

打好“组合拳” 推进全民阅读高质量发展

□河北教育出版社社长 董素山



重庆、郑州、上海、北京……今年以来,我的行程紧张而忙碌,不是在出差,就是在出差的路上。打造南开学者书系,成立民俗学出版中心,重启《世界文豪书系》……一大批有思想高度、文化厚度、情感温度的冀教精品图书正在有条不紊地推进着。近年来,河北教育出版社深入实施精品生产战略,积极开展营销创新,全力推动融合发展,不断提升出版发行能力,提高服务水平,助力全民阅读不断走向深入。

打造精品图书,夯实全民阅读基础

河北教育出版社自成立以来,一直秉承“服务教育、传承文明”的立社宗旨,重点打造了《中华文史》《中国现代学术经典》《世界文豪书系》《世界名画家全集》《世界诗歌译丛》等一批具有较大文化积累传承价值的图书,在学界备受瞩目,影响力绵延至今。

近年来,面对出版业越来越激烈的竞争态势,河北教育出版社坚持“教育出版立社,主题出版兴社,精品出版强社”的发展思路,优化调整产业布局,谋划实施重点项目,推出了《中国民间文学史》《马达文文集》《清代直隶总督文献集》《世界汉学诗经学》《葛剑雄说城》“年轮典藏丛书”等一批具有思想深度、学术高度、市场宽度、读者认可度的优秀出版物。其中,“古典文学与华夏民族精神建构丛书”《中国椰子》荣获中华优秀出版物奖,《世界之中国》等17种图书入选国家级重点规划、资助项目及推荐书目。今年,河北教育出版社为中国社科院外国文学研究所研究员吴晓都颁发学术顾问聘书,以推进《世界文豪书系》出版工程顺利重启;和中国社会科学院文学研究所民俗学文化研究中心共同成立了民俗学出版中心,持续集中策划和出版民间文学民俗学方面的精品著作,推动中国民间文学民俗学学科体系、学术体系和话语体系建设;与中国武侠小说学会联合策划了《中国武侠小说通史》,入选2023年国家出版基金资助项目。

在精品出版方面,河北教育出版社多年来充分发挥学术指导委员会的作用,邀请国内一流专家为社里重要选题把脉,拓展选题思路,开阔选题视野,完善选题内容,有力地提升了冀教出版物的美誉度和影响力。依托名家资源,河北教育出版社积极推行图书策划人制,注重系列化呈现、品牌化打造,推出“李东华儿童文学系列”“刘苏里学术名家系列”“刘跃进学术讲演系列”“刘国辉南开学者书系”“安德明民间文学系列”“中国符号系列”“西柏

坡档案系列”“教育研究系列”“中国民间文学研究出版工程”“中国古典诗话‘大家讲译’丛书”“远望学术文库”等有规模、有影响力的连续出版物,以大批量的、能给广大读者带来更多精神滋养的好书,为进一步夯实全民阅读的基础作出应有的贡献。

拓展营销渠道,构建全民阅读新生态

随着互联网的发展,人们的阅读生态发生重大改变。面对新的文化产业形式和数字化的阅读新场景,河北教育社在实体店书店、传统电商、社群等传统发行渠道外,积极布局抖音、快手、B站、小红书等新媒体营销渠道,努力构建线上线下全面发力的立体营销网络。

在构建全方位营销体系的同时,河北教育社对于冀教图书受众人群契合度较高的平台进行重点推广,如用户以年轻大学生为主的小红书,取得不错的效果。《西方文学之旅》是清华大学教授徐葆耕的经典著作,学术性和可读性兼具,读者群与小红书用户高度吻合。2022年9月,河北教育社从近百位读书UP主中精选了20人合作,在一个相对集中的时间里对本书进行了持续宣传。《西方文学之旅》在小红书上热度急剧飙升,短期内累计点赞、收藏超过10万,带动了图书热销。本书近两个月在各大平台累计销售5000余册,成为大码洋图书销售的成功案例,也为同类图书的营销积累了有益经验。哥伦比亚大学教授高伟的《云帆集》也被小红书用户强烈推荐,频频入选好书榜单。

为进一步加强营销力量,提高全员营销的意识,河北教育社邀请故宫博物院原常务副院长王亚民、北京开卷信息技术有限公司副总经理洪俊杰等举办专题讲座,提升员工选题策划、整合资源、产品定位、营销推广、IP运营等方面的能力。

创新阅读推广,提升全民阅读服务水平

“最美奋斗者”丛书”围读会上,请专业快板书演员,把“航母舰载机英雄试飞员”戴明盟的故事编成快板书;《中国椰子》围读会上,请来专业戏曲演员,上好戏妆穿戴好行头,直直直令来上一段《杜十娘》;《穿越千年赏好词》的新书首发式上,孩子们精彩的诗词朗诵为活动拉开序幕;推广“年轮典藏丛书”时,将作者张楚、弋舟、笛安请到现场跟读者近距离交流,还邀请了电视编导、文化学者郑标跟嘉宾展开一场高水准的对话……近年来,河北教育出版社以精品图书为载体,开展了一系列形式活泼、内容厚重的阅读活动,进一步满足读者的阅读需求,提升全民阅读服务水平。

这些活动大多在河北教育出版社旗下的24小时书店呈明书店举办,也为书店聚拢了不少人气。通过创新阅读活动,让更多读者在逛书店的时候,被新颖的活动吸引,与美好的图书邂逅。

接下来,河北教育社将进一步解放思想、奋发进取,以河北出版传媒集团要求的“三稳三新五提升”为着力点,打造精品,创新服务,奋力谱写中国式现代化河北场景的出版新篇章。



河北教育出版社举办的《中国椰子》围读会现场。 冀教社 供图

以书会友赴盛会 “读者”魅力谋新篇

——访读者出版集团党委书记、董事长梁朝阳

□本报记者 田野

7月27日至31日,第三十一届全国图书交易博览会将在山东济南举办。在远隔千里之外的陇原大地,甘肃广大出版工作者对此次书博会已是计日以俟,他们希望通过本届书博会,让“读者”精品图书得到充分展示,推动甘肃出版业按下高质量发展的“快进键”。

“书博会是图书贸易平台,更是展示出版业改革发展成果、促进文化交流的重要舞台,是深入推动全民阅读、建设书香社会的重要载体。”书博会前夕,读者出版集团党委书记、董事长梁朝阳接受《中国新闻出版广电报》记者采访时说,读者出版集团对本届书博会充满期待。

“精益求精打造图书精品,精耕细作呵护‘读者’品牌,精进笃行推动深度融合,尽锐出战助力书香社会建设。”过去近4年间,读者出版集团深入学习贯彻习近平总书记考察调研读者出版集团时的重要指示精神,坚定文化自信,牢牢把握正确方向,始终把社会效益放在首位,锐意改革创新,发力深度融合,积极构建一主多元产业格局,各项工作取得明显成效。梁朝阳介绍,按照专业化、特色化、精品化发展思路,读者出版集团组织实施了一批具有市场性、引导性和带动性的图书出版项目,新版图书策划和对出版资源再挖掘利用能力持续增强,出版物结构不断优化,单品种效益不断提升。

值得一提的是,读者出版集团通过不断加快数字出版发展步伐,依托旗下的甘肃教育出版社长期以来形成的敦煌学出版积累,打造的“敦煌书坊”融合出版平台已完成数字化加工学术专著、古籍2500余部(种),建成了敦煌学和丝绸之路专业知识库,并已入驻国家知识服务平台;“文溯阁《四库全书》数字化影印出版项目”完成数字化采



集任务,古籍数字化试水起步。“为人民提供更多优秀精神文化产品是出版人不可推卸的责任。”记者在采访中了解到,读者出版集团通过大力实施“专精特新”精品出版工程,如今已结出硕果。2022年,读者出版集团旗下各出版单位出版各类图书总印数7865万册,全年共有137个出版项目入选各类省部级和国家出版规划、重点工程和资助项目,品种之多历年少有。

志合者,不以山海为远。梁朝阳告诉记者,为全面宣传展示近年来读者出版集团取得的各项成果,凝聚起团结奋进新征程的磅礴力量,此次书博会期间,读者出版集团旗下9家出版单位将悉数亮相,参展出版物近500种、2000余册,展陈规模和阵容为近年来参加书博会之最。

“读者”品牌为阅读而生,读者出版集团一直致力于阅读风尚和先进文化的引领,为大家提供优质服务。近年来,读者出版集团充分发挥“读者”品牌在全民阅读中的引领力、传播力,在不断探索实践中逐步构建起以甘肃省新华书店为中心,以市(州)、县(区)新华书店为分支,以“读者小站”和城市社区、校园、机关企事

业等单位读者书房、阅读空间、读书角、自动售书机以及读者乡村文化驿站为末梢的“点·线·端+全民阅读”建设书香社会的“读者方案”。2021年,“读者方案”被国家新闻出版署评为“全民阅读优秀项目”。截至目前,累计建成“读者小站”20多家,“读者书房”100余家,“读者阅读角”近千个,“读者乡村文化驿站”3所。

作为大力推动全民阅读活动,营造爱读书、读好书良好社会氛围的重要平台,书博会与书香社会建设一向是相辅相成、相得益彰。梁朝阳说:“我们希望通过本届书博会充分展示甘肃出版成果和甘肃特色出版资源,了解行业最新动态,与同行深入交流,进一步拓展读者出版集团发展维度,完善产业生态,提升‘读者’品牌影响力,为深化全民阅读、建设书香中国和不断推进社会主义文化强国建设贡献‘读者’力量。”

“对读者出版集团而言,高质量发展就是始终牢记习近平总书记任文化传承发展座谈会上的重

要讲话精神,考察调研读者出版集团时的重要指示精神,把社会效益放在首位,实现社会效益与经济效益相统一的协调发展。”在梁朝阳看来,要进一步以“读者”品牌为引领,以创新为第一动力,加强企业科学管理,切实提高出版主业发展质效,在打造更多优秀精神文化产品的同时,不断提升企业经济效益,实现可持续发展。

梁朝阳表示,读者出版集团将立足甘肃丰厚的历史文化资源,大力发展特色出版,成体系打造特色佳作。坚持守正创新,弘扬工匠精神,持续巩固《读者》行业地位,切实办好《读者》港澳版、台湾版,全力推动《读者》校园版和原创版的发行向“百万大刊”迈进。着力构建数字出版产业链,深入实施“读者方案”,有计划、分步骤推动全省新华书店中心门店升级改造,着力为广大读者提供更便捷更全面的阅读服务。坚持用“读者”品牌影响力赋能多元化业务,努力推动集团高质量发展再上新台阶。



甘肃省镇原县四合小学的学生在“读者乡村文化驿站”里读书。 本报记者 田野 摄

为孩子打开阅读的N种方式

□浙江少年儿童出版社总编辑 吴颖

浙江少年儿童出版社婴童分社社长刘蕊刚刚结束了浙江省内4场“侦探菜小白”“剧本杀”研学活动,虽然嗓子有点沙哑,但在复盘几场活动时,仍抑制不住内心的小激动,不禁感慨道:“参加活动的孩子们比想象的还要感兴趣,看到小读者对活动的喜爱和投入,我们又浑身充满了动力。”这是浙少社首次以主题“剧本杀”研学活动的形式走进沉浸式阅读推广,也是浙少社今年暑期阅读N种打开方式之一。

和过去3年新冠疫情期间相比,浙少社今年暑假的营销和编辑有点忙碌,前面提及的“剧本杀”研学活动只是浙少社暑期阅读推广的一个小片段。除此之外,邀请名家走进各地书店开展读者见面会,“浙少故事总动员”走进卖场分享绘本故事,语文名师组织种子教师开展研习营培训,优秀绘本插画展巡落地图书馆社区,名家创作分享走进图书馆直播间……形式多样、内容丰富的系列线上线下阅读活动早已排到了8月末,我们还源源不断地收到来自全国各地的下半年阅读活动邀约。

回顾浙少社多年来在阅读推广道路上走过的点点滴滴,我们立足读者需求,做好阅读服务,每年都会组织数百场活动为孩子们传播书香和阅读,迄今已坚持了20余年。面向不同受众人群的“名家人文行”“浙少故事总动员”“全国阅读示范基地学校”等公益活动也因此成为浙少社服务读者、助力全民阅读的品牌活动。其中,“名家人文行”多次入选浙江省未成年人思想道德建设10件实事。

自2014年以来,“全民阅读”已连续10年被写入政府工作报告,今年3月,教育部等八部门又联合发布了《全国青少年学生读书行动实施方案》。借着第二届全民阅读大会在杭州召开



之际,浙少社今年积极策划了“阅见万物共生,聆听生命回响”——《写给孩子的博物笔记·自然·生命共同体》保冬妮新书分享会、童话作家汤汤读者见面会、“原来中国画这么有趣”主题读书会、浙少故事总动员之“太阳和蚂蚁”主题故事会等近10场活动。无论是线下的名家见面,还是线上的直播分享,均受到了孩子和家长的喜爱。看着孩子们沉浸在作家分享的创作历程中,看着家长频频点头和孩子们在书香中产生共鸣,我们更加深刻地感受到,阅读推广是一件累并快乐着的事,同时我们也在回顾总结每一场阅读活动中思考着,如何才能为孩子们提供更多更优质的阅读服务,在助推全民阅读、传播优秀传统文化的过程中发挥更大的价值和作用。

新媒体时代的到来,改变了人们的阅读方式,少年儿童的阅读环境和阅读需求也变得多元。为了满足各个年龄段读者的阅读需求,浙少社积极调整,与时俱进升级阅读推广方式,尝试利用新媒体、新技术,整合名家、名师、名著等优质资源,在线上、线下、移动端为当代青少年打造基于阅读环境优化、阅读形式创新、阅读内容多元的多维度融合

阅读服务项目,通过一系列有效有趣的共读、深读活动,健全高效阅读机制,充分激发当代少年儿童的阅读兴趣、提升阅读能力,养成终生阅读的良好习惯。

今年上半年,浙少社积极应对各地的阅读需求,邀请了沈石溪、汤汤、汤素兰、彭懿、伍美珍等多位儿童文学作家和绘本作家,在4月23日世界读书日、第二届全民阅读大会、“六一”儿童节前后等重要时间节点,走近孩子们身边,近距离地分享阅读经验,畅谈创作心得,助力各地区校园读书文化建设。同时,我们也邀请了蔡志忠、梁晓声等名家和一线名师在教育视频号直播连线,助力孩子们的高效阅读;邀请张之路、乐多多等名家在图书馆直播间开展“共读一本书”领读活动,通过长效“整本书”阅读,帮助孩子们共读课外读物。

中宣部《关于促进全民阅读工作的意见》提出了提高数字化阅读质量和水平是全民阅读工作的重点任务之一。浙少社的数字出版与阅读推广起步不算早,但发展速度较快。“浙里听听”视听平台,是浙少社在2020年打造的

一个全新数字图书馆,依托浙少社优质的内容资源及作者团队,精心制作、专业配音,通过音视频内容的呈现,为孩子们讲述“最动听”的故事、传播知识。目前,“浙里听听”已上线的原创精品有声童书、儿童视频共1.5万余集,节目时长达15万分钟。形式多样、类型丰富,包括国内外经典童话、知识启蒙、睡前故事、亲子教育、科普知识、传统文化、名师课堂等等。“浙里听听”的数字服务上线至今,已累计服务用户80万余人。

无论是传统的“名家人文行”“浙少故事总动员”,还是顺应新技术而生的“公益直播课”、浙少数字图书馆,浙少社秉承出版单位的社会责任和文化担当,在阅读推广活动中始终坚持把公益性和服务性放在首位。优质内容生产和阅读推广是一件细水长流的工作,面向3亿多少年儿童的阅读推广更是在当代,功在千秋,需要每个出版人的精耕细作、用心经营。

不忘初心,牢记使命,寻求创新。关于阅读这件事儿,我们一直在路上!



浙江少年儿童出版社首场“侦探菜小白”主题“剧本杀”研学活动走进浙江新华书店。 浙少社 供图