

《少年中国说:强国有我》昭示青春力量

近几年,青少年教育有关的图书选题备受关注。围绕如何还原优秀少年扣好人生“第一粒扣子”的故事,作者一直在思考和探索。机缘巧合下,想出少年图书的余玮、吴志非出现在我面前。他们长时间专注找寻、研究近代历史上不同时期少年群体中的符号式人物,在少年题材的写作中耕耘了近30年。打好青少年成长的精神底色,为青少年理想飞翔筑魂,作家与编辑找到了共鸣,便有了这本《少年中国说:强国有我》(光明日报出版社出版发行)。书中一个个励志故事,记录和呈现着少年代表人物的心理世界与精神成长。不同时代少年的样子,也是少年中国的真实样子。王新兰、王二小、刘胡兰、雷锋、龙梅玉荣、苏明娟、江珊、全红婵……不同时代的少年群体呈现不同的人生和时代风景。作者充分发挥新闻记者的素材发现力、作家的文字驾驭力、史学观察者的冷

静与视野,把握一代代少年的整体特征,聚焦有亮点、有特点的符号式少年,将其置于宏大的历史叙事中,深掘其成长境遇、人生早期的特别拐点,多维度展现一个个有血有肉有温度的少年形象。

《少年中国说:强国有我》中,不同年代的少年有着相同或相似的特点:爱国、有理想、乐观、沉着、勇敢、无私、感恩……一行行文字、一张张照片勾勒出时代变迁的轨迹,像一幅气势宏大宽广的少年中国的“清明上河图”,让读者在广阔的时空坐标中再次思考、审视、反思新一代少年成长教育的重大问题。

新时代的中国少年一如拔节孕穗期的小苗。如何为少年培根铸魂、为少年中国筑牢基础、为民族未来筑梦,是我们的共同责任。一本好书,就像一粒优良的种子,能根植于孩子的成长与梦想中,生根、发芽、茁壮。《少年中国说:强国有我》就是一粒好种子,给当下少年成长以丰富的教益,为新时代的家庭、学校、社会教育提供特别的窗。(谢香)

“双减”政策落地周年 粤教社开发优质课后服务成功补位

中国出版传媒商报记者 张馨宇

广东省是中国改革开放的前沿阵地,承担着在更高起点上推进改革开放再升级的历史重任,作为广东省国有龙头文化教育出版企业,广东教育出版社承担着助力建设广东文化强省、教育强省的重要使命。

据广东教育出版社社长朱文清介绍,建社以来,该社一直致力于服务基础教育,立足教材教辅主业,紧紧围绕“培根铸魂、启智增慧”的使命担当,为广中小学生学习提供坚实可靠的高质量多元化知识载体。进入新时代,广东教育出版社在广东省出版集团和南方传媒集团的教育出版资源集约化经营改革中,形成了崭新的资源聚合平台,为创新教育出版提供了有力抓手。

“人民对美好生活的向往,就是我们的奋斗目标”,为了助力各地教育部门解决家长急难愁盼的问题,广东教育出版社积极调配各种资源,利用大数据和现代信息技术手段搭建校内课后服务管理平台。在“双减”政策出台前一年,率先助力原中央苏区县——梅州五华县在粤东地区开展“互联网+”普惠型校内课后服务工作试点,并同步启动课后服务素质课程的研发工作。

2021年7月24日,中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于进一步减轻义务教育阶段学生作业负担和校外培训负担的意见》(以下简称“双减”),旨在减轻义务教育阶段学生的课业负担以及校外培训负担。如今一年多过去了,出版社如何利用自身拥有的强大内容资源开展课后服务?课后服务有哪些成效与进展?为此,本报记者采访了广东教育出版社,该社作为最早落地开展中小学课后服务的国有出版单位之一,利用自身专业优势与资源,为出版单位与学校合作提供课后服务创新答案。



《戏剧游戏》梅州五华示范课

责教材、教案的是具备多年工作经验的资深编辑,具有副高甚至正高级职称的专业人员;负责运营管理的是从事教育行业多年、具备多年统筹运营经验的管理专业人员。

为更好地聚焦符合“双减”政策的教育课程、教学、作业、评价方面的市场产品,形成具有粤教特色的“课后服务课程系列菜单”,广东教育出版社成立了以社长为组长的“广东教育出版社编研工作领导小组”,并在“领导小组”下专门设立了“430课后服务课程开发攻关小组”“中小学校内课后服务教研中心”。基于国家课程教材、地方课程教材、校本教材等学科优势,围绕阅读类、艺术类、文体类、科技类、劳动类、社团活动类六大类,着力打造包括基础托管与素质拓展在内的“课后服务课程菜单”,并公布《广东教育出版社学校课后服务资源开发与运营方案》作为全社课后服务课程开发总体指引。每门课后服务课程资源含宣传资料、教材(学生活动手册)、教具、材料包、授课教案、教学PPT、微课等,配套教师培训、线上答疑等服务。基本形成了涵盖优秀课程设计、教研成果和课例的课程体系,建构出具有粤教特色的规模化“粤教课程超市”,教育部门、中小学校等可以通过“点菜”形式,按需搭配、自主选择所需课程及服务。

除了课后服务,暑假托管是“双减”政策实施大背景下各地教育部门都需要去落实的工作。今年暑期,广东教育出版社在梅州市五华县、茂名化州市、清远市连南瑶族自治县、佛山市禅城区等地,协助当地教育局开展课后服务及暑假托管。暑假托管为学生设置了基础托管、兴趣课程、午休、午餐等服务,从上午8点到校,可以一直持续到下午6点,尽可能将学生的时间安排得充实、丰富。

县、佛山市禅城区等地,协助当地教育局开展课后服务及暑假托管。暑假托管为学生设置了基础托管、兴趣课程、午休、午餐等服务,从上午8点到校,可以一直持续到下午6点,尽可能将学生的时间安排得充实、丰富。

经验

三个导向六大优势

朱文清表示,就目前而言,广东教育出版社课后服务的主要经验在以下几个方面。一是普惠性,坚持社会效益优先,不断加大革命老区、少数民族地区、经济欠发达地区学校、教师和学生们的专业服务,确保让服务地区的每个孩子都能公平的享有参与普惠型校内课后服务的权利。一些区域的素质类课程单次收费不到20元,是当地校外机构收费的五分之一,受到教师、家长、学生的广泛赞誉。二是专业性,以赋能教师,提升教师的专业认知、教学水平及教研水平为重心,助力学校打造“一校一品”,帮助学校建构校本课程,并选取部分优秀的课程协助申报省级、国家级的课题。三是导向性,落实“立德树人”、“五育并举”、学有所成,注重课程的内容与质量,不仅对上课教学资源进行严格审核,同时有专业的编审团队保障课程内容、插图的政治导向正确,保障意识形态的导向安全。

朱文清表示:“虽然我社在课后服务领域取得了一些成绩,但要真正实现‘课后服务成为出版社新的经济增长点’这一目标,还需下大力气去学习和探索。”

广东教育出版社的课后服务具备六大优势,未来将在后续工作中不断强化这些优势,以充分凸显出版社的专业与服务:第一,始终将把社会效益放在第一位,做好质量、服务、品牌课程,内容研发。第二,保障学生和资金安全,在极端情况下(群体事件、公司破产或者账户被封等)仍然可以承担完整责任。第三,充分发挥课程资源审核的专业技术支持,确保校内课后服务课程内容与多元化资源不变形、不走样。第四,拥有具备广东省教育厅省级培训项目承办资格的平台,广东省教育厅配发的广东省中小学教师学时录入账号,能够以培训助力教师专业发展。第五,拥有国家正规教育类期刊和学术报刊的采编、出版发行资质的宣传和资金支持,能够为各地教育系统及校内课后服务工作提供专业支持及媒体宣传。第六,成立中小学校内课后服务教研中心。派驻专职全日制硕士研究生及以上学历、中级及以上职称人员驻点服务,充分保障优质课程资源的引入及落地,协助各地学校梳理、打造校本课程特色,提升各地学校科任教师的专业能力,全面保障中小学校内课后服务课程和服务质量。

开始依据古代典籍、权威工具书及军事史专业著作,对全社文图进行细致审核。定稿之后又邀请古代军事史专家喻江老师对全文进行了知识把关。

一切进展还算顺利,不过,有一个问题一直萦绕心头:军事本身是个小众领域,并且不在中小小学科学习的范畴,这样一套小众童书,能得到孩子们和家长的欢迎吗?在一次出差期间,与一位渠道商聊到小众选题时,他的一句话给了我很大的鼓励:“小众是相对的,只要把选题做扎实做细致,高度契合这个领域读者的需求,牢牢抓住这部分读者,也能取得不错的成绩。”是啊,小众图书最重要的是做到这部分读者的心里去。

尤其令我兴奋的是,这套书获得了知识类大号“混知”的青睐,于2021年6月23日首发,截至推文发出24小时,阅读量逾10万,直接销售1000套。随着凯叔讲故事、Michael钱儿频道在快团网上对该书开团,王芳、芒果台妈妈团、学长LEO等抖音达人推荐,奥运冠军林伟宁、军旅作家苗长水老师给予关注,在全国书博会上重点展出,以及众多媒体宣传加持,该书的影响力不断扩大。上市一年,这套非刚需的小众童书发货3.5万套,码洋630万。



暑期来临,不少出版机构对内对外展开了一系列福利行动。例如,对内,开设暑期托管班,为编辑爸妈解决后顾之忧;对外,举办暑期仓库微瑕专场直播等营销活动,为小读者丰富暑期阅读提供切实福利。

世纪童书假期生活营,是二十一世纪出版社集团党支部深入推进党史学习教育“我为群众办实事”而举办的假期公益托管活动。自2021年7月第一期以来,该社假期生活营持续在暑假假举办。截至2022年7月,已开办至第三期,累计接收员工子女120余人次。生活营分学龄前班和学龄后班两个组别开展工作。每班配备1名主讲教师、2名配班教师,让孩子们的学习和生活,另配有2名专业体能老师,加强孩子们的体能训练。

据悉,该社发挥出版优势,在营中融入阅读分享、品德培养、体能训练、劳动实践、科学探索等多项内容于一体,让孩子们在张弛有度的假期生活中,收获友谊,丰富见闻。

此外,为迎接暑假到来,二十一世纪出版社集团为读者送福利,举办了两场微瑕特价直播专场,将仓库中仅仅因为微小瑕疵而影响二次销售的图书,通过特别大促的形式,给有需要的消费者提供特

二十一世纪出版社集团 对内对外送福利,助小读者「悦」读过暑假

价购买的机会。两场直播分别于7月5日、7日早上10:30-16:00开展,直播团队将直播间搬到出版社仓库,现场清点微瑕图书并进行直播销售。并且,团队准备的图书基本都是不影响二次阅读的好书,仅仅是塑封破损。所见即所得,直播中上架一个品种、售罄一个品种,取得了较好效果。据相关负责人介绍,此次特价专场远超策划团队预期。第一场准备的40个品种、1200套图书上架两个小时即全部售空。为满足读者需求,紧急召集电商团队现场上架产品,并将原本连续两天的特价微瑕专场改为了隔一天直播。第一场直播次日,重新梳理特价品种70个,共2300套图书。据悉,2场直播共10小时,累计销售码洋约55万元。直播间曝光37.5万次,触达人群超20万人。

复盘此次专场直播,相关负责人表示,预热视频非常重要,在直播前1天和直播当天,该社通过发布预热视频吸引了大量读者关注,通过短视频进入直播间的流量占比超16%,通过短视频下单超370单。

通过这次活动,团队发现微瑕特价书的市场空间较大、需求广。因此,该社后期将延续此形式,按照每周一周的节奏,给大家带来特价好书。(张聪聪)

成效

累计服务超20万人次,累积收入超8000万

据朱文清介绍,自校内课后服务项目启动以来,广东教育出版社累计服务学生超过20万人次,累计收入超8000万元,其中,2021年度收入超过3000万元。2022年,广东教育出版社校内课后服务县区学生数量持续增加,服务质量不断提升,一批批课后服务课程资源被开发并应用。

广东教育出版社根据广大师生需求,精心搭建校内课后服务的课程体系,逐步升级了课程内容和课后服务品牌标识建设,充分凸显了内容研发出版单位专业优势,为课后服务开展输入“源头活水”,保障了课后服务高质量发展。

朱文清表示,课后服务也是出版社从传统的纸质形态向数字出版、教育内容立体化开发的转型依托之一,是探索从教育出版向教育服务转型的重要路径,是广东教育出版社教育创新业务开展的较大增长点。当然,从出版社的经济总量来看,目前课后服务更多的是实现教育出版大社服务基础教育的担当和使命。

模式

专门团队,公司化运营,菜单式课程

广东教育出版社为课后服务设立专门团队,以公司化运营。朱文清介绍道,所有参与课后服务课程开发的人员各司其职,负

(上接第7版)

一套“小众”童书的自我觉醒和耕耘之路

■翟宁宁(青岛出版社济南分社童书编辑)

作为一名图书编辑,我常常面对一个难题:当一个有趣的小众选题向你抛出橄榄枝,你接不接?策划出版《了不起的中国军事》一书的经历,让我过了一把将兴趣和兴趣完美结合的瘾,也亲历了理想主义落地为现实主义的全过程。在此期间,对于如何做小众选题也有了一些体会。

回溯到2018年,我在网上冲浪时,读到了几篇有趣又有料的历史类文章,其话题式写作充满新鲜感,观点的论证逻辑严密,能极大满足历史迷的知识需求。这样的写作模式让我意识到,降低知识和文字的难度,也许可以做出受孩子欢迎的少儿历史书。于是,我赶紧寻找文章作者的联系方式,很顺利地联系上了历史作家张敬老师。而张老师恰好也有类似的想法,我们二人一拍即合。张老师很快发来了一份周详的选题大纲,其中的军事历史部分,内容最为丰富充实,惊喜之余更是惊叹——体系太过庞大,做出来要十年功夫。经过沟通,我们决定把军事历史部分先拎出来成书。大纲敲

定后,样章很快出炉,这就是《了不起的中国军事》的雏形。

从2019年开始,张敬老师带领创作团队开启了历时一年半的文字创作。编辑和作者保持高频沟通,稿件数次大改,甚至推翻重写,只为了找到最切合少年阅读的表达方式,“秦朝的高速公路”“成也水长城,败也水长城”等一个个新鲜有趣的篇目陆续浮出水面。话题式写作不同于通史写作,凸显的是一个个点,需要编辑引领作者做穿线的工作。我们在每一个话题前设置导语,以凝练的文字交代历史背景,帮助小读者从历史线的纵向层面理解话题中涉及的知识;在正文之后设立“知识链接”小栏目,为小读者做好横向的知识拓展。一纵一横,书的层次丰富了,眉目也更清晰了。

在艰苦的编写过程中,知名插画师夏和加入创作团队,承担了全套书插图的绘制工作(后来因为画量较大且时间紧张,米米儿插承担了部分插图的上色工作)。于浩老师为整套书设计了气质纯正的版式,编辑小组

(上接第1版)

2022年7月下半月文化教育类图书销售排行榜

排序	书名	版别	出版时间	定价(元)
1	苏东坡传(精装典藏版)	湖南文艺出版社	2018年1月	52.00
2	新概念英语1 英语初阶(新版)	外语教学与研究出版社	2019年11月	39.90
3	新概念英语2 实践与进步(新版)	外语教学与研究出版社	2019年11月	48.90
4	古汉语常用字汇(第5版)	商务印书馆	2016年6月	39.90
5	每周一成语故事(五年级)	语文出版社	2018年7月	25.00
6	新视野大学英语 读写教程3(第3版)	外语教学与研究出版社	2020年6月	69.90
7	南京大屠杀	中信出版社	2015年8月	49.00
8	新视野大学英语 读写教程1(第3版)	外语教学与研究出版社	2020年6月	69.90
9	牛津高阶英汉双解词典(第9版)	商务印书馆	2018年3月	169.00
10	现代汉语词典(第7版)	商务印书馆	2016年9月	109.00

2022年7月下半月文学艺术类图书销售排行榜

排序	书名	版别	出版时间	定价(元)
1	活着	北京十月文艺出版社	2021年7月	45.00
2	红岩	中国青年出版社	2018年1月	36.00
3	红楼梦(上下)	人民文学出版社	2012年2月	59.70
4	三体(全3册)	重庆出版社	2010年11月	93.00
5	杀死一只知更鸟(精装)	译林出版社	2017年2月	48.00
6	百年孤独(50周年纪念版)	南海出版公司	2017年8月	55.00
7	平凡的世界(全3册)	北京十月文艺出版社	2021年6月	138.00
8	红星照耀中国	人民文学出版社	2016年6月	43.00
9	云边有个小卖部	湖南文艺出版社	2018年7月	42.00
10	生死疲劳	浙江文艺出版社	2022年1月	69.90

2022年7月下半月少儿读物销售排行榜

排序	书名	版别	出版时间	定价(元)
1	小王子	天津人民出版社	2013年1月	39.80
2	雪漠说老子:让孩子爱上《道德经》	中国友谊出版公司	2022年7月	69.80
3	给孩子讲读《山海经》(全4册)	青岛出版社	2022年5月	148.00
4	窗边的小豆豆	南海出版公司	2018年5月	39.50
5	少年读史记(套装5册)	青岛出版社	2015年9月	100.00
6	夏洛的网	上海译文出版社	2014年8月	37.00
7	彩云街精灵童话系列 精灵书店(注音版)	晨光出版社	2022年4月	30.00
8	时代广场的蟋蟀	二十一世纪出版社	2017年7月	25.00
9	孩子读得懂的山海经(全3册)	北京理工大学出版社	2020年11月	219.00
10	亲爱的汉修先生	新蕾出版社	2014年10月	25.00

2022年7月下半月科技生活类图书销售排行榜

排序	书名	版别	出版时间	定价(元)
1	海蒂怀孕大百科(全新第5版)	南海出版公司	2019年4月	68.00
2	云彩收集者手册	译林出版社	2018年3月	45.00
3	美国儿科学会育儿百科(第7版)	北京科学技术出版社	2020年10月	108.00
4	时间简史(插图版)	湖南科学技术出版社	2014年6月	45.00
5	神秘的答案之书	江苏凤凰文艺出版社	2019年5月	38.00
6	崔玉涛育儿百科	中信出版社	2019年1月	178.00
7	从一到无穷大	天津人民出版社	2019年9月	58.00
8	中国居民膳食指南(2022)	人民卫生出版社	2022年4月	78.00
9	内科护理学(第6版)	人民卫生出版社	2017年6月	99.00
10	Python编程:从入门到实践(第2版)	人民邮电出版社	2020年10月	109.80

为了及时反映市场行情,为出版社、书店营销、造品提供参考,为读者阅读、购书提供指南,本报每月刊出一次图书销售排行榜,以服务业界与读者。半月图书销售排行榜基于国家出版发行信息公共服务平台的销售数据和商报·奥云“中国出版业市场监测系统”线下ERP数据、线上监测数据,由全品类总榜和社会科学、文化教育、文学艺术、少儿读物、科技生活5个分类榜组成,均按销量降序排列。(报载各榜TOP10;各榜TOP20见商报官微、官网)