

业者论坛

疫情后省思  
互联网时代的教辅图书转型

■张绪勇(吉林大学出版社副社长、副总编辑)

2020年初,新型冠状病毒突然来袭,打乱了人们的正常生活和社会的正常秩序。疫情期间,全国各地“停课不停学”,教育产业跨入了“网课”时代。移动互联网的普及以及科学技术的更新和发展,不断影响着整个教育产业的布局 and 走向。

教辅行业曾经在“乱象丛生”“群魔乱舞”中完成了市场的优胜劣汰,在日益规范化的市场环境中趋于稳定。疫情过后,生存下来的教辅图书更成为经历了大浪淘洗的佼佼者。然而,互联网时代的到来让教辅图书再一次面临挑战,优化转型势在必行。基于互联网平台的“云”教育模式打破了空间的壁垒,展现了在线教育的优势,这加速了在线教育对传统教辅图书的冲击,也对图书市场提出了新的要求,电子教辅、数字读物、在线课程等新型产品成为教辅图书市场的关注热点,引发了教辅出版企业的深度思考。

**首先,教辅出版需要整合资源。**教辅出版沉淀了大量的资源,整个发行和代理体系,有直达用户的无障碍通道,这些资源是教辅出版行业面对在线教育的最大竞争优势。如何把内容资源互联网化成为突破问题的关键。综观“互联网+”时代,其最重要的一个价值观就是共享,可以说互联网让规模化协同和合作成为了现实。而教辅出版行业要在与在线教育的竞速中领先一筹,优势互补的合作是必不可少的。教辅出版企业应该探索协同合作模式,整合优质内容,深耕及合理布局数字产品,拓宽并整合销售渠道,更加多元化地发挥自由的内容资源优势。并且,教辅图书企业的合作对象并不需要局限在图书出版企业之中,成长性良好的、具备潜力的在线教育公司同样可以成为优秀的合作伙伴,将行业间的碰撞与规则融合在合作之中。

**其次,教辅出版需要更新思维模式。**教辅图书在整体图书市场和教育产业中均算是比较成熟的教育产品,其真正需要的并不是产品形式的革新。面对互联网时代的冲击,教辅图书企业需要更新互联网的迭代思维模式,这既体现在教辅出版的生产环节,也体现在销售环节。教辅出版行业 and 互联网教育是相辅相成、互联互通的关系,所以作为教辅出版机构要学会借鉴和吸收互

联网教育的思维,进而改善自身的出版经营模式。而未来的教辅图书销售市场中,互联网思维的运营模式与产品后端市场的革新将成为制胜的突破口,“先买后用”的销售模式或许终将被淘汰,取而代之的是“先体验后付费”的服务模式。

**再次,教辅出版需要加大技术投入。**从2020年第一季度的教辅图书市场增长率来看,在线教育在一定程度上带动了教辅图书的销售。这说明在线教育所带来的不止是挑战,还有对教辅图书市场的刺激和机遇,这使利用在线教育模式反激教辅图书销售成为可能。这就要求教辅图书企业紧跟“互联网+”的时代步伐,增加或者加大对互联网教育模式相关科学技术的研究和硬件投入。数字读本、电子书包、在线课程、短视频、相关内容数据库,及交互性良好的互动平台都可以成为传统教辅图书融合互联网技术的入口。

**最后,教辅出版需要完善产品生态结构。**在满足第一层次的需求之后,互联网化后的教辅出版要在相关数据的收集、整理和分析上下足功夫,让内容资源的转化效率、利用率,运营渠道的相关数据和个性化数据有效结合,充分利用互联网时代的大数据统计优势,形成高效并有效的产品报告书,力争打造比用户自己更懂自己的个性化教辅。同时,在内容的生产、传递、增值和学习交互方式、售后服务模式等学习环节的全过程形成闭环管理,打造教育数字化、学习一体化的解决方案,完善产品的生态结构。

知识是教会学生思考的一种工具。信息技术的快速发展,使原有的知识结构、传播方式、利用与管理模式等发生了改变。教辅图书作为教育产业的重要组成部分,有责任也有义务参与到教育的革新之中,实现“学习因科技而改变”。在互联网时代,教辅出版机构要充分展现出参与创新教育模式的强大信心和决心。

目前,我国文创产业发展迅速,从年销售额达十亿级的故宫文创,到淘宝网上数不胜数的文创小铺,这些小而精美、巧思构想的文化产品带动了许多新的消费热点。清华大学文化经济研究院和阿里天猫2019年联合发布的《新文创消费趋势报告》显示,2019年仅博物馆的文创产品销售就比2017年增长了3倍,文创销售呈井喷状态。过去5年,我国文创产业产值已增长66.09%,有力推动了传统产业的转型。

出版机构开发文创产品具备多项优势。一是文化优势。文化是创意的源泉,目前国内外许多出版机构均已涉足文创产业,且市场表现亮眼。二是政策优势。出版社开发文创产品是转化资源、融合发展、延伸产业链的有效途径,近年来得到国家政策的大力扶持。三是产业优势。丰富的内容资源,相关的内容转化环节,重合的消费对象,这都是出版产业自身的强大优势。文创产品也可作为出版品牌延伸的有益补充,从另一层面带动图书产品的销售。

目前,“出版文创”这一新型产业延伸已初现规模,出版机构可积极探索这一新型产业发展路径,从自身规模和发展方向出发,将文创事业列入企业规划,积极投身文创新经济的大环境。

**路径一,设立相应的文创部门。**以文创部门整合全社的文创资源,这是规模化发展的前提,能够沟通上下游实现内容向产品的转化,把握产品开发方向。目前不少出版机构都已设立专业的文创部门,如浙江人民美术出版社的“艺文类聚”文化创意中心。

**路径二,创建自有文创品牌。**文创品牌的建立,可以增强产品在市场销售中影响力,并为后续品牌效应累积高溢价空间。如人民文学社推出的文创品牌“人文之宝”、河南科学技术出版社打造的手工文创品牌“玩美手工”等。

**路径三,做好开发前期的市场研究分析。**研究消费者的消费动机,是产品开发的首要环节。阿里巴巴曾通过大数据分析博物馆文创产品的“用户画像”:“通常购买博物馆文创产品的用户都是上了年龄的、或者是高知的用户。但在数字化平台,消费者中90后占了50%;一线二线城市

用户对博物馆文创产品关注度更高;高购买力用户占比更高;另外超过七成

为女性用户”。对客户群体的精准把握是开展文创工作的基础。

**路径四,以创意为核心。**创意是文创产品最核心的产品竞争力,能使一张不起眼的纸成为一件令人感动的作品,也让创意的价值凝结为一件商品,甚至还具有点石成金的巨大作用。

**路径五,重视设计的价值转化。**文创产品不仅要有独特的创意特征,更对产品美学有极高的要求,重视设计的投入是文创产品开发的重心。英国设计创新中心的 Hill 教授认为,设计是胶水,是一种可以让消费者树立对产品信赖的视觉语言。艺术审美所展现出的产品外在艺术形式感,是产品的颜值担当,不仅给消费者带来美的感受,更为产品创造出高附加值。同时,这种艺术感往往是对产品各项功能的合理化设计、调整,体现了对消费者生活方式的功能性改善和人性化体贴,给消费者的生活带来了更多便利。例如,日本著名杂货品牌“无印良品”经由设计大师田中一光 and 原研哉的打造,成为功能性文创产品的经典品牌,将一种极简的生活哲学传递给消费者,创立至今30多年来已在全球范围内取得广泛的影响力,标志性地展现了设计的价值转化。

多元发展的今天,文创市场广阔且未来发展空间巨大。出版机构应积极面对文创产业发展的重大机遇,借助政策、产业、文化优势,探索传统出版原生 IP 的多元转化,通过出版文创方向寻求跨媒介融合

出版机构文创产品开发五路径

■李夏凌(厦门大学出版社)

(上接第25版)



《北欧神话小萌书》埃娃·曼萨诺著/湖南文艺出版社2020年12月版/78.00元

**推荐理由:**神秘奇幻的北欧传说,帮助读者完善神话知识体系。第二人称的叙述手法强化读者沉浸感,让阅读成为身临其境的旅行。生动有趣的故事讲述配以活泼可爱的精美插画,带来不一样的阅读体验。



《中国历史年表》洋洋兔编、绘/四川少年儿童出版社2020年10月版/108.00元

**推荐理由:**区别于普通历史年表教科书式知识点罗列,该书用手绘小插图诠释知识点,有利于培养孩子在脑中构架出图文链接,实现对知识点的深刻记忆。全书以一条时间轴串联中国古代历史大小事件,清晰梳理历史脉络,提前储备中考历史重要考点。



《拯救球球部落——令人捧腹的趣味教育故事》李明霞何捷 著/福建人民出版社2020年12月版/45.00元

**推荐理由:**自然灾害的侵袭让球球部落只剩下三名幸存者,为了部落复兴,球长决心把生存技能教给球西西和球球尼,没想到他的学生竟越来越多,一段奇妙的教与学之旅就此展开。该书构思巧妙,将“教育”拆解为46个关键知识,融入充满童趣的原创故事中。小读者可以像看连续剧那样,潜移默化地理解学习是怎么回事,老师为什么这样教,我们又该如何学习。



《100天后会死的鳄鱼君》菊池祐纪著/接力出版社2020年11月版/45.00元

**推荐理由:**该书是风靡日本的畅销漫画书,两个月销量达50万册,推特话题热度破两亿。菊池祐纪以四格漫画的形式,记录了一只鳄鱼的100天生命倒计时。当看到鳄鱼君的最后一天的来临时,读者会反思:我们是不是在认真地过每一天,享受平凡的美好,感受生命的意义?



《贪玩的中国人——写给孩子的中国科学史》老多著/湖南少年儿童出版社2020年11月版/118.00元

**推荐理由:**该书写了几千年来发生在中国的,与科学、科学家有关的故事。书中作者除了记录古代中国的科学成就,还想和小朋友们一起思考一些问题。例如,为什么曾经创造了四大发明的中国,却没有成为现代科学的发源地?



《天工开物 给孩子的中国古代科技百科全书》龙逸编著/童趣出版有限公司策划、人民邮电出版社2020年8月版/128.00元

**推荐理由:**该书以上海古籍出版社出版的《天工开物译注》为文字范本,以绘本式的中国古典风格彩色插图搭配白话式讲解,力求让孩子了解中国古代先进的科学技术。



“以科学之名破坏这本书”[英]迈克·巴菲尔德著绘/电子工业出版社2020年6月版/166.00元(全4册)

**推荐理由:**该套书是从封面到封底都能玩的科普互动游戏书。107个科学游戏、87张创意模切、200多个趣味知识点,通过剪裁、涂鸦、粘贴等方式来“破坏”一本书,构建对数学、物理等领域的全新认知。该系列打破传统的阅读模式和学习方法,作家将深奥难懂的科学知识简单化,通过幽默的语言讲解给小读者。



《有谁知道座头鲸在唱歌》张文亮著 蔡兆伦绘/福建少年儿童出版社2020年6月版/28.00元

**推荐理由:**该书通过讲述世界上第一位海龟守护者丹彼尔、保护潮间带的科学家戈斯等九位近现代科学家的海洋保育故事,带领孩子领略海洋之大、海洋之奇、海洋之美,在潜移默化中学会尊重生命,感恩自然。



《春天方程式》[美]劳拉·珀迪·萨拉斯著 [美]米查·阿彻绘/译林出版社2020年5月版/45.00元

**推荐理由:**该书中有许多充满奇思妙想的等式。如,小鹿+大树=雨伞、1朵蒲公英×1次呼气=100个降落伞。数学与有趣的比喻相遇,每一个美妙的等式都是一首短小而优美的诗歌。每页的等式下面附有一段简短的说明文字,引出科普小常识。



“一学就会的汉字游戏书”(全10册)歪歪兔关键期早教项目组著、绘/歪歪兔童书馆策划、海豚出版社2020年10月版/150.00元

**推荐理由:**该套书收录720个常用基础汉字、800句脍炙人口的经典古诗词。生字和对应图片分离,图片和汉字跨页面一一对应。20多种、500多个互动游戏,把枯燥单调的认字学习转化成画圈拉杠的游戏,让识字成为一件有趣的事。



《姥姥家里面唱大戏》侯会著/长江文艺出版社2020年1月版/56.00元

**推荐理由:**该书是面向青少年读者的戏曲知识普及读本,按时间顺序,以讲故事口吻,介绍了中国戏曲文化的诞生、发展、繁荣的全过程以及艺术特点,并重点赏析讲解了一些重点剧种的有名剧目,介绍了中国戏曲史上的重要剧作家以及表演艺术家们。



“地图上的全景中国简史”(精装全5册)纪连海、魏新主审 中国地图出版社、星蔚时代编绘/中国地图出版社2020年12月版/248.00元

**推荐理由:**该书画风轻松,每个朝代都涵盖三个视角,画在地图上的时局图宏观地展现历史视角;全景图展现历史的横截面,细化到人文生活场景。



《图解计算机科学》英国DK公司著/清华大学出版社2020年6月版/128.00元

**推荐理由:**科幻作家、未来主义者亚瑟·克拉克曾经说过:“任何足够先进的技术看起来与魔法无异。”该书可以帮助读者认识到计算机科学是一种每个人都可以学习的“魔法”。掌握计算机科学,拥有未来核心竞争力。



《地图里的中国:带着问题去旅行》斯塔熊文化绘编/山东友谊出版社2020年1月版/108.00元

**推荐理由:**该套书每册囊括6~7个省级地区。书中将中国的每一个地区进行地理定位,通过地图与名片相结合的形式,图文并茂地解说每个地区的地理知识,再通过名片、地图、照片墙、问题墙,丰富、拓展区域地理知识。



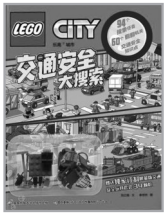
“阶梯式数学思维游戏书”(14册)[日]彼原菊纪 汐见稔幸主编 思可教育译/华东师范大学出版社2020年9月版/490.00元

**推荐理由:**该套书由日本幼儿教育专家+七田真教育合力打造,是风靡日本的数学启蒙游戏书,启蒙、基础篇侧重数学入门,提高、拓展篇侧重幼小衔接,能够锻炼儿童的逻辑能力、注意力、持久耐心和记忆力。



《漫画城市的由来》青少年国际竞赛与交流中心组编/机械工业出版社2020年1月版/39.80元

**推荐理由:**作为2020年自然资源优秀科普图书,该书以时间为轴,通过长颈鹿和它的学生探访不同年代的城市,讲述古代城市、现代城市、未来城市的演变过程。



《交通安全大搜索》刘之南文 牟悠然图/国家开放大学出版社2020年11月版/138.00元

**推荐理由:**该书以“大搜索”为主要表现形式,书中主要展现的是深受孩子们喜爱的乐高城市的人仔形象和环境。内容丰富的六大场景,再现日常生活,有挑战性的寻物任务设置,提供进阶式交通安全科普。全书94个搜索任务、60个翻翻机关和知识点,随书附赠独家定制版34颗粒交通安全玩具套装。



《白垩纪海洋巨无霸》傅强、冯伟民著/江苏凤凰少年儿童出版社2020年12月版/28.00元

**推荐理由:**该书是国家“十三五”重点规划项目“生命的悸动”书系的第4册,由江苏凤凰少年儿童出版社和南京古生物博物馆联合出版。全书从化石发现出发,结合大量奇妙的图片和研究成果,讲述白垩纪海洋里巨兽如何为了适应生存环境而一步步演化,同时用科学视角还原古生物的习性和日常生活,在生态、环境等问题上提供很多启示。



《给孩子讲世界名画:来自拉鲁斯的艺术启蒙课》法国拉鲁斯出版社编著 王烈译/北京美术摄影出版社2020年7月版/128.00元

**推荐理由:**该书用通俗的语言对每幅名画深入探究,解读创作和技术特点,并试图还原当时触动画家灵感的环境。书中还揭开了绘画史上一些伟大作品的秘密,用孩子喜欢的语言,捕捉孩子好奇心与兴趣点。



《博物馆里的中国历史》罗米著/天天出版社2020年11月版/260.00元

**推荐理由:**该套书介绍的文物涵盖全国超过四十家博物馆中的重要馆藏,几乎囊括了所有中国历史上出现过的文物器物类型。每篇由文物本身切入,介绍知识范围涵盖中国历史背景、传统文化传承、美学鉴赏、文学典故等等。