

河北出版阅读界“三个十”评选活动启动

中国出版传媒商报讯 由河北省委宣传部、河北日报报业集团、河北省全民阅读活动组委会办公室、河北出版传媒集团公司主办,河北省委宣传部出版处、河北日报文体中心、河北新闻网和河北省新华书店有限公司承办的“2014~2015河北作者十部好书”、“2014~2015河北读者喜爱的十部好书”、“2014~2015河北出版阅读界十件大事”评选活动于4月10日正式启动。

本次评选活动要求入选事件为2014年1月至2015年3月间发生在河北出版阅读界的有一定社会影响的重大事件,如“《人民日报》刊文高度评价河北善行出版,‘善行出版’现象形成规模和影响”,“河北出

版传媒集团公司入选全国‘文化企业30强’和‘世界媒体500强’排行榜”等;涉及图书涵盖生活、社科、文学、儿童等多个方面,要求为2014年1月~2015年3月间正规出版社出版的传播主流价值观,对公众生活、思想等具有正面影响的图书。由专家和编辑记者组成的初评评委,从300多本初选书目中投票选出了提名书目。在“2014~2015河北作者十部好书”的提名书目(20部)中,以燕赵文化为题材、反映河北的人和事的作品占有很大的比重;在“2014~2015河北读者喜爱的十部好书”提名书目(20部)中,则包含了很多著名当代作家的最新力作,比如贾平凹的《老生》等。

此次评选活动的终评将采取读者投票和评委投票相结合的形式。读者可登录河北新闻网专题页面了解本次评选活动的详情并进行投票,或手机下载“在河北”客户端投票。投票截止时间为4月17日。(新)

回头看

商报“走转改”深入河北出版一线

中国出版传媒商报记者 龚牟利

3月中旬,中国出版传媒商报“走转改”采访小组一行5人,在中国出版传媒商报党委书记江哲的带领下,来到石家庄,实地走访了河北出版传媒集团总部、河北新华书店有限责任公司、河北教育出版社、石家庄图书大厦等单位,对各单位运营情况进行了调研并与相关负责人进行了交流,了解各单位发展状况与规划,听取各企业对商报内容建设等方面的意见。“转变作风”、“改变文风”,通过此次走访,进一步加强了商报记者与一线工作者的联系,也为商报更具资讯含量、咨询价值、接地气的报道,打下了更坚实的基础。

共创共赢 共话未来

商报5人小组3月11日中午到达石家庄。此行第一站是河北出版传媒集团。河北出版传媒集团多年来活力四射,销售和效益突飞猛进,河北出版集团董事长杜金卿就其管理发展理念与来访的记者“唠”了一个多小时。记者了解到,河北出版集团通过多年组织重构、资本科技双驱动,最终取得今日佳绩。

河北出版集团的高速发展离不开旗下各单位的创新与执行。下午商报一行人与河北出版集团旗下各单位座谈,各单位相关负责人在介绍自身发展亮点的同时,也对商报内容建设等提出了中肯建议。

各社的工作不乏亮点:河北美术社出版“西游记”连环画走进欧美大众市场,取得了不错的反响;河北科技社的新型农民职业培训教材及职业教育APP等,取得了社会、经济效益的双丰收;河北少儿社的少儿出版实现了国内、国际出版同步。在交流中,商报也同时了解了行业困惑,以及受众的期待,为将来工作的改进开阔了思路。如目前数字出版方兴未艾,怎样找到数字出版的赢利点?数字出版留人才难、项目决策难、资金回收难,如何推进解决?除了问题交流,各单位还建议商报挖掘更多行业信息,并为行业提供公共讨论和交流的平台。

河北省新华书店 恢复城市阅读文化地标

新华书店是书业的一线,也是本次“走转改”的重要落脚点。3月12日商报一行人来到河北省新华书店有限公司总部,与相关负责人座谈,并实地参观了石家庄图书大厦及旗下的书吧“石门书库”。

河北新华总经理于慧丰介绍,河北新华正在落实ERP系统建设、信息化管理等基础性工作,为新业务、数字化转型做铺垫、做接口。同时他表示:“河北新华除了紧抓教材教辅市场提高经济效益,还通过门店多元经营强化盈利能力,由销售图书向阅读推广转变。新华书店是一个城市的阅读文化名片,现在要通过一系列活动将这个文化品牌发扬光大。”据其介绍,河北新华过去两年已经在全省门店开展了“惠民书市”等活动,力推全民阅读,取得不错反响。

在石家庄图书大厦和位于其二层的书吧“石门书库”的走访中,商报一行了解到,环境静雅的石门书库,除售书、饮品和提供优美的阅读空间,还利用微信平台提供线上售书服务,并且石家庄市二环内用户都可享受店员免费送货服务,这种O2O模式让记者大开眼界。同行的商报品牌推广中心负责人郭虹还现场利用微信购买和支付一本《甲午殇思》,十分方便与快捷。

河北教育出版社 开放合作 做市场化尖兵

河北教育出版社是河北出版排头兵,3月11日下午商报一行人造访了河北教育出版社。穿过编辑室,两侧墙壁橱柜里陈列着河北教育出版社获奖作品,一部部沉甸甸的大部头著作让人感受到河北出版的传承,以及出版人为此付出的辛劳和智慧。

在与河北教育出版社社长杨才的交流中,商报一行还了解到,该社除紧抓传统的教材教辅市场,还在市场教辅与少儿读物上实现了突破——通过与业外资本的开放合作,该社在少儿出版领域风生水起,成绩显著。通过开放合作,市场化运营开辟了很多空白市场。据其介绍,通过新华书店、零售及民营渠道的推广,其教材教辅市场规模已超亿元;与民营企业合作的“小鹿芮卡”品牌也取得了不错的市场反响,市场规模也达千万级别。杨才表示,未来要将“小鹿芮卡”搭建为平台,扩大影响。

河北教育“走出去”融合发展

——访河北教育出版社社长杨才

表面上看,杨才性格内向传统,但深入了解后会发现,他骨子里外向且具开拓性。作为河北教育出版社社长,他的工作或许比其他出版社社长好做。然而,自2001年出任河北教育出版社党委书记、2007年任社长以来,杨才最值得称道的是他勇于“走出去”——与社会资本合作、嫁接新业态模式,积极进行多种形式的融合探索。

中国出版传媒商报记者 郭虹

幼儿教育的移动互联网平台

近年来,河北教育社与民营企业等企业的合作发展较快:合资成立的公司也不止一家。2001年,该社就与北京时代天华文化传播有限公司合作研发经营教辅品牌产品“一点通”;2007年,与我国台湾麦克股份有限公司、北京汉霖文化有限公司合资成立了“北京启世纪图书有限责任公司”,专推经典绘本,出版的相关产品也代表了当今世界童书的顶尖水平。

杨才告诉记者,他目前最感兴趣、最关注的是“小鹿芮卡”动漫教育项目。该项目由河北教育出版社旗下河北芮卡文化传媒有限责任公司全面开发。成立于2012年10月的河北芮卡公司,由河北教育出版社与石家庄市百花文化传播有限公司强强联手,为“小鹿芮卡”原创动漫教育项目的品牌化组建的专业化动漫教育公司。据了解,至今“小鹿芮卡”系列书籍已出版几十种,包括全景阅读、口才表演、拼音、数学、音乐、国学等领域。该项目已经成为国内知名幼教动漫品牌,并延伸发展成为“小鹿芮卡”动漫教育项目,其幼教产品在国内市场的城市代理已经拓展到100余家,潜在客户资源近300个城市,预计未来3年销售收入可达亿元。除幼儿与学前教育教材出版,2014年该公司还完成了“芮卡网络幼儿园”教育平台建设,开设了《芮卡幼儿全智能活动探索》等动漫课程,为教师、孩子、家长提供学习交流的渠道。未来,随着移动互联网平台的搭建,家长通过手机、平板电脑等,就可以随时了解孩子所学课程以及在幼儿园的表现。而随着平台规模的扩大,除教材本身外,广告、微店等都能成为其盈利模式。

杨才表示,幼儿园的无纸化教学、学前班的数字化教育,为该社幼儿移动互联网平台项目提供了很大的市场潜力。另一方面,这也使教育社传统教材面临发展压力,亟需转型开发新经济增长点。2010年~2014年,河北教育社每年销售收入、利润

同比增速达两位数,2014年销售收入3亿多元。尽管整体销售持续增长,但杨才仍表示了担忧:“把数字拆分,就会发现传统教材教辅几乎没有增长,利润也不高。不开发新项目,出版社将没有发展前途。”

尽管增速放缓,但作为教育社的核心竞争力,传统教材教辅出版仍须牢牢抓住。与全国其他教育社相比,河北教育社的优势在于品种齐全,特别是英语、体育与健康教材从小学到高中全覆盖。据悉,河北教育出版社已有10种78册中小学新课标教材通过了国家教育部的审定,市场覆盖河南、甘肃、山西、西藏等十几个省市区。目前,该社已形成了从低幼教材、中小学新课标教材、地方教材、职业教育、成人教育至高等教育教材等较为完整的教材出版体系。

五大精品板块优势拓新

未来几年,河北教育社将确立“三二一”思路。其中的“三”让记者印象颇深,即打造三个品牌体系:以冀教版教材为先导、相关教辅为延伸的教学用书品牌,以学术、文化、艺术、少儿、辞书5大板块为主的一般图书精品品牌,以数字教材研发和儿童动漫为代表的数字出版品牌。

以学术、文化、艺术、少儿、辞书五大板块为主的一般图书出版,一直是河北教育社引以为傲的精品出版,也具备一定的资源和优势。2014年,该社打造了《中国民间故事史》等一批富有高度文化学术内涵的精品图书;众筹出版了《小强来了》等两种图书,积累了不少新的出版经验。

杨才告诉记者,“2015年,针对这五大领域,我们会根据自身特点,采取不同的发展战略。比如学术出版,将由全面开花转为重点突破;如民间文学领域,我们已经与中国社会科学院文学研究所民间文学研究室达成了合作意向。也许有一天,大家一提起民间文学图书,首先就会想到河北教育出版社。再比如辞书出版,目前全国具有辞书

2014年是河北出版传媒集团创新突破、亮点闪耀的一年,其董事长杜金卿也因此荣获2014年度“中国出版十大人物”。2014年,该集团有2种图书荣获中宣部“五个一工程”奖,8种出版物荣获中华优秀出版物奖和提名奖;该集团实现销售收入159.8亿元,同比增长45%,实现利润8.6亿元,同比增长22.8%。河北出版传媒集团精品频出,效益大涨,这离不开旗下各社的创新拼搏。近年来,在河北出版集团整体发展策略的指引下,出版冀军各分队亮点频出。

出版冀军 燕赵精品

中国出版传媒商报记者 龚牟利

河北人民出版社 立足社科 奉献经典

2014年,仅河北人民出版社品牌图书编创部就策划出版了《百年大师中国梦》《中华大典·宗教典·道教分典》《新中国的诞生》和《中国经济强国梦——从经济大国迈向经济强国战略研究》等重点选题;还组织出版了“人文故事丛书”、“大师的智慧丛书”、《世界游——财富的故事》、《苏联模式与中国特色社会主义》等140种极具社会影响和学术价值的社科类图书,出版规模占该社一般图书品种的20.06%。

河北人民出版社经典频出、屡获殊荣,在于其有一支强大的编辑队伍和作者队伍。2014年,河北人民出版社的《中国经济强国梦——从经济大国迈向经济强国战略研究》入选“深入学习贯彻习近平总书记系列重要讲话精神”主题出版项目,并获2014年度国家出版基金资助;《西柏坡精神干部读本》获第十一届河北省精神文明建设“五个一工程”奖;《冀中一日》和《华北抗日战争史》(第一部)被列入国家新闻出版广电总局纪念一战、二战主题书展书目;《中国经济强国梦——从经济大国迈向经济强国战略研究》和《生态文明立国论》入选《中国出版传媒商报》2014年度中国影响力图书;五卷本《历史文化认同与中国统一多民族国家》获得习

近平总书记的肯定,并荣获第五届中华优秀出版物奖。

河北美术出版社 新中国美术出版从这里走来

河北美术出版社成立于1948年9月,是新中国成立最早的美术专业出版机构。成立之初,河北美术社出版了大量木刻年画、宣传画等作品,起到激励人民、鼓舞斗志、宣传革命的积极作用,为新中国美术出版事业造就了大批管理人才和业务精英。被誉为“新中国的美术出版从这里走来。”

连环画是河北美术社的传统特色,其连环画品牌工作室为河北出版传媒集团旗下单位两大品牌工作室之一。2014年,河北美术社镇社之宝——连环画《西游记》(法文版)走出国门,入选法国“年度最佳图书”。该社连环画的最大特色是红色连环画产品。该社为庆祝建党90周年推出的红色经典连环画《人民英雄》,在国内引起了很大反响。

除了连环画,河北美术社也出版了不少其他精品力作。“十二五”期间,该社有多个项目被列为国家重点出版项目,如《红色美术经典》、连环画《人民英雄》、《中国古代陶瓷装饰图谱》、《中国民间收藏陶瓷大系》等。不久前,河北美术社《新中国年画宣传画》得到国家出版基金的资助;《中国定窑》荣



河北教育出版社全景

出版资质的出版社已经不多,我们有资质,作者资源、编辑资源也比较丰富,我们希望在辞书出版方面有所作为,目前正在策划出版《民间故事大辞典》、《中国历代名人辞典》、《河北文物大辞典》等。艺术出版则关乎品牌延伸,与艺术板块联系最紧密的河北教育出版社北京颂雅风文化传媒有限责任公司既要扩大规模,又要增加经济实力。颂雅风有这么多资源,又是杂志,又是网站,又有图书出版,这里面有很大的增值空间,应强化“艺术工匠”系列、“世界名画家”系列等选题的开发力度,并策划开发新的选题,如“宋画全集”等,同时加大与各艺术机构、艺术家的合作,推出“颂雅风艺术理论系列”丛书等艺术理论图书。

2015年,河北教育社将加快构建现代出版运营模式,在推进数字化平台建设、打造特色数字出版产品方面下功夫,利用好微博、微信、网络等新媒体、新技术,在融合发展的道路上取得实质性突破。

做了多年出版社社长,杨才体会最深的是:没有人才什么事也做不好。他认为,目前出版社的人员老化问题十分严重。以河北教育出版社为例,领导班子成员大部分是上世纪60年代生人,在国内部分出版社,甚至连不少中层干部都以20世纪60年代生人为主。“人才队伍建设应该成为出版社工作的重中之重。目前各社应注重梯队建设,起码人员结构应有梯度,不能断档。引进人才要把圈子扩大,还可以把年轻人放到合适的位置上。另外培训也非常重要。”下一步,河北教育社将要求每个编辑都参加辞书编辑的培训。“辞书编辑的培训比一般编辑的培训更加严格,需要掌握更多知识。通过辞书编辑的培训,编辑水平、整体能力都会得到极大提升。”采访中,杨才不断地强调:“人才的问题是制约出版社发展的关键问题。”

获中华优秀出版物奖;《京津冀一体化——基于河北的理论分析》获河北省精神文明建设“五个一工程”奖;《道情遗珍——中国环县道情皮影珍藏》获第2届华文出版物艺术设计大赛金奖;《中国定窑》、《北白流觞》、《日本的八个审美意识》、《华枝春满李叔同书法信札集》分获第23届优秀美术图书“金牛奖”大奖。

花山文艺出版社 文学冀军 燕赵风骨

花山文艺出版社于1982年建社,在原创文学图书、青少年读物、优秀传统文化普及读物等方面形成了出版特色和品牌。建社以来先后获得各种奖项600余种,包括中华优秀出版物奖、三个一百原创出版工程、国家出版基金等国家级和省级以上奖励。

花山文艺社更是燕赵风骨、文学冀军的阵地。“荷花淀派”领袖孙犁、习近平总书记撰文回忆的贾大山都是花山文艺社积极打造的重点品牌。2015年,逢纪念抗日战争胜利70周年之际,花山文艺社策划了《血地》、《刘邓和他们的战友》、《孙犁抗日作品集》、《抗战诗篇》等一系列重大选题。李西岳的长篇小说《血地》扎根乡土,回溯了冀中“五一一大扫荡”中日本侵略者在中国犯下的罪行,也反映了不屈不挠的燕赵风骨;贾大山的《贾大山文学作品全集》收录了贾大山生前创作的全部文学作品,还入选了习近平总书记当年怀念贾大山的文章《忆大山》等。

花山文艺社除致力于抗战主题和燕赵文学的开发,还不忘响应党的十八大报告提出的“努力建设美丽中国”的要求,出版了“美丽河北”丛书,并打造大型数字化全媒体《美丽河北》出版项目,分别梳理了燕赵地区的历史、文化、乡土与生态,让读者在轻松愉快的阅读过程中,欣赏河北的自然、人文之美。(下转第11版)