



# 二十一世纪出版社 21st Century Publishing House 全国百佳出版社

■张秋林

## 经营作家打造精品

二十一世纪出版社首倡“从经营作品向经营作家转变”，建立长线编辑与长线作家的长效合作机制，创造了一个作家的所有作品只在一家出版社出版的先例。二十一世纪社独家签下了“童话大王”郑渊洁作品的所有版权，在双方友好合作与倾力打造下，《皮皮鲁总动员》全系列累计销售已超过3000万册，成为民族自主创新品牌的代表。二十一世纪社还独家签下了“魔法姐姐”晓玲叮当、“数学童话大师”李毓佩、儿童文学实力派作家彭学军等国内一线童书作家作品的首选权。二十一世纪社在成功经营国内作家的同时，将视野投向国际。2013年5月，二十一世纪社邀请波兰籍世界级图画书大师麦克·格雷涅茨来社，进行为期一年的图画书创作，并于当年8月30日北京国际图书博览会期间召开了麦克·格雷涅茨新书国际版权推介会，会上，其在中国创作的新作《好困好困的蛇》的版权被日本白杨社当场购买。目前，二十一世纪社已拥有麦克在中国创作的10余部作品的全球版权，相信他充满童趣且具“国际范儿”的作品定能通过二十一世纪社越“走”越远。继麦克之后，二十一世纪社还邀请了日本著名画家木下晋赴四川大熊猫基地考察参观。“国宝”赋予画家源源不断的灵感，促成了图画书《真正的大熊猫》的诞生。这本包含中国元素的作品，凭借自身独特魅力，在国际童书版权市场上前景十分看好。从麦克到木下晋，二十一世纪社经营国外作家的一小步，却是中国少儿出版迈向国际化经营的一大步。

## 慢出版打造品牌

在浮躁之风盛行的当下，出版人要耐得住寂寞，沉得住心气。“彩乌鸦”系列是二十一世纪社潜心打造的品牌出版物。该套书引进德语国家最优秀的儿童文学作品，以“彩乌鸦”为品牌进行统合，以“让孩子们一口气读完，一辈子不忘”的编辑理念为指引，经过10年的持续打造，已陆续出版20册，“彩乌鸦”从畅销变成畅销，成为引进版图书的标杆。其后，“彩乌鸦中文原创系列”应运而生，这套书围绕着“生命、爱、成长、人与自然和谐”的主题展开，汇集当代中国优秀儿童文学作家各种风格的原创作品，短小适度，精彩好看。该系列目前已出版20册，荣获第三届中国出版政府奖图书奖，版权输出到法国、德国、韩国等多个国家，其中《我是白痴》还被韩国改编成电影。“彩乌鸦”开创了儿童书品牌从引进、借鉴，到原创，再到“走出去”的理想模式。

## 瞄准细分市场打造产品线

二十一世纪社在童书出版中实行“避其锋芒，错位竞争”策略，在诸多童书板块中细分市场，集中发力，在市场占有率和盈利方面，都取得了骄人成绩。如二十一世纪社2003年从韩国引进科学漫画这一品类，经过多年的市

# 童书出版成功的奥秘



场培育，产品种类不断丰富，深受读者青睐。为提高品牌的集中度，二十一世纪社将知识漫画所有系列统合于“我的第一本科学漫画书”这一品牌之下，形成9条产品线，涵盖自然科学、人文科学各学科领域，涉及多个不同年龄层，不仅引领了国内少儿知识漫画市场，而且在这一领域形成封杀性出版格局。至2013年底，“我的第一本科学漫画书”共出版120余个品种，累计销售约1600万册，市场占有率连续6年稳居童书科漫分类市场第一。

## 培育“种子工程”，延长产业链

二十一世纪社十分重视作品价值链的延伸，推进多媒体出版，最大限度提升作品的转化加工值。自2006年二十一世纪社从法国引进“不一样的卡梅拉”系列图画书后，已陆续出版了24册，每年都有新作品问世。“不一样的卡梅拉”在当当网上销售逾1000万册，是当当网首部“终身五星级童书”。2012年，二十一世纪社又引进由法国电视集团斥资5000万元制作的3D同名动画片，该产品一经问世，一年就销售了五万套，开辟了图书与动画片复合引进的新模式。随后二十一世纪社顺势而上，经过不懈努力又购得“不一样的卡梅拉”动画片所有衍生产品

勃向上的能量。

多年来，二十一世纪社致力于少儿精品读物的出版，打造了一系列品牌童书，如“皮皮鲁总动员”、“彩乌鸦”、“不一样的卡梅拉”、“我的儿子皮卡”、“麦克米伦世纪童书”、“我的第一本科学漫画书”、“魔法小仙子”、“超级笑笑鼠”、“老鼠记者”、“不老泉文库”、“数学童话总动员”等等，满足了广大少年儿童不同层面的精神需求。

的版权授权。二十一世纪社的愿景是“打造一个超乎孩子想象的卡梅拉帝国”，在综合开发中不断提升“卡梅拉”的品牌价值。预计今年卡梅拉书系销售连同衍生产品的开发可达到上亿元的产值。

另外，二十一世纪社历时五年打造的晓玲叮当幽默新童话《超级笑笑鼠》第一辑10册，入选第四届“三个一百”原创图书出版工程；在2013年上海首届国际童书展上，荣获“金风车最佳童书奖（中国原创童书奖）”。该书已经衍生出了漫画版，并着手改编成104集的动画片和动画大电影，届时二十一世纪的“中国童话鼠”将在屏幕上大放异彩。

## 超越功利做出版，占据儿童阅读推广制高点

二十一世纪社长期致力于公益性的儿童阅读推广，连续七年在不同的城市以不同的主题举办“二十一世纪中国儿童阅读推广人论坛”，吸引了众多著名专家学者、儿童文学作家、儿童阅读推广人参与，从而使儿童阅读推广蔚然成风。此举体现了一家出版社强烈的社会责任感和高远的立意。正如论坛秘书长、著名儿童文学作家梅子涵先生所说：“我们关注的是代代生命的人格模样，我们在乎的是一个国家的集体的目光，我们响应的是民族复兴的伟大渴望！”

## 整合渠道资源，赢在终端

科学地建设和维护各类发行渠道是二十一世纪社决胜市场的法宝之一。从2002年开始，二十一世纪社利用自身资源有效地建立了民营经销商的分销网络，把与民营发行渠道的合作提升到新的水平和高度。二十一世纪社连续5年率优秀民营经销商赴意大利博洛尼亚童书展研修，通过研修学习国外童书出版营销的先进经验，此举加强了二十一世纪社与民营经销商之间的友好合作，更使中国童书出版、营销与世界接轨。2006年，二十一世纪社大手笔整合新华书店，分别与浙江省店、江苏省店结为战略合作伙伴。2014年5月，二十一世纪社在南昌举办了首届“新华书店卖场营销经验交流会”，充分体现了二十一世纪社对新华书店大卖场营销的高度重视，会议的成果将在二十一世纪社今后的销售增长中显现出来。作为最早青睐网络销售的出版社，二十一世纪社于2007年9月与“当当网”结为首家战略合作伙伴，实现了连续5年的高速增长，到2012年在当当网销售图书码洋达1.3亿，名列全国出版社第一。2013年出于网络渠道布局平衡的考虑，二十一世纪社放开网络销售，与京东网、卓越网等建立了密切的合作关系，还在天猫建立了二十一世纪社的旗舰店，使得二十一世纪社的图书有了不同的出口，从而布下了图书销售的“天罗地网”。预计今年二十一世纪社图书网络销售可突破2亿码洋，几乎占据二十一世纪社图书销售的一半江山。

二十一世纪出版社一路走来，逢山拓路，遇水架桥，造就读者，传播书香。面对未来，我们有信心，有决心做中国青少年出版的领导品牌。

## 童趣出版有限公司 Children's Fun Publishing Co., Ltd

# 暑期精品图书，倾情奉献！

## 让生活充满故事

**开心超人大电影2  
启源星之战 连环画**

**小公主苏菲亚**

**成长不必烦恼**

**淘气的笠笠**

**同桌冤家走天下**

**辫子姐姐成长物语**

全国各大新华书店有售，更多精彩信息敬请登录童趣官网：<http://www.childrenfun.com.cn> 或关注童趣微博：<http://www.weibo.com/childrensfun>