持;结合基地研究和推广情况,发布《北京市家庭阅读研究推广白皮书》。

授牌仪式结束后,12家北外青少校区成为“北京市家庭阅读指导中心”,外研社与3家绘本馆签署战略合作意向书。外研社为妇联旗下的公益绘本馆捐赠了价值1万元的图书。(刘海颖)

『北京市家庭阅读研究推广基地』落户外研社