



浙江少年儿童出版社 “与世界温暖相拥”书系

编辑推荐：由韩国著名儿童文学作家黄善美创作的“与世界温暖相拥”书系收录了关于梦想、亲情、友谊、信念、感恩、希望和宽容的暖心故事，作者以天真的视角、细腻的笔触和温暖的文字，描述了平凡人的困境和努力，张扬了梦想、信念、爱、

坚忍、宽容。在韩国，黄善美是个家喻户晓的儿童文学作家，几乎每个孩子都读过她的作品。黄善美用她独有的细腻与温柔，描绘了一个个普通孩子的成长历程，这是孩子们自己的真实故事，虽没有惊心动魄的大起大落，却有扣人心弦的挣扎努力，困难时还见希望，冷落时仍有温暖，悲伤时不忘感恩。丛书包括《我和爸爸的蓝色秘密》、《不说话的天使》、《总想逃家的孩子》、《飞向天堂的风筝》、《小泉村的千年约定》等5册。

(上接第11版)

少儿出版未来想象力在哪里？



常青



陈效东



孙泽军



叶显林

塑造全媒体少儿内容创意企业

■常青(四川少年儿童出版社社长)

在新媒体、新技术的冲击和市场化程度越来越大的背景下，出版社要想不被淘汰并取得发展，最重要的是选准方向走对路。我们若想打造一流出版社，必须认定一流的标准与目标，打造一流水平的队伍，积累一流质量的书，拥有一流的品牌。这就要求我们尊重客观现实，按专、精、特、新的要求探索和创新机制，注重内容传播，先做好、做优、做实，而后做大做强。川少社未来的发展，是以内容传播为核心，以创新为动力，以针对读者的个性化服务为渠道建设原则，注重原创和单品种效益，并加大与新技术融合的力度，在借势借力的同时，致力打造自己独有的品牌，建设独特的专业化销售渠道，从狭义的传统出版向广义的多媒体融合的大出版转换，从“做书”向“做内容”转换，努力实现以原创内容品牌、数字技术及互联网技术引领的业态转型和产业升级。

与此同时，社里未来将重点关注与互联网、多媒体有关的品牌授权出版物，其作品需具备衍生品的特质，有较强的可扩张性。今明两年，川少社除了对已获成功的《熊出没》项目进行价值再造和再扩展，在产品线不断延伸中使项目获得持久生命力外，还将开发契合5~12岁女孩需求的“小花仙”系列、独享200万粉丝群体的“兔子帮”系列，在影视动漫板块挖深井，做出特色和影响力，并积极尝试利用品牌动画形象开发与少儿相关的衍生产品。同时，抓紧研发具有自主知识产权的独有品牌形象，着力延伸少儿出版内容产业链。

川少社的发展目标是围绕树立品牌影响力，通过多媒体互动，打造将少儿图书杂志出版、文具、玩具、卡牌、动漫及网络游戏社区等融为一体的少儿出版产业链，最终成为具有品牌影响力的全媒体少儿出版内容创意企业。为此，川少社将重点在五个方面发力。第一，调整结构，科学布局。深化改革，创新机制，确立定位，依据少儿图书市场及产业形态的发展趋势，构建合理的、有利于参与市场竞争的组织架构、激励约束机制、产品结构、生产经营组织方式和产业格局，并制定与战略目标相一致的组织发展计划、流程革新计划和人才队伍建设计划，并打造有利于变革的组织机制与文化氛围。第二，夯实基础。立足于做内容、做精品，注重原创和单品种效益，延长图书生命周期，加快优势产品积累；要创新运营模式，建立从研发、印制、物流到连接销售终端的科学流程，以支撑川少社持续进行规模化和产业化扩张。第三，积聚内容。通过建立一套流程和机制，培养优秀的职业编辑和“产品经理”，摸索做优质图书的规律，建立作者资源库和内容资源库，源源不断地产出畅销书和长销书。第四，提高传播能力，服务受众。以消费者为中心，通过用户、数据和技术分析，实践数字营销，准确洞察细分市场，有针对性地精准营销，最终建立自身品牌。第五，确立品牌。确立自主内容品牌的核心竞争力，并以此为基点向周边扩散，线上和线下结合，借力移动互联网，最终形成以故事和形象为中心点向四周扩散开发的少儿全媒体产业链。

未来将打造实体游乐一体项目

■陈效东(福建少年儿童出版社社长)

近年，福建少儿社在积极推进两岸青少年出版文化交流，不断加深与我国台湾童书作家、出版机构等交往联系，在细致梳理我国台湾优秀童书出版成果的基础上，加大台湾优秀童书板块的引进和合作力度，共有“台湾儿童文学馆”、“海峡两岸儿童文学文库”、“台湾科学绘本馆”等6套相关丛书，列入国家“十二五”重点图书出版项目。从少儿图书的潜力板块看，“80后”父母持续进入角色，亲子类图书也将持续走好，特别是以亲身经历来现身说法和指导类图书因为亲切、可操作性而受到欢迎。福建少儿社也将持续关注并推进这个领域图书的出版；另外，结合新技术、新工艺特点的幼儿听读类图书、玩具书也将以更繁多的形式出现在市场上，受到家长孩子们的喜爱。

与此同时，靠广种薄收来试探市场，扩大发行的日子已经远去，除非实力雄厚到不计投入的超大出版公司企图以这种方式入主少儿市场，用钱探路。绝大多数出版社都将忧虑不断增加的库存，进而选择阻击进攻的方式赢得市场。比如去年社里出版的赵丽宏的长篇小说《童年河》，除了召开该书作品研讨会、朗读会等，社里还计划

向福建省内外1000所学校寄赠图书宣传品，包括推荐信、阅读手册和样书，目前已经寄发500所学校，初步收到成果。今年我们又签下陈丹燕4本儿童文学作品，包括《我的妈妈是精灵》、《一个女孩》、《起舞》、《女中学生三部曲》，打造成“陈丹燕经典青春系列”。同时，社里的畅销书作家商晓娜的“拇指班长”系列也将有新的拓展。

近期，福建少儿社主要任务还是出版资源的积累，以及图书出版与期刊出版的统筹整合。虽然如此，福建少儿社也尝试以书、刊統合为基础，从作者、儿童、家长、学校等多方面的需求出发，结合阅读推广活动的开展，为儿童成长搭建学习平台，提供个性化成长解决方案的增值服务，从而为儿童成长提供全面的解决方案，提供个性化的服务。互联网时代意味着儿童阅读渠道和阅读方式的转变，意味着儿童交际渠道和交际模式的转变。这种改变也要求我们少儿社在营销推广上跟着转变。出版社营销部门也会依据少儿群体的阅读习惯、购买习惯的变化，尤其针对互联网时代进行新媒体营销。通过书、刊互动，有步骤地搭建互联网数字出版平台，着重做好本土(区域)出版资源的开发，不仅与儿童互动，还与家长、教师互动，更好地为儿童全面成长提供个性化的服务。

对于儿童文化产业链的拓展，重要的是要拥有畅销的、影响面广的内容健康又吸引读者且可授权的原创精品产品。只有拥有这样的市场瞩目、读者津津乐道、媒体追捧的畅销品种，才具有全媒体开发的可能和可行性。这样的项目就不是一本书的出版发行那么简单，它涉及到更广泛的文化创意规划和项目经营。这是我们的方向和目标，虽然目前我们难以达到，但我们会朝着这个方向努力。比如以福建少儿社推出的动漫图书《乌龙小子》第一辑6册为例，这是一部以福建乌龙茶为主题形象开发的作品，具有浓郁的地方特色和茶文化特色。社里出版图书，动漫公司联手福建茶商进行一系列的宣传造势，将此产品深度开发，除了动画片、动漫截屏书之外，将来还将开发小说、游戏等多类产品，同时还在规划、筹建以乌龙小子形象和故事情节为主题的乌龙动漫园，以最终打造成集动漫、茶文化旅游休闲观光、影视创作及实体游乐基地为一体的大型综合文化产业项目。

改变传统行销模式直面终端客户

■孙泽军(新世纪出版社社长)

近年来，很多出版社靠增加品种、扩大规模来实现增长，但它带来的风险也是显而易见的，比如库存增加，单品种效率下降。所幸的是，新世纪社目前还处在良性发展阶段，近几年社里出版的图书首印节节攀升，单品种效率持续上升。但我们清醒地意识到，图书市场竞争越来越激烈，盲目扩张肯定会有崩盘的一天；不寻求发展、固步自封也同样不是生存之道。因而，我们追求的是有质量的产品规模，也就是说规模要扩大，但一定要以有质量的产品为基础。

虽然在市场类少儿图书方面新世纪社起步较晚，但近几年来取得了较为迅速的发展，今后发展的重点也是我们目前发展得较好的板块。比如，儿童文学板块。在儿童文学领域，我们依靠一流作家新旧结合的产品来占领主要市场，关注并培养有发展潜力的新作家，着力引进国外优秀的儿童文学作品，积极开发衍生品。社里近几年出版了“当代儿童文学顶级名家精品集”、《魔法三国》等名家的作品，受到市场的肯定，接下来还有伍美珍、王一梅等名作家的作品面世。段立欣、章红、赵静、王勇英等有畅销潜质的儿童文学作家也和新世纪社有不同程度的合作。在畅销书“小屁孩日记”的基础上，社里开发了“小屁孩日记”、“曹操的秘密日记”等项目，均取得不俗的销售成绩。今年又出版了《纳尼亚传奇》中英双语版，即将推出《小王子》珍藏版、英国儿童文学经典《象老叔传奇》、日本畅销童话《魔仙花园》等优秀儿童文学作品。此外，社里的原创绘本板块也会持续关注国内原创绘本，着重挖掘有浓厚中国特色的原创绘本，继续打造原有的“中国绘”原创图画书系列品牌。科普板块我们关注有特色的科普产品，原创和引进版并重，在销售渠道上，我们以学校环保教育为依托，贴近读者生活。这两年推出的“自然观察”系列都是颇具特色的少儿科普读物。低幼启蒙板块作为少儿类图书不可或缺但又竞争激烈、利润率低的一个板块，我们坚持精品策略，不打价格战，以优质取胜。家教育儿板块也会进一步深入挖掘。少儿图书的付费者和阅读者是分离的，也

就是说家长付费孩子阅读，从这个角度来看，家教图书和少儿图书的购买者大部分会是重合的，所以在出版少儿图书的同时我们也有选择地经营重点作家的家教作品，像教育专家小巫、陈建翔，挖掘具有现代育儿理念的新人，如儿童文学作家章红等有潜力的作家。

当前的出版态势日新月异，以前出版商单纯向出版纸质图书要利润就能够生存得很好，但现在纸质图书的利润率越来越低，这是逼迫出版社转型的直接原因，新世纪社也不例外，从单一经营纸质图书到转型为“少儿文化服务提供商”，我们联合广东省内教育学术机构成立中小学生学习推广专委会，致力于提供教育培训服务、召开作家笔会、推荐优秀作家进校园举办讲座、承办比赛等面对终端读者的活动。同时，我们建立了广东中小学生学习网、广东中小学生学习网，依托本地客户资源，改变传统的经销商销售图书的模式，尝试通过互联网和各类活动直接面对终端客户。我们也希望通过这种营销模式的改变，能与读者有更多的互动和沟通，甚至让读者参与到内容生产中。也只有这样，才能从图书的策划开始，就能真正地以读者为中心，从而实现单向传播到互动的转化。

儿童事业行家联手打造文化品牌

■叶显林(天天出版社总编辑)

天天出版社是一个成立才5年的小社新社，资源积累少，为此我们采取有所为有所不为的态度，不求大而全，但求小而新。天天社确定了“以中外儿童文学出版为中心，打造儿童文学出版高地，同时多角度触探其他童书细分板块，拓展低幼益智、科普读物和经典读物等方面的出版，完成多角度、多层次的产品线布局，并立足传统出版，放眼新兴市场，不断尝试跨渠道、跨行业、跨媒体的资源一体化整合。”儿童文学板块是我们基础最好的，因为有人体文学出版社的文学出版传统以及资源积累。其次是低幼益智，这一块经过几年的积累，也有了很好的发展。而我们更主要的是把目光聚焦在“破传统，求创新”方面，寻求“跨渠道、跨行业、跨媒体的资源一体化整合”。

就目前而言，少儿出版的市场开拓并没有细化，众多出版社出版的图书，针对的都是一般市场，没有考虑到细分市场的特色需求(比如发达城市和一般城市，一些落后的农村地区以及少数高端需求等)，而一般市场的阅读人群基本是固定的。其次，就出版内容来说，既有资源尚未得到富有特色的针对性开发，挖掘出其市场潜力；新资源的开发风险又较大，因此内容同质化的现象很严重，也是导致出版效率低下的重要原因。

服务读者，就是把有益儿童精神健康成长的好作品送到儿童的手中，但绝不是一味地迎合儿童的需求，因为儿童作为个体，其是非判断标准以及其价值观尚未养成，无疑是需要引导和正确构建的。因此，出版企业，一定需要担负起应尽的义务，绝不能“利”字当先，而应是“义”当先。天天社的“转型”应该说既基于“资源平台”也“寻求新业务的增量”，两者都需要努力进行。其缘由是资源稀缺，资源积累不易，因此一旦有了好的资源，就要搭建很好的平台，让资源的价值得到最大化的体现，并在此基础上寻求新业务的拓展。

眼下，专业少儿出版的服务对象——少儿群体，是一个差异化比较大的群体。一般意义上的少儿群体，指的是0~8岁，但这一年龄段的差异性远远大于18岁以上的成人群体。少儿群体至少可以分为0~3岁、4~6岁、7~9岁、10~12岁、12~15岁、16~18岁这样一些群体，且每一个群体之间的差异都比加大。但一言以蔽之，在互联网和数字化飞速发展的时代，无疑每一个群体都会受到影响，这是每一个出版工作者都应该积极关注并须趁早应对的。青少年读者积极参与到出版的内容生产当中，形成出版的互动传播已经是趋势。目前，我们所做的主要是引导他们独立表达自己的思想并予以出版，引导他们参与到一些话题的讨论中来，引导他们参与到作家的创作当中等。

关于少儿文化产业链的开发，天天社在这一方面已经迈出了大胆的一步，即成立了“曹文轩儿童文学艺术中心”，目的就是依托著名作家曹文轩的品牌和资源优势，通过全版权运营，整合各方面资源，打通和融合业内的产业链，希望借助其他行业的力量，在影视、教育培训等方面有所发展。当然，我们也希望其他行业里有志于“儿童事业”的行家能积极与我们出版行业合作联手，共同打造我们的品牌文化产品。

●书评集粹

林良，永远的小太阳

近期，福建少儿出版社出版了一套“林良美文书坊”丛书，丛书中包括《小太阳》在内的不少作品均被众多读者认可。林良先生是我国台湾文坛一位功成名就的作家，也是一位具有崇高社会地位的老报人，但在许多晚辈的心目中，林良先生却是一个对什么事都很“温和”的长者，温和到不生气、不骂人、不表态、不做任何决定；温和到甚至有点“有求必应”什么都“好、好、好”了。

其实当然不是。当我们读林良的作品，就很清楚地读懂他心中万千丘壑，在天光云影中川行不止。因为林良先生是散文家，散文这种文体，最能体现一个作家的真性情和真才学，甚至可说，散文反射了一个作家的内在心灵，有如一面明镜，人格品性，高下立见。凭此，我敢肯定地说，林良先生是一个“外柔内刚”的君子，他有自己的坚持与忍耐，也有自己不甘言妥协的人生规范。我们读他的作品受到感动，不如说是受到他可受人格与性情的感召。至少，我自己是这样感受的。

(桂文亚)

阅读，拥抱另一种可能

阅读，是一种探索，阅读，也是一种生活方式。我们在书本中，感悟生活，体验世界，找寻另一种可能。

浩瀚书海，茫茫无边际，然生也有涯，我们须以有涯之人生，去捕捉经典华章。“语文新课标必读丛书”(重庆出版社)正是秉承这样的信念，将最优秀、最经典的中外文学作品，呈献给小读者们。它既是一盏灯，照亮我们前进的道路，又是一座桥，连接文学艺术殿堂和自己的内心世界。“语文新课标必读丛书”隶属于五洲博尔公司旗下的“芒果阅读”品牌，全套书系由国学古典类(30本)和外国名著类(30本)两大部分组成，囊括了诸如《论语》、《史记故事》、《假如给我三天光明》、《老人与海》、《绿山墙的安妮》等闻名中外的经典名著。

丛书编写者深谙儿童阅读心理和认知习惯，使用通俗优美的语言，在尊重原著的基础上，精心编辑加工，辅以标准规范的汉语拼音和鲜亮生动的彩图。同时，每本书每章后面都设有“趣味思考”等栏目，作为文本以外的延伸。栏目中的思考题均由专业教师精心设计，紧扣文章内容，同时具备一定程度的发散性，仔细思考这些题目，既能复习巩固所读内容，又能开启读者思路，促使学生跳出文本以外，广泛联系现实生活，收获书本以外的知识。

(刘 莹)

从阅读中寻找抗日民族魂

仰天不愧的民族之魂是一个民族顶天立地的精神支柱。由庄严主编、吉林出版集团出版的《民族魂——东北抗联》，透过历史的厚度，站在时代的高度，通过深刻剖析历史背景，理性梳理发展脉络，客观评价历史功绩，图文并茂地集中展示东北抗联将士在浴血苦斗中凝集而成的中华民族骨气之魂。该书全景式地展现了中国共产党领导的抗日联军与日本侵略者14年浴血奋战的苦难辉煌。苦难铸就辉煌，拼搏成就伟业。该书记述的故事可歌可泣，深情深邃，励志励行，是传统书媒与现代媒体的完美结合，是历史研究与现实思考的有机化合，是政论与史论的深度融合，是形式创新与内容深化的精彩契合。

(刘曼抒)

