

人文社出版受《康熙来了》推荐的生态科普书

中国出版传媒商报 12月7日,在人民文学出版社多功能厅,一场别开生面的新书发布会吸引了许多家长孩子和自然科普爱好者。该社出版的新书《苦苓与瓦幸的魔法森林》和《苦苓的森林秘语》是我国台湾作家苦苓的作品,他曾是我国台湾红极一时的名主持,出版多部畅销书。为两本心爱之作,苦苓特别参加了蔡康永的节目《康熙来了》,这两本书也成了节目至今唯一推荐的生态科普主题书。

发布会上,亲子教育专家李默专门为该书设计了《苦苓的魔法森林亲子教育戏剧工作坊》。李默带领北京中关村四小的学生和家长们表演了根据“苦苓的魔法森林”系列改编的四幕亲子教育科普剧,并邀请在场家庭一起参与根据书中内容设计的亲子陪伴教育游戏。家长和孩子通过装扮动植物,在游戏中体悟亲子关系,气氛温馨而充满童趣。

此外,这两本书经人文社引进出版后,该社官方微博已陆续推出“爸爸去森林吧”和“一分钟科普”的微博话题,立刻在自然科普界、亲子教育界掀起热潮,应者无数。(孙)

杂志出书

文本共识与品牌价值的统一

中国出版传媒报记者 张岱

从《故事会》、《读者》到《南方周末》、《幼儿画报》,这些大小创刊几年乃至几十年的著名杂志,通过不断积累,培养了自己稳定的读者群和作者资源。这些杂志早在很多年前就已经开始与出版社进行合作,推出了一系列图书。近年来,双方在原有合作的基础上,正在探索更深的合作可能,将双方的优势资源融合,出版了不少畅销作品。

品牌统领下的共同拓进

近些年,杂志内容成书已变成一种普遍现象。这其中,出版社与社办杂志以及“社”办杂志之间的两种合作形式不尽相同,发展之路也迥然不同。据记者所得到的数据显示,在出版社与独立杂志社的合作中,这些杂志内容成书以后的读者,有相当一部分是原来的杂志读者。如今,他们所建立的合作方式已经越发成熟。然而出版社在社内期刊与图书的选择中,往往对图书一块更为看重。现状是,不少出版机构推出的杂志也开始针对市场环境的变化进行大幅度的改版以及营销推广、经营上的创新。这个领域呈现出来的最新动态或许会让整个行业都吃惊。

在不少出版人看来,出版社的图书和期刊是两种出版方式、两个方向、两个渠道。但在中国少年儿童新闻出版总社(以下简称中少总社),图书和期刊是一个统一的整体两个方面。

该社《幼儿画报》图书编辑部主任赵相国告诉记者,如果说在最初的发展阶段上,还有图书围绕期刊出版的形式,那当前这种状况已经不复存在,图书和期刊是齐头发展的两个和谐统一的方面,不再有谁依附谁、谁围绕谁的问题,也没有孰轻孰重的问题。

如今虽然出版社与杂志社进行合作,利用杂志社积累的文化资源再出版,是一种较为普遍的现象。但能够很好利用社办期刊内容,做出规模化图书出版的情况并不是很普遍。这在赵相国看来,原因在于:一是期刊的品牌基础是一种至关重要的因素,而当前在出版界,能形成品牌影响力的期刊不是很多;二是社会上围绕发展品牌开展出版业务的意识还远没有形成一种气候。

此外,老牌社办期刊还有不少,比如湖北少儿出版社的《淘气包》、上海教育出版社的《看图说话》、安徽教育出版社的《红蜻蜓》、明天出版社的《幼儿画报》、浙江少年儿童出版社的《幼儿故事大王》、江西美术出版社的《小猕猴学习画刊》等。个别刊物的年代则更为久远,诸如少年儿童出版社的《小朋友》杂志至今有90年历史,青岛出版社主办的《小葵花》则创刊于1965年。近年,这些社办杂志在品种数量上有了大幅度的跃升。教育系统、文化体系等相关部门主办的各种新刊不断涌现,出版机构手中的刊物也迅速自体分裂、膨胀,从月刊变为半月或者旬刊,由独刊演变成各种系列刊物。这些社办杂志整体呈现立体性、综合化倾向。

不可否认的是,这种出版模式还有很光明的前景,品牌的价值和发展潜力巨大。围绕杂志做图书出版,其核心是利用品牌并发展品牌。图书的衍生能力也会大大增强。另一方面,这种互助互补的方式也会加强出版事业发展的持续性和长久性。用赵相国的话来说,“这些对于纸媒出版不断受到冲击的今天意义尤为重大。”

作出书上,时效性不强但有思辨深度的文本,将越来越获得读者认可。

二十一世纪社北京人文出版中心主任张明表示,之所以选择出版这样的图书,一是因为与二十一世纪社合作的这些杂志均是国内知名杂志,在这些杂志中,收入了国内外政治、经济及文化领域的最新信息及最新的话题,在相关领域具有一定权威性;二是因为杂志某一栏目长期的积累,因而具备一定的代表性,就某一个领域或者某个主题,很容易形成图书选题,且因为杂志的长期性与连续性,容易将相关内容的图书做成系列、品牌,从而产生联动效益。例如该社与《语文报》杂志合作推出的相关图书形成了整条系列,对于出版社打造图书品牌,起到了相当的作用。

漓江出版社副总编辑、北京时代中心总经理卢俭克也认为,在合作杂志选择上,他们最重视对方的品牌与发行量。只有满足这两个关键点,才能在市场上保持持久的竞争力。

另一方面,双方在互动中,杂志社的长期积累又以其他的方式转化成了新的资源,出版社利用这一资源,则很容易抓住社会热点话题和热门领域的相关内容,从而能够全面而快速地将呈现给读者一本好书。例如《南方周末》杂志的“行走”板块,记录了记者和作者长期行走的足迹,久而久之,就可以从中挑选内容推出一本较为吸引读者眼球的旅游书。

出版社往往重书不重刊,把期刊视作附带的业务,而独立的杂志社不能直接出版与杂志相关内容的图书,这两种景况目前来看依旧颇为尴尬。“但是杂志本身也具备其他载体所不具备的优势”,张明告诉记者,杂志栏目和内容的固定程式,使得杂志所承载的信息相对稳定而长久,出版社可以很方便地寻找到所需资源,并且就同一话题制作成单本甚至系列图书。而在长期合作过程中,杂志社也能够自主选择一些适合出版社出版的稿件进行整合出书。二十一世纪社目前与杂志的合作出书,正是在主动提供与主动需要的前提下进行的。王春荣也表示,当发现一个对读者具有吸引力的主题时,出版方与杂志方共同探讨,才能打造一本畅销的合作书。

据了解,在原有基础上,目前张明团队的目标甄选范围还在进一步扩大。在这一块,今后出版社还会研究读者需要,选择更多能够合作的期刊杂志打造新品牌。

策划手记

育儿书畅销新招数:微博+图解+名医

刘辉(东方出版社策划编辑、营销经理)

今年是生育高峰期,新手爸爸妈妈们主要是80后,这些爸爸妈妈的特点是没有育儿经验,但吸收新知识的能力很强,崇尚国外的先进育儿理念,网络操作娴熟,同时注重口碑力量。东方出版社生活编辑部抓住这些特征,从媒体和微博中了解到儿科著名医生崔玉涛在年轻爸妈中极具人气,他不仅了解国外先进的育儿理念,还善于将其与中国的传统育儿方法有机地结合起来,于是东方社将选题目标锁定到他的身上。

首先,作者的背景值得关注。在育儿杂志开办“崔大夫诊室”专栏至今,崔玉涛由一名单纯的儿科临床医生,逐渐成长为具有临床医生与社会工作者双重身份和责任的儿童工作者。他曾于2006年开办过个人网站,此后,微博走进了他的生活。2010年4月1日,在北京和睦家医院网络传播经理孙迪的推荐和帮助下,崔玉涛的个人专业微博正式启动。作者连续发布原创微博400多条,并将微博分成了十个主题,以便家长朋友们查询,众多的微博粉丝为该书奠定了很好的读者基础。

东方社和崔玉涛沟通后,提议将微博这种传播快速但内容局限的形式,在加入部分相关内容的时候,以漫画和图解的形式,呈现给大家。希

望这种活跃、简明、清晰的形式不仅是崔玉涛微博的简单呈现,而且能将零散的信息融合成更加直观、全面的育儿手册。在婉拒了三十余家出版社的图书策划方案之后,崔玉涛同意了这套“图解育儿”系列图书方案。

在出版的形式上,东方社和崔玉涛作了深度沟通,本着简单明了地说明问题,又能快速查找的原则,崔玉涛根据他多年的门诊经验将内容分出了十类。在该系列图书中,每本书基本分了五个章节:第一和第二章是知识性普及,第三章是根据崔玉涛在微博和各育儿媒体在线问答中新手父母们经常问到普遍性出现的问题精粹,第四章是作者在行医几十年在门诊出行的频率最高的问题。在内容文字上为了能让读者父母们更深刻地记住内容,东方社选择了详细的文字讲解,再加上卡通幽默简单的要点解析。

“崔玉涛:图解家庭育儿系列”上市后,受到读者的青睐,反响最快的是电子销售商,该书一度在当当、亚马逊、京东三大电商育儿排名第一,总榜排名前三名,且在地面店各地新华书店和民营书店受到了读者的热捧。今后,在坚持现有微博的基础上,崔玉涛还将在东方社不断推出漫画育儿系列。

主动提供与主动需要结合

社会上的独立杂志参与到图书出版中,其益处在于能够使得他们长期积累的文化资源得到充分利用和展示。而当这部分图书出版成一定规模,也更容易形成图书品牌效应,帮助出版社赢得更大市场。

据了解,目前,二十一世纪出版社长期合作的期刊主要有《南方周末》、《21世纪经济报道》、《南方人物周刊》、《语文报》等,图书出版主要体现在人文社科及青少年读物等方面。根据不同期刊杂志各自的特点,图书选题策划方向不同,前三种主要倾向大众读者,以社会热点话题、经济改革发展的相关话题、知名人物为主,推出了一批在相关领域具有代表性的人文社科图书,例如《南方周末·语录2012》、《思想者》、《改革意见书——中国面临的紧要问题》等图书;而利用《语文报》的教育资源,选取优秀作文及优秀点评指导,推出的一批适合学生阅读的课外读物。包括“作文快递”系列、“考场作文进阶”、“我的中国梦征文”系列等图书。

近日,现代出版社推出了《一本杂志和一个时代的体温》、《新周刊》十六周年精选,在市场上取得了不错的反响,该书责编王春荣告诉记者,如今读者从各种媒体看到时事消息非常丰富,在合

案例点击

在社办期刊中,中少总社的例子堪称业界典范。该社期刊与图书出版两块业务之所以能够统一,是依靠了一个指导方针:为了发展共同的品牌,并从共同品牌中受益。有了“品牌”的统领,就有了一致的发展目标和发展方向,作家资源、编辑资源、甚至市场渠道等等,都能做到共享,也能消除两种业务团队之间的矛盾,并化矛盾为合作和分享。例如该社《幼儿画报》期刊和《幼儿画报》图书,就是围绕共同的品牌《幼儿画报》及其“红袋鼠”品牌形象,做到和谐有序发展。

中少总社有此成绩的基础在于,该社的期刊已经形成一个成熟、稳定、有众多读者基础的期刊群,如家喻户晓的《婴儿画报》、《幼儿画报》、《中学生》、《儿童文学》等等。这些期刊,在数十年的经营过程中,不仅积累了大量的出版资源,更在读者中建立了良好的口碑,形成了期刊品牌。这就为围绕期刊出版图书奠定了扎实的内容、品牌及市场基础,围绕期刊出版图书成为一种水到渠成之势。“围绕期刊内容出版图书,就是围绕期刊创建起来的品牌开发图书项目,这是其他图书出版方式所不具备的独特优势。”该社幼儿画报图书编辑部主任赵相国这样说。例如中少总社围绕《幼儿画报》开发的“幼儿画报精品故事”,其内容是历年《幼儿画报》中精选出来的图画故事,这些故事是由中国著名儿童文学作家如金波、高洪波等创作,有很高的文学性,且贴近孩子生活,具有时代气息,而且经读者调查表明都是深受读者喜爱的作品。同时图画都是著名儿童插画画家的手绘作品,整体排版具备孩子喜爱的绘本风格。所以一上市就受到家长和孩子们的欢迎。出版不到两年时间,先后重印4次,共计销售近20万册。此外还有《婴儿画报精品故事书》、《幼儿画报好习惯精品故事》、《幼儿画报30年典藏本》、《古诗词绘本》等等优秀作品。

此外,中少总社期刊团队与图书团队之间是品牌共享、资源共享、相互协助的关系。赵相国介绍,图书团队虽然是在利用期刊的资源,但图书团队不是单方向的接受者,他们要向期刊团队提供好的选题思路,保证期刊内容或形式的创新和发展。也进行围绕期刊品牌的全新内容开发,这些开发往往结合或融合国内或国际上的优秀、新颖的出版资源,如该社与德国品牌杂志合作推出的周期性图书“红袋鼠学前游戏”、与英国品牌资源合作推出的“巴布工程师”、与美国品牌资源合作推出的“红袋鼠团队故事”等。

企业行动

“信谊图画书奖”多元手法展现童心童趣

中国出版传媒商报 “信谊图画书奖”是一项授予未出版原创图画书的奖项。四年来,该奖项已成为中国图画书界最有影响力的奖项之一。12月6日,第四届“信谊图画书奖”颁奖典礼在山东大学中心校区知新楼举行。此次盛典由信谊基金会主办,山东大学文学与新闻传播学院和明天出版社协办。山东省政协领导、山东出版发行集团总经理刘强、明天出版社社长胡鹏等几十位嘉宾出席会议。

作为“信谊图画书奖”的发起人,上海师范大学中文系教授梅子涵、江苏少年儿童出版社《东方娃娃》期刊主编周翔等也来到颁奖典礼现场,并于12月7日进行评审讲座,对参赛获奖作品进行点评,活动吸引了数百人参加。信谊基金会还特别邀请到国际著名教育家、哈佛大学教育研究院格雷厄姆首席教授——凯瑟琳·斯诺博士(Dr.Catherine

Snow)参会并演讲,从孩子的视野为创作者探寻未来方向。

本届奖项组委会共收到参赛作品496件,涵盖图画书作品176件、图画书文字作品320件。经初审、终审共评出图画书创作奖佳作奖五名,首奖空缺;文字创作奖佳作奖三名,入围奖三名,首奖空缺。

信谊基金会张杏如执行长认为此届作品展现了创作的多元性,虽不完美,但创作者新的尝试与突破的努力十分可贵。梅子涵认为本届参赛作品既有现代感与设计元素的巧思,又有对传统文化的尊重,让他觉得欣喜。信谊图画书奖作品主要出版方明天出版社副社长李文波认为,图画书评奖活动的营销效果比进校园、卖场营销的效果都好得多。据了解,“信谊图画书奖”新一轮评奖周期即将展开,组委会期望新的作品将带来更多的惊喜与希望。(倪成)

作家经纪人制度惹眼 血红书友会登陆川大

中国出版传媒商报 近日,2013中国网络作家富豪榜位列第三、起点中文网白金作家血红的首场官方书友会在四川大学举办。书友会上,血红不仅与广大书友分享了自己创作的心路历程,还邀来了自己的偶像——被评论家称为“剧毒的蓝色刀锋”的军事小说作家最后的游骑兵(代表作有《终生制职业》、《斗兽》、《无裂苍穹》等),与书友畅谈文学和梦想。

据了解,作为当前网络玄幻领域里最具人气的作家,血红被誉为“玄幻人气王”。他表示,“随着盛大文学网络文学主流化的推进,我们开始受到来自政府和社会各个层面的更多友好关注,比如中国作协已经接纳网络作家。我们开始享有医疗保障、经纪人,有机会担任高校兼职教授和拥有工作室,这在很多年前,是我们想都不敢想的事情。”

而在起点中文网这个平台上,血红是中国早期网络文学的先锋代表。9年创作将近20部作品,代表作有《邪风曲》、《道行纪》、《神魔》、《光明纪元》等。其正在连载的《光明纪元》上线仅

15天就获得了50万的阅读点击量,目前该小说的实体书已全国同步出版发行,根据该小说改编的同名游戏《光明纪元》一上线就受到了广大书友的追捧。在最新发布的2013年中国网络作家富豪榜上,“玄幻人气王”血红凭借1450万元的收入荣登中国网络作家富豪榜的第三名。

而此次血红专场书友会,是起点中文网继天蚕土豆、鱼人二代之后,为白金作家举办的第三次活动。据了解,组织书友会的初衷来自盛大文学正在大力推行的作家经纪人制度,为大神级写手们搭建与书友零距离交流沟通与分享平台,增强作者与读者的良好互动,全面提升网络作家的影响力。而作家经纪人制度还将根据不同作家的不同需求,提供一对一的经纪人服务,为作家量身定制各种推广宣传方案。而此次血红书友会的组织,也是作家经纪人服务的重要项目之一,之后盛大文学每个月都将为大神级作家组织类似的线下书友会活动,为读者和作家提供更多线下沟通、交流的机会。(山河)

选题秀

书如其名《跟大牌主播学新闻英语》

中国出版传媒商报 英语作为一门“世界语”,在文化交流日益密切的今天,已经成为人们学习、工作生活中不可或缺的技能。新闻涉及领域广、用词精准,往往是提高听力水平的最佳切入点,同时也是现有各种听力考试形式中的侧重点。然而,由于新闻语速快、信息量大,它又是英语听力中的难点所在。

近日,华东理工大学出版社出版了《跟大牌主播学新闻英语:听透新闻英语,一本就够》,该书挑选了美国CNN、VOA、NPR

三大新闻社的新闻英语精华,涵盖时事、财经、文化、科技、军事、教育、娱乐等众多方面。该书内学、工作中不可或缺的技能。新闻涉及领域广、用词精准,往往是提高听力水平的最佳切入点,同时也是现有各种听力考试形式中的侧重点。然而,由于新闻语速快、信息量大,它又是英语听力中的难点所在。

该书适用于想要在听力理解部分获得高分的人群。同时,对于参加出国能力认证考试如托福(TOFEL)、雅思(IELTS)、美国研究生入学考试(GRE)等的考生来说,该书也是难得的训练用书。(山河)

《大海的第三岸》:中外诗人的碰撞

中国出版传媒商报 近日,华东理工大学出版社和英国Shearman 出版社,在互译项目成果的基础上,联手推出《大海的第三岸——中英诗人互译诗选》,该书在中国和英国以中、英双语同时出版。精选在这本诗选中的作品,堪称一种小结,展示了过去历年来中英诗人交流的成果。

中外诗人互相翻译,犹如古典诗人彼此唱和,既见友情,更像竞争。如今不同语言的诗歌互相碰撞,瓦尔特称翻译为“第三种语言”,既不同于原文,又不同于普通外文,而是两者之外独具一格的东西。该诗集收录了多位当代著名诗人的代表作及译文,包括姜涛、冷霜、唐晓渡、王小妮,以及安敏轩、托尼·巴恩斯通、波丽·克拉克、简妮芬·克劳馥等大批诗人作品。(山河)