



■本期关注:新年新选题

编者按 做好选题规划与布局,是出版单位提升内容质量的重要抓手之一。2024年,出版单位有哪些选题规划,将推出哪些精品力作?《中国新闻出版广电报》记者对部分出版单位进行了专题调研。本期05—07版,从主题出版、少儿出版、古籍出版、文学出版、科技出版、教育出版、社科出版等7类,展示2024年各单位的选题规划和出版思路,以期为行业规划选题提供参考和借鉴。

主题出版:

做强主线 做优产品

□本报记者 孙海悦

2024年全国新闻出版局(版权局)局长会议强调,要聚焦主题主线,加强系统谋划,持续做好习近平新时代中国特色社会主义思想出版宣传,做强做优主题出版,精心策划重大主题出版工程项目。迈入新的一年,主题出版工作如何与时俱进、再添新彩?多家人民社负责人就此向《中国新闻出版广电报》记者分享了做法与思考。

布局产品线
书写时代篇章

精品主题出版物涌现离不开产品线的持续建设。

浙江出版联合集团副总编辑、浙江人民出版社社长叶国斌介绍,2024年,该社将持续打造“溯源”主题出版工程,聚焦重大主题和关键节点,推出《习近平文化思想在浙江的探索与实践》等;深挖中华优秀传统文化和浙江特色文化资源,推出“文物看中国”系列等。

“我社将秉持党社和上海地区主题出版主力军的立社根本,策划出版一系列主题出版物。”上海人民出版社社长温泽远介绍,2024年该社将围绕宣传贯彻党的二十大精神,推动习近平新时代中国特色社会主义思想深入人心,介绍党的理论创新成果,研究阐释中国式现代化的理论与实践;推进党的诞生地发掘宣传工程,以“第二个结合”进一步激活中华文化时代生命力等。

湖南人民出版社社长贺正举表示,该社将以“四个结合”规划布局:立足用中国理论阐释升华中国实践,注重年度重点出版和中长期出版规划相结合;围绕主题主线,注重有深度和有温度、有意义和有意思相结合;抓好立体出版、国际传播,注重中文出版和多语种国际化传播相结合;突出地方中心工作,注重服务国家战略全局与服务地方经济社会发展相结合。

“我们坚持特色化、品牌化、专业化,将原创内容与专业出版、大众出版、融合出版相融互通。”广西人民出版社总编辑赵彦红表示,该社将面向全国,推出一批分众化、对象化读物;深耕地方,推出一批反映广西以铸牢中华民族共同体意识为主线、奋力谱写中国式现代化广西篇章的精品力作。

福建人民出版社常务副社长、总编辑林玉平介绍,该社将推出一批阐释解读中国特色社会主义道路、理论体系、制度和文化的专著和有点、有亮点的通俗理论读物;充分发挥资源优势、闽台区位优势,积极促进《摆脱贫困》《闽山闽水物华新——习近平福建足迹》多语种出版。

“我们将继续秉持‘上接天线,下搭地线,融合出版’的思路。”广东人民出版社副总编辑卢雪华介绍,2024年该社将联合权威学者,紧密结合新形势策划权威理论阐释类主题精品;做接地气的时政通俗理论读物,做长销书、畅销书;深入拓展融合发展新领域,以有声读物、互动音频、微课视频等形式丰富图书内容。

打造重点书
深挖资源优势

持续打造思想高地,浙江人民出版社将推出浙江省委宣传部主持的“习近平文化思想在浙江的探索与实践”课题成果《习近平文化思想在浙江的探索与实践》;围绕“中国式现代化”,推出《高水平科技自立自强与中国式现代化》;围绕“两个结合”,推出《大道与真理——马克思主义与中国优秀传统文化的贯通》等。

上海人民出版社计划推出“习近平新时代中国特色社会主义思想研究工程”等思想政治理论研究与党史党建类读物,《全过程人民民主实操手册》等研究中国政治与经济发展的理论著作及通俗读物,以及《新时代非凡十年的上海答卷》等研究阐释中国式现代化、服务上海建设与国家战略的著作。

广西人民社将推出《中华民族共同体研究》《何以中华》《中国式现代化的文化基因》《中国式现代化与全过程人民民主》《问策中国乡村全面振兴》等重点图书。

立足党社定位和资源优势,广东人民出版社将策划推出系列重点图书,既有重量级权威专家的重磅新作,也有崭新视角的主题出版精品,如《中华民族复兴思想通论(1840—1949)》《时间胶囊里的中国》等。

湖南人民社将坚持守正创新、出新出彩,及时出版一批有分量、有标杆意义和国际影响力的图书,如《靠什么团结 凭什么胜利——中共七大启示录》《新质生产力》《可爱的世界——人类命运共同体的未来》等。

2024年,福建人民社将推出《守望山川》《文脉流芳》《两岸家书》等重点主题出版物。

提升影响力
推动多维联动

如何让主题出版项目蓄水池常流常新,使优秀主题图书“叫好又叫座”?据叶国斌介绍,浙江人民社的做法是科学规划、有序执行,立足浙江、深挖富矿,集聚头部、赋能内容,深度融合、流量赋能。浙江人民社班子聚焦聚力“第一选题”,分层次、分阶段构建重点项目库,做好重大主题与地方特色对接;持续深耕,与多领域知名学者、作者建立深度合作;深化布局自媒体矩阵,通过多维度、多体量投放流量。

温泽远介绍,上海人民社将继续加强国际出版交流,计划围绕《火种:寻找中国复兴之路》等反响热烈的重点主题图书,进行多语种版权开发;立足传统优势学科,推荐并输出传统文化类优秀读物。该社还将借助电子书、有声书、直播带货、视频荐书、社群互动等形式,多渠道、多平台开展图书推广,使主题出版跨界“出圈”、多维联动。

“我们将更注重以学术的方式、人文的方式、知识的方式,把党的理论创新成果、重大节点纪念、重大政策实践问题转化为学理化、大众化的表达。”赵彦红表示,广西人民社将探索构建新媒体营销模式,推动传统图书、有声书、短视频、文创产品、活动策划同步建设,进一步拓展和深挖主题出版的社会价值。

探索更有吸引力和影响力的内容和形式,让主题出版“飞入寻常百姓家”,一直是广东人民社努力的方向。卢雪华认为,最重要的是坚持内容为本,选取人民群众感兴趣的呈现形式;采用有针对性的传播渠道和形式,延长文化产业链与影响力。

“我们关注和发掘文本永恒价值,力求以小切口展现大历史大时代,同时聚焦形式创新突破。”贺正举表示,湖南人民社拟推出郭大力译本《资本论》,以及“鉴往知来”导读系列图书等;通过手绘、图解、听书等形式丰富阅读体验,拟推出《硝烟中的呐喊——图说中国共产党文化抗战》等。

林玉平认为,主题出版物在内容上要更接地气,在策划思路、选题价值、作者队伍等方面下功夫。福建人民社要以纸质图书为源头,在载体和形式上进行多元数字出版探索;进行多样态、分众化、差异化传播,实现主题出版内容价值的延展和升级。

少儿出版:

做精内容 做活渠道

□本报记者 洪玉华 刘蓓蓓

开卷数据显示,2023年少儿类图书是各类图书中码洋比重最大的类别,同时也是码洋比重降幅最大的门类。这一年少儿出版人从内容到渠道多方面发力,却依然面临折扣、盗版书等各种发展困扰。2024年,少儿出版领域有哪些重要选题,又在发展模式、发行渠道等方面有哪些探索尝试?为此,《中国新闻出版广电报》记者采访了几家少儿出版社,听取他们的新年规划。

强化品牌建设
做好创意研发

出版单位通常以产品线强化品牌建设、增强读者黏性。二十一世纪出版社集团社长刘凯军谈道,2024年该社将进一步对“大中华寻宝系列”“不一样的卡梅拉系列”“八路军叔叔军事系列”“奥特曼·柯南”“爆笑系列”“百问百答系列”“世纪绘本馆”等优质IP产品线进行拓展和延伸。

“继续加强产品线开发与运营,拓展图书价值链。”长江少年儿童出版社(集团)有限公司董事长何龙说,长少社将继续做大做强《百年百部中国儿童文学经典书系》产品线,全新打造适合青少年阅读的红色书系“小红船·新时代青少年爱国主义教育丛书”,以及专门针对“语文六大学习任务群”策划的小学阶段拓展阅读丛书,开发“我们的国家公园”青少年科普丛书、《贝壳说中国》等科普产品。绘本方面,《百年百部中国儿童图画书经典书系》已出版50种,2024年上半年预计出版20种,包括神话传说、民间故事、原创童话等。

“2024年,我们产品线布局仍是稳中求进,把优势板块做扎实。”江苏凤凰少年儿童出版社副总编辑陈文瑛举例说,在主题出版方面,原创儿童文学有赵菱通过少先队红领巾讲解员书写民族团结主题的《会发光的声音》、依靠生态环保和科技力量实现脱贫的《风的宝藏》、讲述民乐引领儿童成长最终走向国际舞台的《茶园笙声》等小说新作;绘本有以中国体育精神为主题的“闪光少年”系列,以中国文化遗产、遗迹为主题的“文化中国·神兽的秘密”系列。

新疆青少年出版社在IP开发、版权运营等方面都有规划。该社董事长、总经理徐江谈道,2024年将充分利用已有版权资源,做足IP创意研发,同时结合自有内容资源,开辟图书阅读新的商业模式。该社与新疆新东方文旅签署了战略合作协议,自有的阅读综合体也计划于2024年年内竣工,依托新东方的经验优势和自有的资产优势,关于研学教育的实践将大面积铺开。此外,该社还将通过融合出版,建立和扩大版权资源,同时推进众多名人名家加盟的“名家走进新疆”等。

聚焦优势板块
发力原创图书

好书涵养少年儿童心灵。陈文瑛介绍,苏少社常年合作的诸多一线名家曹文轩、黄蓓佳、金波、祁智、曹文芳等,2024年都将有新作推出。“金波儿童文学文集”继续推出新品。此外,2024年是第四届曹文轩儿童文学奖出版年。该奖项是苏少社打造原创儿童文学、发掘优秀作家的重要平台,2024年将推出石若昕的《住在冬天的姑姑》、莫晓红的《明月度关山》、常笑予的《追松塔的爸爸》、周闻悦的《再见,木卫二!》等9部作品。

二十一世纪社将推出《大河》《深蓝》《夏布绣锦梦》等重点主题出版项目;《建筑里的中国历史系列》《中国民间故事·素女》

等弘扬优秀传统文化的项目;“神奇图书馆”系列、“八路军叔叔军事系列”、《吴有用元朝上学记》等市场畅销书。

长少社今年策划了《中国共产党人精神谱系故事绘本(第一批10册)》《一家人的哨所》《画说长征(3册)》《航天赤子——罗阳传》4部重点图书。其中,《中国共产党人精神谱系故事绘本(第一批10册)》依据中宣部发布的第一批纳入中国共产党人精神谱系的伟大精神开展党史学习教育,赓续红色血脉。在精品图书方面,长少社策划了《中国力量·讲给孩子的科技传奇(第二辑)》、《未来系少儿科幻丛书(第二辑)》《金凤凰名家原创儿童小说书系》、《长江儿童文学研究论丛》等4个重点项目。《中国力量·讲给孩子的科技传奇》是科技报告文学丛书,第二辑讲述的是正负电子对撞机等超级工程的故事。该书第一辑入选“十四五”国家重点出版物出版规划项目、2022年向全国青少年推荐百种优秀出版物等。

新疆青少社将发力新疆题材的原创图书,“这里是新疆”系列绘本将推出《喀什寻喵迹》《牛羊大巴扎》《丁香花开》等新品;原创科学、文化普及图书方面,有自主策划的《看!天山》《自然家园:地图上的新疆野生动物》《自然家园:地图上的新疆野生植物》等。此外,“美丽中国——从家乡出发”《新疆正在说》、《写给孩子的新疆百科全书》系列、“儿童中医药知识启蒙”系列等均是探索与其他社合作出版新模式的项目。“新疆是个好地方”系列等原创文学作品也将于2024年启动。

调整产品结构
加强渠道建设

刘凯军谈道,2023年新媒体带货的风口让传统出版人困惑。部分图书与童书编辑的价值观相左;市场内卷致使图书售价持续下滑,让从业者心情崩溃。面对这些市场状况,二十一世纪社和多数出版社一样更加冷静,缩减出书规模,调整产品结构,这将在一定程度上缓解童书生产过剩所引发的内卷压力。

虽然市场不利因素仍然存在,但是,刘凯军认为,2024年将是重拾信心的一年。地面阅读活动逐渐回暖,部分新媒体渠道对优秀版权产品表示关注,让童书出版人感受到了图书价值回归的讯息。为此,2024年,二十一世纪社一方面期待出台维护图书市场秩序的规定,不放任市场对出版社的损伤;另一方面,多策并举,努力应对市场。二十一世纪社将成立阅读推广事业部,加强书单产品的地面推广;对产品进行分类,不同产品设计不同折扣,以支撑传统电商渠道;加强新媒体队伍建设,构筑起全方位的营销活动服务和传播路径。

新媒体渠道是各社关注重点。何龙说,2024年长少社首先要做好四大平台的自营店铺矩阵建设工作,以打造直播专场和爆款短视频为主要目标;其次,总结此前爆款打造经验,深挖重点产品的核心卖点痛点,与新媒体客户形成推广合力,共同打造新的爆款产品;再次,加快构建自有私域渠道,通过加大公众号、视频号、抖音号等媒体平台的宣发力度,促进公域流量向私域流量转化。

陈文瑛也谈道,苏少社一直关注市场的急剧变化,积极拓展线上推广新形式,有些传统产品,比如作家金波主编的“自然笔记”系列16册,经过持续推广已经取得了显著效果。2024年,该社将继续延续这一路径。