

## 湖北人民社《中华优秀传统文化》教材今秋试用

中国出版传媒商报讯 一套散发着墨香的《中华优秀传统文化》教材,已于近日发放到湖北省部分地区的12万名中小学生手中,让他们从小接受中华优秀传统文化的熏陶。

该套教材由湖北人民出版社出版,按照教育部《完善中华优秀传统文化教育指导纲要》编写,涵盖一至九年级,以家国情怀、社会关爱、人格修养为三条主线,从文献典籍中

撷取国粹,将中华优秀传统文化所蕴含的中华元典精义,提炼为“中华源”“孝悌先”“约以礼”“勤且俭”“立诚信”“报国忠”等72个主题,通过300余篇文质兼美的经典选文,进行系统全面的展示。同时,考虑到中华文化的地域性,专设荆楚文化主题单元,以增进学生对湖北乡土、地域文化的亲切感、认同感。该套教材是湖北省唯一一套由著名历史学家冯天瑜主编的传统文化教材。秋季开学后,该套教材已在湖北省孝感、宜昌等地区的近百所中小学试用。

(田丽丽)

(上接第1版)

## 借力政策东风 股权众筹可期

众筹网出版高级合伙人路佳瑄表示,三类产品适合众筹:第一是明星类的产品;第二是作者有其他增值服务的;第三是精准的分众市场、小众出版。除了小说、漫画、随笔等大众读物,众筹对于一些“藏在深闺”的小众书籍的出版,提供的募资平台显得尤为珍贵。

今年4月,花城出版社推出的“后花园诗丛”精选长沙诗人远人和南京诗人马永波的作品,分别出版了诗集《你交给我一个远方》《词语中的旅行》。出版社利用互联网众筹在8天内筹资3万元,诗集在短时间内获得了读者认可和市场影响力,2个30年来从未出过诗集的诗人广为人知。

吴耀根认为,我国学术出版中实用性、有特定目的性的项目很多,更容易得到支持,但基础性研究不易申请项目,也不易出版。众筹出版为这些图书提供更大的发展空间。一些历史、医学等学术出版领域的众筹项目正逐渐成为热门。率先尝试众筹模式的《早期阿拉伯陶瓷》6天内已经筹集到1.76万元,达到总费用的18%。译者程庸表示,该书是一本比较小众的艺术类书籍,如果不用众筹的方法,其销量和影响都有限,“而使用了新的平台之后,会吸引更多的人来参与,对书的销量和影响力都有一定的提升。”浙江大学教授陈新欲在40天内筹集14万元,完成《新文学史》等三种海外人文学术权威期刊的中文版;在解放军总医院第一附属医院就职的路辉正在征集《古中医书》第一卷《无极之镜》出版基金5万元,承诺回馈资助人健康咨询和有关国学、中医的交流。

一般情况下,这些受众面狭窄的小众图书,市场反应远远不如大众类、畅销类图书,给出版社带来很大的经济压力,因此,出版社出版此类图书大多慎之又慎。而众筹出版借力互联网,将散布在四方的受众聚集起来,共同集资出版其感兴趣的图书,为小众分众图书的出版提供了发展空间。

## 借东风扬帆蓝海

众筹出版的爆发契机已到来,《关于推动传统出版和新兴出版融合发展的指导意见》等政策的发布,为众筹出版等新兴出版模式描绘了发展蓝图与前景。

2014年,美国众筹网站Kickstarter筹集资金2200万美元,该网站出版经理马戈特·阿特韦尔在2015年伊始又创办了自己的出版公司Gut punch Press,启动了众筹图书项目。

综观国内出版市场,传统出版依旧是主导,众筹出版只是在小范围内不温不火地运作着。尽管有人视其为传统出版业的福音,但也有人不以为然,认为其不过是一个营销噱头,可谓仁者见仁智者见智。

虽然涉足众筹出版的企业不断增加,但是这些企业都是借助“众筹网”之类的商业平台,很少成立专属的众筹出版平台。对此,徐志斌表示,众筹出版的爆发契机,似乎还没有到来,“众筹出版,感觉还会有一波巨大的进步”。在这中间,既因为出版企业的保守,也因为互联网平台投入高昂。

不过,让人惊喜的是,随着国家政策层面不断推动传统出版行业的转型升级,这类新兴出版在推进传统出版业的创新发展同时或将迎来发展春天。2015年4月,国家新闻出版广电总局和财政部联合印发了《关于推动传统出版和新兴出版融合发展的指导意见》,明确要求各出版行政主管部门和各出版单位将融合发展列入行业和单位的“十三五”规划,并且要求制定时间表、路线图和任务书,通过指标细化和任务考核,将融合发展层层落实。

业内人士认为,众筹出版等新兴出版模式与传统出版的融合发展互相促进,并将形成良性循环。知识产权出版社成立的“来出书平台”就是很好的案例。为了更好的布局众筹出版,而不是借助外部的众筹网站,2014年底,知识产权出版社成立“来出书平台”,据该平台负责人唐学贵介绍,“来出书”主要运用众筹等商业化模式推动发展。

对于出版来说,众筹最大的意义在于改变了传统出版的融资模式,任何人都可以通过众筹平台对出版进行投资,成为一个名副其实的“图书投资人”。但是目前,“众筹出版”面临最大的问题就是图书众筹项目成功率不高。而导致此种局面出现的原因主要有两个:一是推广宣传不足,一位正在众筹图书的作者告诉记者,因为宣传营销力度不够,至今才完成12%,处于停滞状态;另一个则是众筹出版缺少评估标准,由于大多众筹项目面向的受众多为普通大众,而非专业人员,因此如何帮助投资人评估项目,也是未来众筹出版亟须解决的一大问题。

## ●商报快讯

## 安徽出版集团“智慧城市”入选PPP示范项目

中国出版传媒商报讯 财政部日前公布了第二批政府和社会资本合作(PPP模式)示范项目,安徽出版集团旗下子公司合肥时代智慧高新投资管理有限公司承建的“合肥高新区智慧城市管理运营项目”,从全国800多个项目中脱颖而出,成为“全国唯一一个智慧城市入选项目”,标志着国家行业主管

部门对智慧高项目和安徽出版集团“文化+智慧城市”融合发展模式的充分肯定。

该项目2015年初启动,响应国家大力推动PPP模式及智慧城市的热潮,并结合自身文化优势,推动以文化为内核、以技术研发为支撑的智慧城市板块。(梅园)

## 第16届大陆书展搭建两岸共同阅读桥梁

中国出版传媒商报讯 10月17日~19日,由中国出版协会主办,中国图书进出口(集团)总公司承办的第16届大陆书展在台湾逢甲大学举办,展览展示了包括文学、历史、科技、儿童、传统文化等在内的1万余册大陆简体版图书。

此次书展呈现三大特色:一是首次走出台北。除了由两岸出版人共同

举办的“数字化时代下的全民阅读”论坛继续在台北举办外,本届书展会移师台中。二是首次走进大校园,与台湾大学生读者零距离接触。三是首次专门针对青年群体开展了一系列阅读有奖竞答、图画书手绘涂鸦等互动活动,超过1.3万名台湾学子参与活动。(许青)

## 中青国际法兰克福书展接受订货同比增15%

中国出版传媒商报讯 今年法兰克福书展期间,中国青年出版社(英国)国际有限公司(下称“中青国际”)于4号艺术馆展区亮相,带来了《中国风俗画稀世珍品——乾隆南巡图》等新产品在内的120余个文化艺术和创意设计类图书与选题,进行了20余次展位会谈,与来自欧洲、北美、亚洲的出版社与分销商达成合包销和分销意向80余个,总订货码洋同比增长15%。

中青国际还举办了大型艺术画册《如画四季——中国古典绘画中的最美花卉》英文版、中文版、法文版全球首发仪式。来自英国、法国、美国、德国等20

余个国家和地区的出版社和分销商代表表达了希望参加其他语言版本合包销或分销的意向,英文版图书也获得了理想的分销订单。中青国际总经理兼总编辑郭光介绍,近三年时间,团队奔波于海内外图书馆、博物馆和美术馆之间,遍访学术权威和专家,寻找最具代表性的花卉绘画珍品。为保证文字的权威性、专业性和可读性,中青国际专门邀请中央美术学院学者撰写正文与图释说明。翻译均由英语母语翻译家担任,还聘请了英国顾问和国外汉学家逐字逐句进行审校改写,真正实现了“中国元素,国际表达”。(禾)



当忙碌不再能作为借口,改变,可以从每天5分钟开始

