

跟着外交官去旅游:《中国公民出游宝典》给你全新出行体验

中国出版传媒商报 6月26日,中国地图出版集团在京举办了测绘出版社《中国公民出游宝典》的新书发布会。外交官是令大多数人神往的职业,他们对所在国的认识是一般旅游者难以企及的,撰写该书的外交官,在当地工作生活多则十几年,少则几年。对所在国(地区)有很深的感情。该套书从外交官的视角,对当地的人文地理、风土人情、历史文化、建筑风格、国家禁忌、旅游线路、交流技巧进行了更加深入的描写。为了满足旅游者兴趣不同的出游爱好,外交部前任18位驻外大使、参赞等,为游客遴选出旅游目的地,丛书共15册,既有发达国家如《美国》、《意大利》、《德国》、《西班牙》,也有世界古代文明的发源地如《埃及》、《希腊》,还有海岛旅游的热门地点如《海

岛明珠夏威夷》、《海岛明珠普吉岛》、《海岛明珠巴厘岛》,更有新型旅游地区如《以色列》、《阿联酋》,从阅读内容和实际使用上,可以满足不同阶层旅游爱好者的需求。据该丛书编委会介绍,《以色列》为目前国内第一本全方位介绍以色列风土人情,及旅游资源的读物,相信会给读者带来一种全新的旅游体验。同时《摩洛哥》、《阿联酋》在国内旅游读物中也不多见,可作为该地区旅游出行的首选读物和指南。

参会的大使们希望国人在国外遇到困难随时去找大使馆,中国驻外使领馆永远是国人在异国他乡的家。同时希望国人在国外旅游时,能够多去看看其他国家的文明礼仪和风土人情。出席此次发布会的有原外交部中东司副司长刘振堂、外交笔会常务副会长刘新生、原驻文莱参赞潘正秀、原驻悉尼总领事吴克明、原驻泰国大使馆特派员公署胡中乐、原驻希腊大使使建国、原驻意大利使馆参赞李玉成、前外交官联谊会理事穆文等人。(小木曾)

第25届地科联订货会再现规模效应 联合品牌营销 竞合协同发展

中国出版传媒商报记者 蓝有林

6月24日,由中国版协科技出版工作委员会主办、吉林科学技术出版社承办的第25届地科联订货会在吉林长春召开,33家地方科技出版社携3000余种样书到现场进行了产品展示和发布。订货会开幕式由中国版协科技委副主任、江苏凤凰科学技术出版社总经理金国华主持,中国版协科技委副主任兼地方工作部主任、辽宁科学技术出版社社长宋纯智,吉林科学技术出版社社长李梁分别致辞。据了解,本届地科联订货会得到了吉林出版集团领导的高度重视,吉林出版集团董事长刘从星等也到订货会现场并给予充分肯定。而承办方吉科社自接到任务开始,社里便成立筹备委员会,详细讨论各项方案,对整体会议流程给予精确的预算与科学的量化执行,接待、会议、营销等多环节均给出版社和书店与会代表留下深刻印象。值得一提的是,本届订货会除安排产品展示,地科联各成员单位还为长白山贫困山区学校进行图书捐赠并组织相关企业论坛。

养生保健重拾增势 菜谱图书重新整合

近年来,健康养生、菜谱一直是地方科技出版社的传统板块。其中健康养生类图书一度非常火爆,也经常出现超级畅销书。经历张悟本事件以后,国家对养生类图书进行了严格准入,加大了对养生类图书的监管,养生图书的市场也逐步回归理性。本届地科联订货会的一个突出特点,就是各家与民营公司合作出版图书的占比越来越大,其中以生活书尤其以保健养生类图书新品居多,这从一个侧面也反映了张悟本事件后,健康书正在走出低迷的处境,成为出版人和读者关注点之一,市场监测数据养生保健类图书的持续增幅也佐证了这一观点。

与以往不同的是,以健康养生类图书作为排头兵的各地科社,现在都在追求规模效应,采取的策略就是出套书、丛书。比如湖北科学技术出版社的“药方大全系列”、吉科社的“对症按摩系列”、山西科学技术出版社的“对症疗养系列”、河北科学技术出版社的“疾病居家疗养系列”、苏科社的“小偏方大功效系列”等,每个系列少的七八种、多的几十种。与会代表认为,从这些变化可以看出养生图书的市场趋于理性,目前很难出现短期超级畅销书。但是健康养生的图书市场依旧,所以出版社一方面在内容上下功夫,一方面尽可能覆盖全部领域;不指望一个月销售多少,但是期待能够每年畅销。据悉,湖北科技出版社的“药方大全系列”,上市2个月已销售达

『中华手术彩图全解』历时七年问世

中国出版传媒商报 6月26日,由凤凰出版传媒股份有限公司、江苏凤凰科学技术出版社联合主办《中华手术彩图全解》出版座谈会在京召开。

在会上,国家新闻出版广电总局副局长郭书林对《中华手术彩图全解》给予高度评价,认为这是我国医学界和出版界一次高水平合作,代表了我国当代外科学和医学出版的最高水平。他说,衡量一部科技著作有没有价值有四条标准:一要看能否代表特定时点上的最高水准,这套书由吴孟超院士牵头,9位医学界两院院士及全国200多位外科专家参与编撰,达到了这个标准;二是要看是否按照世界卫生组织出版质量标准来做,这套书注重学术出版规范,坚持了编辑质量的高标准;三是要看能否在科技界广泛传播。凤凰出版传媒集团、江苏凤凰科学技术出版社有良好的信誉,承担了一些重大的国家项目,相信可以很好地传播这套书。四是要看能否进入图书馆和科研教学单位长久保存,并为以后的创新奠定基础。

历时7年编撰完成的“中华手术彩图全解”丛书,是一套全景式反映我国外科主要学科手术术式和展示外科手术学成果的大型医学学术专著,代表了我国当代外科学术的国家水平。凤凰出版传媒集团总经理周斌表示,建立在《中华手术彩图全解》丛书这一基础上的内容资源平台《中华手术网》正在规划中,希望能在各方面的指导和帮助下,真正将其发展为医学专业权威网站,服务全国医务工作者。

国家出版基金规划委员会办公室主任祁德树、中国版协科技工作委员会主任傅培宗、卫生部原副部长朱庆生、中国医师协会会长张雁灵、丛书出版方代表凤凰传媒副总经理余江涛、江苏科技社总经理金国华以及来自北京协和医院、北京妇产医院等单位的出版界、医学界专家学者就丛书的学术价值及当前的科技出版工作进行交流发言。(蓝有林)

4000套;吉科社的《养肾就是养命》推出后年销20万册,此次订货会《养肾就是养命2》,也吸引了与会者的目光。

而作为地科社曾经一度占据书店大众图书很多书架的菜谱类图书,各地科社每年依然推出了很多新品,包括订货会现场也能看到各家带来的菜谱新品,如浙江科学技术出版社就展出了《hello,早餐》、《爱上简单菜》、“美食达人秀”系列丛书等。不过,有参会代表表示,虽然菜谱类图书依然是各地科社的重要板块之一,但已逐步回归理性,很多出版社都是对以前出版的品种进行整合、重新包装,走的畅销图书的路子。

孕产育儿仍是焦点 科普依旧不冷不热

与此同时,孕产、育儿类图书市场一直需求量大,销售也非常可观,而在国家放开单独二胎政策的刺激下,各地科社也都想在这个市场分得一杯羹。从这次现场摆放的易拉宝可以看出,孕产、育儿类图书竞争非常激烈,其中苏科社的“汉竹系列”,青岛出版社的“孕产系列”,山东科技出版社的《怀孕圣经》,吉科社的《怀孕胎教分娩育儿》、《儿研所主任医师0-3岁育儿经》、《郑东寓育儿经》等图书,成为订货会现场的亮点。

青岛出版社作为《爸爸去哪儿》第二季图书出版方之一,该社在现场将这个品种当作此次宣传的重点。《爸爸去哪儿》第一季一经播出,非常火爆。第二季在未播之前,湖南卫视就盯住了图书出版的这块市场,希望成为新的增长点。据悉,《爸爸去哪儿》第二季图书出版有很多系列,总计图书品种在60种以上,预计未来会占据各大新书书店。

而科普类图书市场一直不冷不热,偶有一些销售不错的单品,但是总体销售还不太如人意。在订货会现场,可以看到吉科社的“我的第一套百科全书”、“拉鲁斯趣味科学馆”,湖北科技出版社的“中国科普大奖典藏书系”、山东科技出版社的“中国简明自然科学向导

教育产业“触网”并非新鲜事物,而近段时间以来资本对于“互联网与教育产业碰撞融合”的关注度提升,却似乎预示着这场长期盛宴不过刚刚开始。资本以其灵敏的嗅觉发现:没被互联网“侵吞”的领域,所剩已经不多,而教育产业在互联网的驱动下,或能发生接近颠覆性的改变,在这种改变中,孕育着巨大的投资机会。可资参考的数据是,在2013年1-8月,大约共有23家公司获得了几百万到上千万美元不等的风险投资,互联网教育迎来了投融资的高峰。

以今年来看,就传出了不少针对在线教育的资本投资。譬如,在1月27日,好未来(原学而思)与宝宝树正式宣布,将以好未来战略投资宝宝树的形式,开启双方合作。据双方公告,本轮战略投资涉及1.5亿元人民币,具体条款尚未公布。这是继5000万元收购考研网之后,好未来的另一重大资本动作。业内人士分析认为,此次战略投资可以让好未来在打通6-24岁产品线的基础上,借助宝宝树实现在1-6岁阶段上的产品布局。宝宝树旗下网站、早教品牌以及移动互联网产品将与好未来旗下E度教育网(eduu.com)、考研网(kaoyan.com)形成集群效应。再如,2月17日,阿里巴巴集团宣布投资TutorGroup。TutorGroup是世界领先的在线教育平台和最大的英语学习机构,TutorGroup通过每年数以百万计的在线课程提供实时互动的语言学习,汇集全球



丛书”等重点宣传品种,吸引了与会者的注意。比如,山东科技出版社的《肌肉健美训练图解》、《力量与肌肉训练图谱》都取得了非常可观的销售成绩,预计随着人们对于运动的需求增加,此类运动健康类图书的市场空间也会逐步增加,有望成为一个新的增长点。

此外,巴西世界杯进行得如火如荼,由湖北科技出版社、著名足球解说员黄健翔编写的《你不是一个人世界杯》也借势世界杯,成为全场焦点之一。

诉求渐变:从传统订货到品牌整合

当然,就地科联本身而言,与国内其他出版联合体相比,地科联无疑不是高大上,而是精专透。众所周知,地科联各出版社出版门类涉及广泛,覆盖医卫、理工、农业、外语、儿童、生活等领域。作为地方科技类出版社的重要交流平台,地科联兼有面向书店的批销订约功能,在网络技术不成熟的年代,它承载着信息交换、订单执行、友谊交流的重重功能;在网络飞速进步的时代,它将订约等简单功能整合为营销宣传与品牌构建,彼此为竞合关系的地科联各出版社,一方面通过精致服务赢得书店朋友的认可,另一方面通过专业出版为大众进行科学普及,同时通过渠道深度分销做透图书流通环节,实现从出版产品到出版商品的传递,在整体地科品牌的影响下协同发展,并传达出版品牌精神与社会价值。

经过25届的发展,地科联也逐步走向成熟,实现从传统订货到品牌整合诉求的完美提升,从单体渠道定位到整体渠道定位的认知转变,从地域性出版结构向整体视野的大格局出版转变,从自上而下的产品策划思维向大数据的市场需求定制产品转变,使地科联品牌在出版与发行体系形成良性互动,成为书店最认可的出版联合体品牌。比如在此次订货会上,各地科社从海报营销、图书展示、重点交流到客情关系上相比往年均有进步。

首发式

华裔物理学家徐一鸿探寻现代物理学之美

中国出版传媒商报 6月25日,华裔物理学家、美国艺术与科学院院士徐一鸿(Anthony Zee)教授在清华大学理学院郑裕彤报告厅做了题为“可畏的对称——探寻现代物理学的美丽”的科普讲座,从对称性这一近代物理学的基本思想出发,阐释现代物理学诸多令人眼花缭乱的理论和概念的深刻本质。

徐一鸿教授在从事科学研究的同时,积极进行科普创作,他的科普畅销作品《爱因斯坦的玩具》、《可畏的对称》深受广大喜爱,具有国际影响力。作为出版方,清华大学出版社一直以来秉承“科学,让人更智慧,让社会更理性”的理念,致力于科学普及和科技文化类图书的出版。近期,该社出版的“理解科学丛书”一经面市即广受好评,目前共包括7种图书:《爱因斯坦的玩具:探寻宇宙和引力的秘密》、《可畏的对称:探寻现代物理学的美丽》、《从奇点到虫洞:广义相对论专题选讲》、《日出:量子力学与相对论》、《那颗星星不在星图上:寻找太阳系的疆界》、《物合妙理总堪寻:从爱因斯坦到霍金》、《小楼与大师:科学殿堂的人和事》。(素行)

落花寻僧去:央视主播徐俐对话禅者林谷芳

中国出版传媒商报 6月24日,在北京三联韬奋书店,漓江出版社召开了《落花寻僧去》新书发布会,并邀请央视著名主持人徐俐对话新书作者、禅者林谷芳,通过谈说行脚、文化、修行、境界,同看禅家眼中的山河大地。

林谷芳,著名禅学家,民族音乐学者,文化评论家,宝岛台北书院院长,台湾佛光大学艺术研究所所长,台湾第一本文化白皮书的撰写者。此次由漓江出版社出版的《落花寻僧去》,所写的种种缘于作者这些年在青藏高原、长江三峡、京都古寺等地的游历,从泸沽湖的独特骄傲,到蒙

《李开先全集》出版补益明季戏曲研究

中国出版传媒商报 6月17日,上海古籍出版社、上海古典文学学会主办的“《李开先全集》专家研讨会”在沪召开。

李开先系明代文学家、戏曲作家,与王慎中、唐顺之、赵时春等被并称为“嘉靖八才子”。他推崇与正统诗文异趣的戏曲小说,主张戏曲语言“俗雅俱备”,“明白而不难知”,自谓藏曲最富,有“词山曲海”之说。他多撰散曲,自谓马东篱、张小山无以过。所作《宝剑记》传奇“吐论峥嵘”,为有明一代戏曲的代表作。其中《林冲夜奔》一折尤脍炙人口,后世各剧种作为保留剧目,常演不衰。

此次上海古籍出版社推出的《李开先全集》,收录其诗文集《闲居

本周观察

出版机构尚待布局在线教育

刘丽刚 刘志伟

30个国家60座城市的逾2000位外教师资。通过使用超过十年的在线课程数据,总共推出超过500万课时的课堂教学课程。据悉,来自阿里巴巴集团、淡马锡和启明创投的注资将加速在线教育平台的全球增长和规模扩张。

此外,在2013年12月3日,阿里的在线教育平台——淘宝同学正式上线。正保集团、学大教育、京翰教育、沪江网等150多家培训机构首批入驻。据悉,淘宝同学与原有的淘宝教育类目完全划清了界限,专注于在线教育,主要通过直播互动和录播视频两种方式在线授课。一方面,培训机构可在上面直播教学;另一方面,任何普通用户只要一技之长,都可发布课程,在线直播。

据市场分析人士表示,基于在线教育的特点和优势,网络学校受到越来越多人的认可,各类新兴的网校及相关网站也不断涌现,比如三条杠网、91外教网、伯瑞英语等等。显然,这代表着网校已逐渐走进大众的生活并成为一种学习的主流趋势。因此很多人开始选择在线教育,特别是白领一族和大学生们。仅2012年一年,中国在线教育市场份额已经达到723亿元,且在线教育用户呈规模性放大。此前新东方董事长俞敏洪曾断言,随着互联网等现代技术的发展,在线教育行业将迎来颠覆式的变革,未来3-5年就将实现线上40%、线下60%的格局。这个预言曾给国内的在线教育创业者留下了巨大的想象空间。

值得一提的是,在线教育还在未来相当长的时间内获得“好政策”的支持,政策的推动将成为未来几年在线教育的动力来源。教育部在3月12日已下发《2014年教育信息化工作要点》,明确信

息化工作围绕解决教育改革重大发展问题,以促进教育公平、提高教育质量为重点。如果进一步解读可以发现,上述政策具体的工作目标和安排包括:提升教育公共服务平台服务能力与水平,初步形成教育资源云服务框架,国家平台形成为全国3300万名师生提供服务的能力;探索建立推动职业教育数字教育资源持续开发应用的新机制;鼓励企业以符合新课标的义务教育阶段教材为重点,系统开发配套的基础性数字教育资源,逐步实现基础性数字教育资源的全覆盖,形成基础性数字教育资源持续开发应用的新机制等等。

在线教育成为资本新宠,这应该给专业出版单位以更多的启发。就当前来看,布局在线教育的出版机构尚在少数。3月28日,人民卫生出版社率先行动,与全国高等医药教材建设研究会,携手北大医学部、协和医学院、复旦大学医学院等国家重点医学院校、科研院所、行业协会,成立中国医学教育慕课联盟,正式启动国内首家医学教育慕课平台的建设。类似的案例并不多见。

随着互联网技术的更新,在线教育有望在接下来的时间内迎来快速发展的爆发期。毋庸置疑,主导这一领域的是大型互联网公司、专业教育培训机构。而作为出版单位,如何凭借自身的资源优势,以及教材教辅的研发能力、区域化品牌等优势,在网络教育服务方面占有一席之地,同样值得业内人士的深思。