



2023 华东六少 专刊

本刊聚焦五个话题

- 当下,童书优质资源维护、开发模式应该如何创新?如何提高已有优质资源的挖掘和使用效率以及如何开发新维度的价值产品?
- 针对新时代儿童阅读新需求,如何从产品端进行适配调整?基于现在渠道的变化,用人群的细分和捕捉,通过哪些路径和流程完成新产品的布局 and 构建?
- 针对新的市场环境,如何建立适应性更强、创造性更强的“精细专”内容生产组织机构?
- 2023年,有哪些重磅或潜力板块准备发力冲刺市场?
- 儿童主题出版产品如何形成“既叫好又叫座”的长线产品谱系?如何深度拓展少儿主题出版的内容领域?

为了更好地满足少年儿童的多元需求,童书出版机构除了不断整合出版资源,充分发挥作家团队的优势,发掘年轻作家的潜力,持续推出原创新作以外,还要为传统图书赋能,运用新技术大力发展融合出版。

新技术赋能传统童书出版

■张 堃(时代出版传媒股份有限公司副总经理兼副总编辑,安徽少年儿童出版社社长)

近年,安徽少年儿童出版社围绕喜马拉雅等平台,重点打造“小猪佩奇”“沈石溪动物救助站小说”等专题音频产品,探索数字内容线上知识付费新模式。完成《桦皮船》AR图书的制作,将传统艺术与新媒体技术融合,打造了一批构思巧妙、题材新颖的非物质文化遗产AR系列图书。通过融合出版,打造了“阅读+互联网”重大融合出版新项目,整合优化出版社自媒体平台矩阵,持续拓展数字产品分发渠道和图书渠道的业务联动。

抓住“双减”契机,积极主动做好针对中小学生的课后三点半等配套服务项目。安少社依托多年积累的作家资源优势,出版更多精品力作,精准服务,实现各板块均有品牌产品线的目标,立体化、线上线下全方位挖掘和利用优质资源,提高优质资源使用效率,实现作者、渠道、用户、出版机构共赢。

以编辑为核心,依托多年积累的老中青三代作家梯队资源,整合全社资源,合理布局产品线。2023年,安少社继续夯实现有的低幼启蒙、卡通动漫、儿童文学等优势板块产品结构。主抓原创,让原创文学、主题出版、少儿科普等主攻板块强起来;抢抓名

家原创新作,大作,策划具有深远影响的主题出版物、少儿科普读物、绘本读物;走出去、引进来有机结合,各个板块打造具有国内外市场竞争力的产品线。安少社图书选题策划以大数据为抓手,以北京图书订货会、各地书展等平台为契机,依托安少社多年构建的强有力的立体化发行渠道,加强自媒体深度合作,快速、准确了解终端读者需求,准确预判市场前景,充分调研,为编辑的选题策划提供更加精准、有建设性的数据参考,选题策划精准高效,出书节奏与市场化需求结合程度高。

整合营销资源,打通渠道壁垒,发力短视频新渠道,扩大新媒体朋友圈。2023年,在维护原有《奥特曼系列视觉志·55周年纪念版》等爆款图书的基础上,安少社打造《THIS IS米先生的世界旅游绘本·精选篇》(10册套装)等新爆款图书,力争创造更多“安少新奇迹”;培育课后服务板块,探索优质内容全媒介出版,开拓更多“安少新业态”;继续参与全球出版,拓宽国际视野,传播更多“安少好声音”。

在主题出版、传统文化、儿童文学、少儿科普、卡通动漫、绘本六大板块深耕细作,以掷地有声的精品力作直面新挑战。

持续做好现有名家名作的维护和延伸,开拓新的作家资源,打造优质、可持续、多层次优质作者资源,构建原创儿童文学品牌高地。

维护童书优质资源 创新开发模式

■陈 远(福建少年儿童出版社社长)

新时代儿童阅读新需求,主要表现为国学热、科普热、历史热、地图热、哲学与艺术热等现象。对此,闽少社在产品端迅速做出相应的适配调整,如加大对中华优秀传统文化类产品的开发和营销力度,立足自身实际和优势,加强优势资源开发力度,创新创造产品表现形式,不断推陈出新;积极参与儿童阅读活动的开展,通过开展各类阅读竞赛、阅读讲座、阅读实践,引导小读者“爱读书、好读书、善读书”。

闽少社将进一步加强知识读物编辑室的人员和政策投入,加大科普读物原创选题的开发和优质科普作者资源的挖掘力度,开发切合教材、辅助学校教育的助学科普读本选题。在具体操作上,将着力针对3~6岁孩子,开发科普启蒙图书,并通过科普读物传播媒介创新,探索科普读物内容多元化、数字化研发,以及科普读物实物周边产品拓展等

精品童书的生产能力是衡量专业少儿出版机构竞争力的重要标准,也是企业实现创新的根本保障,精品童书始终是童书市场不断向前发展的核心资源。

从精品化、国际化、融合化角度思考新产品打磨

■王泳波(江苏凤凰少年儿童出版社社长)

一流出版社的精品生产能力,主要来源于高端创作资源的长期集聚、专业编辑队伍的培养,以及对优质内容的深度开发和广泛传播。江苏凤凰少年儿童出版社作为一家以原创精品为核心的出版社,坚持专业方向,持续耕耘,出版了一大批原创精品,在中国出版“三大奖”评选中屡获殊荣。“十三五”以来,苏少社图书获得“五个一工程”奖1次、中国出版政府奖3次、中华优秀出版物奖3次,入选“中国好书”年度榜4次、月度榜11次。2022年,苏少社《中国少年》入选中宣部主题出版重点出版物选题;中青年

作家荆凡的《露天厨房》入选“中国好书”3月榜;自然科普丛书“自然笔记·岭南博物”入选2022年国家出版基金资助项目;《鸟语四季》获得2022年度中国“最美的书”等等。这些成果的获得,与苏少社坚持系统性原创资源开发密不可分。苏少社精心维系国内名家,锻造一流文学佳作,同时积极培养和打造以韩青辰、赵葵、杨娟等为代表的中青年作家群,挖掘全新的创作题材,为苏少原创精品之河注入不竭活水。国际化的目的是助推中国童书走向世界。近年来,苏少社海外出版成果丰硕,形成体系化的版



张 堃



刘凯军



陈 远



王泳波



徐迪楠



邵若愚

(以出版社名称拼音首字母为序)

华东六少社长总编谈:如何构建新型阅读产品?

■中国出版传媒商报记者 孙 珏 采访/整理

传统文化板块,安少社推出《中华文明探源漫画故事书》《器成千年》《姥爷有个百草园》等一批弘扬传统文化、传承中华文明的精品图书。

儿童文学板块,经过多年积累,安少社推出了“中国原创儿童文学大奖书系”、《大伽拉布拉多和它的朋友们》等一系列老、中、青名家精品佳作。

2023年,原创科幻电影热潮进一步带动了青少年对少儿科普、科幻作品的阅读热情,安少社推出了《46亿岁的地球》《漫游地球圈》《火星叔叔太空课堂》等系列科普、科幻新作。

卡通动漫板块一直是安少社的优势板块,出版了“小猪佩奇”“奥特曼”“淘气包马小跳(漫画典藏版)”等系列品牌书系。2023年,安少社在该板块推出了《小猪佩奇点读益智礼包》《小猪佩奇故事游戏书·成长中重要的事》等精品图书。

绘本阅读能够激发低龄孩子的阅读兴趣,越来越多的家庭将绘本阅读作为亲子共读首选。安少社在绘本板块推出了《海霍娜的门》《工作细胞》《超级游戏力系列绘本》等精品佳作。

安少社主题出版选题策划具有“新、奇、精”的特点,力争抢占主题出版制高点。安少社拥有一批专业、敬业、肯钻研的编辑团队,拿名家原创新作、大作,策划具有深远影响的主题出版物,打造主题出版畅销书。2023年,在主题出版板块,安少社坚持原创出版,推出《美丽中国》《万花筒》《白雪灯火》等精品图书。少儿出版充满活力,少儿主题出版的运营模式日新月异,安少社将秉承“心存孩子,面向未来”的出版理念,主动创新,运用新媒介、新科学技术为孩子出版更好更多的主题出版精品佳作。

2023年,为了更好地维护童书优质资源,二十一世纪出版集团把“文创产品运营”列入年度重点工作之一,目标是将童书IP打造成多元融合产业,开发新维度的产品,用文创来维护作家资源,为作品创造延伸价值。

目前,我们已初步完成文创产品运营的前期搭建工作,打通研发、生产、销售、推广等多个环节流程。2023年,二十一世纪社将积极参加行业内外专业展会。2月24日,以“童书IP产业建设与发展”为主题的“大中华寻宝记”IP论坛及“神兽顶呱呱”文创品牌发布会在北京图书订货会举行,首次不是讨论出版、发布新书,而是研讨IP开发、发布文创品牌、推广文创产品。下一步,我们将加强IP在出版、影视、动漫、文娱等业态的联动开发。今年第二季度,我们将重点研发“大中华寻宝记”图书+文创礼盒产品,在六一儿童节及9月开学季等重要营销节点上市,同时,加快与文创经销商签约上架进度,尽快实现流量变现。第三及第四季度,我们将筹拍“大中华寻宝记”大电影及动画片第二季,与跨界头部企业开展联名授权产品合作,在全国打造“少儿阅读快闪店”等,完善文创内容版权体系,形成IP生态圈。

近年,主题类文学精品获得前所未有的重视。二十一世纪社经营“米切尔恩德作品”“彩乌鸦系列”“我和小姐姐克拉拉”等世界经典儿童文学书系同时,在原创儿童文学精品上进行大力开拓,推出了《建座窑窑送给你》《巴颜喀拉山的孩子》《小菊的茶山》等现实主义儿童文学精品。与此同时,还在经营激发小读者阅读兴趣的童书IP,比如“淘气包马小跳(美绘注音版)”、“沈石溪骁骠战马”系列等颇受市场和读者关注的畅销书系。为服务大语文教育,二十一世纪社在传统文化、人文历史等通识类阅读产品方面也加大了研发力度。

2023年,我们在内容生产组织机构建设上作了新尝试,与在新媒体渠道具有影响力的斗半匠文化公司合作成立了世纪巨匠文化公司,以求立足抖音等新媒体平台,利用大数据及时捕捉一线读者需求,创造针对性强、更贴近读者的产品。我们将继续拓宽“爆笑系列”产品线。“爆笑小古文”于2022年8月底上市,当年即实现100万册销售。2023年,“爆笑系列”将出版《爆笑古诗文》《爆笑文化常识》《爆笑大古文》等新品。此外,“大中华寻宝系列”除了推出《山西寻宝记》《汉朝寻宝记》等重点新品,还将在“大中华神兽系列”产品上以“每月一书”频率上新,如“神兽发电站子系列”“神兽小剧场子系列”。而另一超级畅销产品线“不一样的卡梅拉系列”,今年会推出2种手绘版系列,以此带动全系列销售。“特种兵学校(第九季)”“淘气包马小跳(美绘注音版)”等畅销作家作品也是今年重点发力方向。在畅销产品线“老鼠记者”“百问百答”“我和小姐姐克拉拉”等产品中,二十一世纪社将努力挖掘新卖点,开拓增量。

主题出版具有教育属性。二十一世纪社“科学追梦人系列”、《初心照亮未来》、“革命精神谱 红色故事书系”等主题图书入选了多个省区市的中小学“假期读好书”活动书目。主题出版具有精品基因。近年的儿童文学力作,无一不是主题出版物,生态环保主题《巴颜喀拉山的孩子》获中国出版政府奖,支教扶贫主题《逐光的孩子》入选“中国好书”等等。主题出版具有大众基础。“大中华寻宝系列”是对践行社会主义核心价值观、弘扬中华优秀传统文化这一时代主题的响应,以生动的故事、有趣的知识在孩子中引起广泛共鸣,获得第七届中华优秀出版物奖,也成为二十一世纪社的现象级畅销书。入选中宣部主题出版重点出版物选题的《点赞中国 超级工程3D立体互动百科》是玩具书,不仅能满足孩子对大国重器的好奇心,还激发孩子由衷地为祖国点赞,首印1.2万套很快在新媒体渠道售罄。

(下转第15版)