

“阅读,我与祖国共成长”书评征集礼赞新时代 抒写家国情

中国出版传媒商报 12月13日,“阅读,我与祖国共成长”书评征集活动座谈会暨颁奖仪式在北京举行。全国政协常委、副秘书长,民进中央副主席朱永新,中国出版协会常务副理事长邬书林,中国出版协会副理事长李朋义,中国出版集团有限公司党组成员、中国出版传媒股份有限公司副总经理李岩,人民出版社社长黄书元,中共党史出版社社长汪晓军,中国人民大学新闻学院教授、博士生导师周蔚华等出席,畅谈如何读好书、评好书、推动全民阅读走向深入,并为获奖者颁奖。“阅读,我与祖国共成长”书评征集活动,由国家新闻出版署指导,中国新闻出版传媒集团主办,《中国出版》杂志社承办,西南师范大学出版社协办。活动自今年4月启动,共收到投稿3341篇。根

据“生动展现新中国成立70年及党的十八大以来历史性变革和成就,探索新时期在更高水平上开展全民阅读活动的有效形式,向社会各界推荐更多思想精深、艺术精湛、制作精良的优秀出版物,精准引导阅读,更好地以评书带动荐书”的总体要求,依照“原创、公开、公正、公平”原则,经初评、复评、终评以及复核、审读等环节,最终评选出140篇优秀作品,包括一等奖10篇、二等奖20篇、三等奖30篇、优秀奖80篇。中文天地出版传媒集团有限公司、时代出版传媒股份有限公司、江苏省淮安市图书馆、浙江传媒学院等四家单位获优秀组织奖。

中国新闻出版传媒集团董事长、党委书记马国仓致辞。中国新闻出版传媒集团编委会主任丁以绣作活动总结。协办单位西南师范大学出版社董事长米加德在书面发言中,介绍了该社鼓励员工阅读、广泛开展阅读活动的做法与心得体会。会议由中国新闻出版传媒集团总经理李忠主持并宣读获奖名单。(穆宏志)

“人教杯”校园足球大会暨知识交流研学营地活动海南火热开启

出版与足球奇妙相遇



中国出版传媒商报 12月13日,来自全国20多个省市教育相关单位、出版发行集团的200多名代表,以及来自福建、广西、广东等10个省份的12支校园足球队齐聚海南,参加2020“人教杯”校园足球大会暨知识交流研学营地活动。这既延续了2016年起举办的人教杯全国校园足球大会,又以知识竞答、营地活动和教学比赛结合的完全创新形式火热开启。正如人民教育出版社总编辑郭戈在大会致辞中所言,这是出版人和体育人以我们特有的方式庆祝新中国成立70周年。

此次2020“人教杯”校园足球大会将足球文化、足球知识和实训研学结合,出版与足球的奇妙相遇,助推校园足球普及发展。

为贯彻落实党中央、国务院关于开展青少年校园足球活动的文件精神和工作部署,根据教育部领导的指示,人民教育出版社于2015年编写出版了全国第一套“校园足球运动”丛书系列教材并投入使用,从教材建设的角度弥补了广大基层学校校园足球师资、教学资源等问题,为推动国家体育教育事业的发展,积极创造条件、营造环境,发挥了重要的作用。郭戈在致辞中还表示,国家发布的《中国足球中长期发展规划(2016~2050年)》,从战略上将足球定位于“体育强国的重要基石”“民族精神的重要载体”,提出振兴和发展足球,可以促进体育运动全面发展,托起中国体育强国梦,绘就民族伟大复兴的蓝图;强调了足球运动具有重要的育人功能,有利于弘扬社会主义核心价值观,激励人们顽强奋斗精神,促进人的全面发展,提升中华民族的凝聚力和自豪感。

“人教杯”校园足球系列品牌活动,能够让全国广大师生享受足球运动乐趣,增强体质、健全人格、锤炼意志,树立健康、快乐、进取的足球理念,充分发挥足球在立德树人方面的积极作用,大力弘扬拼搏进取、团结协作、快乐分享的体育精神,吸引越来越多的青少年体验足球生活、享受足球快乐、爱上足球运动,使足球运动成为传播正能量的重要载体,为中华民族伟大复兴贡献足球力量。

海南省委宣传部副部长、省文资办主任张美文在

致辞中,高度肯定了2020“人教杯”校园足球大会暨知识交流研学营地活动举办的重要意义。中央12号文件和国务院《中国(海南)自由贸易试验区总体方案》中都明确了,要进一步加大文化、教育和体育领域的开放力度。海南自由贸易港建设即将进入“快车道”,在这样的大背景下,海南文化、教育和体育等事业大有可为,加强校园足球建设,打造体育强国大有可为。

海南省新华书店集团有限公司董事长、海南凤凰

新华出版发行有限责任公司党委书记、总经理何洋作为合作方致辞。他表示,“人教杯”校园足球大会今年以新的形式在海南举办,必将为以“文体活动+旅游”为特色的海南时尚增添更加充实的魅力。

大会还举行了海口市秀峰实验学校、海口市港湾小学成为全国中小校园足球示范校授牌仪式。

一段展示此次12支校园足球队日常训练风采的视频之后,紧张激烈的足球知识竞答开始。小足球队员们全神贯注精神抖擞,一道道问题都难不倒孩子们,抢答环节更是高潮迭起。最终,宁德市霞浦县实验小学、佛山市南海区石门实验小学等3支足球队获得冠军。

出席此次大会的领导还有人教社副总编辑王岳、副社长谭钢、纪委书记蒋琦,海南凤凰新华出版发行有限责任公司董事长金国华等。

12月14日,在海口市港湾小学还举办了校园足球教学现场训练指导和足球教学赛。(叶)

人民邮电出版社与 Arm 中国联合出版智能互联系列教材

中国出版传媒商报 12月18日,由人民邮电出版社、Arm中国、安芯教育共同主办的“智能互联·开放合作”中英科技教育合作高峰论坛暨 Arm 智能互联丛书发布与 Arm 产学研合作启动仪式在北京举行。

英国驻华副贸易使节吴侨文、Arm中国执行董事长兼首席执行官吴雄昂、人民邮电出版社有限公司总经理顾昕,中国工程院院士、中国人工智能学会理事长戴琼海、西安电子科技大学李成教授等众多来自中英各机构协会、全国30多所高等院校、高职院校的领导和专家参加此次论坛。

此次论坛上发布了由人民邮电出版社和 Arm 中国携手50位专家学者共同出版的体系化“Arm智能互联丛书”。这套教材既反映当前最新技术成果,又体现产学研合作成效。同时,Arm中国携手安芯教育共同启动了与多所本科院校和高职院校的签约合作,共同助力中英科技教育人才创新培养。

吴侨文在欢迎词中表示,英国国际贸易部将大力支持以 Arm 技术为代表的英国技术标准在中国的使用和推广,促进中英科技教育交流与合作。吴雄昂表示,Arm 代表着源于英国剑桥的创新商业模式,今后 Arm 中国将继续加大教育方面投入。

顾昕介绍,丛书编委会由来自清华大学、北京大学、北航、北邮等众多著名高校的教育专家组成,同时 Arm 公司的技术团队提供全方位支持,形成了“共搭平台、共建团队、整体策划、共筑生态”的教材开发新模式,为促进人工智能专业建设和人才培养提供了新平台。

戴琼海表示,这套教材称得上应时所需。优质教育资源、巨头科技体和权威出版社通力合作,为人工智能教育发展贡献力量。

论坛还举行了“产学研合作圆桌论坛”“产教融合圆桌论坛”分论坛,深入探讨人工智能人才培养、出版中的产教融合等问题。(董琦)

(上接第1版)

实体空间落地场景多元延展

美术馆、培训机构、人文实验场……随着出版机构多元经营领域的拓展,以及产业链延伸的可行性得到进一步检验,除了实体书店之外,不少出版机构探索出更多元的实体落地场景。

一是与实体书店一脉相承的阅读、文化体验空间,例如中国少年儿童新闻出版总社投资兴建的青少年阅读体验大世界、晨光出版社建设的晨光阅读体验中心、漓江出版社打造的漓江书院等。

二是美术馆。除了人民美术出版社、河北美术出版社、山东美术出版社等专业美术社开设的美术馆之外,近两年,以明天出版社为代表的少儿社、广西师大社为代表的大学社也都纷纷探索美术馆的建设运营。

三是线下培训机构。线上线下教育培训市场的红利,在内容产出、专业性等方面具有先天优势的出版机构自然不会错过。于是,教育培训领域成为出版机构新业态拓展的重要选项之一。除了发掘线上教育,不少出版机构在线下培训方面发力,落地培训品牌,开启常态化市场运营。例如人民美术出版社依托专业资源优势,创办了面向3~12岁少儿的校外美术培训机构“人美美育学堂”。目前除了由人美社直接运营的北京双井总部、安华里旗舰店等,借助加盟等形式,“人美美育学堂”已在河南郑州、江苏南京等全国多个城市落户。

四是打造灵活、多元的“人文实验”场。例如,由福建少年儿童出版社打造的“拇指班长”系列图书中大量出现“孔东东特调奶茶”“酵母汤”等有趣的饮料名称,该社通过门店VI设计加品牌授权形式与现有书店合作。而明天出版社与金茂集团合力打造的移动图书馆先后在北京、山东济南等地亮相,以跨界合作的形式建设社区阅读基地。今年8月,果麦文化与全季客听携手举办了“2040 BOOKSTORE”全国发布会,开启“酒店+零售+出版”跨领域的合作。据悉,2040 BOOKSTORE 优先与全季酒店紧密合作,把书店和酒店大堂完美结合,并且主打只售卖2040种图书的精选战略。

出版机构的实体探索也渗透在一系列上下游产业拓展的实践中。例如,河南科学技术出版社创立“玩美手工”品牌,以打造中国手工文化创意全产业链集成商为目标,玩美手工网和玩美手工美学馆线上线下融合经营。据悉,除了以连锁加盟的形式为创意生活美学馆等手工业实体店提供材料供货、特色培训等服务,由中原出版传媒集团、河南科学技术出版社(玩美手工)投建的中国国际手工文化创意博览中心也即将落成。

出版社实体空间探索直面“经营关”

有出版人向记者直言,其所在的出版社探索现状“看上去很美”,但相关探索已亏损超千万。“得卖多少一本书才能挣那么多钱!”必须承认,每种形式的新业态探索都面临风险,在确保社会效益的同时需要直面“经营关”,从投入到收益也必然存在一段或长或短的过渡期。

直营?品牌授权?从自身实际确立探索模式。据人美美育学堂运营中心总经理何玉麟介绍,人美美育学堂的思路是将人美社丰富、高质量的内容资源转化进行产业化延伸。民营美术教育培训市场“乱象丛生”,人美社从美育建设的社会责任、社会需求以及自身发展等角度衡量,开启人美美育学堂的探索,并借双师课堂这一特色解决地域资源分布不均、教学缺乏科学体系和标准等问题。同时,借助双师课堂的优势,在经营上采取直营+授权代理结合的模式。何玉麟表示,直营店能够充分挖掘人美社在师资、教材等方面的优势,而加盟店依托双师课堂“名师+助教”的形式,课堂质量也能得到保证。显然,直营+授权代理结合的模式能够避免单店经营的风险,也能进一步扩大人美美育学堂的影响力。目前人美美育学堂实施每个城市设一个直营店,并以此为核心发展加盟代理的策略。在管理架构上,出版社内部专门成立了人美美育学堂运营中心以及子公司,集合教材中心、新媒体部门联合发力。而对于加盟商的选择标准,何玉麟表示,团队会全面考察加盟商的实力、能力和相关背景,人美美育学堂提供的课程、师资培训等能够在专业上给予加盟商支持。最重要的是,认同人美美育学堂的相关理念。以河南地区为例,人美美育学堂选择了与河南日报报业集团合作,希望以强强联合的形式确保品牌口碑。

何玉麟直言,对于传统出版机构来说,实体机构无论是管理架构还是经营模式都是全新的领域,出版社做实体经营等探索一定要以自身具有较强优势的内容资源为依托,以融合发展的思维避免产业链出现割裂。同时,在实操上也要运用一些先进手段作为纽带带动不同部门、链条协作。对于“经营关”,社会对校外培训机构的办学面积等要求越来越高,所有实体门店经营都会面临房租、人才等高压成本的压力,需要有长期投入的思想准备。

遵循市场商业逻辑,以融合发展探索多元场景。将精准定位作为品牌发展策略之一,2年时间,由漓江出版社创建的漓江书院,以坚持做新文化、创新实验、连锁不复制等为定位,目前已经拥有3家风格迥异的门店。其中,漓江书院·旗舰店因地处南宁市商务区

区,定位主要面向城市白领。漓江书院·金狮巷店位于广西南宁的“老南宁·三街两巷”历史文化街区,设计风格古朴别致,以新阅读美学的文旅综合空间为定位,侧重展示南宁当地文化。而今年11月刚投入营业的形书屋·漓江书院广西大学店则是广西首家24小时校园书店,也是全国首家5G校园智慧书店。每家店都根据地理环境、品牌定位凸显不同的风格特色。在漓江书院执行总监于媛媛看来,带有出版基因的实体书店,阅读空间、文化空间等,是出版社精神和文化的延伸,是出版人的价值回归,即以更开放、创新的形式向大众普及文化。她表示,漓江书院之所以强调“书院”而非书店,就是想强调文化场景感和文化内涵的传承。

产业链的高效联动是出版机构实体探索的先天优势。注重凸显南宁本地特色的漓江书院·金狮巷店开业之际,恰逢漓江社打造的《老南宁记忆》一书上市。漓江社利用这一巧合将新店开幕与新书首发结合,以图书+书店场景营造的形式,将当地文化立体化呈现。为凸显该门店反映当地文化特色的定位,书店在建设之初便保留古色古香的院落风格,图书选品侧重传统文化、旅游、文学等品类,设立当地小吃、凉茶、文创、文化用品等多元经营模块,以账房、凉茶铺等传统设计营造场景感。

出版社更懂书是出版机构在实体探索中的先天优势。因此在图书选品方面,漓江书院组建专业团队,让编辑参与其中,将选品作为竞争力抓手之一。其次,出版社需要做的是将链条打通,将文化资源更好地展示和延展。

谈及经营话题,于媛媛直言,漓江书院现在能够做的是让门店的投入产出达到平衡。自我造血是出版机构进行实体店探索的挑战。“多做一家店,成本就会增加,因此每家店都要设计合理的经营方式。”专业素养是出版机构探索实体场景的保障,此外,要明确定位、以符合商业逻辑和市场规律的模式进行管理。

精准定位+复合式经营。围绕阅读人文通讯、拓展知识边界的经营理念,华东师大出版社旗下的大夏书店将选品重心放在社科类图书。华东师范大学出版社社长助理王京表示,从组建书店经营团队到搭建不同于出版社的管理架构,由于缺乏经验,出版社涉足实体店经营必然需要探索的过程。华东师大社从空间打造、专业选品、活动策划、人文关怀等维度用心经营校园书店,在做好社会效益的同时,注重可持续性经营发展,力争实现盈亏平衡。

刘海红觉得,做任何事都需要对路。出版机构做实体多元探索,要符合需求,要有适合的人来做,要考虑实用性,与出版社的作者、读者等资源结合。如果一味追求潮流,很多事情就“看起来很美”,但却昙花一现。

目前教育出版社主要应从以下10个方面切入和探索教育出版转型,实现“二次创业”。

以转型保存量,促增量,从存量找增量,全力以赴坚守阵地,保住基本盘子。存量主要是指有较大规模效益产品,是多年经营而成的拳头产品、品牌产品。教育出版社要通过转型来实现保存量、促增量。一是不断充实优质版权资源库,开发完善的配套产品,实现由教材向配套教辅赋能的转型,实现教材效益最大化。二是对现有上目录教辅寻求最大可能的政策支持和教材授权支撑,实现教育红利最大化,同时不断提升品质,优化体例,夯实品牌效应,增强从行政系统向市场转型的能力。

实现由数量增长向高质量发展的转型。教育出版社要根据优胜劣汰法则,通过精心论证选题,坚决淘汰低质低效平庸产品;合并同质产品,压数量;腾笼换鸟,集中精力和兵力实施品牌战略,重点打造一批质量过硬、市场带动效应好的名牌产品;打造差异化产品,实现由同质化产品向同质化精品和差异化产品并举的转型。

实现由系统上目录教辅比重向市场教辅比重大的转型。目前许多教育出版社的经营中,系统上目录教辅所占比重较大,抵御政策风险能力差。教育出版社要加大市场教育类图书的开发力度,打好市场攻坚战,在保住上目录教辅存量的基础上,逐渐加大纯上市图书占比,最终超过上目录教辅占比。

实现从基础教育出版向大教育出版的转型。在当前形势下,教育出版社要以大教育的思维格局,拓展教育出版的新空间、新领域,在素质教育、职业教育、特殊教育、幼儿及学前教育、传统文化教育以及特色教育等板块开拓创新,完成从基础教育出版向大教育出版的转型。

实现从单一图书产品向融合产品的转型。教育出版社要大力开发融合产品:1.要做好主题出版,打造融主题选题与教育选题为一体的产品。2.要打造“教育出版+平台”,为本版教材教辅提供精准、及时、强大的后台服务。3.在教材板块,重点打造“智能教学平台”,以新技术赋能优质版权资源。4.在教辅板块,甄选优秀市场教辅品种,开发配套的数字化富媒体资源,将直播课形式引入教辅产品,使产品具有纸质、数字、多媒体后台支持元素。5.适时购买优质APP。6.实现数字产品由研发向市场赢利的转型。

实现由传统单一营销模式向多渠道营销模式的转型。在大力发展线下产品的同时,探索线上产品的营销模式,加大探索与民用渠道的合作模式,重视政府行政渠道、社区发行渠道和包销书开发渠道,实现由单一线下产品向线上线下并举、主渠道与民用渠道合作、市场与社区包销并存的营销模式的转型。

实现由省内市场为主向省外市场开发的转型。在省内教育市场趋于饱和的态势下,教育出版社立足本地,放眼全国教育市场,以市场品牌为龙头,集中开发一批拳头产品,形成规模效应,深挖渠道,拓展省外市场,探索全国图书市场发行新路径,实现由省内市场为主向省外市场开发的转型。

实现由单一出版业态向多业态的转型。未来,教育出版社要在教育培训、教育研学以其他新业态破题和有所作为。

实现由普通作者向专家型高端作者的转型。教育出版社要维护和巩固骨干作者队伍,继续发挥老作者的特殊作用;要创新编写方式,为提质增效、转型创新提供作者保障;要建立专家作者库,积极探索由单一依靠教育口作者向利用高端工作室的转型。

实现编发队伍由传统系统向市场机制的转型。教育出版社要建立编辑人才培养机制,强化质量意识,确保政治安全,实现由单一教育编辑型知识结构向多元复合型编辑转型;在传统的内设部门体制之外实行新型项目制,用项目组来做新项目、特色项目、大项目,用新的激励机制激活体制机制,为转型提供机制支持;强化编发融合体制机制,即强化编发命运与利益共同体,进一步由编发疏松型向编发融合型转型,特别是完成由传统系统向市场的快速转型。

教育出版社要树立危机意识,放眼转型布局谋篇,尽早完成转型,在“二次创业”新征程中实现新的发展。

拍卖公告

天津羲和今古斋第三十九期大众收藏拍卖会将于2019年12月28日举行。
涵盖明清古善本、钞本,碑帖,名家书画。共计829件拍品。
预展时间:2019年12月26日~27日9:30-16:30
拍卖时间:2019年12月28日~29日(星期六、日)9:00开始
拍卖地点:天津市和平区烟台道15号
网上预展:www.kongfz.com
电话:(022)23396387

教育出版转型是「二次创业」
李忠东