

NATIONAL
GEOGRAPHIC
KIDS

美国国家地理 科普双语启蒙书

中英双语同步启蒙 美国STEM体系少儿科普读物

扫码听
本书音频
可点读

适读年龄: 3~8岁
(每辑含6册书, 1张MP3光盘)

奇趣动物

生命奥秘

探索发现

认知益智



本套系包括海洋生物、大型猫科动物、熊、鸟等六大主题,带领孩子认识神奇的动物世界。

本套系包括毛毛虫变蝴蝶、动物宝宝、躲猫猫等六大主题,帮助孩子认识人类自身、动物的生长变化。



本套系包括交通、音乐、户外、挖掘、数一数等六大主题,让孩子们感受音乐的魅力、户外探索的乐趣。

本套系包括颜色、形状、图案和规律、连一连等六大主题,培养孩子的基本认知能力。



外研社·少儿出版中心
FLTRP Children's Publishing



请关注外研童书微信
公众号fltrpchildren

网站: <http://www.fltrp.com>
<http://children.fltrp.com>
微博: <http://weibo.com/fltrpcb>
电话: 010-88819532

(上接第1版)

象牙塔里的文化生意怎么做?

据了解,有几家高校的校园书店本由所属学校经营,但一直不温不火,后来交给了人大社,充分证明该社在这方面的独到之处。

早期的读者服务部经营思路之所以不合时宜,与校园内及校园周边消费者的需求已悄然生变直接相关。提升服务质量,开展多元复合经营是大势所趋。

外研书店在文创和培训拓展方面代表性极强。2018年,已有25年历史的外研书店开办了第一家校外分店——东升科技园店。在文创方面,书店正在和著名作家、设计师杨小洲合作,共同打造系列文创笔记本,目前已有5款25种上市。值得一提的是,书店得到了出版界前辈锺叔河授权,制作了他手绘的“锺叔河描摹陈老莲水浒叶子笔记本”。在教育培训方面,外研书店旗下2家店都已经开设了艺术空间,开展美术、书法等方面培训,后续会做更多探索。

广西师范大学出版社集团敢于在年内实现8家店的布局计划,也是复合经营的典型案例。该社独秀书房·观文馆事业部主任刘艳表示:“独秀书房要做文化服务提供者,校园书店除了图书外,还要有文创、茶咖等多元服务。目前书房的收费服务很受欢迎,图书零售与文化服务占比达1:10。在维护好当前业务的同时,独秀书房还会在品牌打造的路径上继续进行转型升级探索”。9月28日,由广西师范大学出版社集团组织的品牌活动“加油书店”闭幕,应邀出席的同济大学出版社社长华春荣与刘艳在对话环节,将围绕同济书店和独秀书房展开,探讨校园书店发展问题。

为最大限度地满足读者需求,各家校园书店均不再局限于本社图书经营,如人大社书店的图书品种覆盖文学、历史、经济、政治、哲学等各个门类,涉及多家出版社;广西师大书店更是剥离了教材教辅销售业务,店内图书偏向人文社科类,以及根据高校特点选择的艺术、建筑类图书,开门办店的氛围更加浓郁。

非大学社后来居上 以品种和模式创新制胜

与大学社开办书店相比,出版发行集团以及一些实力社抢滩高校宝地时,在图书品种、零售经验方面“扳回一局”,在突破传统模式、创新经营手法上更为大胆。

辽宁出版集团迅速布局校园书店,一年多时间已有6家开业,还有4家已经谈成合作。据该集团高校校园书店负责人之一崔金全介绍,辽宁出版集团校园书店的图书由辽宁北方出版物配送有限公司供应,品种上有绝对保证,辽宁出版集团旗下北方图书城还具备成熟的零售经验,这是该集团能够快速在校园市场占得一席之地的“两翼”。

有的实力出版机构还在阅读体验、文创项目上下功夫,利用地方大学资源,传播地域特色文化。据商务印书馆太原分馆总编辑李智初介绍,商务印书馆山西大学阅读体验店2015年开业以来,文创项目入围了山西省文创企业库,被评为山西省全民阅读示范基地。在消费体验上,该店以传播山西文化为特色,充分利用大学资源,将图书出版同各种业态紧密结合,延伸到餐饮、创意产品、精品课程上,经济效益与社会效益显著提升。

在高校书店的创新经营模式方面,新华系统后来居上,独树一帜。山东新华书店集团已建校园书店282家,其中以中小学居多,得到了地方教育部门的认可,主动提出合作,目前开设的高校校园书店已有49家,特色突出。山东新华书店集团发展规划部副主任马晓康告诉记者,山东新华在济宁某理工学院的书店从创业基地角度出发,招聘大学生为店长,全方位参与经营工作。书店对图书种类不做干涉,由店长作为采购员亲自到中心门店选择,文创产品也根据学生判断和兴趣进行采购。最终的销售业绩按一定比例给店长提成,一方面丰富了学生勤工俭学的方式,增强了社会实践技能,另一方面也为

书店降低了经营中占大头的人力成本,学校和书店双方受益,好评如潮。在威海某职业学院,山东新华还对院系做完实验后废弃的旧船进行改造,做成了“船上书店”,通过策划相关活动,综合运营书吧、烘焙等业务,吸引校学生会组织活动,成为校内一道亮丽的风景线。

校园“蛋糕”仍有做大空间 经营模式尚待继续摸索

采访中多家机构均表示,虽有个别书店申请到了资金支持,但所建校园书店多处于收支平衡、略有盈余状态,目前所遇到的瓶颈集中在与高校沟通合作以及经营模式探索上。

律蕴哲表示:“校方如果配合会有场地支持,但每个学校情况不一。书店图书以8折让利师生后,再除去房租水电、人员支出等,毛利率极低,只能是维持收支平衡状态。在校办书店受到学校管理规则等限制,束缚颇多。”崔金全提出:“希望政府的政策支持和资金资助能再加大一些,真正为校园书店发展‘加一把火’。另外,在与学校的具体沟通上还存在利益冲突问题,如校内已有的咖啡厅并不欢迎校园书店内开展餐饮服务,但这又是每个书店必备的服务之一,这一对立在合作中会有部分制约。”

李智初还特别提到:“寒暑假带来的客流和营收锐减,是高校校园生存发展中明显不同于其他书店的问题。单靠图书经营难以继,虽在经营范围上结合图书有些创新,但投入高盈利周期长。经营本社图书有账期的优势,但其它社的付款压力大。”

文化消费的刚性需求大、消费力有限,图书产品的针对性需求明显,综合选品受制约,校园师生群体持续稳定、开学与假期淡旺季反差大,房租等成本低于一般商业地段、校内管理规定束缚……面对高校书店经营中这一系列“硬币的两面”,出版发行人要想念好象牙塔里的这本生意经,来路且长。

(上接第1版)南京出版社社长卢海鸣将发展思路总结为“三个依托”——依托政府、依托教育、依托市场。重庆出版社副总编辑王怀龙谈到,该社由产品提供商向产品和服务提供商转型。宁波出版社总编辑袁志坚认为,要通过专业化发展打造特色品牌。济南出版社则围绕会议做文章,形成特色定位,该社副董事长、总经理、总编辑孙凤文介绍说,该社近两年发力会议模式,延长会议链条,配合会议策划的图书双效俱佳。

做深做透的融合之解

面对相对薄弱的出版积淀和较为单一的出版资源,在此轮融合发展的大潮中如何不被边缘化,甚至还要闯出一条路,这是城市出版社普遍存在的痛点。不贪多求大,而是把自有的资源做深做透,是部分城市社给出的融合之解。

长春出版社围绕数字出版转型与融合发展两大主题,在产品技术结构上分为数字出版底层支撑技术研发、纸质图书出版、云端智能服务三个层面。近几年开发出了三大产品:一是68所名牌学校100分学习网开发及运营,目标是做成国内权威的在线题库资源平台;二是自主研发了以个性化学习、过程性评估为核心的自适应学习评测系统;三是长春版语文网。有了“看家产品”,通过建立长春出版社天猫旗舰店,以及入驻当当、京东、亚马逊等主流电商网络平台,长春社也在激烈的数字化竞争中获得了可观的收益——年收入达1400万元。2016年,该社又与科大讯飞达成合作意向,并于2017年6月共同成立吉林科讯教育科技有限公司,建立“出版+互联网”的合作模式。

在“专业化、特色化、产业化”战略思维指导下,大连出版社推动传统出版和新兴出版在内容、渠道、平台、经营、管理等方面深度融合,不断探索出版与动漫、影视、演出、旅游、教育、制造等多个行业的跨界合作,逐步形成了一整套打造中国原创幻想儿童文学产业链领导者品牌的运作模式,即以原创精品为主体的内容生产模式,以优秀IP为核心的全媒体运作模式,以出版物为龙头的链式产业模式,以儿童为目标受众的类型化产品模式,以资源共享、品牌共享为思路的商业运作模式,以市场需求为导向的产业资源整合模式。大连社逐步制定实施了项目带动、投资拉动、平台促动、合作互动、奖励鼓动、外脑推动、精品牵

动与创新驱动八大策略,提出并成功实施了“幻想儿童文学‘十个一’工程”。

有了独到的融合之路,再辅以周边纵横的融合生态,融合的效应又将倍增。大连市委近期实施了大连媒体有史以来规模最大、层次最深、影响最广的战略、创造性改革:优化整合大连报业集团、大连广播电视台等11家事业单位近5000人,组建大连新闻传媒集团,8月31日挂牌启航。在全国副省级城市以上地方媒体中,率先提出报业与广电媒体跨界整合、传统媒体与新兴媒体深度融合的战略构想,勇当辽宁媒体融合的领头羊和东北传媒事业振兴发展的排头兵。王会军谈到:“做优做强做大出版产业,是大连新闻传媒集团发展壮大的重要任务。我们正在优化整合大连出版社、大连音像出版社、《东北之窗》杂志、《海燕》月刊、《少年大世界》杂志、《科苑》杂志等优质出版资源,与我们现有的优质房产资源捆绑经营,组建传媒集团出版公司,积极寻求与各出版机构深度合作,对接业内优秀上市公司,探索资本运作,不断增强大连出版业市场竞争力和整体实力。”

发出主题出版的“城市社声音”

主题出版无疑是近几年出版机构着力的重点,而城市社是不是只能眼巴巴地看着集团和大社名社一路驰骋?记者从年会上了解到,努力开发主题出版富矿,发出城市社声音,部分城市社也收获颇丰。

武汉出版社以“为时代发声,为城市立传,为读者增福祉”为出版理念和办社宗旨,在主题出版方面做了许多努力。该社今年策划的纪念改革开放40年重点选题《中国减贫行动:1978~2018》入选中宣部主题出版物重点选题。这是武汉社连续第3年入选,对城市社而言,实属不易。据邹德清介绍,该社的经验在于与当地党委、宣传部的宣传工作重点结合,与地方的全民读书月等活动平台结合,做好阅读推广和发行,使出版物真正落地,注意要形成产品的集成创新,营造磁场效应,吸引更多的读者参与其中并不断扩散。

此次年会上还揭晓了“2017年度全国城市出版社优秀图书”,《中国特色社会主义政治经济学名家论丛》《十八大以来中国共产党思想研究》《大白鲸原创幻想儿童文学优秀作品(第4辑)》等近30种图书荣获一等奖。