

由活字文化策划、中信出版集团出版的“给孩子”系列迎来10周年,取得积累19位作者、18种著作、畅销400万册的成绩。该系列引领“大家”给孩子写小书风潮,有着怎样的策略和经验?当前市场环境下,如何“给孩子”做好书?我们采访了活字文化总编辑李学军。

19位作者、18种著作、畅销400万册 “给孩子”系列10年“进化”路

“给孩子”系列第一册,是北岛选编的《给孩子的诗》,出版至今已满10年。策划该书时,我们就定位了“给孩子”系列的宗旨:以“大家”眼光和手笔,给孩子一部好作品,开启青少年的人文通识之路。10年来,我们老老实实地按照当初定下的宗旨,一本本地策划选题、邀约作者,走到今天,这套书已经有18种原创作品,6种延伸图书,1门音频课程,以及一些周边文创产品。

两条核心定位:“大家”作者、通识文库

10年做18种书,在速度就是生命的当今市场上,是很慢的节奏了。尤其是“给孩子”系列打出影响后,市面上涌出一波又一波书名“给孩子”的图书。可以说,我们的“给孩子”系列引领了少儿通识读物的出版风潮,也说明这个类别的出版物有着很大需求。我们心里不着急是不可能的,也不是不知道如何在短期内快速操作出一套大书,收获丰沛的市场利润。但是我们没有这么做,而是依然选择坚持原创,坚持邀约“大家”作者的作品,哪怕需要等待。

为什么请名家大家给孩子创作?

这要回到我们做这套书最初的想法。中国的少儿人文读物,几十年缺乏一套有标志性的产品。我们希望“给孩子”这套给青少年的通识文库,能达到我们心目中的最高水平,留得下来、传承下去,成为经典。如北岛所说,这套书不仅是给现在的孩子,还应该给他们的下一代。

“大家”不仅仅是有名气、有流量。“大家”之名从何而来?那是他们积累多年的专业能力的标

志。他们在自己研修的领域里,是不可替代的佼佼者,功力深厚,思想深刻,高瞻远瞩,由他们写下的通识读物,深入浅出,高屋建瓴。我们要坚持“给孩子留下一部好作品”的理念,必须从源头把控其品质的起点。而“大家”作者,就是这个起点,是品质最根本的保证。

100年前,在经历新文化运动之后的那个时代,许多学识渊博的“大家”写作普及作品蔚然成风,出版了很多面向青少年的丛书,比如“万有文库”“少年史地丛书”“初中生文库”等。而在如今崇尚专业化、学院化的社会背景下,中国的名师、“大家”为青少年写书的风气淡化了。但是,这不意味着名师、“大家”不想为孩子奉献自己的学识才华。我们相信,在坚定的推动下,“大家”们为孩子、为未来的责任感和爱心一定会被唤起。果然,我们邀约的作者,基本上都很快接受了任务。市场上冠名“给孩子”的书越来越多,书名、写法、装帧设计这些外在形式可以模仿,但是,“大家”的手笔、眼光、精神内涵无法复制。

也许有人说,这个时代,是去权威的时代,还有必要如此仰赖名家大家吗?确实,如今个人自我意识上升,普遍不愿意接受自上而下的教育。但其实“大家”的作品,不一定是教育式的。真正的“大家”,反而平易近人,深入浅出,“大智若愚,大巧若拙”。这样一种境界,自然会体现在作品上,同时,这也是我们在策划出版过程中不断勉励自己的目标。

通识不是通俗

“给孩子”系列的内容定位是通识读物。通识教育,或者称通才教育、博雅教育,在国内外的大学



李学军(活字文化总编辑)

里已经普遍开展。我们希望通过这套丛书,让通识教育理念在中小学阶段就开始实施,从建立三观的年龄开始影响和引导孩子。“孩子”的概念范围比较宽泛,对应着一个人形成三观的人生阶段。面向青少年的通识教育,其重要意义在于使他们在成长的过程中,逐渐融化糅合真善美的元素,造就雅正的品格。这就需要接触、阅读好的文化作品,润物细无声,相信这种浸润的影响不可磨灭。

通识不是通俗,而是跨越领域、学科,培养通透、博雅的能力。这样的能力比知识获得更为重要。急剧变化的时代,未来的不确定性大增,现在的孩子,将来面对新世界,如何成长得更好更自信,人文通识能力将会给予他们更有力量的支撑。基于人文通识的要求,“给孩子”系列既有培养人文素养必需的文学类阅读,比如诗歌、散文、故事、古文等,也有激发想象力、思考能力的阅读,比如科幻、哲理、演讲,还有科学、艺术修养的培育,比如生命简史、音乐、书法、电影、国宝、中国古建筑等。未来,我们还在人工智能、考古、历史、影像等方面布局,给孩子提供认识世界、认识历史、认识自我的辅助路径。

由于出版技术的发展,以及新媒体技术的迅速普及,现在的图书、音视频铺天盖地,但品质良莠不齐。如果一个人从小吃“垃圾食品”,怎么能发育出一个健康的身?出版人的职责是提供健康、“有机”的精神食品,并且让这些好东西尽可能抵达更多孩子,让他们在人生筑基阶段长得“根正苗壮”,开启眼界和智慧,这样未来才能走得更稳更远。近期我们推出该系列平装版的举措,就是希望能以更加平易近人的形式和定价,走进更多少年和他们的家庭中。

书博会现场

中国出版传媒商报 7月26日,书博会,以“人间惊鸿,大唐盛宴”为主题的“唐朝往事”系列丛书新书发布会举办。活动由辽宁出版集团指导、辽宁人民出版社(以下简称“辽人社”)主办。

“唐朝往事”系列丛书是辽人社2024年的重点出版项目之一,由中国唐史学会副会长、河南大学历史系耿元骕教授担任丛书主编,20位来自全国各著名高校的青年学者历时3年共同创作完成。丛书共20卷,包括10卷历史事件、5卷人物传记、5卷历史专题,主题涵盖唐朝历史多个维度,内容承载300年大唐全貌。

丛书主编耿元骕,中国唐史学会副会长、上海师范大学教授张剑光,丛书作者上海电机学院教授朱成实、河北大学教授张春兰、山东师范大学副教授王培峰出席此次发布会,并交流分享了丛书创作体会。

与会专家认为,该系列丛书的出版能够准确传播中国历史文化知识,巧妙地学术研究将与科普教育融为一体,可以让读者真正走进唐朝、理解唐朝,对普及中国历史知识、传承中华文化具有真正的意义和价值。

随着该系列丛书的出版发行,读者将有机会近距离、全方位地感受大唐的辉煌与魅力。丛书不仅是对唐朝历史的深度挖掘,也是对传统文化的现代传承和高度传播,更是讲好中国故事、传播好中国声音的一次有力实践。

发布会上,辽人社为部分优秀经销商授牌。北京人天书店集团总经理施春生代表经销商发言,他表示,将持续秉持着“卖好书”和“供好书”的宗旨使命,把“唐朝往事”系列丛书推广给更多喜好历史、热爱唐朝文化的读者朋友。(张聪聪)



中国出版传媒商报 7月26日~29日书博会上,荣信教育文化产业发展股份有限公司旗下品牌乐趣、傲游猫、儿屿,特别准备了丰富多样的图书和生动有趣的活动,与大小朋友再次见面。

此次乐趣展位有立体书、翻翻书、触摸书、洞洞书、发声书等形式多样的图书,满足0~14岁少儿多元的阅读需求。为期4天的展会,乐趣展位人气爆棚,吸引小读者和家长的目光。“揭秘翻翻书系列”“世界经典立体书珍藏版系列”等依旧深受小朋友喜欢;《米吴科学漫画·奇妙万象篇》《牛津科学 侃侃闪闪的科学大冒险》让孩子们在轻松愉悦的阅读中增长科学知识;小朋友拿着《鳄鱼先生立体游戏屋》玩不够,旁边的妈妈惊讶且开心地说:“从来没见过孩子这么喜欢看。”

“乐趣”小火火箭点读借阅吧”为潜在合作商展示了新颖独特的合作模式,不断有人咨询合作。“点读借阅吧”不仅利于母婴门店经营管理,还能帮孩子培养阅读习惯。

此外,由中国出版协会主办的第四届少儿阅读节发布了“百种优秀童书推荐书目”,设立了“百种优秀童书沉浸式互动体验”展览。乐趣的音乐故事绘本《看见天鹅的房间》入选“百种优秀童书推荐书目”。

少儿阅读节舞台上,《米吴科学漫画》炫酷科学小课堂精彩开讲,乐趣阅读推广人宋莹莹分享了科学少年米吴与意外闯入地球的太空神秘生物——科学小象的精彩故事,带小朋友现场做了“3D全息投影实验”。

书博会上,乐趣的吉祥物乐乐和每个路过的小朋友打招呼。现场的集章活动也为大小朋友带来了满满的参与感。(沈西)

辽人社重点出版项目「唐朝往事」系列丛书发布

乐趣书博会展位人气爆棚



关注

「人民艺术家」齐白石绘画艺术(珍藏版)发布

中国出版传媒商报 2024年是齐白石诞辰160周年。7月24日,为深入学习贯彻习近平文化思想,传承中华优秀传统文化,“人民艺术家——齐白石绘画艺术”暨《齐白石绘画艺术》(珍藏版)新书发布会及传承“人民艺术家”精神研讨会系列活动,在人民美术出版社开幕。中国文联原党组书记胡振民,中国出版集团有限公司总经理、党组副书记常勃,中宣部出版局副局长杨芳,文化和旅游部艺术司副司长何亚文,北京市文物局副局长宋豪杰等出席开幕式。人美社总编辑高世屹和社领导班子,中国美术馆、中国艺术研究院、北京画院、中央美术学院、北京师白艺术研究会等各界人士百余人参加开幕式。人美社总经理赖雪梅主持开幕式。

此次展览“白石风采,再现经典”“师白传承,续写辉煌”“课徒传承,共谱华章”三部分。高世屹表示,此次特展是人美社花费半年时间精心筹备的大展,具有三方面意义。一是致敬经典,厚植根基,通过出版、展览、研讨会等多种形式让人民群众感受经典的力量。二是弘扬经典,赓续文脉,通过对齐白石、娄师白、娄述德三代艺术家作品的同台展示,完成一次经典与传承的深度对话。三是传播经典,普及大众,自20世纪50年代至今,人美社先后编辑出版过45种有关齐白石的出版物,在人美社70余年的历程中,平均不到2年就出版1种有关齐白石的图书。无数读者通过这些图书,认识了大师齐白石,临摹学习齐白石的经典作品,提高自己的审美素养和文化涵养。

《齐白石绘画艺术》改编者、娄师白长子、北京师白艺术研究会原会长娄述德表示,此次展览是近年来回顾齐白石艺术传承与发展的一次成功、全面的高峰之作。活动现场,常勃宣布展览正式开幕,并同胡振民、全国工商联原副主席王治国、国资委中国民族贸易促进会执行会长刘延宁以及高世屹、娄述德一起为《齐白石绘画艺术》(珍藏版)新书揭幕。

人美社联合出版、展览、期刊、营销、融媒体等板块,将图书资源多层次、全方位、立体式开发,并得到北京市文物交流中心的大力支持,策划“人民艺术家——齐白石绘画艺术”,同时举办《齐白石绘画艺术》(珍藏版)新书发布会及传承“人民艺术家”精神研讨会,形成以图书出版联动艺术展览以及学术研讨、艺术游学等活动的发展模式,探索新时代美术出版多元发展的新方向。传承“人民艺术家”精神研讨会上,与会嘉宾围绕中华优秀传统文化的传承与创新,坚守人民立场、勇攀文艺高峰,“人民艺术家”精神的传播与普及三个议题,进行了深入探讨。(张聪聪)



《齐白石绘画艺术》(珍藏版)新书揭幕仪式 宗璞创作80年暨《宗璞文集》出版座谈会

宗璞创作80年心血结晶《宗璞文集》出版

中国出版传媒商报 7月26日是作家宗璞96周岁生日。从事文学创作80年来,宗璞以笔耕不辍的精神,为当代文坛奉献了文质兼美的小说、散文、童话、诗歌作品,并以“诚”与“雅”的文学品格书写了20世纪知识分子赤诚而坚韧的家国情怀。

7月27日,由人民文学出版社、中国现代文学馆主办,中国社会科学院外国文学研究所协办的宗璞创作80年暨《宗璞文集》出版座谈会在京举行。中国作家协会党组书记、副主席、书记处书记张宏森,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出席并致辞。中央文史研究馆馆员、原文化部部长王蒙线上致辞。96岁的宗璞亲临现场,并致辞感谢主办方和读者的厚爱。座谈会由中国作协党组成员、副主席、书记处书记,中国现代文学馆馆长李敬泽主持。

张宏森表示,80年来,宗璞将炽热的赤子之心镌刻在文字里,她的创作精神和艺术成就使我们深为敬佩。我们要在习近平文化思想指引下,引领文学界学习老一辈作家的崇高精神,共担新时代新的文化使命,为推动文化繁荣、建设文化强国、建设中华民族现代文明,做出新的更大贡献。

黄志坚提到,《宗璞文集》的出版,是名家社联手的又一力作。保障文化传承、传播主流价值、推动文化创新都需要一大批文化名家大家,中国出

版集团将进一步提升编辑能力建设,为名家大家提供优质服务,助力书香社会建设;进一步努力创新发行方式、拓展传播渠道,不断适应现代社会文化需求的巨大变化,将更多优质文学精品传递到读者手中,努力吸引更多年轻人进入经典文学的世界,在学习和传承中发扬文学前辈为人文的风骨精神。

王蒙在视频致辞中谈到,宗璞的文学作品优雅高尚,书香文脉、风云忧患、柔韧尊严、精致细腻,是中国当代文学的精品之作。她有内功、有底蕴,她的学问、格局、境界,有自己的“高大上强”。

“80年,路好像很长,又好像很短,一下子就到了现在。”宗璞在发言中回忆起父亲冯友兰的教诲,以及她所敬爱的人文社社长韦君宜,回想起当年去上海拜望巴金的情形,往事历历在目,令人感动。李敬泽表示,对中国文学界、对每一位热爱宗璞的读者来说,这都是一个具有特殊意义的日子,我们因此感到欣喜、幸福和温暖。

座谈会上,宗璞之女冯瑛、人文社副总编辑赵萍代表亲属和出版方向中国现代文学馆捐赠了十卷本《宗璞文集》,中国现代文学馆常务副馆长王军代表文学馆接受捐赠,并向宗璞颁发入藏证书。《宗璞文集》全面收集她写作80年来的优秀作品,包括散文、中短篇小说、童话、诗歌、译作、翻译以及长篇小说,并附有重要的访谈和《宗璞文学年表》。文集的编辑工作经历近3年,其间宗璞以耳读的方式回顾收入文集的几乎全部作品,并对重要作品进行修订。10卷文集,是宗璞80年心血的结晶。会场还展出了中国现代文学馆珍藏的宗璞珍贵手稿、照片资料,其中宗璞1948年《雪后》手稿为未刊稿,属于国家三级文物。人文社总编辑李红强、北京作协副主席乔叶以及宗璞的亲属、朋友,出版界、学界代表参加了座谈会。(张聪聪)

策划谈

《凯叔儿童心理自助书 我不知道怎么办?》今年2月由博集天卷旗下小博集策划、湖南少年儿童出版社出版,目前已销售2.5万册。

近些年儿童抑郁、焦虑等心理健康问题越来越多,家长如何帮孩子提前预防,而孩子又如何自己识别不良情绪、如何自我纾解,是家长急切关注的问题。《凯叔儿童心理自助书 我不知道怎么办?》便以此为痛点,故事大王凯叔联手中国科学院心理所旗下启元儿童发展中心,通过120个真实案例,总结出孩子最常见的心理问题,并用漫画插图的形式,给家长和孩子切实有效且易实操的方法建议。

据悉,凯叔与启元儿童发展中心的专家反复沟通,发现孩子的心理问题不是突然间形成的,更多时候是在成长的过程中,由一些小事情、小困扰积累而成的。家长却常常忽视孩子日常生活中发出的“怎么办”的求助信号。凯叔希望能为孩子提供简单、有效的解决方

法。以此为最初设想,这套书便诞生了。

该套书围绕情绪、专注力、自控力、社交、自信心、内驱力6大主题,根据真实咨询案例还原孩子生活中常见的120个心理成长问题,依托专业的心理学方法,用生动的文字及幽默的图画告诉孩子“遇到问题,该怎么说、怎么做”,为孩子的内心打开一个窗口。同时,每一个成长问题都设置了一个心理小游戏(共120个),孩子在玩的过程就是在体验及解决成长问题的过程。

归纳该套书亮点,小博集营销编辑表示,包括几个方面:着眼于4-8岁低龄儿童,以预防心理健康问题为宗旨;一问题一方法一游戏的编排方式,符合低龄儿童的阅读习惯;由中国科学院心理所旗下启元儿童发展中心多位权威儿童心理学专家组成专家团队,专业领域精准对应

热销2.5万册,策划团队决定以点带线策划产品

中国出版传媒报记者 沈西

儿童心理的各方面,实战经验丰富;配套家长指导手册、家庭心理教育课程,以及趣味心理测试通过扫码可得。

该套书上市初期就根据不同渠道需求定制赠品,重点围绕孩子交友问题、自控力差、不专注等热点问题,进行视频分发和新媒体“打爆”。同时,策划方联合凯叔自有粉丝渠道,联动宣传。多个爆款视频,互动量均破千,实现了良好转化。

儿童心理自助书籍近年来表现出色,且在短视频电商渠道中表现突出。新生代家长对儿童心理健康和自我保护普遍较为关注,这意味着儿童心理自助书籍在市场上仍有较大的需求和发展空间。该营销编辑透露,小博集计划以该套书为切入点,以点带线,继续扩充这条产品线。