

基于特色出版资源 激发文化创意活力

□学苑出版社社长 洪文雄

“着力赓续中华文脉、推动中华优秀传统文化创造性转化和创新性发展”“着力推动文化事业和文化产业繁荣发展”,习近平总书记对宣传思想文化工作的重要指示,为文化出版事业指明了努力的方向、筑牢了前进的信念。

党的十八大以来,学苑出版社紧扣“致力于中华优秀传统文化的传承和保护”这一办社宗旨,专设“学苑文化创意中心”打造基于特色出版资源的文创产品,以“学苑文创”为品牌积极开拓以弘扬中华优秀传统文化为核心、满足人民精神文化需求为目标的文化服务新形式。着力开拓“出版衍生文创”“文创创发出版”“出版文创并行”的多重开发思路,以精准定位的产品品类和服务模式拓宽中华优秀传统文化的传播渠道。



推荐书目

《商周金文原形类纂》
《中国民俗大系》
《中华冰雪文化图典》
“热贡艺术及传承人·唐卡”丛书
《中日联合江南地区民俗调查报告辑》

让稀见学识走进大众视野

如何做好专业出版物的普及性、亲民性推广,一直是出版业界所面临的一大挑战。我社的专业出版物注重中华优秀传统文化资源和前沿学术研究成果的搜集整理,在认真负责的态度推动高质量文化类、知识类图书出版的同时,我社也在认真探索以优质文化创意产品和服务完善学术与普及两翼的出版建设。

《中国珍稀濒危植物绘图》出版于2019年,将中国传统绘画的艺术性表达与濒危植物现状的科学性研究相结合,是普及生态环境保护理念和助力生态文明建设的又一次大胆尝试,并作为2020年联合国生物多样性大会的官方交流礼品赠予代表。为了让这本厚重的大开本图书能够惠及更多受众,我社自本书出版之际便开始了《中国濒危植物十二图》的台历制作并延续至今。台历每年从书中精选12幅颇具代表性的濒危植物绘图,让生态环境保护理念和中国传统绘画技艺以生动且直观的方式走进大众视野,极大地提升了相关内容的可及性、传播能力和收藏价值。

《北京周边山区历史景观图》是我社另一重要的文创开发资源。该项目自2012年启动,聚焦北京的丰厚历史文化遗产和丰饶的人文自然生态,以奔放的水墨绘出笔触和精准的历史地理考证全面还原北京周边山区景观的灿烂风貌。对此项目的文化创意开发,已经从单类

产品走向公共服务。2023年起,我社已在多个教育和文化机构免费举办系列专题展览,通过精细化、专业化的策展布置,让数十幅首尾相接的长卷、单幅图以及手绘原稿得以在大型空间内充分展示,成为了从北京市区远眺周边山区壮阔美景的艺术之窗,极大地丰富了广大群众的艺术文化视野和精神文化生活。

让文史精粹走上大众舞台

北京中轴线的申遗成功,让这一充满历史底蕴的理想都城秩序杰作再次受到国内外的瞩目。其实,我社自建社以来,一直将包括北京中轴线在内的北京地区各类历史人文景观和史料文献作为图书出版的一大资源宝库,出版了千余种图书出版物,并在此基础上推进相关文化创意研发。

2023年,我社推出的北京中轴线大型模型亮相第二届全国文化出版领域文创产品交易博览会,吸引无数观众驻足。与其他突出创意的文创产品不同,这款北京中轴线模型以其尺寸精确和技艺精湛为最显著特点,制作团队在多位北京文物古建筑专家的指导下,参考了大量古建筑测绘绘图纸,精准还原北京中轴线上的主要传统建筑形态。2024年,该模型亮相北京中轴线申遗保护群众性主题活动现场,并被全国人大常委会办公厅人民大会堂管理局选用,在中非合作论坛北京峰会欢迎宴会主题景观中展示。以此为蓝本,聚焦

北京中轴线的系列拼插模型、配套图书也将推出。

与全国多地文博、文旅单位拓宽合作领域,是我社扩大图书选题和文化创意选题覆盖面、丰富特色文化表现形式的又一种方式。我社与里耶秦简博物馆合作开发的钧瓷文创系列产品,正是与博物馆跨界合作的典型案例之一。该项目将以里耶秦简为代表的里耶历史文化资源,通过钧瓷这一厚重细腻的表现形式具象化呈现,让访客们穿越时空,亲身感触历史的温存。目前,我社已与数十家博物馆建立合作关系,以期从文化出版的独特视角挖掘各地文博资源的独特价值,凭借丰富的文创开发经验打造群众喜闻乐见的产品及服务。

让多彩文化走入大众心扉

除了从非遗民俗、历史文化、戏曲曲艺等我社精品出版资源中寻找单品类文创灵感,我社也在积极拓展“中华优秀传统文化专题展示和研学体验活动”等多样化的文化服务产品,对文化出版业态新模式进行有益探索。

以我社优秀出版物资源抛砖引玉,通过可及性、渗透性更强的方式手段,以普及性展览和宣教式活动等让各年龄段、教育背景的受众感悟中华优秀传统文化的魅力,在博大精深文化长河中不断增进文化自觉、坚定文化自信。在这一方面,我社充分利用在传统文化、专家学者、出版宣传等方面多年来积累的优势资源,拓展图书出版品类的同时,以公益性展览或展演回馈社会、服务社会,逐步扩大活动主题的广度和深度,弘扬中华优秀传统文化,尽到中央文化企业所承担的社会责任;在此基础上,强化我社的文化品牌和社会形象建设,综合社会需求和市场动态,逐步创新完善运营模式,以期实现双效统一。

集今昔之智慧,迎时代之风潮。学苑出版社在“一体两翼”的发展战略规划中,将以特色出版资源为基础,深耕精做,在推出精品图书的同时,把以文化创意资源开发和成体体系建设为发展脉络的文创产品、服务及专题性文化活动进行整合,激活文化出版新模式、文化产业新动能的新质生产力要素,以期盘活更多横跨地域、纵贯古今的中华文化遗产,在与时俱进的创造性转化和创新性发展中,为赓续中华文脉作出更大贡献。

合力打造文化集群 着力创新出版新业态

□四川人民出版社党委书记、社长 黄立新

随着新一轮科技革命和产业变革的到来,出版业面临着来自时代、行业、市场等一系列变化带来的巨大挑战。四川人民出版社深入学习贯彻党的二十届三中全会要求,立足自身出版产品与产业布局,加快出版转型升级的步伐,有效确保了在快速变化的市场中行稳致远。

三方面坚持 打造出版精品

精品出版是在改革的进程中,坚守初心使命,勇于创新突破的出版;是引领主流价值,服务人民群众的出版;是传承文化血脉,拥抱科技和未来的出版。川人社在打造出版精品之路上有三个方面的坚持。

一是坚持久久为功,努力建立起以精品出版为价值核心的企业文化,引领部门和员工朝着精品出版的方向接续奋斗。二是坚持围绕我社多年来明确的“政治立社、学术立社、精品立社”总目标来组织生产。如深入调研,以满足读者需求、强化读者体验为中心开展产品设计;打破部门墙,以品牌建设为纽带推进产品线建设;紧密联系渠道,以满足市场变化为逻辑调整营销架构;等等。三是坚持守正创新,建好人才队伍,不仅在传统图书领域做好人才储备,同时也加大在计算机专业等方面的人才引进和培养,积极为拥抱文化与科技融合发展的未来出版做好充分准备。

近日,川人社《远方的山水:中国式现代化的浙江广元东西协作实践》《熊猫花花》入选四川省第十七届精神文明建设“五个一工程”优秀作品奖。前者以个案精准描绘促进东西部协作区域协调发展的理念和实践路径,后者以讲述熊猫顶流代表的故事展现当代四川巨大的文化影响力,是川人社以出版精品更好地满足广大读者对精神文化产品新需求的重要成果。

四大发力点 创新营销模式

持续加强渠道建设,优化渠道策略和渠道布局,线上线下营销深度融合,打造市场爆品。在运营《熊猫花花》《熊猫萌兰》等产品时紧抓市场热点,采取“新媒体平台重点宣传种草+新媒体渠道直播带货+传统媒体持续曝光+平台电商顶配资源承接流



推荐书目

《李伯重文集》
《阿来讲杜甫成都诗》
《华北:1937-1945》
《蜀道十讲》
《成都往事》

量+线下活动强势宣推”的全方位、全域营销推广模式,上市不到半年实销达10万册和5万册。

聚焦影响力品牌及重点产品(线),持续深耕细分市场,以自营店铺、品牌市集、独立书店为抓手聚集垂类私域读者群。注重品牌文化的塑造和传播,提升品牌的知名度和美誉度,通过品牌影响力带动图书销售。针对“壹卷”“尔文”“与点”“鲸歌”等影响力品牌及重点产品(线)拓展专有渠道,构建线上线下分享与差异化版本定制服务模式,满足读者多样化的需求,以单品为突破带动系列销量。《武则天研究》《世说新语别裁详解》均实现单个账号月销突破2000册;《教育的本色》入选山东、广东等地教师推荐书目,实现销售近万册。

优化完善新媒体营销矩阵,提升基础营销和持续营销能力。增加与优质新媒体中盘和达人合作,如与抖音头部账号“与辉同行”合作带货《眉州三苏》,实现4万余册销售。完善自媒体矩阵内容建设,小红书官方账号粉丝数及笔记点赞数在全国人民社账号中排第三位;2024年与500余位宣推博主稳定合作,发布宣推文稿共3000余篇,总浏览量超100万。

精准定位读者需求,赋能存量内容资源。深入了解不同读者群体的阅读需求和偏好,系统梳理我社优质内容重新赋能,开发新媒体、电商、馆配等多方向定制产品,2024年新增定制品种70余种,销售码洋

达2000余万元。

两路径拓展 发力文创产品

产品研发方面,川人社积极寻求与外部知名IP的合作,如与知名熊猫IP“奇思和圆宝”合作,推出了系列文创产品。同时,川人社熊猫出版中心自主设计了熊猫IP“卷宝”,开发了一系列文创产品,包括毛绒公仔、背包、徽章等。结合自有图书资源,推出“书+文创”组合产品,如《植物先生》“明星熊猫系列”。这种创新的产品形式不仅提升了图书的附加值,也为读者提供了更加丰富有趣的阅读体验,满足了不同读者需求。

渠道建设方面,川人社采取多元化的策略,以确保产品能够覆盖更广泛的受众群体。一是充分利用出版社的渠道优势,将文创产品引入书店销售,不仅满足了书店的多元化经营需求,也为读者提供了更加便捷的购买渠道。二是与多个景区建立合作关系,将熊猫文创产品引入景区销售。三是积极开拓线上销售渠道,并利用社交媒体进行营销推广。

三平台运营 推动融合发展

川人社着力打造“盐道街3号书院”品牌,组建创新工作室团队,全力推动融合发展。依托锦书云科技文旅加融合出版云平台,精心打造数字产品。同时,借助平台整合丰富文化资源,携手文旅机构、文化企业开展线上线下文化展览、讲座等活动,例如在天府书展推出重走苏东坡平生路、游历古蜀文明遗址打卡活动,全方位丰富读者文化体验。聚焦元宇宙图书、人工智能数字人服务、数字文旅等项目,运用VR、AR、人工智能、大数据等前沿技术,为用户塑造沉浸式阅读场景,并积极与科技企业深度合作,挖掘更多融合新模式。例如元宇宙图书可让读者“走进”书中世界;借助数字人提供个性化推荐与讲解。以内容资源、作者资源为基础,构建涵盖文旅、文创、文博、文娱等跨产业的出版融合成果,实现资源协同。积极深挖四川特色资源、思政资源、中国传统文化资源,凭借“文化+”赋能,培育新消费增长点,让融合发展成果不断涌现。

中国
出版
CHINA PUBLISHING JOURNAL

一本沟通政、产、学、研的理论刊物

全国中文核心期刊
中文社会科学引文索引(CSSCI)来源期刊
中国人文社会科学期刊(AMI)核心期刊



中国出版微信公众号



中国出版微信视频号



出版中国微信公众号

欢迎订阅《中国出版》

新闻出版管理者的参谋
新闻出版工作者的益友
新闻出版研究者的平台



账户名称:《中国出版》杂志社有限责任公司(务必加书名号)
联系地址:北京市朝阳区东四环南路55号501室 邮编:100122
开户银行:交通银行北京分行松榆里支行
账号:110060900012015030981
广告发行部电话:010-87622020 传真:010-87327179
投稿邮箱:zgcb@vip.sina.com