

## 国家图书馆出版社成立35周年 扬帆再惠学界

中国出版传媒商报讯 2014年12月24日,国家图书馆出版社成立35周年专家座谈会在京举行。国家图书馆出版社社长方自今主持座谈会,国家图书馆副馆长张志清致辞,国家图书馆出版社总编辑贾贵荣介绍了出版社35年的发展历程以及现在的出版情况。

建社35年来,国家图书馆出版社通过与图书馆界和学术界的密切合作,先后整理影印2.5万余种重要文献。如国家重点文化出版工程《〈中华再造善本〉及续编》、《永乐大典》、《敦煌遗书》、《赵城金藏》、《原国立北平图书馆甲库善本丛书》等。古籍文献方面,已出版有传记文献、史籍史料、书目版本、方志地理、金石文献、文学

艺术、哲学宗教、综合文献等各类专题文献汇编;民国文献方面,形成“民国文献资料丛编”、“民国期刊资料分类汇”、“民国英文期刊”、“近现代名人日记手札”等多种系列。

与会的专家学者感慨国家图书馆出版社多年来对于学界的贡献,他们认为,正是由于出版特色鲜明,出版社才得以可持续发展,取得经济效益和社会效益的双丰收,这条路子还应该继续坚守。国图社长期以来和图书馆界做朋友,和学者做朋友,选题资源来自于图书馆和学者,出版的图书又回到图书馆和读者手中,形成了良好的互动。当前的历史文献影印市场良莠不齐,一些劣质出版物混杂其中,给读者辨别带来困难,国图社作为这方面的领军者,有责任、有义务建立起文献影印的规范,起到示范性作用,进而影响整个行业。此外,出版社还可以拓宽思路、开放眼界,积极地进行海外汉籍的搜寻调查出版工作。

(刘志伟)



教育出版从来都因为“刚性需求”的存在而成为市场挖掘的焦点。2014年也不例外。在这一年,更多出版机构对这一板块投注了更多热情,这一点与少儿出版相比几乎并无逊色之处。不同的是,与少儿出版的高速增长相比,教育板块的热情一方面来自稳定增长,另一方面则来自“洗牌的机会”。具体而言,新生代父母走到台前等引发的具有时代性的教育理念变革和教育需求变化,新技术带来的新趋向,特别是高考政策和高等教育政策的变化带来的未知市场,这些因素交织带来了几乎前所未有的市场松动,以及挑战。尤其值得一提的是,在市场化、产业化推进的进程中,教育出版的市场敏感度正大大增强。这一点在2014年市场已经有了显性体现,新政策、新理念、新技术所引发的影响已经快速呈现在图书出版和细分市场上。我们选取一些细微的变化体现,并不足以反映2014年整个出版风潮中庞杂的变化,但是从这些微小之处,也可引发一些“从小到大”的思考。

## 看点 2 | 新技术推动教辅出版进入“复合”时代

近两三年来,一度受困于品种高度饱和、内容高度同质等市场弊端的教辅出版和策划机构,越来越清晰地呈现出向“深度出版”发展的趋向,而这种“深度出版”说到底还是要以优质的内容和服务满足目标群体的学习需求乃至体验需求。在新技术一路深入的大出版环境之下,在新生代学生群体成为互联网、移动终端的骨灰级粉丝的当下,教辅出版在被动与主动中顺应媒介融合的大势,越来越多的相关机构以“多媒介复合出版”作为深度出版的切入口。2014年,一批带有互联网和数字出版基因的教辅产品越来越多地参与到市场竞争中来,教辅出版“复合”时代正在全面开启。

2014年涌现的一批跨媒介出版物,主要表现形式集中在,在纸质教辅特别是经典、品牌纸质教辅产品资源的基础上,利用新媒介进行叠加、增值生产。这其中,“二维码+微视频”成为流行选择。继2013年《解题高手(微视频版)》的成功试水后,华东师范大学出版社2014年针对《赢在思维》等产品增设二维码,帮助学生们查笔记看视频,免费获取海量扩展习题,随时随地体验移动式学习。此外,上海交通大学出版社的《特技教师公开课》、重庆大学出版社的《提分攻略》、西藏人民出版社的《天利38套》、吉林大学出版社的《初中生语文新课标必读》以及北京曲一线图书策划有限公司53B版北京版相关图书、沈阳庠序文化有限公司策划推出的《教材备考笔记》等一系列产品都是以二维码的形式提供讲解视频或者附加习题等各种配套资源。而据了解,这种“二维码”添加也并不是随意之举。以华东师大社《解题高手(微视频版)》为例,该产品内容难度较高,具备增加复合资源的意义。《解题高手》全系列新增600个微视频,每个视频时长约5~8分钟,每本书需要找3~5位专家资源进行视频录制,所以对作者、专家

而言,制作成本相当高。但通过二维码,可以将视频直接嵌入到书中,方便学生随时随地观看,大大提升了学习效率。

当然,各机构正在探索的教辅复合出版不止于此,例如“网络错题本”就是曲一线为正版用户解决手抄错题费时、低效、页面零乱、不方便整理等问题提供的创新型增值服务;对5.3B、3.2一轮、5.3中考和初、高中同步图书配备了网络错题本,通过web、手机应用实现快速的错题整理、变式题推送等功能,实现了图书、网络的结合。今年,曲一线还正积极研究包括教学视频等在内的多媒体资源的整合、推送,将打造以图书为前锋,云端资源为解决系统的个性化复习备考解决方案。世纪金榜在英语图书中引入了“快乐学英语”APP题库工具,学生遇到难题,用手机快乐学扫描软件进行扫描,可以在手机上查到习题讲解,并形成学生大数据分析,系统可根据学生习题扫描情况给出针对性学习解决方案。小学讲解类富媒体产品也是该公司开发的方向之一。江苏教育出版社的《凤凰新学案》在去年在网上提供数字版本,每个学科还专门建立了自己的学科论坛的基础上,2014年也持续加大了复合出版的力度和深度,相关产品持续出新。江苏春雨教育集团的以《实验班提优训练》为基础资源的国内小学生第一款网上游学平台和才艺展示社区“梦幻城堡实验班”2014年已启动二期开发。

综上可以看到,2014年,教辅出版在多媒体的作用下进行“复合”开发,几乎成为无论是国有还是民营教辅机构的集体性行为。但是,这种新征程仍处于“孵化期”。接下来,如何让产品具备让用户心甘情愿地买单,突破目前大多数产品的“免单”境地,新的市场增长点才会变成现实。

## 教育出版年度走势 3 看点

■中国出版传媒商报记者 文 冀

## 看点 1

## 新生代教育理念带来家教书新风向

近年来,八零后父亲和母亲的登场为家庭教育带来了不少新鲜的话题,这一新生代群体的教育理念也越来越多地影响到了家教书的出版,这一点在2014年教育图书细分市场上已经有了较为鲜明的体现,“父教”类图书成为家教书市场上新生的突出亮点。

其实,近几年来,父亲为主角的家教书近年来渐有苗头,但是并没有明显起色。2013年,电视节目《爸爸去哪儿》火了,“爸爸效应”由此蔓延,出版圈也找到了切入的契机,这便引发了2014年一众家教选题大打“爸爸牌”。

这一趋势在2014年1月举办的2014年北京图书订货会上就已经有所体现:湖南文艺出版社重磅推出《爸爸去哪儿》节目官方授权图书版本《爸爸去哪儿》;天津科学技术出版社则在订货会现场为《教会孩子吃苦就是给孩子幸福》打出“爸爸,我们去哪吃苦”的宣传语;接力出版社的“2014年接力出版社重点新书发布会”在环节设计上融入“爸爸去哪儿”的创意元素,安排了五对可爱的父子上演了充满爱意的“父子新书秀”。而在接下来的一整年中,以“父亲”为核心词汇的家教书的关注指数和开发数量增长明显。

一方面,电视节目衍生的选题有了更多角度的呈现。安徽少年儿童出版社出版了电视节目《爸爸去哪儿》改编的同名动画片系列故事书《爸爸去哪儿》图画故事;电子工业出版社则推出了《爸爸去哪儿》节目组官方授权之作的动漫综合益智游戏书和观察力训练书的出版新探索虽然还称不上是“趋势”,也算不上可以总结出“理念”的出版动向,但是这一细小板块的细小变化仍值得思考。

高考对教育出版的未来影响可能很大,但这个板块在2014年基本仍处于相对平稳的观察期和渐进调整期,而细微之处生发的变化其实已然初步显示了政策影响力。从此次高考政策调整过程中最受关注的学科之一——语文来看,相关出版物的变化已经逐渐向新的改革思路靠拢。仅就语文高考中一直备受瞩目的作文来说,今年高考中各省作文各自讲求新意,尤其对新一轮高考改革思路有更清晰的趋势性体现——重在考察学生的思辨能力。这不仅对考生、对作文教学乃至语文教学提出了明确的新方向,也对作文书出版提出了新挑战——当考题的技巧性应试特征减弱,作文书该怎么出?纵观今年入市的新品,一些产品已经呈现出一些新意和改变。首先,不少新品开始以故事、图画、游戏、儿歌等“混搭元素”激发写作本真,诸如湖南少年儿童出版社的《爱心猫日记起步高手》、《开心猫作文起步高手》,福建教育出版社的《快乐作文童话城》,新世界出版社的《张春风教你18招玩转作文》,二十一世纪出版社的“卡梅拉作文系列”等。作文书出版的另一个新趋向还在于,名家、名作者正在成为一些产品的核心竞争资源,诸如今年4月由京版北控股有限公司策划、北京教育出版社出版的“先生教你写作文”系列所含的20册图书,就精选叶圣陶、梁启超、夏丏尊、朱自清、朱光潜等民国教育大家关于为文之道的作品,以求打造高端作文品牌;另外,郑渊洁、伍美珍等儿童文学作家也成为作文书出版的参与力量。“阳光姐姐作文派”丛书就是由“阳光姐姐”伍美珍选取孩子们所创作的各种题材的优秀作文。《郑渊洁作文教材:舒克送你一支神来笔》是由郑渊洁写给儿子郑亚旗的家庭教材改编而来。随着“微写作”进入部分省市的高考考题,相关选题也立刻出炉,农村读物出版社的《凭作文上北大之高考微写作》、华文出版社的《笔尖上的成长:微写作范例与解析》都是市场上较早的小微写作图书。目前,这些作文

图书,人物全部采用官方动漫形象;湖北科学技术出版社则策划了《2015年爸爸去哪儿官方台历》,这些台历除合集外,还分册推出了不同父子/父女的专版。

另一方面,仅依靠电视节目做选题并非长久之计,很多出版机构也跳出节目局限,策划不少亮点纷呈的“父教”图书。人民邮电出版社推出《极客好父亲:适合爸爸和孩子一起做的极客项目和活动》,书中收集了大量适合父亲和孩子一起做的极客项目和活动,这些项目既富含科学、技术和文化元素,又要求调动和发挥想象力,同时易于理解,费用不多,大多可在一周末时间完成,并可根据实际情况进行定制。新世界出版社推出了《再忙也要做个好爸爸》,直接将目标读者明确为“忙得没时间陪伴孩子的迷茫爸爸们”。陕西师范大学出版社的《老爸的

叮咛——一位硅谷高管爸爸给孩子的七个礼物》,化学工业出版社的《听爸爸讲故事》等都从书名中就可以看到图书的切入亮点。

另外,一些经典图书在“父教”书兴起的2014年获得了新面孔。如针对著名漫画书《父与子》,外语教学与研究出版社推出了《父与子全集(英汉双语典藏版)》(点读版),东南大学出版社则出版了《父与子中英对照全集》。名人效应也有所体现,上海大学出版社的《与天下人同亲:我的父亲南怀瑾》就呈现了国学大师南怀瑾教育培养子女的理念和方法。

2014年,父亲类的家教书呈现出了前所未有的活跃性,数量上也实现超前性的增长,但是其中很多内容都有雷同的迹象,是否可以出现“大细分”还有待审视。

## 看点 3

## 新政策引发细分市场悄然

对于教育出版板块来说,2014年其实可以算是“暗流涌动”,这其中的一大因素就是教育政策呈现出新的动向。政策变化,对于很大程度上还受限于“政策危机”的教育出版而言,绝对算是大事,特别是这些政策的变化与高考、高等教育密切相关。虽然相关政策还没有彻底以条文形式完全明朗化,但是一些先行的导向已经对细分市场产生了影响。

一方面,电视节目衍生的选题有了更多角度的呈现。安徽少年儿童出版社出版了电视节目《爸爸去哪儿》改编的同名动画片系列故事书《爸爸去哪儿》图画故事;电子工业出版社则推出了《爸爸去哪儿》节目组官方授权之作的动漫综合益智游戏书和观察力训练

书的出版新探索虽然还称不上是“趋势”,也算不上可以总结出“理念”的出版动向,但是这一细小板块的细小变化仍值得思考。

除了高考的政策调整,“高考教育转型”相关政策的日渐明朗也成为教育出版业者关注的一大焦点。2014年3月22日,教育部副部长鲁昕在中国发展高层论坛上透露,教育部将推进全国600多所高校实现转型,即1999年以后的“专升本”院校将向应用技术型、职业教育类型转变。3月25日,她在2014年度职业教育与成人教育工作会议上,就加快构建以就业为导向的现代职业教育体系进行新的工作部署,其中涉及探索开展本科层次职业教育。6月23日~24日,全国职业教育工作会议召开,会前国务院印发《关于加快发展现代职业教育的决定》。教育部等6部门也印发《现代职业教育体系建设规划(2014~2020年)》。针对于此,相关出版业者明确判断,这次的“高等教育转型”不是“增加了一个四本”的概念,而是意味着一个全新的更加明确、更加细分也更加复杂的高校分类体系即将出现,这对于未来职教出版将带来系列影响。这其中,“应用型本科教材”的开发成为首要着力点。虽然,相关新产品的开发在2014年还没有集中体现,但是一批之前就富含“应用型”特色的产品成为相关出版社推荐和持续完善开发的重点,这些产品也由此在本年度有了活跃的表现和较好的媒体曝光率,如华东师范大学出版社的“学前教育产品线”以及正在开发的面向应用型本科的经管类教材,清华大学出版社的“会计创新实务培训教材”,北京师范大学出版社的“全国学前教育专业‘十二五’系列规划教材”,浙江大学出版社的“应用型本科院校机械专业规划教材”、“应用型本科院校自动化类规划教材”、“应用型本科院校建筑类专业规划教材”,华中科技大学出版社的“高等院校艺术学门类‘十二五’规划教材”(已出版90余种)、“全国高职高专医药院校工学结合‘十二五’规划教材”等。

类似的重点产品,还有人民出版社、人民教育出版社推出的《温家宝谈教育》,使人们得以系统了解温家宝同志关于教育改革发展的一系列论述,从中进一步感受他对教育发展规律的认识和思考,进一步感受他的教育思想与情怀。此外,还有华东师范大学出版社的《教育评价的30种新探索》,书中介绍了评价理论应用、学校质量检测、课前学情分析、信息反馈技术、教师评语撰写、过程性评价、个性化评价、发展性评价以及绿色评价指标等不同评价研究领域及其方法。

综上可以看到,2014年,教辅出版在多媒体的作用下进行“复合”开发,几乎成为无论是国有还是民营教辅机构的集体性行为。但是,这种新征程仍处于“孵化期”。接下来,如何让产品具备让用户心甘情愿地买单,突破目前大多数产品的“免单”境地,新的市场增长点才会变成现实。

## 实操类教师成长辅导书

●下一个出版热点

教育图书中的教师成长类图书成为一个热门的分支,教师虽然是育人的行业,但也需要不断探索学习。这类书是以记录、叙述教师的成长及教学中的感悟为主体。在2014年所出版的相关图书中表现出的有教育科学出版社的《做一个学生喜欢的老师——我的为师之道》、《做一个大写的教师》、《班主任工作十讲》,高等教育出版社的《面向个体的教育》,北京师范大学出版社的《读懂孩子——心理学家实用教子宝典》,清华大学出版社的《乡村教师突围》,华东师范大学出版社《学校见闻录:学习共同体的实践》《学校会伤人》,北京联合出版公司引进的《教室里的正面管教》等。

由于教师用书的读者群趋于年轻化,因此很多书的策划思路也逐渐向工具化、实用化和系列化的角度来打造自身品牌。如华东师大社的“大夏书系”、西南师大社“名师工程教育通识系列”、教科社的“初任教师·教学ABC”、北师大社“走向新课程”等成为受欢迎的课程资源。当然,尽管运用案例进行讲解仍是当前盛行的方法之一,但与以往仅仅罗列优秀教师案例的做法不同,现在出版的教师教育用书能使读者在阅读时就能很好地将这些方法融会贯通、学以致用。

教育一直是全球重点关注的话题,教师的成长也成为全国性的话题。目前教师成长类图书的细分市场越来越受到关注,教师的成长故事也令很多读者深受感动,作者也从基层教师转向了名校校长。从整个市场上看,未来此领域发展空间极大。

## 聚焦教育改革图书

2014年,力度颇大的高考改革方案出台,教育改革受到社会广泛关注,极快地推出了不少有分量的理论著作。此外,2013年年底,人民教育出版社和中国教育学会联合在上海举行第三届基础教育课程改革与发展论坛,邀请专家就2014年《课程·教材·教法》的选题等问题展开讨论和交流,也从一个侧面反映出出版社对教育改革话题和选题的重视程度。

具体到产品,像教育科学出版社推出的我国著名语文教育改革家周正连新著《语文教育改革纵横谈》就是其中的代表。作为教改先行者,作者对语文改革的重大理论问题和实践问题,进行了全面梳理。又如,新星出版社于2014年出版的《盗火者:中国教育革命静悄悄》,该书是凤凰卫视超人气纪录片《盗火者》文字扩编版,作者团队历时两年时间,走访了中国30多所大中小学,采访了50多位一线教师,访问了近20名教育学者。书中重点涉及教材改革、在家上学、乡村职业教育、华德福教育、课堂改革、公民教育、大学改革等社会极度关切的教育话题。

类似的重点产品,还有人民出版社、人民教育出版社推出的《温家宝谈教育》,使人们得以系统了解温家宝同志关于教育改革发展的一系列论述,从中进一步感受他对教育发展规律的认识和思考,进一步感受他的教育思想与情怀。此外,还有华东师范大学出版社的《教育评价的30种新探索》,书中介绍了评价理论应用、学校质量检测、课前学情分析、信息反馈技术、教师评语撰写、过程性评价、个性化评价、发展性评价以及绿色评价指标等不同评价研究领域及其方法。

## 留学图书

据2013年教育部公布的数据显示,中国出国留学人数达到41.39万人,首次突破40万人大关,2014年突破50万,留学图书相关市场完全被打开。光明日报出版社推出的《美国大学申请信息白皮书》和人民邮电出版社开始策划出版《美国留学手册》,每年根据院校信息进行修改,市场行情大好。针对不同国家的留学情况,留学申请类图书种类也在不断细分。如清华大学出版社和北京威久国际教育公司联合推出的“海外留学指南”系列,包含美国、加拿大、澳洲、欧洲、日本、韩国留学攻略等不同版本。同济大学出版社在2014年出版的《绘本留德指南》,以图解的形式告诉学生去德国留学的一系列过程。另外一些留学类图书在内容上出现了相互融合的趋势。作家出版社2014年出版的《留学,我们一起去美国》,既包含申请指导,又涵盖了留学生活的指导。世界图书出版社2014年推出的《老查话留学:超权威的留学DIY指南》可以称为“自助”式申请的典型。

值得注意的是,2014年发布的《2014年出国留学趋势报告》显示,中国留学生低龄化的趋势愈加明显,高中生留学人数增长迅速。这种低龄化留学趋势意味着更多的90后、甚至00后人群加入到留学大军中。一些有留学经历的网络作者在内容创作方面更具有亲和力和贴近性。如中国青年出版社于2014年出版的《考拉小巫的留学成长日记:写给在人生路上不曾停步的人》关注真实的留学生生活,作者本身就是留学生、知名博主,图书内容能够与年轻的留学群体达成共鸣,图书上市后好评如潮。(萧染)

经自查,本报天津、内蒙古、安徽、江西、山东、黑龙江、辽宁、河南、湖南、广西、海南、四川、贵州、甘肃、青海记者站,建站以来未发生任何违规问题。因本报系周二刊,根据中宣发[2014]38号文件的规定,上述记者站不再保留。

特予公示。

中国出版传媒商报社  
2014年12月30日