



2024『出版视点』第二场研讨会

聚焦持续提升出版选题策划水平

中国出版传媒商报 2月27日,2024年度“出版视点”系列专题研讨会第二场活动在河南大学郑州校区举行。此次研讨会以持续提升出版选题策划水平为主题,上海译文出版社总编辑马胜,湖南文艺出版社总编辑、总编辑谭菁菁,中国青年出版社副总编辑李利平,石油工业出版社大众分社社长王昕,新经典文化总经理黄宁群等5位嘉宾从不同角度围绕主题作了深入交流。

马胜认为,选题的质量和水平是出版社能否实现高质量发展的基础和前提。出版社应按照品牌化要求策划选题,关注作家作品的文学性和文学价值,以“慢节奏”出“精制作”,在公版名著领域找到一条差异化出路。同时,实行一体化全版权多形态的选题开发策略,逐步构建完整数字业务链。

谭菁菁表示,随着出版产业格局不断变化,行业竞争加剧,选题策划的前期调研工作不足、跟风重复现象频发、原创力减退等问题逐渐暴露。她认为,提升出版选题策划水平,一方面要聚焦编辑个人的策划能力培养,既要把握好政治导向和文化导向,累积文化底蕴,又要拥抱技术变革,探索推动出版融合发展;另一方面要关照出版社整体选题策划能力的提升,整合资源优势,建立协同机制,将出版与经营两者充分结合,双向赋能,努力实现出版高质量发展。

李利平提出,选题策划是推动出版业高质量发展的关键变量之一,也是强劲新质生产力。他谈到,出版社选题策划要提高政治站位,围绕党的宣传思想工作重点方向,聚焦创新理论青年化阐释,做实做好主题出版;要认真策划出版原创文学精品,丰富为育人的文化内涵、实践内容和实现形式;要树立国际视野,持续深耕“走出去”,探索“全向度”国际传播之路;要坚持科学评估,严守选题会制度。

王昕表示,随着融媒体技术的发展和普及,不少专业出版社在选题策划与图书出版方面,面临着图书内容与表现形式单一、复合型编辑紧缺、缺乏IP思维三方面问题。她认为,专业出版社必须从内容和渠道两个方面构建选题思维。一方面对选题进行开放性策划与开发,加强同其他行业的跨界交流与合作,更及时、深入地了解行业趋势和市场需求,扩大选题视野。另一方面加强选题创意与专业特色的结合,并延伸到产品设计、营销方式、媒介应用等一系列环节,最大程度实现选题的复合性价值。

黄宁群认为,经典图书持续畅销并焕发新的生命力,其核心在于选题价值。出版从业者经过独立判断与思考,认真调研读者需求,才能发现具有稀缺性与独特性、经得起时间考验的图书选题。她建议健全精品选题策划机制,持续优化选题结构,服务于人民和时代需求,推进内容创新、技术创新和机制创新,让出版社的选题策划能力具备更多国际竞争力。

中宣部出版局相关同志,中原出版传媒集团、中国人民大学出版社、河南大学出版社、郑州大学出版社等出版单位代表,河南大学等高校出版方面师生代表200余人线下参会,6000余人次通过中国出版传媒商报视频号、出版视点视频号观看直播。

(王新雪 张绮月)

童书市场红利过后

华东六少如何奋楫前行?

关键词 少儿出版 童书市场 经营策略

中国出版传媒报记者 孙珏

如果从2013年算起,至2023年,童书市场可以说走过了高开高合的10年。从“所有赛道值得重做一遍”的人口红利、品类红利到消费疲软大

势下的行业总量下降,利润在折扣挤压下的倒挂,一直走在市场前端的华东六少社似乎也遇到了前所未有的难题。

书,童书是电子产品入侵的唯一护城河——家长不会让孩子过多接触电子产品。但在现实面前已被“攻破”。内容呈现形式的大幅数字化、视频化,以及产品销售、消费方式的全面线上化,让童书出版人第一时间从纸质书的美好中清醒过来。然而,难题在于,基于童书出版商转型儿童文化和儿童教育服务商,需要头部自有IP的积累,这对于版权混战多年的专业少儿社来说并不现实。然而,做

小幅度地对接和跨界、做新项目的探索,也只是在下行通道中所作的解燃眉之急的“权宜之计”,但总归比没有强。因此,从华东六少社的整体发展状况看整个童书产业的发展,形势并不乐观。

2024年,行业自救依然重要。新媒体传播方式以及数字化内容的终端需求,既然不能逃避,只能迎头适应。比如,浙少社提出将儿童文学培育成达人眼中的“刚需”品;安徽少年儿童出版社在产品端

开拓了更加适应市场需求的品牌产品;明天出版社制定了深耕省内市场的确切性策略,逐步建设适合区域市场需求的产品线,同步探索产品新形态,打造阅读新场景;二十一世纪出版集团提出了“降库存、降应收账款”的切实举措……2024年,华东六少再聚首,我们邀请六少掌门人、渠道负责人等就多个核心话题,向他们发出了针对性提问。这些问题涵盖宏观趋势、线上线下变化、规模和盈利抉择、经营策略、新项目等不同维度。我们意欲探寻这些童书市场的长期主义者,在2023年看到的、亲身经历过、如何行动,并预测2024年爆款产品。(详见本期“2024华东六少专刊”第4-12版)

●商报专递

全国新华研学协作共同体成立

中国出版传媒商报 2月29日,“中国新华书店协会研学教育专业委员会暨全国新华研学协作共同体”成立仪式在山东曲阜“中华优秀传统文化国际研学营地”举行。山东省政协副主席、民盟中央常委、省委主委王修林,中国出版集团有限公司董事长、党组书记,中国出版传媒股份有限公司董事长黄志坚,罗马尼亚驻华大使馆公使衔参赞克劳迪乌·弗洛里安,北京罗马尼亚文化中心主任利维乌·策兰努,韩国电子出版学会副会长兼事务局长安友利,中宣部印刷发行局二级巡视员、发行处处长武远明,山东省委宣传部副部长、省电影局局长程守田,山东省省直有关部门负责人,山东省十六地市教育局系统及各区县教体局领导,部分出版集团领导,全国新华书店系统主要领导及相关负责人近500人出席活动。共同体成立仪式由山东出版集团有限公司党委书记、董事长张志华代表主办方介绍了近年山东出版集团发行板块转型升级融合发展的总体情况,并对“全国新华研学协作共同

体”的未来蓝图作出展望。

武远明在致辞中指出,“全国新华研学协作共同体”和“全国新华文旅研学专家委员会”的成立,标志着新华书店在多元创新融合发展上迈出了坚实的一步。

中国新华书店协会常务副理事长张雅珊表示,“全国新华研学协作共同体”的成立,是全国新华书店系统推动文旅融合发展的重要里程碑,带动了出版发行上下游之间、文旅与教育事业之间、传统文化与世界文化之间的“三大融合”。

陕西新华出版传媒集团党委书记、董事长张炜,新华书店总店党委书记、执行董事任江哲为“全国新华文旅研学专家委员会”专家代表颁发聘书。

活动同期举行了全国新华研学旅行工作研讨会。专家委员会成员王晓燕、陈国忠、韩新、王秀玲围绕新时代研学高质量发展、创新研学旅行体系、研学实践教育基地建设、研学课程设计等主题进行成果分享。研讨会由专家委员会成员王德刚主持。

同日,中国新华书店协会召开研学教育专业委员会预备会、研学教育专业委员会成立大会,选举产生了山东新华书店集团等19家主任委员单位,并召开了首届主任委员办公会。(聂慧超)

2023年全国人均拥有图书8.40册(张)

中国出版传媒商报 近日,国家统计局发布《中华人民共和国2023年国民经济和社会发展统计公报》,公报显示,初步核算,2023年全年国内生产总值1260582亿元,比上年增长5.2%。其中,第三产业增加值688238亿元,增长5.8%,第三产业增加值占国内生产总值比重为54.6%。

公报显示,2023年年末全国共有公共图书馆3309个,总流通112668万人

次;文化馆3508个。2023年全年生产故事影片792部,科教、纪录、动画和特种影片179部。出版各类报纸258亿份,各类期刊18亿册,图书119亿册(张),人均图书拥有量8.40册(张)。年末全国共有档案馆4154个,已开放各类档案23827万卷(件)。全年全国规模以上文化及相关产业企业营业收入129515亿元,按可比口径计算,比上年增长8.2%。(张馨宇)

●商报潮势

出版人,该重新思考定位了!

中国出版传媒报记者 张馨宇



Sora可以直接以不同设备的本机纵横比为创建内容。/图源OpenAI官网

美国当地时间2024年2月15日,美国人工智能研究公司OpenAI发布了Sora(源于日文“そら”,意为“天空”),再次震惊世界。Sora是人工智能生成视频大模型,而OpenAI更愿意将其称为“世界模拟器”。在观看Sora生成的视频后,“世界模拟器”是对更加精准的描述,Sora可以根据用户的文本提示创建最长60秒的逼真视频,该模型了解这些物体在物理世界中的存在方式,可以深度模拟真实物理世界,能生成具有多个角色、包含特定运动的复杂场景——如果不仔细观察,很难分辨出真假。

消息一出整个传媒业大“地震”,不少传媒人、广告人直呼“没想到这一天来得这么快”。Sora运镜自然、画面流畅清晰、理解物理规律,如果今后可以像ChatGPT一样自由访问,出版传媒业的未来该往哪里去?

内容创作进入新时代

AI代替论不可避免地再次上演,大部分人真的会成为“无用阶层”吗?清华大学新闻与传播学院教授沈阳认为,在AI的帮助下,文化传媒行业的制作成本将越来越低,会有更多人进入这一行业,如果原先行业内的人没有掌握这种工具,那毫无疑问会被新加入的人群所替代。面对新技术必须要积极跟进,不然就会面临价值的消解。但是客观地从内容生态的角度来说,却是积极的。“Sora为人类的想象插上翅膀,也因此未来会出现一大批新的,甚至类似于文艺复兴式的,在文化艺术方面有创造性的作品,给文化传媒行业带来一种文艺新奇感。”(下转第3版)

精彩导读

本期20版

本期特别推出

2024华东六少专刊(P4-12)

提问华东六少掌门人 如何站在时代的新潮头? P5~6

华东六少渠道负责人谈 2024,渠道增长点在哪里? P7、10

2024,谁会是新“顶流”? ——华东六少社2024潜力物品揭秘 P10-11

靶向发力传播优质内容 赢得高版税收入 P13-15

拓宽经营路径 助力书香校园建设 P17



编辑:张馨宇 排版:章耀公