

重庆出版集团北京公司 (北京华章同人文化传播有限公司) 成立时间:2004年1月 团队成员:25人 业绩:2020年出版新书50余种,生产码洋4600万,图书加印率55%以上,单品种平均销量1万册以上。	江苏凤凰少年儿童出版社 低幼读物出版中心 成立时间:2019年 重点产品:《坐着火车去拉萨(西藏民主改革60年特别版)》、“童心战‘疫’·大眼睛暖心绘本”书系、“童心向党·百年辉煌”书系等。	福建少年儿童出版社 文学编辑室 团队成员:5人 业绩:赵丽宏的《童年河》和陈丹燕的《我的妈妈是精灵》累计畅销逾百万册;“少年侦探团(最强大脑版)”(6册)出版半年已售30万册。	湛庐文化编辑部 团队成员:19人 重点产品:《价值》《湛庐珍藏历》《蓝图》《AI3.0》等。
--	--	---	---

重庆出版集团北京公司(北京华章同人文化传播有限公司) 挖掘优质内容 打造新型出版团队

■徐宪江(北京华章同人文化传播有限公司总经理)

北京华章同人文化传播有限公司为重庆出版集团下属的全资公司,是重庆出版集团实施“走出去”战略,由西南腹地向全国进军的试点单位和前沿阵地。公司秉持文化品位与市场效益相结合的宗旨,强调图书的品质和风格,致力于经典图书和畅销图书的策划与营销。公司拥有一批中外闻名的重量级作家、学者资源,在文学、社科图书领域取得了较好成绩,形成一支具备策划力、编辑力、营销力的专业编辑队伍。华章同人先后成功策划出版了“重述神话”系列、“重现经典”系列、“华章大历史”系列、“现代图书馆”系列等重点产品。其中《禅与摩托车维修艺术》《阿特拉斯耸耸肩》《源泉》《阿甘正传》《王阳明大传》《饥饿的盛世:乾隆时代的得与失》《心理罪》等受到业内外关注。

在新出版环境下,华章同人坚持以优质内容开发为中心,推动传统出版与数字、有声、IP融合发展。坚持优质原创内容开发,向上获取头部资源,发挥内容优势,向下深入挖掘版权价值,增强内容变现能力,形成多元化收益体系。

华章同人坚持品牌产品线开发,形成优质内容矩阵,“华章大历史”“重现经典”“现代图书馆”等品牌产品线,在读者、媒体、出版业内已形成良好口碑与影响力。2021年,华章同人将进一步加强优质图书的出版,刘子健《欧阳修:十一世纪的新儒家》、史念海《中国古都和文化》、王曾瑜《简说辽宋夏金》、陶晋生《宋代外交史》、刘祥光《寻福与避祸:宋代日常生活中的民间信仰》、戴仁柱《火与冰:唐唐庄宗李存勖》等一系列精品力作即将出版。

在策划出版经典文学与社科图书同时,华章同人大力开发以IP运营为目标的新产品线“华章传奇派”,其中“心理罪”系列、“西游八十一案”系列等都成功实现与影视融合,IP品牌影响力日益凸显。

主题出版是华章同人重要的品牌产品

福建少年儿童出版社文学编辑室 立足经典、筑巢引凤 全新机遇、全渠道营销

■黄 萍(福建少年儿童出版社文学编辑室副主任)



福建少年儿童出版社文学编辑室作为闽少社重点科室,近年来立足实际、聚焦重点,坚持专业特色和分工,结合自身的定位和现实条件深耕细作,发挥闽少社出版优势,深度整合已出版项目,细分内容资源,倡导精品出版,坚持“双效”统一,精心策划、用心出版、全心营销,优化出版结构,提高出版质量,形成布局科学、结构合理、板块清晰、特色鲜明的科室特色。

头部作家,立基之石。经过十几年的深耕细作,文学室已经形成了一定规模的名家出版矩阵,与众多头部作者建立了密切、稳定的合作关系,多个作品常登畅销书、畅销书荣誉榜单。例如,赵丽宏的《童年河》入选教育部基础教育课程教材发展中心中小学生学习指导目录(2020年版)等多个推荐目录,累积销量超百万册,后续陆续推出《童年河》精装版、《童年河(畅销百万经典版)》和《童年河(注音版)》,以满足不同读者的阅读需求。陈丹燕的《我的妈妈是精灵》畅销百万册后,闽少社对其进行全新改版,并推出续集《我的妈妈是精灵2》,二者持续发力,常驻闽少社销售榜榜首。此外,“曹文轩自选小说集”(5册)、“张之路经典短篇小说”(3册)等系列书系,市场认可度和销售额也不断提高。

“全国优秀儿童文学奖·大奖书系”,筑巢引凤。全国优秀儿童文学奖素以起点高、规格高和专业性、经典性闻名,而“大奖书系”的面世,是一座儿童文学宝库的轰然矗立。该书系收录了自1980年始,40年共10届“全



线。2020年,华章同人策划出版了《脱贫之道:中国共产党的治理密码》。该书由美国著名中国问题研究专家、“中国改革友谊奖章”“中国政府友谊奖”获得者罗伯特·劳伦斯·库恩与中国人民大学中国扶贫研究院院长汪三贵共同撰写,采取理论导读+典型案例的方式,深度剖析中国精准扶贫成就与经验,用融通中外的话语讲述了中国脱贫攻坚故事。该书已输出5个语种版权,英文版入选2020年中宣部对外出版任务类出版项目。

此外,华章同人在发展中始终遵循集团“走出去”的要求,积极拓展资源,寻求与优质出版单位的同业合作及与其他行业的跨界融合,并取得显著成效。例如,“海外看丝路”丛书与北京联合出版公司合作,成功获得2020年北京市专项文化引导基金扶持;原创小说《银行局》与爱奇艺成功实现了影视开发合作。同时,华章同人不断探索新的营销方式,在网络直播、抖音、快手、视频号营销方面取得佳绩;积极开拓新媒体营销渠道,以优质的内容产品与逻辑思维、樊登读书会、王芳直播间合作,取得了良好效益。

未来,华章同人将继续致力于优质内容挖掘,走传统出版与数字、有声、IP孵化融合发展之路,将公司打造成有持续赢利能力的新型出版单位,进一步提升华章同人出版品牌行业知名度与美誉度,使公司成为重庆出版集团大众出版方向的一张靓丽名片。

国优秀儿童文学奖”的获奖作品(长短篇共计214部作品),包括诗歌、散文、童话、小说、报告文学等,分批次出版,其中包括知名作家高洪波、曹文轩、葛翠琳、金波等多位著名作家的获奖作品,文学室预计在2021年完成60册获奖作品的出版工作。

这一巨大的出版工程对文学室编辑来说是一项极大挑战,从前期近百位作者的联络与合同签订,中期整合全社编辑力量共同参与编辑过程,其中还包括了插画联络工作,后期的营销发行工作也在稳步推进中。协调编辑、生产、印制、发行、宣传通力配合,这一书系的出版发行是考验文学室编辑力量与工作能力的一个重点项目。图书顺利出版后,这些宝贵的作者资源也将为文学室注入新的生长活力,为今后文学室出经典、出精品,打好长远基础。

侦探板块,全渠道营销。侦探小说是通俗文学中最受欢迎的体裁之一,文学室计划在“十四五”期间重点打造冒险探索系列畅销书,目前已确定2个套系——日本江戸川乱步的“少年侦探团·最强大脑版”(共计26册)和德国法比安·蓝柯的“少年探索王·最强大脑版”(共计42册),每个套系每年以4~6册的节奏进行操作。

这些侦探故事以惊险有趣的冒险故事为前提,编辑不满足于作品的文学性,还为其加入了一套思维训练体系,并附赠“超级解密卡”。“少年侦探团(最强大脑版)”前6册出版时,适逢疫情打乱了原来的营销方案。文学室果断把重点从线下发行改为线上全渠道营销,营销推广覆盖百度百科、哔哩哔哩视频、好看视频、豆瓣图书、业内媒体、城市主要媒体读书版等多种平台;在公众号团购、有赞分销、抖音直播、快手、京东直播、淘宝直播等平台获得较好销售转换。在抖音直播平台上与刘媛媛、宋玉、主持人王芳等主播达成合作意向,“少年侦探团(最强大脑版)”累计带货超5万册。经多方位营销渠道的配合,该套书出版半年累计销量逾30万册。这一轮营销方案的摸索与实践,也为后续侦探系列图书的营销奠定了基础。

中国出版传媒商报近年持续发起“寻找出版百强团队”推展活动,希望通过挖掘和点亮出版行业中的亮点品牌和团队,让更多在书业耕耘的具有创新力、创造力和执行力的战队,从幕后走到台前,分享制胜法宝和技能。

寻找出版「百强团队」 高效能编辑团队大集结

中国出版传媒商报记者 张聪聪采访整理

2021 NO.12



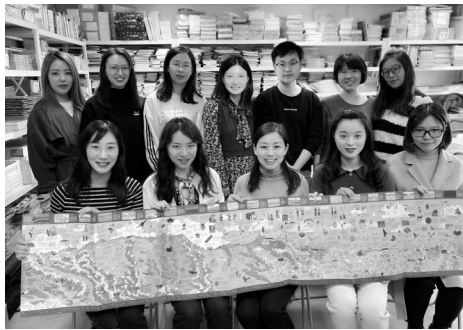
湛庐文化拥有一支非常精干而专业的编辑团队,由新商业编辑部、新科技与新思维编辑部、心理学与脑科学编辑部、科学教养编辑部等四大模块构成,覆盖六大内容策划领域。成立15年来,湛庐始终走在商业经管的出版前列,并横跨科技趋势、人文社科、科学教养等多个内容领域。秉持“与最聪明的人共同进化”的发展理念,湛庐拥有数千万读者,也积累了千余种好书。

如何做到真正的服务读者?或者说,如何用用户任务的视角为终身学习者提供更好的阅读服务?这是湛庐的编辑团队一直在思考的问题。湛庐董事长韩焱曾这样定义未来需要的终身学习者:“他们不追求零碎的知识,也不追求‘庸俗’的知识,更不追求‘功利’的知识;他们知道什么是高级认识,他们掌握高级能力,他们具备‘多样性思维’。”湛庐图书在整体选题布局上的“一体两翼”,正是为终身学习者打造一架持久远航高飞、驶向未来的飞机。

一体两翼,面向未来的产品布局。“一体两翼”中的两翼,一翼是“事业与成就”,一翼是“家庭与幸福”;一体为“趋势与思维”。湛庐编辑部通过策划出版一体两翼、六大维度的优质内容,给读者带来丰富而多样的视角,提供面向未来的精神食粮。“事业与成就”通过面向未来的能力、

江苏凤凰少年儿童出版社低幼读物出版中心 聚焦主题出版 培育时代新人

■陈艳梅(江苏凤凰少年儿童出版社低幼读物出版中心主任)



江苏凤凰少年儿童出版低幼读物出版中心成立于2019年,是一支以“80后”“90后”编辑为主力的出版团队。团队在苏少社高质量发展的重要时期应运而生,立足于“大低幼”板块建设,紧紧围绕“培育时代新人”的出版宗旨,聚焦主题出版,迅速实现了低幼精品生产的新突破。

多年来,苏少社作为“原创儿童文学出版重镇”,牢记使命担当,围绕儿童文学精心打造了《一片小树林》《水獭男孩》《因为爸爸》《大水》等由中青年作家担纲创作的主题出版精品。低幼读物中心成立后,迅速整合优质资源,加大了原创绘本、科普类主题读物的开发力度,使苏少社的主题出版在外延和表现形式上更加多元化和立体化,凸显了专业少儿社图书内容生产的新优势。

紧扣重大历史事件和重要时间节点,推出适合当下少年儿童阅读的绘本精品。2019年是西藏民主改革60周年,早在2018年,低幼读物出版中心就关注到了这个重要的时间节点。原创“墙书”《坐着火车去拉萨(西藏民主改革60年特别版)》便是团队在这个大背景下策划的重点选题。该书入选当年中宣部主题出版重点出版物选题,为苏少社主题出版开拓了新版图。

坚持内容为王,重视形式创新。由于读者的特殊性,少儿主题出版类图书不能过于偏重理论,而应贴近儿童的生活,结合儿童的阅读兴趣,从小而巧的切口切入,给他们以思想启迪和精神滋养。同时,形式上要求新求变,让好的内容以更加有趣和新颖的形式呈现。因此,在策划《坐着火车去拉萨(西藏民主改革60年特别版)》时,团队改变了以往儿童对于书的传统认识,将书设计成一幅长达2.4米的

湛庐文化编辑部 “一体两翼”与最聪明的人共同进化

■董 寰(湛庐文化总编辑、编辑部负责人)

面向未来的管理、面向未来的投资三大维度,帮助在商业世界中打拼的终身学习者,提升个人职业发展能力、管理能力和投资能力;“家庭与幸福”通过“面向未来的生活”与“面向未来的教育”两大维度,提升每个人的心智与生活品质;为父母和教育工作者提供先进的教育理念和学方法。作为湛庐最为前瞻、最具洞察力的产品线,“趋势与思维”集结了大量国内外顶级作品,如耶鲁人类学实验室负责人克里斯塔斯基的《蓝图》、畅销书《复杂》作者梅拉尼·米歇尔的新书《AI3.0》等。

现象级畅销书的塑造与成就。2020年的畅销书中,湛庐编辑团队策划的《价值》,市场表现尤为亮眼。该书于9月上市,首月就售出15万册,成了2020年的现象级图书之一。为新书造势,编辑部们联合营销中心在上市当月就策划并举行了一场名为“请回答2020:张磊和他的朋友们聊《价值》”的直播,当晚30余家平台同步转播,5000万以上内容触达流量被引爆,24小时观看量就达到了1200万以上。

该书能取得这么优异的市场表现,离不开湛庐的编辑团队,特别是新商业编辑团队,历经5年的追踪、研究与打磨。该书起码经历了六易其稿。编辑团队和作者张磊一起打磨内容,用系统化的方式,将作者的种种商业思想具象化,才变成了现在目录上体现的3个部分10个章节。封面设计上,湛庐专门请设计师特别为“价值”两个字设计了一种新字体,让笔划看上去更像建筑物顶上的瓦沿,这也能跟高瓴的“瓴”字含义有所关联。为让封面的钥匙图案、书名烫金的颜色都达到最佳效果,团队一连设计了近20个版本,反复

拉页时空图谱,以与众不同的视角呈现了北京至拉萨铁路沿线壮观秀丽的山河和多姿多彩的人文风貌;并借助“墙书铁路报”,以模拟新闻报道的形式,对拉页中提到的知识点进行拓展。

坚守儿童本位,传递向上向善的精神能量。在主题图书的策划出版过程中,低幼读物出版中心始终坚持作品要保持儿童视角,注重文本的艺术价值和审美价值,以“润物细无声”的方式,直达儿童的心灵深处,引导他们树立正确的人生观和价值观。2020年新春伊始,面对突如其来的新型冠状病毒疫情,低幼读物出版中心重点关注疫情中的孩子的情感需求和精神成长,在社委会的领导下打破惯性思维,加强全局性谋划、系统性布局,仅用短短两个多月出版了思想性、儿童性、文学性、艺术性兼具的“童心战‘疫’·大眼睛暖心绘本”书系。该书系在组稿、编辑、宣传推广、海外宣传等环节严格精品生产要求,不仅收获了主题出版等一系列重大荣誉,还赢得了海内外媒体的广泛关注。目前,该系列图书版权已输出法国、德国、土耳其、美国、俄罗斯等19个国家、15个语种。

“童心战‘疫’·大眼睛暖心绘本”书系的成功出版使得低幼读物出版中心团队的选题策划和资源把控、执行等能力得到了有效提升,且积累了主题出版内容策划导向性、资源组织最优化、精品出版标准狠、媒体宣传前置化、版权推广平台化等方面的项目运营经验。2021年,围绕中国共产党成立100周年这一重大时点,低幼读物出版中心将再度出击,重点打造主题读物——“童心向党·百年辉煌”书系。该书系立足中国共产党百年光辉历程,围绕“培育时代新人”这一目标,选取了建党以来16个具有代表性的儿童个体或群体,以绘本形式呈现这些红孩子、小英雄、好少年敢于战斗、勇于担当、富有远大理想和崇高信念的感人故事。

苏少社低幼读物出版中心的主题出版探索取得令人瞩目的成果,得益于苏少社近年来立足高质量发展的出版结构调整,实现了编辑、创作、推广以及营销发行、版权运营和融合开发等各环节的相互协同,从而形成了优质资源的效益最大化。

对比才确定了最终方案。值得一提的是,除了纸书实现现象级销量,《价值》有声书的全渠道播放量目前已过百万。《价值》讲的是投资的“长期主义”,而出版该书,湛庐编辑团队秉持的也是“长期主义”。

《湛庐珍藏历》,一本最美日历的淬炼与诞生。2020年,湛庐策划出版了2021《湛庐珍藏历》,这是湛庐携手世界最大的图书馆之一——大英图书馆,打造的专属联名日历。不同于以往的出版过程,2021《湛庐珍藏历》启动不久,大英图书馆就因为疫情在其官网宣布无限期闭馆。各项工作被停滞,已经确定了选题和策划思路的2021《湛庐珍藏历》面临选图的窘境。当时,湛庐编辑团队想到了各种促动推进的方法,从图片遴选利用,到自己去大英图书馆的官方网站查询各种图片知识,加之充分调动了志愿者的“认知盈余”来共创……在团队努力下,2021《湛庐珍藏历》终于顺利付印。2020年8月底,《湛庐珍藏历·大英图书馆.2021》亮相罗永浩抖音直播间,首次亮相6分钟内成交5000余册;其后,更是在去年的众多日历中脱颖而出,成了很多手账达人和品质达人的最爱,成为了当之无愧的“最美日历”。

今后,湛庐编辑部会继续加大对本土原创作者的发掘与投入,大力发展国内作者,形成国内、国外原创内容的双轮驱动。以“对话最伟大的头脑,与最聪明的人共同进化”为使命,面向终身学习者,继续构建趋势与思维、事业与成就、家庭与幸福的“一体两翼”的产品布局。用自己专业、执著、全方位、立体化的服务,与更多作者合作,将他们卓越的思想变成更有价值的作品,影响更多的人。