

《新时代军乐之声》总谱与音像专辑发布 展现新时代军乐艺术

中国出版传媒商报讯 12月26日晚,“新时代军乐之声——庆祝中华人民共和国成立70周年典礼阅兵曲音乐会”在京举行。全国人大常委会委员、全国人大宪法和法律委员会委员郑淑娜,中国出版集团有限公司总经理、党组副书记黄志坚,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,相关领导以及各界嘉宾出席音乐会。音乐会由人民音乐出版社与中国人民解放军军乐团联合主办,庆祝中华人民共和国成立70周年大会中国人民解放军联合军乐团总指挥、中国人民解放军军乐团团长张海峰主持,人音社副总编辑赵易山致辞。

策划力:指向融合运营常态化

百强团队策划实操优案



成立时间:2011年 成员:6人

重点产品:职工思想政治引领读物、劳动模范与工匠技能提升读物、农民工培训及家政技能培训教材、班组培训及安全生产教材等。

业绩:2019年,中国工人出版社职工教育分社出版新书50余种,重印书100余种。成立9年,销售收入翻四番。2016年12月,团队获得由科技部、中央宣传部、中国科协颁发的“全国科普工作先进集体”荣誉称号;2017年4月获得由全国妇联颁发的“全国巾帼文明岗”荣誉称号。

中国工人出版社职工教育分社 提供一流立体知识和智慧生活服务

■安静(中国工人出版社职工教育分社社长)

2011年,职工教育分社“零基础”起步,9年来出版职工思想教育、技能培训和生活常识类图书700余部,借力文化出版融合发展态势,依托品牌效益,敢于挑战、勇攀高峰,屡获国家级表彰。

立足本位,筑牢根基。在发行渠道和作者资源零基础的情况下,分社大胆创新,逐年突破,从“十二五”职工教育培训教材开始,先后出版了“千万农民工援助行动”培训教材、人社部认可的全国家政服务7个岗位的培训教材及配套证书认证、习近平总书记4.28讲话系列读本等。“千万农民工援助行动”培训教材、“中国新型城镇化理论与实践丛书”获得国家出版基金资助。分社销售收入也从2011年的113万逐步增长到2019年的1700万元,快速打响了中国工人出版社职工教育分社的品牌。

紧跟时代,融合发展。分社不断进行产品和经营模式创新,打造适应广大劳动者需求的出版新业态。针对女性进城务工人员就业困难的状况,开创了“图书出版+培训颁证”的服务模式,并研发出母婴护理、产后催乳、小儿推拿、营养指导等一系列家政技能培训教材,如今已成为市场发行量最大的权威版本。其中,《幼

儿习惯养成教育》一书于2019年11月被中国家庭教育学会、中国出版协会推荐为“百部家庭教育指导读物”。在此基础上,分社7年来累计组织超9万女性进城务工人员掌握母婴护理技能,并持证上岗。

针对劳模精神、工匠精神培育,分社出版了以“十三五”国家重点出版物出版规划项目及2018年国家出版基金项目“大国工匠工作法”丛书为核心的产业工人技能素质提升图书。在此基础上,进行了长教学视频课程和短视频开发。

服务“三工”,引领突破。分社在全国工会系统创新推出“定制出版+在线教育”模式,打造了“全国工会服务职工图书定制中心”,定向为各级工会出版培训教材、工作用书和服务职工用书。如,专为工会“送清凉”活动开发的图书,与全国10余个省、市总工会达成了定制出版合作,产生良好反响。在职工思想政治引领方面,分社2019年出版了一系列反映伟大工程和劳动者的优秀出版物,如《高铁作证》出版不到3个月加印6次,总销量破6万册;针对弘扬工匠精神、讲述民族品牌历史的《解放》一书,团队创新性策划了“一车配一书”文化行动,自2019年3月出版以来,该书累计销量8万册。



成立时间:2018年 成员:6人

重点产品:“民国教育史专题研究丛书”“21世纪学习与测评译丛”“这样爱你刚刚好,我的N岁孩子丛书”、《妈妈总是有办法》等。

业绩:2019年共出版图书270种,其中新书32种,重印238种,重印率88%。发货码洋5600万元。

湖南教育出版社教育理论与家庭教育运营中心 打造高端学术与大众市场全能型团队

■李军(湖南教育出版社教育理论与家庭教育运营中心总经理)

湖南教育社教育理论和家庭教育运营中心一支6人团队,需要兼顾高端学术与大众市场图书两个价值取向与运营方式截然不同的方向。团队不仅策划了5种“十三五”国家重点出版规划项目,也在家庭教育板块细分市场站稳了脚跟。

随着全社会对家庭教育的关注不断升温,湘教社判断家庭教育可能成为出版热点,强势进入该领域。2018年7月成立教育理论与家庭教育运营中心,与中国教育学会家庭教育专业委员会合作,推出“这样爱你刚刚好,我的N岁孩子”丛书,2年来实际销售已达35万册。

2019年,团队打造的《妈妈总是有办法》2个月销售5万套,《解码青春期》年内销售8万册,《我的第一本英语启蒙书》销售1万册。“民国教育史专题研究丛书”《老年学百科全书》获得2019年国家出版基金资助。“这样爱你刚刚好”丛书获第七届中华优秀出版物奖提名奖。

近几年,亲子家教、育儿早教类图书随着公众号大V的崛起,出现大批畅销书。但原有有家育儿大号V没有成功将流量移植到抖音、快手上。张丹丹是在抖音上崛起的首位家教育儿大号。我们决定把亲子家教和心理自助两个看起来不搭界的门类进行叠加,用“情感励志亲子教育”新品类作为该书的定位。这个新分类,引起了新消费风潮,找到空白点,

创造新需求。

即便百科全书,也不可能提供所有办法,如何形成找办法的思维方式,是该书希望带给妈妈们的启发。为做好稿件从口述到文稿的转变,团队花了大量心血对内容进行编辑整理和加工。最大限度地保留了张丹丹口述的流畅和感染力的同时,又把文字的隽永和优雅风范均衡进最终作品,兼顾信息完整和准确性、逻辑性。

为了提供真正差异化的产品,我们选择了和有声书、同步课程完全不同的差异化课程:张丹丹的私家亲子阅读课。《妈妈总是有办法》预售第一天,就和大冰、年糕妈妈作品正面相遇。我们认为,《妈妈总是有办法》的用户是抖音、快手等短视频建立的新型社区,这构成了用户和内容提供之间的新型关系。这个融合出版产品的上线,打破了传统纸质图书和读者的简单交割。

此次销售和营销,直播成为流量持续供给的核心动力,对短视频、头条图文生态、微信图文、微博和小红书等全媒体矩阵流量给予高度整合,最终把流量集中在一个大池子,变成了巨大的销量转化器。2019年10月24日,预售第一天,张丹丹在抖音和快手各直播2小时,直接带货超过6000套。此后,每场直播均能带货2000套以上,第一批1万套图书不到1周即预售一空。

体育出版分社是人民邮电出版社目前组建时间最短的编辑部门,也是一个老牌科技社内部孵化的新出版门类,从成立之初就走上了融合出版创新之路。

人邮社对体育出版门类的探索发轫于2014年,当时国务院印发《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》,此后利好政策不断出台。而当时的图书市场上,体育类图书出版并不活跃,呈现形式较单一。人邮社组织力量开展调研,果断切入该领域,从2015年1月出版第一本书到2016年10月首次占据运动与休闲零售市场占有率榜首,用时近22个月。2017年4月,体育出版分社成立,随后继续保持细分市场占有率的第一位,2019年领先第二名5个百分点。2015年以来,分社出版新书近500种,相较于2017年,2019年销售规模增长60%。

经过探索,体育分社确定了立足于体育产业、传播科学知识的出版定位,出版图书覆盖大众健身、青少年体育、专业体能、运动专项、武术格斗等运动板块,以及围棋、国际象棋等其他益智类板块。分社与众多国内外领先的研究机构、训练机构建立了广泛合作,与细分领域的垂直媒体共同开展丰富的宣传推广活动。

坚持精品出版,持续加强出版资源建设。目前,体育分社与数百位运动健将、科研专家、行业大咖以及有关部门、机构开展合作,例如,“大众健身精品课程”系列作者包括世界冠军、奥运会、世

现代出版社文艺编辑部曾荣获中国出版集团青年文明号奖项,部门策划的图书曾获第七届中华优秀出版物。2018年起,现代社文艺编辑部整合部门资源,建立部门品牌“只读文化”,上线微信、微博等新媒体平台,建立社群,扩大影响力;精细化生产线,开辟、再设计“现代推理馆”“现代励志”“现代版年选”“和风译丛”“小雅文丛”等产品线,其中“现代推理馆”已累计出版近70个品种,“和风译丛”累计出版21个品种,“现代励志”出版超30个品种,“现代版年选”共出品近30个品种。

文艺编辑部建立内部营销体系,打通编辑营销间的壁垒,建立纸媒、电台广播和电视为传统的媒体运作和自媒体平台为主的新媒体宣发以及短视频、直播为主的“三位一体”编辑营销模式。

文艺编辑部坚持出版“双效”结合、社会效益优先的选题策划思路,力求同时抓稳“导向”与“市场”。部门策划的《马克思主义哲学智慧》获第八届中国出版集团出版奖优秀选题奖,《风雪追击》《恋爱的贡多拉》获当年中国出版集团特别贡献奖。2019年,该部门还策划了《给孩子的四季书法课》《给孩子的文言文》两套图书。

长江文艺出版社新媒体部 多切口探索融合出版

■刘淇(长江文艺出版社新媒体部数字专员)



成立时间:2015年 成员:4人

重点产品:中国好小说纯电子书出版项目,中国好诗歌:基于微信社交平台的全媒体出版项目,中国长篇历史小说全媒体出版项目,“长江乐读”融媒体阅读平台等。

团队部分成员

长江文艺出版社新媒体部承担的中国好诗歌:基于微信社交平台全媒体出版项目已完成500部视频制作及500篇诗歌文案,截至2019年12月16日,诗歌音像馆微信公众号总订阅用户已达41717人。

中国好小说纯电子书出版项目定位为打造3万~5万字之间的虚构类电子书出版项目。在内容方面,项目凭借大数据挖掘,立足于亚马逊、移动、掌阅等分销平台倒推产品定位,以此为基础提供符合移

人民邮电出版社综合出版中心体育出版分社 跨越发展,两年实现从“0”到“1”

■李璇(人民邮电出版社综合出版中心体育出版分社负责人)



成立时间:2017年4月

成员:7人

重点产品:经典体育理论、职业认证培训教程、体能和运动专项训练、围棋类别。

业绩:2019年销售码洋近6000万,细分市场占有率第一,完成两项国家级项目。

锦赛奖牌得主等多位运动健将;“功能性健身动作指导丛书”则由国家队的体能教练编写;出版3年累计印刷22万册的《精准拉伸》,在里约奥运会赛前上市,并得到了15位奥运冠军、世界冠军的热情推荐;分社引进了美国国家体能协会(NSCA)、美国国家运动医学学会(NASM)的系列认证教材,其中《NASM-CES美国国家运动医学学会纠正性训练指南(修订版)》这一经典教材于2019年7月预售,1周内首版售罄。围棋图书方面,分社加强与杰出围棋教练聂卫平的合作,策划打造了聂卫平围棋道场系列教程、习题。此外,分社还在积极推进出版“儿童身体训练动作指导丛书”“青少年身体训练动作指导丛书”等。很多图书填补了细分领域的空白,在专业群体中建立起人邮社体育图书的

品牌。

坚持出版创新,走融合发展之路。同时,分社大力推进创新项目“基于增强现实(AR)技术的儿童青少年身体素质训练提升指导平台”建设,先后获得国有资本经营预算、文化产业发展专项资金的支持,最终顺利完成出版平台及资源的建设工作,形成了一批优质的视频课程产品。例如,2019年6月上市的围棋动画教学产品《聂卫平围棋道场之小喵小汪学围棋》已销售2万余份,销售额数百万元。

创新营销模式,提供标准化营销服务。分社目前与数十家自媒体开展合作,不断壮大媒体营销矩阵,大规模开展标准化营销服务,月均发稿300余条,2019年全年阅读量约1.6亿次。未来,体育分社将继续坚持以创新引领业务增长,以创新引领人才成长,以创新缔造跨越式发展。

现代出版社文艺编辑部 整合部门资源 精细化生产线

■赵海燕(现代出版社文艺编辑部主编)

成立时间:2017年 成员:8人

重点产品:“现代推理馆”“和风译丛”“现代励志”。

业绩:每年出版图书100种左右,出书码洋超4000万,2019年度完成码洋近5000万。



销书作家松浦弥太郎的励志书《写给想哭的你》、日本企业家稻盛和夫的《活力》、家岸见一郎的《我不想活得这么累》、韩国励志作家南仁淑的作品《下辈子不想再嫁给你了》等销售均近3万册;韩国著名演员宋慧乔的自传散文集《慧乔的时间》销量突破4万册;韩国著名演员李钟硕的写真诗集《一切都是因为你》销量突破3万册。文创产品蔡志忠国学日历《一日一禅》,销量突破3万册。

投资1000万元正式发起“网络文学鄂军”培养项目。截至2018年12月31日,项目已搭建完成了草根作家作品展示平台——长江传媒旗下精品网络原创平台“长江中文网”,开通“湖北草根作家培养计划”专题窗口,开展“长江杯”主题征文大赛,发掘超过150名潜力作家,培养超过30名草根作家,出版近30部精品图书;出品300部以上电子图书、100部有声读物,1部网络电影正在筹拍中。

长江·收获原创文学精品全媒体出版项目则以《收获》杂志为入口,利用杂志在原创文学中的领先地位和优质作者资源,通过组织文学评选活动、纸质出版、版权运营等形式生产文学精品。截至目前,该项目组织出版收获精品图书共40本。

长江文艺社从2017年筹备世界文学名著的改版,对标得到APP“每天读本书”经过近1年时间的统整,改版后的新版名著于2018年5月上市。精装名著2018改版后发货码洋2855万,比2017年发行码洋增加93.4%,2019年发货码洋预计达1800万。此外,“长江乐读”融媒体阅读平台拟集合长江文艺社图书资源,打造“长江乐读”APP、小程序、H5页面三种形态的平台,建设资源、用户、数据三大中心。