

## 《2021年农家书屋重点出版物推荐目录》公布

中国出版传媒商报 日前,国家新闻出版署组织制定了《2021年农家书屋重点出版物推荐目录》。2021年主题出版重点出版物、2020年度中国好书、2020年度“农民喜爱的百种图书”将自动列入《推荐目录》。

国家新闻出版署就相关工作提出四点要求:一是要着力加强政治引领,坚持导向正确、品类丰富、质优价廉、适农性强的出版物配备原则,围绕推动习近平新时代中国特色社会主义思想深入农村、庆祝中国共产党成立100周年、反映全面建成小康社会伟大成就,为农家书屋配齐《论中国共产党历史》《毛泽东邓小平江泽民胡锦涛关于中国共产党历史论述摘编》《习近平新时代中国特色社会主义思想学习问答》《中

国共产党简史》,在广大农村推动以党史为重点的“四史”宣传教育。二是刚性执行国家标准,确保每年每个农家书屋补充更新图书不少于60种、开展阅读活动不少于4次,每年每个农家书屋出版物配备资金应不少于2000元,在农家书屋配备的出版物中,《推荐目录》列入的品种和数量比例不得低于70%,本省(区、市)出版物比例不得超过30%。三是有效满足群众需求,深入推进“百姓点单”服务模式,探索开展“书展选书”“书城选书”“网络选书”,提高农民自主选书比例,推动农民群众成为出版物配备的主角。四是切实提升工作质量,省级新闻出版管理部门要把农家书屋出版物配备作为“农家书屋提质增效攻坚年”的重要内容,进一步加强农家书屋建设、管理和使用,更好发挥书屋作用、提升服务效能,加强对出版物配备工作的监督检查。

(郟远)

## 商务印书馆「战争与战略名著译丛」首本出版

中国出版传媒商报 4月12日,《第一次世界大战的起源》(第三版)新书对话会在京举办。近日,该书中文版由商务印书馆出版,并登上2021年2月“商务印书馆十大好书”榜单。北京大学国际关系学院教授、北京大学国际战略研究院副院长于铁军,北京大学国际关系学院副教授梅然,清华大学国家战略研究院资深研究员、原国防大学战略研究所副所长徐郁都参加对话会。

一战起源研究迄今已经有近百年历史,研究成果颇丰。近30年来最值得称道的作品,当属20世纪最优秀的国际史研究者之一詹姆斯·乔尔的《第一次世界大战的起源》。

三位与会嘉宾认为,该书充分代表了一战起源研究在当今所达到的高度,是一部集大成之作。它的研究主题涵盖广泛,既包括危机处理、联盟体系、外交方式、军事战略、国内政治等“高级政治领域”,也包括对帝国主义竞争和经济动因的考察,可使读者对一战起源形成全面的总体认知。此外,乔尔还极为注重1914年的欧洲社会心态对大战爆发的影响,引领了新的研究方向。

值得一提的是,该书是商务印书馆“战争与战略名著译丛”出版的第一本。该译丛计划将国外有代表性的战争与战略研究著作分门别类、较为系统地加以翻译引进,供国内学术界和一般读者参考。对战争原因的深入剖析、对战争和危机决策过程的清晰了解、对战争残酷性的切身感知、对战略思维的严格训练,有助于止战与维护和平,使人们更深刻地认识到增进文明交流互鉴、建设新型国际关系、构建人类命运共同体的重要意义,这也是商务印书馆组织翻译该译丛的宗旨和目的。据悉,该丛书其他选目在未来几年会陆续推出。

(田红媛)

## 三联书店&CCG 研讨“全球化的下一程”

中国出版传媒商报 4月13日,生活·读书·新知三联书店《全球化:站在新的十字路口》在线发布并举办研讨会,生活·读书·新知三联书店副总编辑何奎,全球化智库(CCG)主任、该书作者王辉耀,北京语言大学国别和区域研究院研究员寿慧生,外交学院战略与和平研究中心主任苏浩,中国社会科学院美国研究所研究员魏红霞参与线上研讨,分析新冠肺炎疫情给全球化和全球治理体系带来的挑战、全球化发展趋势和中国的角色,展望全球化的下一程。

该书是CCG出版中心的最新成果,为思考全球化、全球治理等提供多元角度和全新思路。全书共分为六篇,从经贸、人才、外交等角度出发,探讨全球化新时代的中国与世界。

何奎提出,作者以敏锐的国际眼光、创新的国际思维、前瞻的国际观察,立足现实、历史与未来的交汇,紧扣全球化的热点、焦点与联结点,辩证地分析了全球化的两面性与复杂性,透彻辨析了新冠肺炎疫情、贸易秩序、国际人才、大国外交、国际治理等影响因子的逻辑及其变化,理性

解析了中国在全球化与逆全球化博弈中的历史定位与职责使命,最终提出了全球化不能向后退,而是要走一条“包容与可持续发展”之路的战略构想。该书写作上体现了“理势合一”“有无合一”“知行合一”“道义合一”等特点,有助于广大读者和各界人士理清全球化的历史坐标,廓清全球化的现实迷雾,锚准全球化未来的正确航向。

苏浩认为,该书对于中国全球化问题的研究做出很大贡献,让国内外学术界、政策研究界和国外各政府了解了中国对全球化问题的研究。寿慧生认为,全书的主要关切点或主线是强调如何看待中国与世界的关系,中国在全球化中如何调整自身的角色。“站在新的十字路口”这个说法非常符合时代特点。魏红霞表示,这部新作涵盖了当今全球化进程中方方面面的问题,呈现了一个全球化时代的多层次多节点的网络状画面。

CCG作为全球顶级智库百强以及被联合国授予“特别咨商地位”的唯一中国智库,特设立出版中心,与国内外著名出版社紧密合作,每年出版中英文专著、主编图书及研究报告十余部。

(田)

## 北京时代华文书局 分享思维导图学习法

中国出版传媒商报 思维导图锦标赛全球总冠军、思维导图创始人托尼·博赞嫡传弟子、思维导图领域领军人物之一刘艳,近日在北京与读者分享《思维导图:古诗文满分学习法》的创作初衷和过程。

据悉,该书由北京时代华文书局出版,不仅为初中生量身定制古诗文提分秘籍,使其掌握中西合璧学习法,更为广大古诗文爱好者打开全新视角,上市后得到读者满满的口碑赞誉。该书系中宣部“学习强国”学习平台重磅推荐,全民阅读形象代言人、中国教育学会副会长朱永新倾情推荐,是一套引领学生思考与探索的学习宝典。

该书包括《思维导图:古诗词满分学习法》和《思维导图:文言文满分学习法》,包含初中生高必背古诗文120篇、手绘思维导图200多张、

七大特色提分板块,让学生夯实基础知识学习、轻松记忆原文、准确切中考试重点。书中内容紧扣新课标、同步新教材,使古诗文与思维导图完美融合,其适用性已得到全国30多所重点中学的高度认可。《思维导图:古诗文满分学习法》得到诗词大会评委蒙曼、学者余世存、著名科学家钱学森助手张光鉴、世界思维导图理事会全球总裁判长马列克·卡斯帕斯基、中国诗词大会命题组专家谢琼、中央广播电视总台综艺中心主持人晓鹿、汤用彤国学院院长雷原、文史学者李天飞等推荐。众多中学语文特级教师、语文学科带头人纷纷表示,这套书能引导学生用思维导图拆解难懂的古诗文,使学生在绘制的过程中改变对古诗文的认知,让古诗文好背又有趣。

(穆宏志)

(上接第1版)

路径二:做内容端转型。内容从跟风书向自有强IP转型。想在国培养“官西达也”“小猪佩奇”这样的IP,不做投入、不试错是不可能的,但如果继续做大量低品质、公版书、跟风书,则会被市场淘汰淘汰。可能很多人会说,童书出版机构本身很多就在做原创、做精品,还要怎样转?要去做真正立足国际视野的产品。放眼欧美、日本以及我国台湾,研究这些成熟的童书市场产品和竞争态势是怎样的——是一个新款出来后不断跟风?还是产品已经具备足够高的“护城河”,不会被简单模仿、超越?观察会发现,大家都专注于各自领域,从作者的表述方式、包装设计、运营方式做全面革新,用当下读者能接受的审美来做产品——不仅仅是纸质书,而是各种围绕强IP的周边服务。

路径三:做运营转型。童书出版机构很多是各门类都做,包括儿童文学、绘本、科普、低幼等。发行部在以前什么都能卖一点儿。现在,产品线多,外部接口就变得复杂。从出版机构内部看,发行部门的实体、传统电商业务部在陆续归并,新的运营部门尤其是统合外部流量的部门在生发。比如,各种直播平台的不同属性怎么去对接?有必要做自己的主播吗?外部平台的MCN(Multi-Channel Network,即多频道网络)组合运营是否更为实际?从调查来看,出版机构要根据产品特点,结合外部资源形成全新的营销运营矩阵,发行部功能彻底由发书、回款向销售、运营转型;市场部则向品牌、跨界合作、销售、用户数据分析转型。两部门做任务区隔的同时又密切配合,或许是一条探索路径。

实际上,出版机构编印发的单向性流程正在失效。这一点也与第二条路径“内容转型”有很大关联。比如,有不少童书出版机构营销部已经在倒逼编辑:“你的书出了要在哪里发,线上还是线下?线上哪个渠道?成本是多少?利润空间有多少?”也有在无法做到完美控价的情况下,彻底从内容端开始针对线上线下做不同版本的定制。童书编辑们可能要面对更为精准的市场导向的研发动作。

但从另外的层面说,这些零碎的动作综合更考验出版机构高层的战略布局:如何统合机构内部内容研发端和销售端之间的关系——是做短期还是长线?是分步进行还是同步推进?此外,企业效率的提升也迫在眉睫。以前从编辑到发行到印务,出版机构各个部门单点运作,造成版权分散、内外部资源分散、流程进度管理分散、销售数据和用户数据分散,极大拉低了出版机构应对市场的速度和长线运营的效果。这些环节的变革或许需要借助更多新技术工具来实现。

时至今日,或许人人都有钱赚的童书“黄金时代”已经过去。但从“始终心存永续流转的‘无限流量’读者服务的心念,用现代管理方式运作企业,用全新内容和运营方式对接读者,用专业力量征服用户,且依然有钱赚”等角度来看,童书出版人的“黄金时代”还远未到来。

## 童书出版也焦虑?

培养孩子的自我解嘲能力、自我认知能力和自我评价能力

# 笨海盗日记

在幽默中学会自我解嘲,锤炼强大内心  
在冒险中正确评价自己,充满信心成长

幽默  
冒险  
励志

1 天降海盗杯  
2 寻宝不归岛  
3 闯厄运岛  
4 惊险明星路

适合7-10岁 共4册

- ★ 作者荣获罗尔德·达尔搞笑奖
- ★ 绘者的作品全球销量数百万册,仅《小猪变形记》(外研社引进出版)在中国就卖了100多万册
- ★ 入选BOOKTRUST选择书
- ★ 日记体形式有利于帮助孩子练习写作

请关注外研童书微信公众号 fltrpchildren

外语教学与研究出版社 少儿出版社  
微博: <http://weibo.com/fltrpcb> 电话: 010-88819532