

《高精尖产业发展研究》聚焦城市高质量发展

中国出版传媒商报讯 2月28日,北京市科学技术研究院、经济科学出版社联合在京举行《高精尖产业发展研究》新书发布会暨研讨会。国务院发展研究中心原副主任、党组成员、中国企业评价协会会长侯云春,中国社会科学院学部委员吕政等知名专家、学者出席活动。北京市科学技术研究院党组书记方力、经济科学出版社社长李洪波致辞。北京市科学技术研究院党组成员、副院长刘清珺主持会议。经济科学出版社总编辑陈迈利、北京市政协科技委员会原主任申建军、中央党校国际战略研究所原副所长周天勇、北京工业大学经济与管理学院二级教授黄鲁成等出席会议。北京市科学技术研究院“北科学者”贾品荣现场发布《高精尖产业发展

趋势报告(2022)》。

方力表示,北科院大力推进与定位相匹配的、充满创新活力的人才队伍建设,设立了“北科学者”人才专项计划,加强对高精尖人才的支持,《高精尖产业发展研究》就是依托“北科学者”计划,从创新驱动视角对高精尖产业进行的系统研究。

据李洪波介绍,经济科学出版社联合北科院,倾力打造城市高质量发展研究丛书,该书是丛书推出的第一本专著。据悉,该书具有全方位、多层次、多维度三个特色。在框架内容上,该书形成五大创新点:一是提出高精尖产业的四大核心特征,二是凝练出一套评价高精尖产业发展水平的指标,三是建构了高精尖企业技术先进性评价模型,四是建构了高精尖企业市场成熟度评价模型,五是提出高精尖产业发展的“三循环”支撑体系及“一纵六横”实现机制。(穆宏志)

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优秀品牌和团队,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 2022

最前沿创新创业团队大集结

■中国出版传媒商报专题报道组



成立时间:2018年7月
团队成员:3人
重点产品:“安徽文艺出版社音乐微课堂”
音乐类内容服务融媒体平台、“时代艺测”中小学艺术学科测评及教学数字服务项目

安徽文艺出版社融合发展事业部依托出版主业,通过数字技术赋能,积极探索融合发展路径,目前在个性化数字出版、新业态项目开发等方面走出了具有自身特色的实践之路。推进出版与新技术高度融合,拉长内容生产链条,实践出版新业态,探索有安徽文艺特点的融合发展路径,是团队的运营目标。

以“数字化+新媒体”模式,提升主题出版影响力。通过数字化技术丰富主题出版物的形态,拓展主题出版物优质内容的推广渠道,提升主题出版的影响力、引导力、传播力,是融合发展工作的职责所在。团队通过主题出版内容的数字化,并以与新媒体联动的方式,提升出题出版的触达范围和影响力。由安徽文艺社出版的中宣部“五个一工程”优秀作品奖获奖图书《经山海》、中宣部优秀现实题材文学出版工程入选作品《城中之城》

中信童书 以儿童为本 搭建精细化分龄阅读服务体系

作为中信出版集团旗下儿童阅读服务品牌,中信童书秉持“以儿童为本”理念,精选全球优质内容,搭建起0-18岁精细化分龄阅读服务体系,在图书出版、IP运营、在线教育、演出展览、玩具文创等领域,为少年儿童提供科学、前沿、面向未来的教育产品和服务。目前,中信童书打造出《小狗钱钱》《小熊很忙》《你好!灯塔》《洛神赋》《哇!故宫的二十四节气》《崔玉涛育儿百科》等一系列重点产品。由中信童书策划出品的《两个小妖精抓住一个老和尚》《有呀有呀书店》入选国家图书馆“文津图书奖”推荐图书,《你好!灯塔》《人类简史·绘本版》《小狗钱钱》等作品入选“亲近母语中国中小学分级阅读书目”。

中信童书旗下有红披风、如果、知学园、火麒麟、神奇时光等9个子品牌,产品覆盖低幼认知、少儿绘本、少儿科普、儿童文学、家教育儿等品类。团队间既有合作又有竞争,团队活力和创新能力被充分激发。

同时,中信童书长期致力于挖掘和培养童书创作领域的新生力量。截至目前,中信童书已举办3期“绘



成立时间:1985年 团队成员:3人
重点产品:《小学生优秀作文》(获中国少儿报刊金奖类刊物)等。

业绩:截至2021年,《小学生优秀作文》连续多届被辽宁省新闻出版局评定为辽宁省一级期刊,被中国少年儿童报刊工作者协会评为第四届少儿报刊金奖;连续多届被中国少年儿童报刊工作者协会评为少儿报刊优秀奖,入选中国中小学图书馆馆配期刊,入选2019年北京国际图书博览会(BIBF)“庆祝中华人民共和国成立70周年精品期刊展”,荣获中国期刊方阵双效期刊。

《小学生优秀作文》是北方联合出版传媒(集团)股份有限公司主管、辽宁少年儿童出版社有限责任公司主办的优质期刊。刊物自1985年创刊以来,在全国影响广泛,形象良好,品牌响亮。1999年,在全国

安徽文艺出版社融合发展事业部 数字技术赋能传统出版 业态创新助力高质量发展

改编制作的广播剧在央广文艺之声播出,收听量超百万;围绕安徽文化推介系列图书《江淮八记》《徽州八记》,团队将图文、音频、视频融合出版,打造了一套可看可听可视的富媒体安徽文化读本,线上点击量过亿。该项目既体现了安徽浓厚的历史文化底蕴,又展示了新时代安徽技术进步的坚定步伐。在后面的工作中,我们还将通过数字化技术的赋能升级融媒体图书的形式,实现“由单一到多元”“由纸媒到全媒”“由阅读到互联”,更有效地升级主题出版物的多元形态,让主题出版更立体、生动,更具吸引力。

以产品线建设打造数字出版品牌。原创文学和音乐图书出版是安徽文艺社两大特色出版板块,也是数字出版的潜力板块。融合发展事业部依托主业资源,以产品线建设的思路积极打造数字出版品牌。原创文学板块,团队通过电子书、有声书的打造,形成具有一定规模的数字出版产品矩阵。部门运营的安徽文艺出版社喜马拉雅有声电台收听量突破5000万,多个专辑收听量超10万,电子书《袁隆平的世界》入选微信读书2021年度榜单推荐。

在音乐教育板块,安徽文艺社已形成覆盖全年龄段的音乐素养培养、音乐技能学习数字产品线。团队根据音乐类图书的用户需求特点,将纸书升级为搭载音视频、AR、直播等数字化内容及功能的多媒体图书。在此基础上,融合发展事业部自建了专业音乐类内容服务融媒体平台——“安徽文艺出版社音乐微课堂”。平台将数字内容与实体书相结合,为各年龄段的音乐爱好者和

学习者提供高质量的数字内容。目前平台已为百余本音乐图书配套富媒体资源,上线超500小时的音视频资源,积累了音乐素养培养、乐理学习、乐器演奏教学等多板块的知识付费课程,为读者提供深度学习服务的音乐教育产品,打造安徽文艺社数字音乐教育品牌。该项目入选安徽省新闻出版局2020年度数字出版重点项目,获得了第十五届中国北京国际文化产业博览会“中国数字出版创新论坛”出版融合创新优秀案例暨出版智库推优“奖项”。2021年北京图书订货会“大家赞誉的出版应用新技术”奖项。

以重大项目引领经营战略转型升级。在数字出版探索初见成效的基础上,部门跟进政策导向和市场需求,在新业态重大项目的开发上积极实践。抓住国家大力推进美育教育契机,通过“时代艺测”中小学艺术学科测评及教学数字服务项目的实施,探索融合发展助力出版社经营战略转型升级之路。该项目是安徽文艺社依托国家对中小学艺术素养测评和美育教育的大力推进,为中小学艺术学科教学及测评提供不同场景使用的软件和数字内容库。

以“时代法则”为龙头,团队还将以品牌化思路,把其中的数字内容打造成能够满足各层级用户艺术学科学习需求、能够兼容主业升级要求的资源架构。

未来,安徽文艺出版社融合发展事业部将持续致力于融合发展工作的科学布局,找准发展方向和发展定位,整合融合发展路径和资源,推动出版融合向纵深发展。

成立时间:2015年 团队成员:233人
业绩:成立近7年来,中信童书已成为行业内发展最快的童书品牌之一。开卷数据显示,2021年1-10月,中信童书的市场占有率为第三,其中低幼启蒙类图书市场占有率为第一,以《小熊很忙》《手翻翻》等为代表;少儿科普百科类图书市场占有率为第二,以《DK大自然百科全书》《阶梯图书馆》等为代表;绘本类图书市场占有率为第七,以《你好!灯塔》《给孩子的大师绘本精选》等为代表。此外,财商启蒙读物《小狗钱钱》累计销量突破100万,跻身“2021年上半年图书热销榜单”。

数字化业务方面,中信童书对优质图书内容进行了多维度数字化探索和开发,依托优质作者和图书内容,打造出一批专业、立体、实用的音视频课程,如《崔玉涛科学育儿课(0~3岁)》、常怡《敦煌奇幻旅行记》广播剧等,均获得较好的市场效应和用户口碑。2020年起,中信童书还联合中图云创,将5G和AR等前沿技术应用于内容开发和阅读服务,探索开发了以《刘慈欣科幻漫画》为代表的一批数字富媒体项目。

辽宁少年儿童出版社《小学生优秀作文》团队 致力出版融合 深耕教辅出版

月度奖”奖励,成为辽少社员工首次获得的出版融合类奖项。

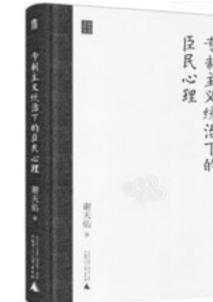
始终扎根在读者之中。《小学生优秀作文》连续举办全国万校小学生创新作文大赛和辽宁省“华育杯”中小学生好作文网络征集展评活动,为学生提供展示平台,扩大刊物影响力。两项赛事现已成为影响大、口碑好的名牌作文竞赛。

截至2020年,“全国万校小学生创新作文大赛”已成功举办27届。其中,浙江赛区每个赛季来稿量上万,获奖征文集《留在心底的风景》已出版到第八季;安徽赛区来稿学校覆盖合肥、淮南等地区,该赛事成为当地最具影响力的赛事之一。每年颁奖活动中,编辑进校义务举办作文讲座,为学生介绍写作知识、讲授读书方法,作文教学经验分享和教学研讨活动深受教师欢迎。

截至2021年,团队与辽宁省教育厅合作举办的辽宁省“华育杯”中小学生好作文网络征集展评活动,已成功举办10届,参赛人数、稿件逐年增加。2020年,参赛稿件破60万;截至2021年11月,当年参赛稿件数量达50万。

未来,《小学生优秀作文》团队将继续根植于读者,深耕教辅出版,致力出版融合,拓宽出版业态,为推动出版融合发展和优化读者体验做出自己的贡献。

出版机构数年、数十年积累的内容资源是其宝贵财富。跟随读者需求和市场趋势,在既有内容资源中发掘新商机也是出版机构的必修课。老书新做,时常有惊喜收获。然而,如何从老书中“挖宝”,却有“大学问”。



2021年5月版



2021年11月版

2021年,在广西师范大学出版社社科分社出版的图书中,《专制主义统治下的臣民心理》《易代:侯岐曾和他的亲友们(修订本)》《唐宋词小讲》等都是“老书挖宝”的代表。对于学术图书开发过程中,编辑如何进行“老书挖宝”,来自社科分社的刘隆进、王佳睿表示,可以从学术图书出版史分析、图书市场分析、作者资源的充分利用等方面着手。

老书新做的价值判断维度

以《专制主义统治下的臣民心理》为例,“挖宝”该书源于一个契机。2019年5月,策划人刘隆进联系华东师范大学教授孙竟昊,关心孙教授之前的明清江南史结集和后来的济宁城市社会史成书问题。当时孙教授询问是否可以出版一部“文存”性质的谢天佑先生遗作。基于长期对历史学界的关注,以及对谢天佑先生著作的了解和市场判断,刘隆进不仅同意出版《文存》,而且将重版《秦汉经济政策与经济思想史稿》《专制主义统治下的臣民心理》也纳入计划。

学术性、思想性、当代价值、市场性、话题感等都是老书是否具有新做的价值的判断维度。对于《专制主义统治下的臣民心理》一书,刘隆进是带着学术情怀策划的。谢天佑是中国古代史的专家,他来自湖北黄梅的农村,对农村状况、农民的生活和历史有着挥之不去的关切;并且,谢天佑的学术研究和他的为人处世一样,务实且史学功底深厚,行文简洁流畅。《专制主义统治下的臣民心理》是一部“大家小书”,其中的文章大多以札记、随笔类形式写成,可读性较高。

同时,再版过程中,认识到封面设计在当下图书市场的重要性,广西师大社科分社以打造精品的态度进行装帧设计。确定精装形式的同时,设计两个封面方案:第一个封面简洁素雅、文气较重,采用接面装,书脊选用质朴的雅格纹纸,封面选用竖纹云纹纸,专色印刷且局部烫印,符合老一辈学人的气质;第二个封面更为市场化,用大胆的配色方案,以《帝王道统万年图—汉明帝事迹画像》群臣跪在地上的形象为主要视觉元素,封底采用一些古代臣民的元素。团队在不同版次先后使用了两个封面。

《专制主义统治下的臣民心理》自2021年5月上市以来,已多次印刷。半年多的时间,已实现近2万册的发行量。因为该书是“老书新做”,团队拟定宣传文案的核心也在阐释该书为什么“不过时”。围绕这一思路,团队提炼了四个要点:一部中国古代专制主义统治下的臣民心态史;一本史实和评论俱佳的历史小品;一本见识高远的“大家小书”;语言通俗流畅,却又辛辣精准,力透纸背。

该书在预热阶段就引起了很多读者的关注,团队最初以豆瓣作为宣传阵地,聚集人气,把该书推上豆瓣的“新书速递”板块,并获得多位史学大V的推荐。上市十几天,该书就迎来了第一波销售高峰,在各方助力下,后续也保持了较好的销售势头。

老书“挖宝”的眼光如何练就?

买书、读书、做书三位一体,学术积累、学术史梳理与学术前沿关注三位一体,学术、品牌、市场三位一体,这些都是编辑提升“挖宝”眼光需要注意的要素。刘隆进和王佳睿提到,团队也在不断探索,积累经验,尤其是以直播、短视频方式运作新品的经验。

在“老书挖宝”的过程中,一些问题也需要特别注意。例如,出版价值判断、市场空间预计、编校设计精细。刘隆进和王佳睿表示,出版价值,是考虑一本书是否值得做的最主要因素,这需要编辑进行判断。“老书”能否得到积极的市场反馈,取决于很多因素。但过于冷门的“老书”,市场空间有限,因此,编辑选择时,不能太“任性”,大数据可以帮助编辑初步筛选一批“老书”。同时,一本“老书”要想适应当下的市场环境,要进行精细化的编校设计,使之符合读者的阅读习惯。

据悉,广西师大社科分社还发起了经典学术作品再版计划,如黄宗智教授的代表作《华北的小农经济与社会变迁》《长江三角洲的小农家庭与乡村发展》,团队将通过市场化操作对该类经典学术作品进行“挖宝”再版。

■中国出版传媒商报记者 张晓晓
学术图书如何做好“老书挖宝”?