

## 湖北九通社传统文化童书出版“以儿童为本”

中国出版传媒商报 自部编版语文教材大幅增加古诗文比重起,童书市场刮起阵阵“中国风”,与传统文化相关的儿童图书越来越受到年轻家长的青睐,一大批优秀的传统文化类童书应运而生。

湖北九通电子音像出版社多年深耕学前教育领域,出版了一大批符合学龄前儿童思维特点和认知方式的童书,广受好评。近年来九通社向传统文化领域不断延伸,打造一系列传统文化与儿童成长规律契合、与时代精神融合的特色产品。如《与孩子一起品味唐诗之美》《老童谣 小时光》等从浩如烟海的唐诗、传统童谣中精选出适合3-6岁孩子欣赏、节奏优美、极富童趣的篇章,内容涉及风雨花草、鸟兽虫鱼、节日风俗等,给孩

子创造轻松愉悦的阅读环境,品味语言韵律美和人文情感美,培养语言表达能力。

产品呈现形式上同样“以儿童为本”,采取故事、游戏、动画等儿童喜闻乐见的形式提升儿童对传统文化的认同感。新近推出的《给孩子的传统文化游戏书》为独具中国元素的专注力游戏书,让孩子不再沉迷于数字产品和西方文化元素,通过阅读和听觉结合的渐进式游戏活动感受传统文化的魅力。即将推出的《一诗一字》则用清新活泼的故事和趣味汉字演变动画来介绍古诗和相关的汉字文化,结合中国风的插画和益智游戏来加深儿童对传统文化的理解与体验。湖北九通社将继续“以儿童为本”策划更多优质产品,以更贴近儿童、更契合儿童生活经验的方式将传统文化教育的经典内容结合到学前儿童能力培养的过程中,让儿童形成对中华优秀传统文化立体多维的认识,引导儿童积极主动地参与、感受、体验优秀传统文化的永恒魅力。(叶丹凤)

2020年新冠肺炎疫情对整个社会带来巨大影响。后疫情时代,疫情对各行各业的影响或成常态,出版业如何担当起应有的责任和使命,如何创新模式与高效应对,大学出版如何在新时代下实现高质量发展,已成为摆在大学出版人面前紧迫的课题。

近日,记者采访了清华大学出版社社长宗俊峰、重庆大学出版社社长饶帮华、西南交通大学出版社社长王建琼、西北大学出版社副总经理桂方海,听听他们对于后疫情时代大学出版社变革与创新的思考。

# 后疫情时代大学出版社变革与创新

中国出版传媒商报记者 董琦 采访/整理



宗俊峰



饶帮华



王建琼



桂方海

宗俊峰(清华大学出版社社长):清华社积极应对新形势,努力抓住新机遇,切实满足新需求,全面贯彻党的教育方针,落实立德树人根本任务,担当起出版社应有的责任和使命,切实做好教材建设工作。

饶帮华(重庆大学出版社社长):针对疫情影响,重庆大学出版社坚定了加快教育出版转型升级、积极推动融合出版的决心,利用新技术、新媒体,改进教材营销推广模式。

王建琼(西南交通大学出版社社长):这是一个“寂静的春天”。面对挑战,我们主动思考,积极行动,加快了探索数字出版、融合出版的步伐,并创新出版融合发展的模式。

桂方海(西北大学出版社副总经理):疫情期间,西北大学出版社在网络上开放了10个系列、126种教材电子版,供学生自主学习使用,利用出版社自营天猫店,为需要纸质教材的学生提供服务,还配合相关高校,为订购教材的学生免费邮寄。

## 积极应对新形势 切实做好教材建设

宗俊峰(清华大学出版社社长)

2020年注定是不平凡的一年,一方面,新冠肺炎疫情对整个社会带来巨大影响,为响应教育部“停课不停学”的号召,疫情期间各大高校纷纷开展在线教学,规模之大、范围之广、程度之深前所未有,“互联网+”“智能+”在线教学已经成为高等教育的重要发展方向;另一方面,面对国际社会百年未有之大变局,作为国之重器的高等教育建设对我国政治、经济、科技、人才发展的战略意义更加凸显,我国高等教育的培养范式必将进行重大变革。

“在危机中育新机,于变局中开新局”是习近平总书记对于当前形势的重要论述。在刚刚召开的十九届五中全会中也提到,要以推动高质量发展为主题,以改革创新为根本动力,在“十四五”期间建设高质量的教育体系,到2035年基本建成教育强国。为适应新时代高等教育提质创新发展的要求,教育部积极蓄势谋势,全面加强高校教材建设,召开首届全国教材工作会议,印发《全国大中小学教材建设规划》《职业院校教材管理办法》《普通高等学校教材管理办法》等多个文件,确保教材建设工作方向正确、质量优良。清华社积极应对新形势,努力抓住新机遇,切实满足新需求,全面贯彻党的教育方针,落实立德树人根本任务,担当起出版社应有的责任和使命,切实做好教材建设工作。

在教材建设规划方面,清华社坚持“教材建设,研究先行”的理念,强化营销工作的基础作用,实践了“教研-策划-营销”一体化的教材建设思路。首先,我社秉承基于课程研究的教材出版理念,以研究促成教学思想、教学体系、教学内容、教学手段的固化与产品化。例如与清华大学、北京大学、西安电子科技大学、国防科技大学等高校合作出版了计算机及相关专业的课程体系,引领了高等学校计算机及信息类教育改革,提高了计算机类及电子信息类专业人才培养质量。其次,我社注重反映技术前

沿与应用动态,密切关注反映学科教学变革的图书。例如与百度公司合作出版面向车辆工程、软件开发、网络通信、自动化控制、人工智能等交叉学科的“自动驾驶系列丛书”;应对各高校开设人工智能专业和智能科学与技术专业需求,陆续出版《人工智能本科专业知识体系与课程设置》《人工智能学院本硕博培养体系》等图书。再次,我社注重搭建平台推动分享与交流,通过特色会议营销,起到多方面联合加成的综合效果。例如我社举办“计算机类专业人才培养高峰论坛”“电子信息类专业人才培养高峰论坛”“软件工程专业人才培养高峰论坛”等,并以此为契机,与高校在人才培养、课程体系研究和规划教材建设方面进行深度合作,先后出版了一系列有代表性的研究报告和优秀教材,在全国高校中产生了广泛而深远的影响。

在教材质量管理方面,清华社坚持以内容为根本、制度为支撑、机构监督为保障,从全流程保证教材出版的高质量。首先,我社结合系列教材的出版实践,从制定教材出版规划、挖掘优质选题资源、确立教材知识体系和形成教材编写范式等方面展开工作,从源头保障教材内容质量,确立了包括高水平的组稿原则、高规格的编审委员会、高标准的编写要求和全方位的品牌建设在内的组织实施方案。其次,我社结合业务发展中不断出现的新情况、新问题,多部门联动,积极研讨,不断补充、修订和完善规章制度,制定《清华大学出版社意识形态工作责任制实施细则》《清华大学出版社重大选题备案管理办法》《清华大学出版社出版物质量检查办法》等多项制度,推进“课程思政”特色教材建设方案,将教材纳入“课程思政”元素,提升全员精品意识。再次,我社为进一步完善健全质量管理体系,建立了出版社出版质量管理委员会及各分社、直属事业部质量管理小组,以质量管

## 寻找新答案,探索新出路,走出“寂静的春天”

王建琼(西南交通大学出版社社长)

此次新冠肺炎疫情对高校教育产生了深刻的影响。首先,传统教学模式受到冲击。2020年的春天,高校师生无法再通过传统的教学方式,在教室里面“坐而论道”了。春季开学,教育部提出了“停课不停学,停课不停教”的要求。新型教学方式的探索,成为摆在全国教育工作者面前的紧迫课题。

作为大学出版社,我们的宗旨是服务教学科研和人才培养,工作重点一直是打造优秀的高校教材和学术著作。以往,数字出版对传统出版的冲击主要体现在电子书对传统大众图书出版发行的影响。教材和学术著作由于其内容的特殊性受到的冲击不像大众图书那样显著。

2020年,新冠肺炎疫情的突发使得大学春季开学延迟,导致已到校的教材不能发到学生手中,出现大量退书,给我们的生产经营带来了很大的冲击。

此时,我社积极响应国家的号召,以“平台+资源+纸书”的理念探索数字资源建设向知识服务体系延伸的新路径,在已建成的“基于AR的轨道交

通超媒体数字教育平台”上打造出了具有全媒体功能的复合型数字化教材——“RAYS全媒体教材”。我们在该平台上线前后共上线800余部电子教材,供高校师生免费使用,为高校春季开学后保证正常教学秩序做了大量有益的工作,为此也赢得了广泛的赞誉。

这是一个“寂静的春天”。面对挑战,我们主动思考,积极行动,加快了探索数字出版、融合出版的步伐,并创新出版融合发展的模式。

《全国大中小学教材建设规划(2019-2022年)》明确提出了聚焦基础教育、职业教育、高等教育教材建设。《职业院校教材管理办法》《普通高等学校教材管理办法》也对普通高等学校、职业院校教材的编写、审核、选用和使用提出了更严格的要求。优秀高校教材的编辑出版,一直以来是我社的“生命线”。近年来,我社也响应国家发展职业教育的政策,积极推进高质量职业教育教材的开发。今年,我社还对既往出版的高校教材做了全面的遴选工作,开启了高质量教

理中心为社质量管理委员会的常设办事机构,将分社长、直属事业部主任列为第一责任人,加大质量考核在年终考核体系中的权重比例,开展质量检查和监督活动。

在教材融合发展方面,清华社顺应5G、AR、VR、AI等新技术的发展趋势,支持以碎片化的学习方式掌握系统化的知识体系,确立了从单一产品形态向复合出版产品形态升级的目标,践行从产品提供向内容提供及信息、技术服务升级的发展路径。首先,推进“纸电同步”,面向高校图书馆推出了文泉学堂知识库,联合近20家大学出版社,聚合高等教育专业内容资源,形成以电子书和配套的多媒体附件为基础,涵盖特色数字课程,内嵌线上教师服务功能的专业知识服务平台。整个疫情期间,文泉学堂上线了3万余种电子书、数字教材和在线课程,优质的教育出版资源持续不断地触达数百家高校,助力师生居家学习。其次,谋求“纸数融合”,逐渐形成了三种新形态教材形式,即“书+资源(二维码)”“书+数字课程”和“书+专有平台”。其中,“书+专有平台”是通过书后的刮刮卡进入有特殊教学功能的平台,从而实现纸质图书和特殊教学功能结合的纸书融合出版形式。例如,清华外语教学平台是基于泛在教学模式的开放互动平台,提供了教、学、练、测、评、研一体化的PC与移动端的泛在教学环境;清华职教的理实一体化仿真教学平台融虚拟仿真实训、富媒体教学资源、学习过程在线评测于一体。再次,强化数字出版,努力打造基于课程标准的广义教材资源库,梳理出课程的知识体系结构,根据教学需求开发出基于课程群的融合教材。例如,与中国机械工程学科教研研究组合作的大机械类新形态教材,目前已开发出50种“互联网+”产品,上线了30门标准化的机械类数字课程和60套大机械标准数字资源包;于2019年上线的计算机相关专业实践教学案例资源库,目前已完成和正在研发的计算机相关专业项目资源近百个,全国使用及体验的院校超过100所。

材的改编、再版、重印等工作,为有长久生命力的优秀教材注入新内容、打造新形态,发掘新价值。

新冠肺炎疫情突发后,全社会围绕生命健康的需求格外迫切。对社会民生的热忧关怀,对出版物社会效益的不懈追求,促使我们开始关注和策划“大健康”类的选题。2020年春节期间,我社本着出版人的社会责任感,积极联系来自四川省人民医院、西南交通大学的优秀作者团队,策划了“非常选题”《新型冠状病毒感染的肺炎11类人群心理干预与自助手册》《学校社区应对新冠肺炎疫情心理援助手册》。社内编辑和编人员无私奉献,在很短的时间内编辑出版了这两本电子书,并及时在学习强国、人民日报电子阅报栏和人民日报APP、全国高校思想政治工作网等大流量电子书平台上线。这两本书兼具科学性和权威性、普适性和实效性,取得了非常良好的社会效益。

大健康产业在未来一段时间,可以预期将会蓬勃发展。这是我社目前较为重视并将持续发掘的一个出版物细分市场。

我们坚信,2020年这个“寂静的春天”不会使西南交大社、也不会使高校出版社乃至整个出版行业就此“萧条”。相反,我们会积极追求创新发展道路,寻找新的行业生态属于大学出版社的“春天”。

一场突如其来的新冠疫情,对各行各业包括出版业都产生了重大影响,除了经济下行这一表象外,更深层次的是助推和改变着相关产业的生产方式与发展模式。现在国内疫情还没完全过去,国外疫情愈加严重,疫情对实体经济的影响远没有结束。疫情期间人们工作学习阅读和教育教学方式的悄然改变,对出版物的生产、宣传、推广等方式方法将产生深刻影响,有些甚至是颠覆性的。出版社必须直面疫情带来的诸多变化,在变化中谋求变革,在变革中不断创新,创新图书的生产方式,改变图书的营销模式,在这一突变中实际上只是提前到来的变革中,形成自身的可持续发展之路。

2020年的新冠疫情对重庆大学出版社的影响也是巨大的。学校不开学,大中专教材销售大受影响;书店不开业,网店销售也大幅下降,我社的大众图书更是雪上加霜。针对疫情影响,重庆大学出版社坚定了加快教育出版转型升级、积极推动融合出版的决心,利用新技术、新媒体,改进教材营销推广模式。

### 强化融合出版意识

转型升级、融合出版,意识先行,特别是编辑人员的融合出版意识。重庆大学出版社是一个以教育出版为主的大学出版社。为了更好地利用现代信息技术为教育教学服务,2011年我社就独资成立了专门从事数字出版的重庆迪帕数字传媒有限公司。经过近十年的发展,公司积累沉淀了一批支撑传统出版转型升级的具有自主知识产权的专利和产品。迪帕公司的数字出版工作倒逼传统出版编辑人员不断增强融合出版的意识,特别是新冠疫情带来的教育教学模式和人们阅读方式的改变,无论是教材还是大众图书的组织上,我社编辑人员都已基本形成融合出版的主动意识。出版社在把转型升级作为“十三五”发展战略的基础上,通过对疫情给出版业造成的影响的反思,提出把融合出版作为“十四五”更重要的发展目标。

### 提升融合出版能力

当今的教育出版,单一的纸质教材已失去自身的竞争力,纸质教材的数字化、纸质教材的配套教学资源、与纸质教材相对应的数字化课程,已成为教师的强烈需求,是产品在同类出版物中竞争力的优势体现。我社畅销的大中专教材有四五千种,这些教材我们都有基本的数字资源配套,包括教学PPT、测试卷、习题解答等。为了更好地实现出版物的转型升级,我社迪帕公司专门研发并运行的新形态教材支撑平台,全面支持我社新形态教材的数字化教学,包括网络授课、网上备课、网上答疑、网上批改作业、网络教学效果评价等。现在已上线的新形态教材有200种,能较好地给教师教学提供全方位的远程教学解决方案,同时提升了我社纸质教材的市场竞争力。今后我社将持续投入资金,对公共课教材、专业基础课教材、国家规划教材和重点学科板块的专业教材实施新形态化建设。

### 创新教材营销模式

长期以来,大中专教材的推广模式一般采取的还是传统的由出版社或当地教材服务中心的业务经理拿着样书和书目走进学校,向任课教师推荐已出版的教材,工作量大、人力成本高。后疫情时代,必然带来教材营销模式的深刻变革。我社是按学科成立的编辑部门,这样有利于各分社开展单一学科知识和技术的宣传普及,有利于同类出版物的营销推广。疫情以来,重庆大学出版社强化各部门充分利用网络和新兴社交媒体开展图书营销工作,现在各分社都建起了自己的微信公众号,通过新媒体向教师和作者推介本部门的新书和重点产品;在出版社的“课书房”平台上,所有教材除了内容简介和目录外,都上线有20%左右的电子书,更加直观地便于教师选择教材;通过微信群、QQ群、微博、出版社官网等,广泛集聚客户资源,有针对性地、更加精准地向终端推送出版社的产品信息;在宣传物料上,既有宣传经理和编辑人员的宣传文案,还有音频、视频、动画等动态素材。今年我社还利用网络直播,广泛开展各种形式的讲座培训,推介已出版的重点产品。(下转第6版)

加快教育出版转型升级 积极推动融合出版

饶帮华(重庆大学出版社社长)