

明天出版社 聚焦四条产品线 为儿童阅读创造价值

■李文波(明天出版社社长)



明天出版社是国家一级出版社、全国百佳出版单位,是一家专业的少年儿童出版社。建社40年来,我们一直以优质的儿童内容产品和专业的儿童阅读服务,为青少年的全面健康成长创造价值。近年来,通过内容创新和技术融合,明天出版社一般书业务单元形成了新型的主题出版产品线、儿童文学产品线、图画书产品线、儿童传统文化产品线4个板块。

主题出版产品线 明天出版社持续深耕内容,深入研究时代主题的演进,持续深耕儿童阅读及内容创作特点,努力形成中国少儿文学主题出版资源和产品高地。不断拓展少儿主题出版内容领域,在主题出版类文学产品、主题出版类图画书产品、主题出版类优秀传统文化产品3个板块重点布局,以孩子们喜闻乐见的方式为他们呈现当代中国精神、中国价值。近年来,我社出版了一系列儿童文学主题出版作品,多次入选国家级奖项、入选国家级重点项目。2023年上半年我们最新推出一系列有特色的儿童文学主题出版图书,如著名作家徐贵祥的《晨语》,著名军旅作家王棵的《大海上的脚印》,著名作家张品成的《少年和他的追风逐日》,著名作家葛水平的《雪山脚背上的彩玛》。今年5月推出的主题出版类图画书产品“了不起的大国重器”系列,聚焦天宫号、半潜式钻井平台蓝鲸二号、离岸式集装箱码头洋山港、载人潜水艇蛟龙号、航空母舰山东舰,以生动有趣的故事带小读者走近大国重器。

儿童文学产品线 儿童文学读物是明天出版社出版一般书产品结构中的主要组成部分,主要由国内原创儿童文学、国外经典儿童文学2个板块组成。一直以来,明天出版社在国内少儿图书市场中占据突出的优势地位,打造了一系列畅销儿童文学品牌。杨红樱代表作“笑猫日记”系列畅销17年,今年暑期我们重磅推出“笑猫日记”系列最新一册《笑猫在故宫》。明天出版社还引进出版了一系列国宝级的经典作

品,其中“罗尔德·达尔作品典藏”连续多年位于中国童书畅销榜前列。2023年,我们计划对原有畅销书进行产品升级和营销升级,同时全面梳理重要的作家、作品,进行新平台、新环境下的价值分析,提高已有优质资源挖掘和使用效率。提升专业内容赋能渠道的能力,根据新时代儿童阅读新需求,创新开展新的阅读推广活动。同时,密切关注畅销书领域新的内容资源和作者资源,瞄准有畅销潜力的中青年作者,提升出版社平台对年轻潜力作家的市场培育能力,形成共同成长的合作模式。今年暑期我们推出了90后新锐儿童文学作家慈琪创作的童话作品《外婆变成了麻猫》,对阿尔茨海默病这一现实题材进行了富有创意的艺术探索。

图画书产品线 绘本策划、内容创作及专业化的绘本阅读服务一直以来是明天出版社的强势业务单元,明天出版社在国内绘本零售的细分市场排名一直处于前3位。近年来推出的原创图画书产品线和原有的引进图画书这两类产品都取得很好的市场效益。明天出版社推出的主题出版原创图画书“我的山野中国”系列,入选“十四五”国家重点出版物出版规划增补项目。绘本的数字化价值挖掘和在幼儿园教学中的价值呈现,是我社未来重点研究和发力的方向。此项目以我社一直在运营的山东学前教育网作为内容生产和相关项目运营平台,从绘本的多价值挖掘入手,可以激活山东学前教育网的相关资源,也计划借力山东出版数字融合产业研究院的技术研发能力,引入更多优质绘本资源合力完成。

儿童传统文化产品线 近年来把握“双创”的要求,我们致力传统文化产品线的开发,从小读者感兴趣的知识点切入,让传统文化“活”起来。在此次书博会上我们将推出中华优秀传统文化典籍与新时代儿童阅读特点相结合的主题出版产品“儒小典”系列,这套产品以山东文脉工程建设重要组成部分《儒典》为创作蓝本,将现代漫画表现形式与传统文化内容相结合,将社会主义核心价值观与传统文化相结合。“我们的故宫”系列是故宫学研究专家章宏伟教授领衔主创的科普绘本,全景式展示了故宫里的古建筑、珍贵文物以及历史事件。正说历史,帮助小读者树立起正确的历史观和价值观。

山东美术出版社 产品集群融合发展 强化品牌影响力

■李晋(山东美术出版社社长)

山东美术出版社将图书出版、衍生品开发与艺术综合服务融为一体,多元共享,融合发展,着力打造核心产品线和产品集群。挖掘稀缺资源,突出原创,追求产品的“唯一性”,把优质内容做到极致。用融合发展思维构建两大主打产品线+两大特色产品线,形成强有力的产品集群,强化山美版图书的品牌影响力。

两大主打产品线 艺术经典产品线——让传统经典成为优质“IP”。围绕艺术经典作品的挖掘与传播做文章,以优质内容+精美装帧+多元开发,打造最美的传统文化代表性出版物。“国”字系列图书已形成高端定制产品线,《国色》《国书》《国宝》多次入选经典中国国际出版工程,已成为品读传统文化的必备经典。《孔府珍藏》、《中国纹样全集》、《中国画像石精粹》、《中国石刻书法精粹》、《中国潍坊杨家埠年画全集》、“中国图案大系”等大部头精品画册更是全面呈现中国传统文化的艺之美。传统经典成为“优质IP”,不仅实现了年轻化,也进一步走向日常化、生活化,大众群体对传统文化审美的自觉在不断加强,温暖的乡愁记忆、厚重的岁月钩沉都加深了文化自信、文化认同与文化凝聚,也扩大了优秀传统文化在海外的影响力与传播力。

艺术普及产品线——发力“一老一小”两个消费群。深耕老年和青少年两个群体的艺术需求,围绕艺术创作、兴趣培养、艺术鉴赏策划选题,并与老年大学、学生研学等活动深度结合。

《百年巨匠·校园版》入选“向全国青少年推荐百种优秀出版物”、国家“十三五”重点图书出版规划,收获社会效益的同时,创下单册图书销售突破4万册的佳绩。“走出去”定制版图书《叽哩咕南海探秘》《大浪淘沙》,不仅收获销量和美誉,而且实现韩语等多语种版权输出。《老年大学中国画临摹范本》《老年大学书法课临习范本》在图书策划阶段已收到各大书店订单。

两大特色产品线 艺术史论产品线——体现专业性学术影响力。深耕艺术专业领域学术前沿成果,探索美术史发展规律,引领学术研究方向与潮流,凸显专业出版社的学术特色。“跨文化美术史年鉴”系列图书曾入选国家出版基金资助项目,我们正在策划国家“十四五”重点规划项目《现当代中国画史》《中国素描史》《中国现代设计的先驱者

们》及“中国历代绘画品类理法研究”系列丛书,均为名家新作,目的是不断夯实这个品牌产品线的学术影响力。

艺术设计产品线——满足人们对美好生活的追求。围绕经典设计作品,设计与生活等内容策划选题,引入设计经典,提高大众审美。通过提供设计服务与定制文创产品开发,寻求新的经济增长点。“中国设计与世界设计研究大系”已陆续出版多年,分为展览、馆藏、理论等多个子系列,已形成较完善的产品线。我们正在策划《中国现代设计先驱》《大巧若拙——中国古代设计故事》等。

把中国传统文化中最有传承价值的艺术符号挖掘出来,并运用到极致,是山东美术出版社开发文创产品的初衷。近年来,我们着力打造的“锦绣文创”品牌,以传统文化为内核,通过现代表达,融中国传统审美元素于现代时尚设计之中,再现中国传统文化的韵味。

推荐图书

“中国图案大系”

张道一先生主编的“中国图案大系”共有6册12卷,3万多幅图、40多万字,堪称中国图案艺术研究的集大成之作,也是工艺美术领域研究中国图案最权威的版本。郭沫若先生曾说过:“工艺美术是测定民族文化水平的标准。”而图案,则是工艺美术的灵魂。从新石器时代开始,中国传统图案经历了8000年的演进过程,题材广泛,构成多样。不但紧扣时代的脉搏,也是古代社会生活的反映。

主编张道一先生,是我国著名的工艺美术学家,当代艺术学学科的创始人。这样一位顶级专家,组织几十人的团队,耗时十年,将历代图案精品汇集整理、手绘描摹,工程之大、分量之重,可以说绝无仅有。该书收集整理研究的不同时代、不同地域的数万幅图案,充分体现了习近平总书记所说的中华文化“兼容并包”“多元一体”的“文化主体性”,是对中国图案艺术的一次全面总结、研究与呈现。



齐鲁书社 专业立社 弘扬中华优秀传统文化

■王路(齐鲁书社社长)



2023年,齐鲁书社继续聚焦出版主业,固本守正、开拓创新,积极做中华优秀传统文化的传承者和弘扬者;同时坚持创新发展,增强发展动力,取得社会效益与经济效益的新突破。

发展思路 坚持正确导向,突出质量意识,贴近市场,强化营销宣传,综合提升齐鲁书社六大图书板块的核心竞争力和社会影响力,发力主题出版,加快融合发展。力促重点项目进度,提升古籍整理板块、学术著作板块品牌形象;紧密关注政策、形势变化,持续加大创新研发投入,提升营销服务质量和教材教辅内容品质;紧紧抓住优势出版资源,适应新业态、新技术以及新需求,集中力量打造叫好不叫座的畅销书、常销书,提高市场影响力。

发展目标和具体规划 一是专注于“双品双效”“四个聚焦”,以专业特色立社,扬长避短,提质增效,寻求出版主业的提升与融合出版的突破。二是紧紧围绕“中华优秀传统文化创造性转化和创新性发展”挖掘选题,做好挖掘整理,研究集成、文化普及、阐发运用、“走出去”等重点工作,争创社会效益,走出一条具有齐鲁特色的高质量、内涵式发展道路。三是利用“齐鲁文库”启动契机,充分发挥专业古籍社的优势,主动对接,积极参与,合理调配编辑力量,扩大专业出版板块规模,圆满完成文库出版任务。四是紧跟时代步伐,服务国家战略,聚焦历史节点,把握导向,争取高端作者,鼓励编辑多方争取国家社科重大重点项目、高校古委会项目等社科前沿选题,通过紧紧抓住优势出版资源,提高齐鲁版出版物的社会影响力,为今后选题结构的顺利调整夯实基础。五是高效推进已有或新规划选题如《孔府文献类编》《明代罪次制度与国家治理研究》《孔府档案研究成果文库》等高端精品项目的落地与实施。对以往入围项目,全力保证按时保质高规格结项;同时要做好贮备项目的国家级规划申报工作。六是系统梳理古籍文献方面的出版资源和作者资源,按照推出一批、贮备一批、发掘一批的总体思路,建立专

家作者资源库;加强专业编辑梯队建设,在人财物支持上建章立制,对齐鲁社特色优势出版作出中长期规划。

实施措施 严格执行《出版管理条例》《图书质量管理规定》和社内各项管理规章制度,确保选题政治导向正确,内容质量优良,将选题实施落到实处;对于重点选题,特别是传统文化普及方面的选题,加大策划编辑和宣传营销力度,制定具体的保障措施,加大奖惩力度,确保重点选题的实现;采取有效措施,积极组织调配编辑力量,力促书稿的进度,保证书稿的质量,合理安排生产,切实做到人员、书稿和生产环节的落实;将出版融合发展列为2023年重点发展战略,制定专项扶持政策。我社将通过论证的出版融合重点项目设立专项启动资金,以强化重点项目的引领作用,确保融合项目执行得顺畅、发展有保障。

产品线建设 围绕传统文化典籍尤其是齐鲁文化和儒家文化典籍的挖掘整理,继续打造“古籍整理优质项目产品线”;围绕重点图书申报出版,继续打造学术文化精品产品线;围绕中华优秀传统文化的普及推广及新时代“两创”工作,继续打造贴合新时代的具有新形式、新内涵的传统文化普及读物产品线。

今后,我社将牢记举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象的使命任务,在立足弘扬中华优秀传统文化为主基调的前提下,恪守出版工作者的责任与担当,不断提升业务能力和创新实力,坚持导向,突出质量,强化特色,精准发力,为实现出版高质量发展和传统出版转型、争取更大更新的经营成绩努力拼搏。

推荐图书

《二十四史天文志校注》

2023年,齐鲁书社《二十四史天文志校注》荣获第八届中华优秀出版物奖图书奖。该书填补了目前天文学系统史料整理方面的空白,将历代天文志加以校正、注解,以“二十四史”中的天文类志书为基本研究对象,在中华书局版《历代天文律历等志汇编》基础上,借助于近百年来自国内外天文学研究成果,从天文学角度对这些史料进行注解,辨正既有整理成果的失误之处,对史料中的天象记载加以梳理、解释、补充,以便为天文学相关领域的科学研究等提供参考和借鉴。

山东友谊出版社 聚焦传统文化与外宣 培育优质原创产品线

■何慧颖(山东友谊出版社社长)

近年来,山东友谊出版社在品牌建设上狠下功夫,聚焦优秀传统文化和外宣两条主线,立足传承优秀传统文化,坚持创造性转化、创新性发展,积极策划培根铸魂、启智增慧,展现民族精神和时代价值的优质选题和创新项目。

2019年以来,我们陆续实现了中国出版政府奖装帧设计奖提名、中宣部主题出版重点出版物、中国好书月度好书和年度好书、中宣部“奋进新征程 建功新时代”好书荐读、向青少年推荐的百种优秀读物、中组部推荐全国党员优秀读物等重点项目和奖项零的突破。近年,我社主要有以下几个产品系列正在推进。

主题出版 我社出版了《让我隔空抱抱你——镜头下的人民战“疫”纪实》《初心如炬》《沂蒙脱贫带边疆——九间棚建设小康社会30年目睹记》《藏在典籍里的中华美德》《中国字 中国人》等精品力作,分别从抗疫、建党百年、脱贫攻坚、优秀传统文化“两创”等多个维度讲好中国故事,传播好中国声音。其中,《初心如炬》《中国字 中国人》入选中宣部出版局好书荐读活动月度书单;《藏在典籍里的中华美德》《中国字 中国人》入选中宣部主题出版重点出版物,并分别入选向全国青少年推荐百种优秀出版物、“中国好书”等。

传统文化学术 我社在继续延伸“论语系列”“非遗系列”等优秀传统文化产品线的同时,围绕儒家思想的传承与阐发,依托山东省泰山学者工程,集结一批高端作者,推出了“尼山儒学文库系列”(13卷)、《清代儒学新论》等富有创新意义的当代儒学学术精品。

通俗理论 我社前期推出的“家风”系列在市场上产生了较好反响,此后又有《何以孔子》《孔子的叮咛》等儒学阐释新品推出。

文化艺术 我社重点打造的“中国音乐总谱大典”系列共有三辑,分别入选“十二五”“十三五”“十四五”国家重点出版物出版规划和“国家音乐产业优秀项目奖励计划”,第一辑还获得第四届中国出版政府奖图书奖;该系列图书已出版31卷,其中有26卷被列入国家出版基金资助项目。在我社新开辟的古代瓷器文化研究产品线,《中国瓷鉴》获2022年国家出版基金资助,并入选2022年度“中国好书”入围书目。

外宣 一是秉承“平民视角+柔性输出”。

2020年全国抗击新冠疫情的关键时期,《让我隔空抱抱你》纸质版和数字版同步推出,并先后输出了法文、俄文、吉尔吉斯文、阿拉伯文多语种版权,均入选国家级翻译资助项目。最近正在策划的《读懂中国》,依然秉承的是这种模式,以“中国人的一天”为视角切入,以蒙太奇的手法讲述在同一时间、不同身份、不同职业的平凡人物所呈现的民生百态。

二是尝试名家名作+地方特色。由我国著名儿童文学作家曹文轩和国际知名儿童插画艺术家郁蓉联袂创作的儿童绘本,以潍坊风筝等传统文化元素为故事背景,以儿童内心成长为主线,以剪纸风为插画特色,是我社用名家名作做好中国传统文化外宣的有益尝试。该书的英文版权已被英国中央兰开夏大学出版社购买,2023年底,我们计划同步推出。

三是尝试用汉字元素阐释中国传统文化。在《中国字 中国人》项目取得一定成果之后,我们又延续开发了“汉字人间”系列绘本。5月28日,由山东出版集团主办、山东出版传媒股份有限公司和山东友谊出版社承办的“中国汉字体验展”在新加坡中国文化中心举行全球首展。该展览以山东友谊出版社即将出版的“汉字人间”系列绘本为创意源泉,是山东出版集团围绕中华优秀传统文化“两创”及海内外传播进行的创新性探索。

推荐图书

“汉字人间”系列绘本

该系列绘本含1本导读手册和2辑(共10册)绘本。该绘本面向8-12岁的少年儿童,每个分册顺着一条明晰的逻辑线索,串起与人生历程、身体结构、生活方式、自然互动、思想体系等方面密切相关的20个左右汉字,通过简述这些汉字的字形、字义、源流、发展,将神话故事、天文地理、历史知识、科学知识等有机串联起来,润物细无声地让孩子不仅理解中国字的源流,而且感知到这些字中所折射出的人性光芒。

