

深入实施“文化+”战略,做优秀文化的建设者和传播者

■中国出版传媒商报记者 靳艺昕

模式创新,为产品赢得市场先机

特色鲜明且内容充实的产品线是黄云引以为傲的企业根基。根据我国青少年文化产业市场的特点以及自身的发展战略,金百汇构建了一条品种丰富、结构清晰,能有效支撑公司持续发展的多层次产品线,包括“助学资源类”“素养养成类”“文化传承类”等三大类9个系列839个图书品种。

其中,助学资源类的“快乐假期”系列中,近半数产品成为湖北省畅销品种。“中考冲冠”系列则根据各地不同教学学情采取“研创融合”模式,目前已普及十余个地市。“名校联盟校本课程”系列是湖北省对接新高考改革后的第一套本土校本图书。素养养成类产品《生命安全》于2014年入选湖北省地方教材,同年,《少先队活动》《文明礼仪》成为湖北省中小学校开展团队活动和校园文化建设的指南。文化传承类产品“朝读经典·培育和践行社会主义核心价值观”系列于2015年入选湖北省委宣传部、湖北省教育厅“双读”活动读本,惠及湖北省550万中小学生。“朗读经典”系列于2020年、2021年2度入选新疆新闻出版“东风工程”,并被翻译成维吾尔文,作为“一带一路”文化产品开展国际交流,其中《朗读经典·修身进学》荣膺第23届北方优秀文艺图书二等奖。

这些优势产品是如何占得市场先机、赢得市场份额的?黄云表示,这离不开金百汇对3个模式的创新。

首先是“策销一体”的运营模式创新,该模式的核心在于通过技术赋能,优化内容生产流程、盘活人才效能、有效整合上下游资源。公司自主研发的出版编辑辅助系统,将传统纵向的内容生产流程转变为将作者、编辑、内容、发行、用户等出版要素与资源集聚到同一平台,形成平台化横向的流程。“策销一体”运营模式有助于培养复合型人才,编辑策划几乎参与了制作生产的全流程,策划的产品基于数据、源于市场,基本实现了按照订数生产图书,有效控制了退货风险,极大地提高了策划产品的成功率。

其次是“纸数融合”的产品形态创新。“纸数融合”模式依托于金百汇自主开发的“云汇大数据平台”,将传统的内容生产流程转变为将作者、编辑、内容、发行、用户等出版要素与资源的聚合形态,由编辑遴选合适的纸质出版物,并与策划人员共同完成对纸质出版物线上知识资源与服务的策划与制作。在产品环节增加二维码,链接与纸质图书配套的如音频、视频等线上内容资源,以及读书笔记、打卡、社群等用户服务,弥补纸

以“汇经典,共传承”为宗旨,以“做优秀文化的建设者和传播者”为使命,自2011年成立以来,湖北金百汇文化传播股份有限公司始终秉承诚信、公正、执着、创新的企业价值观,不断创新,戮力发展。

据公司董事长、总经理黄云介绍,金百汇定位为专注于青少年读物及数字化学习产品的策划研发、设计制作、推广发行与服务的文化创意型企业,通过深入实施“文化+”战略,将文化与科技深度融合,不断加强对青少年文化产品的内容创新、品牌扩张和产业链延伸,满足我国青少年健康成长的精神文化需求。



黄云



质图书承载内容的空间限制,突破单向传播壁垒,实现作者、编辑与用户的多向交流交互。

最后是“研创融合”的精准服务创新。随着教育改革的不断深入推进和国家人才选拔制度的变革,尤其是基于核心素养、动手动脑、分地域分层次的需求性图书,需要专业策划单位内部探讨、策划、研发、创作。“研创融合”的核心是“研创联动”,是以区域性学术研究为

龙头,并与文化产品的研发、创造有机结合,为精准满足不同层次文化需求服务,形成的一种区域循环式、可持续发展的良性互联新模式。

通过对区域用户的需求进行系统分析,金百汇研发了具有区域特征的文化产品。这些区域性文化产品通常由当地专家牵头学术研究,通过课题立项、专家研讨等学术活动推进,以点带面,逐步形成了能够高质量服务各层次用户的特色产品。如“研创联动”模式下创作出为综合实践课程专项服务的动手动脑手工课程《我的手工笔记》,为“双减”服务的《名校联盟·分层作业》,为提高基础应用训练服务的《实验研究手册》等,均深入各省及学校开展教学研讨活动,通过与终端客户联动,公司策划团队及时将“精神食粮”转化为物质成果,形成了特色鲜明的文化产品。

蓄势待发,促企业提质增效发展

回顾10余年的创业路,黄云向记者展示了几近年金百汇取得的亮眼成绩。金百汇于2016年9月在全国中小企业股份转让系统成功挂牌;2017年入选“新三板”创新层;2018年、2021年连续两度被国家认定为高新技术企业,2018年至2022年连续4届被武汉市政府认定为“瞪羚企业”;2019年被认定为武汉市科技“小巨人”企业,同年通过国家知识产权管理体系认证;2020年入选湖北省上市后备“银种子”企业,2020年11月入选武汉市上市后备“金种子”企业;2022年4月入选湖

北省上市后备“金种子”企业。2021和2022年,金百汇主营收入为1.6亿元左右,净利润均超过3000万元。谈到是否有上市计划,黄云十分有信心,未来2~3年,金百汇将继续加强业务体系建设、合规化管理,力争问鼎“创业板”。

谈到具体工作如何开展,黄云表示,将在公司“文化+”战略的引导下,围绕基础研究、产品开发、大数据平台建设与升级三个重点方向细化工作和努力方向。

第一是基础研究,金百汇始终关注对出版行业的政策研究,紧跟时代的发展趋势。今后也将利用好公司现有资源,进一步整合外部专家,从青少年读物内容产品、应用工具、技术支撑体系、服务模式、以产品的传播渠道等方向切入展开研究,保证好策划选题的专业性与科学性、内容的精粹性、技术的先进性,立足优质文化内容,推出更多以互联网、移动终端等为载体的数字化产品。

第二是产品开发,目前金百汇的青少年读物开发项目主要分为助学资源类、文化传承类、素养养成类3类图书,已经策划发行22个系列新品图书、932个数字产品、22个平台或支撑软件以及近3万个数字资源。金百汇也将紧密关注国家对青少年人才培养及选拔方式的变革,以社会主义核心价值观为引领,突出思想内涵,发扬工匠精神,不断推出思想精深、艺术精湛、制作精良的优质文化产品。

第三是大数据平台建设与升级,金百汇以互联网驱动传统出版行业转型,现已覆盖多个智能平台及服务,不断推动在智慧出版(数字资源编著平台)、智慧学习(云汇学习平台)、智慧图书馆(摩阅图书馆)、考试服务(云评考试服务平台)、新高考服务(高中生生涯规划平台)等领域的深度应用,促进“文化+科技”的深度融合。

黄云透露,下一阶段,金百汇计划搭建“区域教育质量监测与评价平台”,落实数字化转型升级策略,掌握区域教育教学动态,为高质量的青少年出版物的策划、研发提供有效的数据支撑。该平台将试点数字校本,创新教学模式,实现减负增效,达到深度分析、精准辅导,以规划提升与个性化发展为目标,引领教学改革,促进区域教育的高质量发展。

金百汇的数字化工作也将体现在现有行业赛道拓展的基础上,推出更多覆盖细分领域的、更优质的智能产品、数字资源、融智类应用,理顺数字生产管理与运营机制,构建出版内容的在线技术支撑体系;通过推进全员、全品、全流程的数字化应用,打造“纸数”进一步融合、数字化应用智能提效的生态圈。



崔守军

库序文化

融合创新,向教育全产业链服务商转型

库序,商周时代,学校的称谓,夏日校,殷日序,周日庠,以“库序”冠名,旨在传承“谨庠序之教”的传统。当被问到沈阳库序文化有限公司(以下简称“库序文化”)名称的由来时,公司董事长崔守军如此解释。而在库序文化创办至今的整整20年间,崔守军一直谨守初衷。

开创新品类 领跑细分市场

在2003年创立库序文化之前,崔守军一直坚守在教育岗位,先后担任辽宁省知名重点高中教学主任、辽宁省高中毕业会考命题组核心成员、沈阳市教育研究室语文教研员、辽宁省策划学会会长、辽宁省教育学会新教育专业委员会会长,并荣获“辽宁省十佳语文教师”“年度最佳策划人”“民营书业年度最佳出版服务商”等称号,同时还是全国数十家出版机构的特约编辑。

凭借对读者需求的准确洞察,独特的选题策划、多元宣传渠道的搭建,看似“偏居一隅”的库序文化成为民营教辅中的“黑马”。其策划的“期末复习与测试”丛书等图书成为广大学生期末考试类教辅的首选,长期占据同类教辅的榜首,弥补学期末教辅市场淡季的空白。在引领“期末”这一全新品类之后,库序又首创“单元+期末”丛书,继续领跑市场。

库序文化自成立以来开创了许多教育图书的新品类:针对翻转课堂教学模式,开发《课堂十分钟》;为解决期末复习资料空缺,策划《单元+期末复习与测试》;在国内领先探索将名著缩微化、导读化、习题化,推出《必考名著一本通》;率先策划《中考真题分类一卷通》《中考必备1600词》等全新选题和图书。其策划的系列图书多次荣获国家专利,为教师提供了独树一帜的复习模式,同时为各地学校、书商提供“量身定制”服务,根据当地需求制作地方专版,弥补教育图书市场的空白,其中众多选题成为行业性的策划热点,为教育图书创新研发、行业交流合作作出了贡献。

锁定教育需求 创新服务内容

发展至今日,经过20年的积累和沉淀,从教辅起家的库序文化并没有止步于教辅。崔守军更愿意将库序文化定位于“出版+教育”综合服务提供商,以终端学校和读者为服务对象,倾力打造校园文化、教育学术出



及突破“只关心高材生”的不良导向转而以《打好基础》表达“为了一切的学生”,库序文化一直行走在创新服务、创新自我的路上。

加快“互联网+”升级 催生发展新活力

对于新形势,崔守军有一个基本判断:新技术的应用在出版业已经极为普遍,成为传统出版的有益助力。近年来,全国各大教育出版机构都在利用互联网资源进行企业升级或转型,利用技术争夺市场份额。在此大背景下,网络学校、电子书、教育资源库网站、试题库网站、在线教育等网络教育辅助方式应运而生,这给教育领域注入了新的活力。

2014年,库序文化就开始了“微视频说题”的尝试,将“教师说题”录制成微视频,率先以二维码形式在教辅中设置链接的形式呈现,学生可通过手机扫描二维码观看学习,开启了教辅的“码上学习”。其推出的《教材备考笔记》是这一合作模式的范例。2015年,库序文化继续以在书中加印二维码的方式,升级了《课堂10分钟》《打好基础》等教辅书,链接的内容实时更新修正。例如,期末复习教辅的策划,均是基于教师线上平台累积数据分析的结果,能够最大程度展现学期中最普遍性的难题和知识点。同时,有了线上平台的数据统计分析,库序文化就能了解每一本教辅书的使用情况、使用者所在地区分布等,对下学期图书的印刷量可以更精准地调配,让按需生产、精准发行不再遥远。

20年的时间里,崔守军带领团队从竞争激烈的教辅市场中突围并“跻身”前排。如今,库序文化联合中国教育电视台、辽宁广播电视台推出《新教育》栏目,实践由朱永新教授发起的新教育实验。带着新的战略谋划,崔守军依然如事业开创之初那样激情昂扬、信心百倍。在行业面对纸价上涨、印刷难而“兴叹”时,库序文化相对多了一份淡定。随着业务的拓展,库序文化成立了独立运营的印刷公司,在出版流程上又多了一些自主权。在崔守军看来,成大事必要善谋势,教育转型需要应时而动、乘势而上,而库序文化要做的、能做的还有很多。

(旭萍)