

故宫出版社宫廷历史编辑室

成立时间:2007年 成员:5人

业绩:2020年,宫廷历史编辑室出版新书18种,码洋合计6742万。其中包括《故宫古建筑保护工程实录——宝蕴楼》《清代满文蒙古文匾额研究》(上、下册)、《明清论丛》(十九辑)及《紫禁书系·皇帝的银库》《唤醒沉睡的宫殿》《抱蜀不言:乾隆七十三年坚守》《谜宫:金榜题名》(珍藏版),还有《谜宫:金榜题名》(经典版)、《故宫月历·2021·人间皆安》等。

海南出版社教育分社

成立时间:2015年 成员:27人

业绩:出版《海南中学中考总复习》《金椰风·新課程同步练》《新时代道德建设教育读本》《国家安全教育》等重点产品。每年重印和新版图书近700种,销售数量超2300万册,销售码洋约2亿。连续6年超额完成利润指标,每年实现两位数增长。

智慧熊文化编辑中心

成立时间:2009年

成员:逾50人

业绩:策划“中小学生学习指导丛书·彩插励志版”“名著阅读课程化系列丛书”“快乐读书吧丛书”等重点产品。2020年共出版新书200余种,完成K12全学龄产品矩阵搭建,出版品种、造货码洋、销售码洋均实现超30%的增长。

北京新华先锋出版
科技有限公司出版中心

成员:30人

重点产品:“百部红色经典”系列丛书,献礼中国共产党成立100周年。

故宫出版社宫廷历史编辑室

深挖博物馆出版资源 以学术出版带动大众出版

■王志伟(故宫出版社宫廷历史编辑室主任)

作为全国五千多家博物馆中唯一一家拥有自己出版社的博物馆,故宫博物院近四十年来在文博出版方面走在了全国的前列。故宫出版社依托于故宫博物院宏富的馆藏资源、强大的研究团队以及多年深耕于文博领域的综合经验,建立、培养了一批与故宫博物院发展相适应、与前沿文博出版相适应的编辑团队,宫廷历史编辑室就是其中的骨干之一。

故宫出版社宫廷历史编辑室创建于2007年,是故宫出版社9个骨干编辑室之一。多年来以明清宫廷历史为核心,关注紫禁城内外的宫廷史事,涉及人物、建筑、文物、艺术、制度等。学术性与普及性并举,知识性与趣味性兼顾。近年来,随着清宫剧的热播,宫廷文化已经成为一种社会现象,并且影响着人们的生活,宫廷历史编辑室以丰富的品类、严谨的内容、翔实地考证对其进行正向传播与引导,让越来越多的人了解紫禁城的历史内涵和蕴藏其中的民族文化精粹。

近年来,宫廷历史编辑室多次承担国家出版基金项目、国家古籍整理资助项目、“十三五”重点出版工程等国家级出版项目。《清宫图典》《故宫古建筑保护工程实录》《北京城中轴线古建筑实测图集》《明代宫廷建筑大事史料长编》等一批反映宫廷历史和宫殿建筑的大部头作品在社会上引起广泛关注。《北京城中轴线古建筑实测图集》还是北京中轴线申遗工作的重要真实性参考资料。编辑室推出的《浅谈博物馆陈列展览》《故宫识珍》《文物保护理论与方法》等书连续获选年度十佳文博图书称号,大型历史照片集《故宫藏影》获选最佳摄影史论图书称号,《清宫内妃首饰图典》入选“三个一百”原创图书出版工程。

2019年,宫廷历史编辑室推出了国内第一部博物馆解读书《谜宫:如意琳琅图籍》,该书为文博出版带来了革命性的创新改变,运用保存在故宫博物院的文物与档案文献,将原汁原味的宫廷史事还原成一部富于知识属性和解谜属性的历史游

智慧熊文化编辑中心

夯实专业实力 为青少年提供优质阅读产品

■张丽颖(智慧熊文化编辑中心副总监)



智慧熊文化,是一家专注青少年品质阅读的资深民营出版公司,秉持着“通过阅读,赋能青少年,实现中国梦”的品牌理念,致力于让每一位青少年通过阅读塑造优秀品格,健康成长。一直以来,智慧熊编辑中心通过不断地创新与发展,关注孩子成长、价值观的培养,研发价值观培养与教辅色彩结合的中小学生学习产品,致力于大语文生态体系的构建。

2020年春节后,受疫情影响,整体图书市场受到较大冲击,而面向青少年的阅读指导类图书则相对稳定,智慧熊文化更是实现逆势增长。智慧熊文化编辑中心作为产品研发部门,充分发挥“严肃紧张、团结活泼”的团队特色,在2020年初便积极应对,将公司3年、5年的产品战略提前部署、加快落实,以内部的确定性应对外部的不确定性,从产品研发出版、资源整合及运营模式上实现“破圈”升级。

构建精品工程,推进产品融合发展,实现产品形态立体化。一直以来,智慧熊致力于青少年阅读,产品以“创造价值、解决问题”为核心。2020年在开展“大语文”产品体系搭建与研发的同时,“编辑中心更是将精品工程落在每一个产品上。2020年,“中小学生学习指导丛书·彩插励志版”焕新上市。在书目及底本上,编辑通过对众多版本的对比甄选,力求名家、名译和名编,为青少年提供最好、最适合的阅读版本。同时,每册书都邀请一位名师进行专业解读,为学生提供合理、高效的阅读方法,解决经典难读、难懂的问题。

同时,智慧熊编辑中心在2020年重点推进

戏书。随书附赠的大量“复刻”道具,将读者带入当年的宫廷时代,引发广泛好评。《谜宫》出版伊始,在摩点众筹平台创造了2020万元的出版众筹纪录。发行两年来,已经突破50万册,成为继《故宫日历》后,故宫博物院推出的又一部现象级作品。2020年,在疫情影响下,《谜宫》的第二部作品《谜宫:金榜题名》仍然创造了众筹1414万元、当年发行20万册的佳绩。2019年,《谜宫》以崭新的博物馆打开方式,荣获中国版权协会、中国文化产业集团颁发的“金竹奖”年度大奖。

《谜宫》的成功,是宫廷历史编辑室团队与奥秘之家充分合作的结果,一方是占有宫廷历史资源的内容提供方,一方是国内知名的游戏书创作团队,二者的强强结合成就了《谜宫》。在创作过程中,故宫博物院的文物、档案被编辑室充分利用,有些还是秘藏深宫从未示人的文献资料。例如,在创作《谜宫:金榜题名》时,宫廷历史编辑室拿出了查阅的62件反映咸丰八年科场案的第一手档案,在书中还原了那场当年震惊朝野的科场舞弊案,一幕幕真实的历史往事以解谜书的方式另类打开,被人接受。

宫廷历史编辑室注重团队的专业建设与培养。编辑室成员都是拥有较高历史、考古、文学、博物馆学等相关教育背景的专业编辑人员,且都在宫廷历史领域有着丰富的研究和编辑经验,每年在京内外举办多场宫廷历史的新书推介和学术讲座,在专业学术刊物和大众媒体发表宫廷史文章多篇。可以说,宫廷历史编辑室的人员构成与自身修养,站在了国内宫廷历史研究与出版的前沿。

今后,宫廷历史编辑室将继续自身特色,深挖博物馆出版资源,将出版方向与故宫博物院的学术研究方向看齐,出版内容与广大读者的现实需要看齐,做到以学术出版带动大众出版,将深藏在宫中的文物和文献创造性转化为一部部符合两个效益的优秀出版物。

图书产品与「智慧熊知课」线上平台的融合发展,以图书内容为源头,围绕图书开展有声、线上图书讲解课程、线上互动阅读等形式,让单一的纸质图书生动起来,形成立体化的产品形态,充分体现“每一本名著都是最好的教科书”的理念。

平台化发展、品牌联合,内外赋能共生。2020年,智慧熊全面推行平台化发展的战略,编辑中心相应开展“出版共生平台计划”。针对内共生,编辑中心推行项目制,为有能力的编辑提供施展才华的舞台。项目制让编辑以单个项目为基础,自发组织小团队,与公司责任共担,利益共享,充分为编辑赋能。目前编辑中心内部已完成1个项目,收获较大成效,从产品完成的过程、后期销售成绩及编辑个人成长都收获满满。

针对外共生,编辑中心全面开展优秀图书策划工作室的战略合作,与教育、动漫等其他内容平台企业的研发合作,与新兴互联网内容平台企业的异业合作。同时,编辑中心开展与渠道客户联合策划、定制选题、定制产品,联合营销,实现优势互补,内外共生共赢,从而携手应对后疫情时期的不确定性。

内部整合、管理升级,注重人才培养。智慧熊编辑中心一直在思考如何避免“内卷”,实现人员成长、优质选题及综合实力的增量。2020年,强化北京总部、广州分编辑部综合实力的同时,智慧熊开设编辑中心天津编辑部。管理上,对三地编辑部进行垂直一体化管理,构建完善的选题评估、编校审读、品牌联合、营销推广,提升出版效率,提高智慧熊图书核心竞争力,从内容策划、产品创新、出版上市到产品延展的垂直整合,实现了京、津、粤编辑团队深度融合。

编辑人员成长方面,2020年编辑中心针对编辑人员的专业特长、兴趣爱好进行角色划分、岗定定位,并提供相应的薪酬绩效改革及培训指导,全力培养多元型、策划型、专业型、运营型编辑人才。

结硬寨、打呆仗,严肃紧张、团结活泼,智慧熊编辑中心将始终在夯实专业实力的过程中,继续“破圈”学习,扎实成长,深耕于青少年阅读领域和持续构建大语文生态体系,为青少年提供优质阅读产品。

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.14



新华先锋出版中心多年来一直深耕人文社科和文学经典品类的图书出版,团队成员拥有较高的专业素养。团队始终秉持“做好书”的初心与决心,多年来致力于打造兼具文化效益、社会价值、经济效益与读者口碑的精品佳作,图书销售量屡创新高。

出版中心会定期邀请业内专业人士和相关领域的专家学者为编辑团队进行业务培训,并根据学习情况进行编辑能力考核,在编辑团队建设和管理方面推行“编辑小组”制度,制定科学严谨的绩效考核制度和激励机制。在工作过程中发扬“老帮新、传帮带”的优良传统,让每一位新成员都能很快融入公司这个大集体,尽快适应工作节奏,在各自的岗位上发光发热,实现自身价值、实现自我提升。团队编辑的工作内容并不局限于做书,公司有意识的推动编辑人员从普通编辑向策划编辑的转型,用产品经理的要求来让编辑参与到从选题策划、审读校对、装帧设计到印刷制作、宣传推广等诸多方面,每一位编辑都亲力亲为,全程把关,实现“一专多能”,争做全能型编辑人才。

新华先锋出版中心每周定期召开选题会及编辑、发行、营销和数据分析部门沟通会,从选题环节开始就实现信息沟通的全流程管控,做到信息互通有无,意见建议公开透明,针对选题

海南出版社教育分社

守正创新勇作为 牢记使命兴教育

■袁保华(海南出版社副总编辑、教育分社社长)



海南出版社教育分社以海南市场为依托,致力于幼儿园至高中阶段教育类图书的研发与维护,多年来,凭借品种齐全、质量优良、覆盖面广等优势,在海南拥有较高的市场占有率和良好的口碑。安而不忘危,面对波谲云诡的出版行业变革,教育分社始终保持忧患意识,守正创新,在维护传统拳头产品的同时,积极开发新项目,以出版担当助力海南教育事业蓬勃发展。

目前,教育分社共有编辑20余人,其中以90后居多,均为本科和研究生学历,大部分取得出版专业职业资格。在分社“传帮带”、搭建学科小组、定期开展编校技能测试等多举措培养下,这支年轻的队伍已成长为分社的精干力量,为各项业务的顺利开展提供了智力支持。

举网以纲,千目皆张。2020年,分社参加海南省教育厅的中小学教辅材料评议,在报送的《寒暑假乐园》《新课程同步练习册》《新课程初中毕业达标指导》三大类教辅产品中,绝大部分入选推荐目录。该项工作的顺利完成,既巩固了海南社原有产品的市场份额,又为未来三年的稳步发展奠定了坚实基础。

服务地方教育,做好项目维护。经过多年发展,教育分社积累了一批质量与效益双优的地方教材和教辅,为做好修订和市场维护工作,分社每年召开10余场教材修订、教辅编写和教师培训会议,认真维护与对口单位及作者的关系,并积极开展市场调研,虚心听取读者的反馈意见,扎实推进维护类产品的出版工作。

深耕市场,革新产品。在新项目开发方面,教育分社坚持走市场化道路,积极“走出去”,拓展省外市场,推出了一批迎合市场与读者需求的图书。

北京新华先锋出版科技有限公司出版中心

行走文化前沿 打造精品佳作

■杨磊(北京新华先锋出版科技有限公司总编辑)

的社会价值和销售前景等做出预判;针对新书发行、宣传事宜制定详细预案,通力配合,一致向前。

编辑部定期组织学习新闻宣传主管部门关于文化出版方面的指导性方针与精神,充分领会党的指导思想。编辑自身积极发挥主观能动性,自觉培养文化市场眼光,拓宽文化视野。值得一提的是,编辑部自2020年下半年始,倾力打造“百部红色经典”系列丛书,献礼中国共产党成立100周年。编辑部为此专门成立“百部红色经典”编辑小组,并特别邀请出版界、文学艺术界的资深专家和学者组成“百部红色经典”编辑委员会。编辑团队与专家学者一道,从文学作品的历史价值、文学价值、学术价值、现实意义等维度对百余年来经典的文学作品、名家名作进行了深入细致的研读和筛选,吸收并借鉴了广大读者的意见与建议,集中甄选出100部政治性、思想性和艺术性和谐统一的优秀读物。

该套丛书汇集了知侠、梁晓声、何建明、老舍、李心田、李广田、王愿坚、马烽、赵树理、孙犁、冯志、杨朔、刘白羽、浩然、李劫人、高云览、邱勋、靳以、韩少功等近百位具有代表性的中国现当代著名作家。入选作品中,有国民革命时期探索革命道路的《革命的信仰》《中国向何处去》,有描写抗日战争的《铁道游击队》《敌后武工队》《风云初记》,有描绘解放战争历史画卷的《红嫂》《走向胜利》《新儿女

英雄续传》,有展现新中国建设历程的《天山牧歌》《三里湾》《激情燃烧的岁月》,有寻找和重建民族文化自信的《奠基者》,也有改革开放后反映中国社会现状、探索中国道路的《中国制造》,同时收录了展现革命英雄人物光辉事迹的《刘胡兰传》《焦裕禄》《雷锋日记》等。

甄选作品的过程中,为使丛书更加丰富完备,编辑团队不遗余力联系版权;为保留经典作品原汁原味,编辑竭尽所能地搜寻作品原始版本;在作品遴选、装帧设计等方面均精细考究,力图打造独一无二的作品版本。

目前,“百部红色经典”系列丛书已陆续出版,将在2021年7月1日中国共产党成立100周年之际完成全部出版工作,向中国共产党百年华诞献上一份文学的礼赞。该套丛书甫一面世,即广受好评,即将在全国范围内展开一轮大规模的营销宣传活动,并且将在全国范围内开展“走进基层、走进乡村、走进校园、走进红色革命圣地”的活动,让作者走进读者、到群众中去,用文学的形式讲党史,讲红色经典的故事。用实际行动践行“发扬红色传统,传承红色基因”,以文学的形式唱响礼赞新中国、奋斗新时代的昂扬旋律。

新华先锋出版中心无论面对重大出版项目,或者单个图书选题,都将继续秉持认真严肃的工作态度,求真务实的工作作风,一路团结奋进,追求卓越,高歌猛奏,行走于文化最前沿,努力为读者奉献更多的精神食粮。