

## 喜羊羊与灰太狼大电影7之羊年喜羊羊系列图书“全能”品读

中国出版传媒商报讯 狼羊身体互换,穿越石器时代!误会难解、危机重重……一场场惊险考验着小伙伴们之间的友情!精彩内容尽在“喜羊羊与灰太狼大电影7羊年喜羊羊”系列图书!

远古恶龙来袭,屠龙神器浮出水面,究竟是怎样的利器,能够打败恶龙?

友情面临考验,好友之间误会重重,面对危机,小伙伴们该作怎样的抉择?

一切谜题,都需要小朋友在书中寻找答案。书中有跨越时空的探险、有小羊们的成长历练、有朋友间友谊的考验、有亲情的温馨感人,读来琅琅上口,爆笑连连……通过精彩紧张的剧情,让小朋友们

明白,如果想获得一份友情,就必须付出爱心与真诚。宽容和信任,是破除误会的秘诀。通过故事,把友谊的哲理讲述给小朋友听,让小朋友身临其境地感受到友谊的来之不易。

该系列图书已由童趣出版有限公司在2015年2月出版,含“连环画”、“美绘故事”、“经典故事”、“拼音认读故事”、“魔法动动手”、“全能高手游戏书”、“拼图书”等适合3~12岁小朋友阅读的各个品类,不但能让小朋友享受阅读的乐趣,还能帮助小朋友激活思维力。

“喜羊羊与灰太狼”电影陪伴孩子走过了7年岁月,见证了孩子的成长,同系列图书,更是令家长安心的家庭教育丛书。羊羊们的智慧、勇敢、坚强、团结的精神,在书中向小朋友们娓娓道来,所以,千万不要错过噢!

(酒歌)

## 从年度行情报告看新年童书出版趋势

近年来,童书市场销量一直保持上升的势头,华东六少社在2014年保持“黄色领骑衫”的位置不变,占据国内少儿图书市场不小份额。从华东六少社的2014年度畅销书中可以看出何种少儿图书是受市场欢迎的,这必然对2015年相关市场造成影响,一些出版社发行部主任对记者谈了他们关于2015年少儿图书市场的看法和预测。

2014年,明天社的“笑猫日记”系列在绘本领域获得成功,2015年该社将在绘本板块推出漂流瓶绘本馆、名家原创系列绘本、中国传统绘画等几个品牌书系。主打“名家名作”的安徽少儿社推出共计18册“国际安徒生奖”书系,累计发行100多万册,码洋2000余万。少儿市场的持续增长,引发更多的好书进入市场。福建少儿社的《童年河》以文学美感、文化内涵与价值导向取胜。二十一世纪社用《不一样的卡梅拉》作为一种桥梁,把孩子和世界联系起来。浙少社则是另辟蹊径,以近年来持续热销的原创探险小说《沙海迷国》吸引少儿读者。江苏少儿社坚持高起点、高水准的儿童文学作品选择标准“曹文轩纯美小说系列”广受好评,填补原创少儿出版领域严肃儿童文学经典作品。

从2014年六少这些畅销图书中,我们可以推测2015年绘本板块可能会成为继续推动少儿图书市场持续上扬的主力成员。很多单册的绘本,在市场表现十分突出,比如明天社出版的《猜猜我有多爱你》,已经成为超级畅销书。有的绘本产品线已经树立了自己的品牌,被读者和经销商认可。经过多年的读者累积和市场检验,各渠道对绘本板块的关注度提升很高。2015年的营销宣传中,各个出版社打造品牌产品线,加大阅读推广的力度,在寒暑假的读书活动中推荐绘本图书。渠道营销方面,在网络渠道大力推广的同时注重绘本馆等地面渠道的拓展。

回暖、升温也将成为2015年图书市场的关键词,尤其是少儿图书在经历了2年的低增长后,2014年增长率达11.5%,成为拉动全国零售图书市场上行的重要力量。安徽少儿社市场营销部副主任詹玮预计该社在2015年少儿图书仍将保持10%左右的增长率,少儿图书市场竞争将更加激烈、残酷,无论是作家资源还是卖场位置、营销资源都更加多元化。江苏少儿社经营部主任鲍佳汇表示,在2015年的图书市场中,儿童文学还是最重要的板块,同时动漫图画书等类别,也会同步升温。作为少儿出版领域的从业者,该社目前最关注的是少儿出版的数字化转型问题。

综上,出版社想要在少儿图书市场抢占先机,有几点需要注意的:一、独特的市场定位。当下的中国少儿出版市场,正处于百花齐放的大繁荣时期,继之而来的是品种套系的重复和水平参差不齐,只有独特的定位吸引读者,才能扩大销量。二、强力的市场营销。图书产品上市前,出版社就应该结合产品内容,策划一系列的宣传营销活动,例如作家与小读者的见面、订货会现场的新书发布、学校里的读书周推荐等。三、准确的上市时间。比如图书上市正好赶上了寒暑假,则会抓住小读者假期课外阅读的大好时机。

3月1日,在十年前开过“彩乌鸦系列”出版座谈会的同一个会场——北京皇家大酒店,“YA文学和青少年图书出版展望”座谈会举行。10年间,从“彩乌鸦”到“YA文学”,从它们最初是什么,到它们终将是什么,二十一世纪出版社始终在探索和回答的,远不止某一种图书产品的出版问题那么简单。

13~17岁的“文学特供”  
为阅读与出版补缺

就在年初的2014年北京图书订货会上,二十一世纪出版社就曾邀请国内重量级的评论家李敬泽、阎晶明、白烨以及儿童文学作家汤素兰等围绕“零时差·YA书系”进行过名家品荐,在有限的时间里,“YA文学”更多地是以一个新鲜概念的姿态,



成为了一个活动的讨论话题,以及很多新闻报道的吸睛之笔。然而,张秋林领衔的二十一世纪社如何能满足于一个“新概念”的昙花一现。

“二十一世纪社在策划推出一种出版物时,总是希望有一种超越的眼光,不局限于出版物本身,努力追求打造一种出版新样式,引领一种出版潮流,践行一种出版理想。”这才是张秋林的出版态度。也正是这种态度,让二十一世纪社走过了熠熠生辉的一程又一程。早在上世纪80年代,该社推出“新潮儿童文学丛书”,推动原创儿童文学回归艺术童真和人性的正道;90年代初,大规模出版历史名著连环画丛书,首开用连环画形式诠释历史名著的先河;1990年代末,推出“大幻想文学丛书”,使幻想文学成为改变中国儿童文学创作格局的重要力量;新世纪之初,提出“以青春阅读的状态,引领青春状态的阅读”,以韩寒、郭敬明等人的作品掀起“青春状态读物”热潮;还有玩具书、图画书领风骚之先的出版等等。

事实上,“名家品荐”活动结束不足2月,这家社就火速加码,以更为庞大的阵容为“YA文学”拓荒。而这,其实算得上是一次强势的“圈内”传播甚至是“源头”传播。

在“YA文学和青少年图书出版展望”座谈会上,中国作协副主席、作协儿童文学委员会主任高洪波,全国政协副秘书长、民进中央副主席朱永新,国家新闻出版广电总局出版管理司司长张福海,版协少读工委主任、CBBY主席李学谦,中国作协书记处书记阎晶明,中宣部出版局副局长张拥军,国家新闻出版广电总局出版管理司副司长王然,江西省新闻出版广电局副局长周文,江西出版集团董事长赵东亮,原新闻出版总署副署长桂晓风,原版协少读工委前主任,原CBBY主席海飞以及束沛德、金波、樊发稼、曹文轩、张之路、王泉根、白烨、陈晓明、朱自强、彭学军、李东华、阿甲等诸多童书出版界知名大腕悉数前来助阵。

这些名字留在了“零时差·YA书系”已经推出的《托德日记》、《宠爱珍娜》两本书上。它被当成一种见证,而这种见证也是对一个文学类型之于文学创作、出版发展以至精神阅读的价值期待。

“YA文学”,是20世纪逐渐成熟起来的一个区别于儿童文学和成人文学的文学品类,也是美国图书馆服务协会文学分级的一种类型。“YA”作为Yong Adult的缩写是国际书展上相关文学图书的通行词汇。但是,国内从创作者到出版者再到读者对它的感觉却还停留在陌生阶段。其中原因,与近年来国内少儿出版业态发展趋势有关。

■中国出版传媒商报记者 刘海颖

21世纪以来,市场上不断升温的儿童文学大多瞄准12岁以下读者群,并且不断低龄化。正如二十一世纪出版社副总编辑魏钢强所说,图画书已经由十年前发烧友关注的小众图书,变成了当下发展最快的儿童文学当家品类。创作者也大批涌向了童年文学和幼儿文学板块,上世纪80年代曾经有过热情表现的青少年文学创作遇冷。少儿文学出版结构性失衡现象明显,这直接导致了阅读需求的无法满足。海飞曾经和相关媒体连续三年推进了一项儿童文学阅读调查,发现买书最多的年龄段在7岁,最难买书的年龄段在13~17岁。而这个年龄

些网络书店,“青春成长、古代言情、都市浪漫、仙侠/重生、影视娱乐”往往作为“青春文学”的纳入内容。YA文学要通过更有难度的写作,把真实的生活通过一种青少年能够接受的方式呈现给他们,帮助他们正确面对成长问题乃至社会现实问题,真正震触到他们的精神、思想。

像在《宠爱珍娜》一书中,珍娜只有10%的大脑是自己的,其他的皮肤、头发等都是凝胶制成的。当她一点点了解了这个真相之后,非常愤怒和悲伤地质问父母:“我的灵魂呢?你们把我的灵魂安置在哪儿?”内容展示了什么是自我,怎么来认定“我”就是我?我在这个世界上活着的意义、存在的意义等等。作品通过这样科幻的、非常有趣的形式,使这些问题如清晰和确切地摆在处在人格形成期的13~17岁孩子们。而也正如从业者所说,国内很多原创作品有精彩的故事,也很抓人,但却很难读到关于生命、成长、童心、故乡等这些值得深切关注的情怀。

朱自强表示,心理学称13~17岁为“疾风暴雨的年龄段”,这一阶段最有价值的是自我意识的构建,但构建过程中自身和周围环境的矛盾冲突相当激烈,所以把握这一年龄段的心灵成长非常有难度。金波认为,与写好中国童年相比,怎么样写好中国青少年更具艰巨性和深刻性。基本的三点在于,首先要根植于社会现实,其次在于具备这个年龄段的心理研究和教育观研究,第三就是一定要重视艺术技巧,而不是只讲故事。二十一世纪社如若能够推动这样一个原创出版潮流的兴起,那将是送给儿童文学出版和少年读者的一份致美礼物。

在产品开发之外,从业者倡议,政府是否可以把文学精品图书免费配送给图书馆、学校和社区。比如在美国,教育部门规定高中生阅读的21本书都是由政府免费发放,这其中自然包括文学图书。

畅销书年为集团发展开局  
构建2.0版“二十一世纪出版”

此次“YA文学和青少年图书出版展望”座谈会召开的日子,正是二十一世纪出版社社庆纪念日。而最好的纪念就是把目光投向未来。正如张秋林说的,对于以不断进取为天职的二十一世纪出版社来说,内生裂变为集团,既是对过往荣光的一次总结和梳理,更是面向未来站在新的起点上的重新出发。

2015年1月份,二十一世纪社提出“将在畅销书出版方面集中发力”,重磅推出重磅推出《大中华寻宝记》小说版、《魔晶猎人》、《章鱼国小时代》、《逆转世界》等一批极具畅销潜质的优秀系列图书。《大中华寻宝记》小说版是在畅销漫画书“大中华寻宝记”基础上衍生的小说版。“大中华寻宝记”自推出3年多来,已出版17册,平均单册印量已突破10万册。《魔晶猎人》是根据热播同名600集动画片改编而成的少年热血动作小说,值得一提的是该系列将书中的互动环节隐藏于二维码中,读者用手机或其他移动终端设备扫描之后,在移动设备上获解谜游戏的答案,形成真正的游戏与图书的互动,是一场图书阅读的革新。而创作《章鱼国小时代》的80后作家章鱼,将最好玩的校园故事和最独特的作文讲座完美结合,首创了阅读与作文互动型校园成长小说。《逆转世界》是淘米网推出的第一套原创科幻冒险解密小说,书中有丰富的游戏互动元素,再加以淘米网自身的受众资源,这套书完全具备了成为超级畅销书的可能。综合来看,二十一世纪出版社今年的畅销产品中,既有产品链衍生的作品,又有影视互动图书,既有时下流行的校园小说,又有科幻小说。每套书的规模都在16册以上,将分批次集束上。

今后,新集团也将以“归零”的心态,立足于传统的少儿出版,打造更多精品,出版更多的畅销书;立足于拉长作品的价值链,实行全媒体覆盖,自觉将产品的形态最大限度地扩展;立足于移动互联网,打造儿童阅读推广平台,构建2.0版“二十一世纪出版”。而这,便是张秋林为他坚守30年的出版家园谋划的天大。

当然,这不能仅仅是“画饼”之举,一个最现实的考验已经摆在眼前:2015年,该集团目标是完成销售收入5个亿,利润6000万元。2016年,实现销售收入实现9个亿,利润1个亿,年复合增长率接近40%。这是“不守旧”、“不保守”的张秋林与股份公司签下的目标责任书。从现在开始,文化与商业花开并蒂的“二十一世纪出版”的确要开启裂变大发展的新征程了。