

江苏凤凰少年儿童出版社“童心向党·百年辉煌”项目组

成立时间:2020年

业绩:“童心向党·百年辉煌”书系共36个品种,码洋1356万,精装版全部加印,部分品种重印5次。该书系入选中宣部2021年主题出版重点出版物选题;亮相由中宣部组织的“红色经典 献礼百年”主题出版物展、“庆祝中国共产党成立100周年精品出版物展”;5G全景视频“童心向党·百年辉煌”之《光明》亮相“播思想火种 铸文化伟业——庆祝中国共产党成立100周年出版专题展”。

浙江文艺出版社KEY-可以文化

成立时间:2017年

业绩:推出的法国文学译著《温柔之歌》《男孩》,分别摘得第十届和第十三届傅雷翻译出版奖;黄昱宁《八部半》荣获第二届玄珀理想国文学奖首奖;双头鹰经典、帕特里克·怀特作品出版两个月即加印,等等。

华夏出版社特殊教育编辑出版中心

成立时间:2017年

业绩:2021年,中心共出版新书21种,重印书38种,总码洋约1185万,发印约12万册。中心推出的《国家通用手语词典》获第五届“中国出版政府奖”图书奖提名奖。《国家通用手语常用词表》获第六届全国教育科学规划优秀成果三等奖。《多多的鲸鱼》《我的孤独症朋友》入选教育部遴选的幼儿图画书推荐书单。

中国数学教育杂志社编辑团队

成立时间:2003年

业绩:中国数学教育杂志社自创刊以来,从无到有、由小到大,取得突飞猛进的发展。内容质量方面,转载、索引率高达56.4%,稳居同类期刊前列。经营方面,逆势上扬,收入、利润连续几年增长,至2020年,实现收入373.6万元,创造利润192.8万元。

团队档案

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。

江苏凤凰少年儿童出版社“童心向党·百年辉煌”项目组 探索主题出版新型编辑部生产模式

“十三五”期间,江苏凤凰少年儿童出版社就积极建构具有专业特色的精品生产体系。2020年“童心战‘疫’·大眼睛暖心绘本”项目的成功运营,坚定了苏少社利用重大项目探索新型编辑部的信心。2020年下半年,围绕献礼中国共产党百年华诞重大项目,苏少社充分迁移此前项目的成功经验,提前规划调研,通过社委会牵头,由核心部门根据图书生产进度需要,跨部门组成“童心向党·百年辉煌”项目组。项目组坚持系统观念,致力创新发展,注重优质资源的统筹、互动,探索融合发展,不仅开发出双效俱佳的“童心向党·百年辉煌”主题绘本,还以此为基址策划主题绘本展、主题书法大赛、主题征文大赛、主题阅读和教育实践活动等;同时,充分利用新媒体技术,开发5G全景视频、广播剧、舞台剧等……为少年儿童提供沉浸式阅读体验,帮助他们更加深刻理解“中国共产党为什么能”。

通过运营“童心向党·百年辉煌”项目,项目组创新以绘本形式向儿童讲述中国共产党故事的出版范式,以小切口反映大时代;打造广播剧、5G沉浸式阅读等融合出版新形态;实践多维度、一体化推广的营销新方向;构建新型编辑部的生产管理模式。“童心向党·百年辉煌”项目成功入选2021年度出版发行业创新20强。

出版创新。项目组创新性地以儿童视角,用绘本形式讲述中国共产党百年光辉历程。书系以小切口反映大时代,将时代命题用更直观、更易于被接纳的



方式传达给儿童。而要将中国共产党100年波澜壮阔的历史浓缩在数本儿童绘本里,首先面临的难题就是素材选择。为在100年发生的重大事件中寻找适合表达给当代青少年的真实儿童故事,编辑们阅读海量资料;为找到有故事性的线索,大家夜以继日,不放任何可能。该套书的结构也一直处于动态调整中。项目组经历数月磨合,终于在红色主题教育、童年生活和儿童审美之间找到平衡点,以小切口呈现大叙事,最终通过16册绘本完成一次史诗性的讲述。

融合创新。项目组围绕“童心向党·百年辉煌”书系,不仅开发了广播剧、教学案例视频,还通过队课、主题课堂、经典诵读、红色故事讲述、情景剧、舞台剧等形式推进儿童学习党史,并和中国图创专业团队合作,开发5G全景视频,让小读者在虚拟现实重温党

浙江文艺出版社KEY-可以文化 打造读者信得过的高品质严肃文学图书品牌

2017年1月,《莫言长篇小说全集》11部出版,并在北京召开了盛大的发布会。后来,KEY-可以文化又陆续出版莫言中短篇小说集、剧作集、散文演讲集,精装版“莫言作品典藏大系”,以及适合当下快节奏阅读的小开本“中短篇小说精品系列”。如今,莫言作品系列已经出版70多个品种,成为可以文化规模庞大的头部产品。未来还会出版莫言作品青少系列,重点长篇的珍藏版等等。

随着莫言作品的出版,KEY-可以文化也汇聚了越来越多的当代名家的加盟:格非、阿来、马原、叶舟、艾伟、赵柏田……编辑团队以新时代的眼光重新打造当代经典,寻找与当下读者之间的连接和契合点。《机村史诗》《冈底斯的诱惑》《拉萨河女神》《尘埃落定》《尘埃落定外篇》《敦煌本纪》……这些作品以全新的包装和宣传令读者耳目一新。

丰富产品矩阵。在外国文学方面,KEY-可以文化成立至今,独家引进了诺奖作家奥尔加·托卡尔丘克作品系列、澳大利亚诺奖得主帕特里克·怀特作品系列、德国毕希纳奖得主马丁·瓦尔泽作品系列,以及龚古尔奖得主蕾拉·斯利玛尼、布克奖得主乔治·桑德斯、芥川奖得主远藤周作等数不胜数的世界一流作家作品。

的伟大精神。

营销创新。项目组以系统观念、迭代思维,从团队、渠道、手段等方面整体推进一体化营销,打破路径依赖,努力挖掘社内营销资源,灵活组建营销“战队”,和抖音、大V店、淘宝等形成销售闭环的平台进行直播、短视频等多形式合作,拓宽产品的线上销售渠道,并策划形式多样的线下阅读推广活动,如线下主题绘本展、主题书法大赛、主题征文大赛、主题阅读和教育实践活动等,多方联动,完善全媒体传播链,促使项目所蕴含的价值在小读者间进行有效传播。

生产模式创新。项目组打破了传统编辑部单向、线性、静态的工作方式,构建了一体化、多维度、动态的新型编辑部模式。在社委会的顶层设计上,项目组统筹组织优质生产资源,尤其注重作者、专家、平台等高端资源的把控和运作能力。项目组聚焦苏少社多年积累的优质中青年作家和画家资源,邀请李东华、徐鲁、孙卫卫、郭姜燕、顾宝新、钱明钧等名家组成高水平的创作团队。为了让作者们的创作更符合历史事实,编辑们不仅将收集整理资料第一时间交给作者,还组织他们去重庆、贵州、延安等实地采风。对每一个故事的文稿、图稿都反复修改、打磨,直到以最优的状态呈现出来为止。项目组还邀请党史专家、业内专家对书系的故事、结构等进行把关;并整合外部高端资源,包括业内专家资源以及“东方娃娃原创绘本大赛”等平台资源,有力地保障了书系的出版。与此同时,项目组还强化出版各环节的资源互通,重视媒体宣传、海外版权输出、营销推广等动态,整体推进,灵活再造生产运营流程,促进多个生产要素的互动、融合,发挥叠加效应。

在引进版权方面,KEY-可以文化以独到的眼光,预先拿下许多世界级大奖作家的作品。团队并不盲目参与版权竞争,而是瞄准那些能够和中国读者产生精神契合的作品。在公版书方面,团队出品的大多不是市场上极为热门的畅销名作,而是世界文学史上珍贵的“沧海遗珠”,作为俄苏文学经典的“双头鹰”系列就是其中代表。

营销紧跟市场。6年里,KEY-可以文化在全国各地举办了数百次线下、线上分享活动。在团队的邀请下,马原从云南的姑娘寨来到上海、南京;莫言也一次次携新版本作品和读者见面;阿来成立了抖音号、视频号;马丁·瓦尔泽、蕾拉·斯利玛尼等作家来到中国……莫言对话阿克莱齐奥的“诺奖作家高峰对话”更是汇集众多跨行业专家学者、明星,实现了事件性营销。团队的营销动作始终紧跟市场动向,目前拥有包括公众号、微博、豆瓣号、视频号、抖音号在内的多个自媒体宣传平台,编辑们也纷纷变身主播,在镜头前更直接、直观地和读者交流。

6年里,KEY-可以文化也取得了诸多令人瞩目的成绩。未来,KEY-可以文化将继续给读者带去有品质、有态度的文学作品,来回馈读者的信任和喜爱。



动的快乐,2022年北京冬奥会、冬残奥会开幕前,团队打造的《冰雪运动常用词通用手语》以电子书形式在“国家通用手语系列”APP中呈现。这既是“普通话”版的冰雪运动手语的推广,也是数字出版先行的一次积极尝试。该书是中国残联的委托课题《2022年北京冬奥会、冬残奥会常用词通用手语补充研究》项目成果落地的载体。全书收集了379个冰雪运动常用词通用手语词目,用407个真人演示视频进行直观展示,覆盖了冬奥会和冬残奥会的大类竞技项目和人文交流必需的关键词汇,弥补了冰雪项目相对小众、聋人少有机会体验、有关冬季体育项目的手语较为匮乏的不足。



《中国数学教育》是中国教育学会中学数学教学专业委员会会刊,自2003年创刊以来,一直以数学教育界知名专家、学者为资源后盾,立足于为中学数学教师服务。经过10多年发展,《中国数学教育》杂志坚持以质量创品牌,以服务赢未来,以其学术性、专业性、权威性、实用性得到中学数学教育研究者和一线教师的广泛认可和好评,迅速跻身行业前列,成为中学数学教育领域内容好、服务好、知名度高的顶级学术期刊之一。杂志社编辑团队围绕品牌建设的发展目标,践行内容为王、服务为基、融合发展、开拓创新的理念,积极深化期刊品牌建设。

立足优势,打造团队,形成品牌矩阵。杂志社编辑团队是一支“能打大仗、能打胜仗”的高效能编辑团队。2019~2020年度“复印报刊资料”相关期刊转载论文综合评价数据显示,《中国数学教育》再次入选人大“复印报刊资料”基础教育教学类重要转载来源期刊。截至目前,已连续11年在人大《复印报刊资料》全文转载量名列前茅。在中国期刊协会,中国教育装备行业协会颁发的2019年中小学图书馆馆配期刊推荐目录中,《中国数学教育》杂志入选;在中国出版协会举办的2021年中国数字出版创新论坛中,《中国数学教育》获得出版融合发展优秀案例年度入围奖。

打破传统,形成品牌,推动市场化发展。杂志社编辑团队是一支集编、发、排于一体的全能型编辑团队。团队努力打破思维定势,从传统编辑向产品经理成功转型,围绕自身的资源和内容,积极开展各种营销活动,努力拓展和深度开发盈利模式,整个团队齐心协力,克服困难,努力提高杂志的经济效益。例如,团队成员通过微信群开展论文写作指导的线上课程营销;利用自身的专业知识,开展中考试题的微课录制销售;开发专家资源,积极策划与教育部考试中心专家和教育部教育科学研究院课程教学研究中心专家的大IP出版等营销活动;通过微店分销的线上销售模式和线下团购模式,实施杂志全员销售,激活每位编辑的私域流量。

编辑团队自发行官方微店升级装修,更加突出店内产品特色,拉近产品与读者的距离。在线上、线下相结合的营销模式下,部门内部销售杂志约1.26万本,与往年同期相比,增加收入约17.7万元,实现大幅度增长。另外,随着全员微信建群,编辑团队通过微店等方式实现线上营销收入逾10万元。同时,杂志通过线上征稿、线上广告、线上投票以及“百千万工程”宣传、年度颁奖盛典风采展示等线上活动,实现目标客户的不断革新和变现。

紧跟形势,融合出版,发挥数字化优势。杂志社编辑团队是一支“全员参与数字化转型、全员参与数字内容生产、全员参与新媒体运营”的数字化编辑团队。团队利用自身专业优势,开展短视频的制作、比武,全体编辑化身“网红达人”,利用多账号、多形式、多平台建立了全方位的内容发布平台和互动服务平台,构建新媒体矩阵,开展各种线上、线下活动,促进作者、读者和编辑间的交流互动,促进杂志的宣传和推广,增强品牌影响力。例如,团队在多平台发布优质音频、视频、文章等内容;在抖音、快手创作短视频数百条,点击量过万次;建立精准社群,策划多轮线上吸粉活动,精准圈粉数万人;利用小鹅通、腾讯看点等线上直播平台,开展“大IP出版+线上会议”等公益直播。

《中国数学教育》构建了“内容+平台”的内容生产模式,编辑团队充分利用相关学会、专家资源,通过专家线上授课、录播课等形式开展课题教学培训、聚焦中高考培训等活动。团队不仅对杂志内容精雕细琢,强化品牌质量,也积极参与品牌建设,增强市场意识和经营意识,强化品牌经营理念,从而在创造良好社会效益的同时,兼顾经济效益增长。

未来,编辑团队将继续探索全媒体时代学术期刊在深耕内容、精准服务、数字化运营等方面的突破口,把握学术期刊在互联网传播中的主动权,提升数字化运营的活力,提升品牌建设能力,走出新媒体时代学术期刊品牌建设的创新发展之路。

深耕细作强内容 融合创新锻品牌

《中国数学教育》杂志编辑团队



2016年3月8日,文学出版品牌KEY-可以文化挂牌成立。KEY-可以文化是浙江文艺出版社因战略发展需要而成立的上海分社的自有品牌,资深出版人曹元勇任分社社长。品牌创立的初衷和目标非常明确:出版国内外一流的文学作品。

汇聚当代名家。KEY-可以文化打响的第一战,就是拿下莫言作品独家版权。曹元勇和莫言有着20多年的合作情谊,《蛙》《丰乳肥臀》等代表作,包括上海文艺版的莫言作品全集都是在他手中诞生并走向茅盾文学奖、诺贝尔文学奖的领奖台。2012年莫言获诺奖,他也是国内唯一一位受邀随同莫言领奖的出版人。在浙江文艺出版社、浙江出版联合集团的大力支持下,曹元勇反复研读莫言作品,制作精细的出版方案,经过无数次的测算、沟通、谈判,最终拿下了可以文化的第一大项目。

华夏出版社特殊教育编辑出版中心 “华夏特教”:让需要的人看到有价值的书

华夏出版社特殊教育编辑出版中心的宗旨是,做领先的特殊教育出版者,让需要的人看到有价值的书。中心以专业出版为特色,兼顾大众出版,帮助有特殊需要的儿童健康成长,在教育和康复的道路上陪伴家长 and 照护者前行。

团队聚焦特殊教育出版,以孤独症领域选题为发力点,合理布局融合教育、手语、经典教材及工具书等业务板块。团队曾出版《国家通用手语词典》等手语规范工具书,《特殊教育辞典》等有影响力的图书,《孤独症儿童早期干预丹佛模式》等深受读者认可的畅销书,《行为原理》《做·看·听·说》等专业教材,以及特殊儿童主题的绘本和关注特殊儿童性教育、情绪管理等细分领域的图书。

中心自成立以来,始终坚持正确政治方向和出版导向,秉持精益求精、尽善尽美的工匠精神,潜心创造双效俱佳的产品,悉心在特殊教育专业领域深耕细作,用心打磨“华夏特教”专业品牌,深受特殊儿童家长、教育者、研究者及从业人员的认可。

塑造编辑优秀品格,保证出版物的卓越品质。团队充分发挥专业背景优势,聚焦特殊教育尤其是孤独症、融合教育、手语、经典教材及工具书等学术细分领域,提高产品线的丰富性和多样性,截至2021年底,全部门动销图书品种139种。

重视拓展出版外延,构建新型核心竞争力。团队积极适应数字媒体时代新需求,努力适应新业态新模式变化。2021年,“华夏特教”公众号累积阅读量6.3万次,与多家业内头部自媒体建立联系;开发“华夏特教线上讲座”系列,组织策划14场线上讲座;成功搭建功能完整的知识店铺,为线上活动转化做好布局。

发扬传帮带精神,迸发队伍生机活力。团队营造互助共进良好氛围,资深编辑以身作则、无私奉献,悉心为年轻编辑答疑解惑、传授经验,保持人才队伍的高素质发展。团队成员政治理想坚定,为促进业务发展增添动力。

为帮助聋人朋友交流冰雪运动话题,体验冰雪运