

(上接第9版)

全员预算管理,文旅内容持续升级

■董利斌(北岳文艺出版社社长、总编辑)

北岳文艺出版社此次参展山西文博会,带来的图书与文创产品数量更多、形态更丰富,与内容资源的结合也更为紧密,体现出我社在文创开发上的成熟度进一步提升。

今年我们重点推出了一系列围绕“山药蛋派”代表作家(如赵树理、马烽等)开发的文创产品。例如,我们制作了一套128开精装小书礼盒,内含6位作家的中短篇作品,外盒采用土黄色象征“山药蛋”风格,内册则运用马卡龙色系设计,体现经典与创新的融合。特别值得一提的是,其中一本可作冰箱贴使用——我们将书封的荷兰板换为磁性材料,实现了阅读功能与生活美感的结合,目前首印200套,定价198元。

文创开发是我社持续投入的方向。我们深刻意识到当前山西文创资源有待整合。我社计划正式成立文创部,其职能不仅是自主开发产品,更希望搭建一个平台,汇聚社会创

意资源,打造山西文创开发与转化的高地。任何人如有关于山西文旅文创的想法,均可向我们投稿,我们将依托出版社的策划与创意能力,为其实现产品化与产业化赋能。

此外,我们也致力于文旅图书的内容升级。当前市面上文旅图书虽多,但有一些可读性不强、信息堆砌、缺乏情感连接。我社正与省作协积极沟通,计划邀请作家群体撰写山西古建筑、彩塑、壁画等主题图书,以文学化的语言提升内容的可读性与传播力,打造一批轻薄易读、知识精准、文笔优美的文旅读本,真正让山西文化“活”起来。同时,积极拓展非遗类出版与文创开发,例如新推出的非遗年画日历,以艺术级印装和文物级内容突出差异化。我社还将继续推进“非遗进校园”活动,实现“非遗即生活”,让非遗元素、山西元素真正走进读者的日常生活。

在营销层面,我社积极建设新媒体运营

部。其核心职能是广泛连接渠道资源与达人资源,通过新媒体扩大品牌影响力、促进资源合作。我们认为,出版社的核心优势在于整合与社会力量合作,而非闭门造车。今年图书市场整体下行,我社亦面临销售压力。为此,我们推行全员预算管理,明确指标责任,强化市场意识。

在AI应用方面,我社作为集团AI编辑室试点单位,自今年3月起引入智能审校等技术工具,应用于策划与编校环节,逐步提升出版效率。总体来说,我社正通过文创开发、内容升级、营销创新与管理优化等多维度努力,积极应对市场变化,稳步推进出版高质量发展。



上量、提质、创效,打造品牌个性

■贺权(山西经济出版社社长、总编辑)

赶上了《黑神话》的热度,累计销量达上万册,一度成为集团“走读三晋”直播间销量榜第一。今年年初,我社继续深度开发了《壁上丹青:山西古代壁画》,目前已销售近5000册,在全民阅读大会期间被评为“山西好书”。9月,我社将推出其系列产品《塑立千年:山西古代彩塑》,把地方优势与经济特色结合起来,筛选整合我社在历史文化出版方面的已有资源、待开发资源,做山西文化资源的深度开发,以经济专业视角阐释旅游文化,做出差异、做出风格。

今年上半年我社的发力点主要在经济类选题策划方面。针对“虚拟经济”“低空经济”等经济热点,主动与南开大学虚拟经济与管理研究中心、中国人民大学、中国社科院、省社科院等重点高校及研究机构进行项目对接,目前已初步形成《金融博弈新常态:中国外部金融冲击应急系统构建》《稳定币》《低空经济》等重点选题。市场选题方面,与优盛文化、文苑公司等市场成长性较好的策划机构商谈合作,已初步形成《智能投资与交易策略》《同花顺APP操作技巧

与实战指南》等选题。围绕习近平经济思想解读阐释和高质量发展问题研究等方向,把握重点热点、获取前沿成果,关注市场图书建设质量,从源头上确保品牌持续性和延展性,用好用足专业经济出版的特色优势,在“上量”的基础上“提质”“创效”,逐步打造山西经济的品牌个性。

下半年,我社将一体化推进落实省委宣传部重点选题,深入落实集团“晋版振兴”计划。主题出版方面,确保《新时代中国特色社会主义思想理论与实践》《党的宣传思想工作创新与实践》等选题于年内出版。经济理论领域,推进《低空经济》等年内出版,持续加强与省社科院等研究机构的出版策划合作,做好习近平总书记赋予我省“五大使命”的宣传阐释。经济普及领域,推进《智能投资与交易策略》等普及类出版物的出版和推广,年内重点落实我社在AI经济类图书、证券投资类市场读物两个板块的产品线规划。地域文化领域,推出《塑立千年:山西古代彩塑》等新书,同时配套文创,探索文旅图书推广新路径,全面梳理并优化传播渠道,拓展营销范围。



本次山西文博会,山西经济出版社主要展示了近几年在经济、地域文化领域的新书和获奖图书,包括《世界印刷文化史》《中国空天经济》《壁上丹青:山西古代壁画》《守护皮影丛书》等,首次集中展出了我社近年来的优秀版权贸易图书14种,包括《传统的未来》英文、俄文版,《中国能源消费系统及革命》俄文版,《中国少数民族经济发展史》俄文版,《新供给经济学》俄文版等,这些图书均为“丝路书香”及“经典中国”项目,体现了我社多年来深耕“走出去”图书的成绩。

我社的首次文创尝试是去年为“最美的书”《画中有话:平阳木版年画》制作的年画文创礼盒,今年在壁画、彩塑图书方面也计划继续开发相关文创。我社的直播目前还是和集团“走读三晋”直播平台合作,由集团直播间推销我社市场图书。今年正在积极培训直播人员,开辟本社自主直播平台。

2024年我社的《画说山西古代壁画》因

放大文博出版优势,借山西热潮逆势增长

■莫晓东(三晋出版社社长、总编辑)

三晋出版社此次参展山西文博会,主要聚焦于文博考古专业图书及关联文创产品两大方向。相比以往,本次参展背景特殊,山西文旅热度持续提升,自去年《黑神话》出圈后,省内外关注度显著增强,文博会人气也逐年攀升,带动了我社文博类图书销售稳步增长。

本次我们带来了多种文创产品,如“云冈乐舞周历”“山西古建日历”等,均基于我社图书内容资源开发,实现“书—创”联动,深受读者欢迎。图书方面,重点展示了一批文博类精品,包括《净兴寺》《岩山寺》《走!去太原》等城市文化名片类图书,以及“山西国宝精华”系列如云冈、晋祠、铁佛寺、北朝壁画等专题图书。我们坚持按读者对象分层开发:学术类、普及类、儿童类并举,实现同一资源的多形态输出。例如,《中华何以

5000年》既有成人版,也开发为儿童绘本;正在制作的《青青》《九娘》等绘本,则是基于敦煌、青花瓷等文化主题,由郑岩老师主编,面向青少年推广文化知识。

我社长期专注文博考古板块,拥有专业编辑团队,严格把控内容准确性。近年来借助山西文旅热潮,持续深耕这一垂直领域,销售明显增长。尽管整体图书市场遇冷,但文博类相对平稳,精品书依然有市场。我们不做盲目跟风,而是扎实积累优质内容,通过旧书重印与新书推出,保持稳健发展。面对市场变化,我社无教材教辅支撑,始终靠市场图书发展,因此更注重内容深耕与形式创新。

在营销方面,我社设立新媒体运营部,统筹宣传与销售,每周在抖音“三晋好书”账号进行三场直播,常态化推广图书。文博会期间的两场活动也同步直播。目前直播的

直接转化有限,更多依靠中盘、达人及平台分销,因此我们正逐步拓展渠道、精准跟单,推动新媒体销售占比逐年提升。

文创开发方面,我们围绕图书IP做衍生,如周历、日历等,但暂未体系化运作。文创目前仍属辅助板块,需量力而行,逐步积累资源和经验,尚未达到独立打造IP或大规模投入的阶段。

整体来看,我社上半年销售较去年同期保持增长态势,下半年有周历、日历及多本新书陆续上市,预计表现将优于去年。我们坚持“深挖内容、做精产品、稳步拓展”的策略,在文博出版领域持续积累,谋求长远发展。



从图书到知识服务,AI融合出版成新引擎

■裴建平(山西春秋电子音像出版社社长、总编辑)

山西春秋电子音像出版社今年参加山西文博会,与往年相比有显著不同。第一,我们首次推出了最新建成的AI大模型——“晋文藻·文化资源大模型”,这是首次向山西观众和读者公开呈现。第二,我们将多年积累的特色数字产品,如“五台山文化遗产数据库”,以高清图像和多媒体形式展示,获得广泛好评。第三,在出版融合方面实现突破,例如《少年之约:跨越时空的红色承诺》一书,全面采用AI生成音频、视频、文字和图片,每本书还配备一个AI伴读数字人,这是对传统音像产品的重大升级。第四,我们在内容多元转化尤其是文创方面取得进展,例如通过平面明信片结合二维码可查看详细介绍,三维展示山西文化资源,实现知识与文旅的融合传播。

AI应用方面,我们在AI应用方面起步较早,尤其是在新一届集团党委领导下,积极

拥抱新技术,实现换道超车。编辑人员应用AI的素质也在不断提升。我们与技术公司如数传集团、腾讯云等合作,主要在AI编辑、出版融合等领域。与数传合作包括AI编辑实验室,覆盖出版全流程,我社作为试点单位率先推进。应用AI一年来,出版效率、编校质量和速度都显著提升,出版周期缩短,实现了提质增效。合作模式以技术公司负责技术支持,我社负责内容策划与出版流程为主。未来计划构建融合式AI大模型,整合古建、石刻、书法等高质量数据库,提供更精准的知识服务。

特色产品方面,我社推出的《少年之约:跨越时空的红色承诺》是为抗战胜利80周年特别制作的新书,通过当代少年朗读历史故事,实现红色主题的当代传播,受到央视、人民网等媒体报道。此外,基于五台山文化遗产数据库开发的融媒体画册《吉光片羽》,通过“书+码”形式实现多媒体讲述,互联网销量已达1万册,实洋约156万元。

在文创方面,我们围绕儿童舞台剧《博物

馆奇妙之旅》开发了毛毡本等衍生品,结合剧目推广实现快速回本。同时,通过平面三维技术将云冈石窟、五台山等文旅资源转化为明信片等产品,背后融入多媒体内容与文化故事,实现知识传播与实体介质的结合。文创产品与图书销售是相互关联的。我社注重通过内容IP进行多元转化,例如基于数据库、剧目、书法等资源开发文创,延长产业链条,实现持续的知识服务与内容输出。

在直播与新媒体方面,我社通过数字出版公司开展专业直播,积极拓展短视频、数字人直播等新形式,降低人力成本,提升销售效率。目前已在抖音、小红书等多平台布局,并通过投流增强曝光,与武汉数传集团等机构合作推进。

当前图书市场面临挑战,尤其受山西教辅新政影响,听力资源免费化带来较大压力。我社积极应对,调整产品结构,下半年将继续推进AI融合、文创转化、知识服务与直播电商四大方向,持续关注新技术应用,推动出版深度转型。

●文博会现场

传统出版插上科技翅膀 书海传媒进军无人机竞技赛道

中国出版传媒商报讯 第七届山西文化产业博览交易会(以下简称“山西文博会”)上,山西出版传媒集团旗下山西书海传媒科技有限责任公司(以下简称“书海传媒”)以一场传统与现代、文化与科技深度融合的精彩展示,惊艳四座,成为展会现场备受瞩目的焦点。其大胆跨界,正式宣布进军青少年无人机竞技赛道,标志着这家传统技术企业迈出了数字化转型与业态创新的关键一步。

据悉,书海传媒此次进军无人机领域,并非短期展示,而是有着长远战略规划。公司计划依托自身内容研发优势,开发与无人机操作、编程、竞技相关的科普读物、培训课程及数字化教学内容。同时,积极探索承办国家级和省级无人机白名单

赛事活动,打造“文化+科技+体育”的融合型IP,吸引年轻群体关注,开辟新的业务增长极。

山西文博会现场,许多观众,特别是青少年群体,对书海传媒的无人机展示表现出浓厚兴趣,纷纷参与互动体验。“没想到一家出版单位能带来这么酷的科技展示,完全颠覆了我对传统书业的印象。”一位大学生兴奋地表示。

山西书海传媒科技有限责任公司此次在第七届山西文博会上的惊艳亮相,不仅展示了山西文化企业的创新活力与突破精神,也预示着未来文化产业的无限可能;当传统出版智慧与前沿科技激情碰撞,必将孕育出更加丰富多彩的文化新业态,为读者和公众带来前所未有的文化体验。(方 圆)

第二届“希望杯”新时代原创儿童文学优秀作品征集活动启动仪式成功举办

中国出版传媒商报讯 8月21日上午,由鲁迅文学院担任学术指导,山西出版传媒集团主办、希望出版社承办的第二届“希望杯”新时代原创儿童文学优秀作品征集活动启动仪式,在山西潇河国际会展中心山西出版传媒集团展厅隆重举行。中国作协原副主席、儿童文学委员会原主任高洪波,中国编辑学会会长郝振省,鲁迅文学院办公室负责人张帅,山西省作协副主席、山西文学院院长张卫平,山西省作协副主席、太原师范学院教授崔昕平,儿童文学作家王倩等出版界、评论界、儿童文学界人士受邀出席启动仪式。

山西出版传媒集团党委书记、董事长、总经理胡彦成,山西出版传媒集团党委委员、副总经理雷俊林,山西出版传媒集团党委委员、纪委书记、监察专员郝俊民,山西出版传媒集团党委委员、副总经

理、总编辑孟绍勇,山西出版传媒集团党委委员、副总经理兼希望出版社社长、总编辑王琦,山西省委宣传部出版处处长赵新中等出席仪式。仪式由希望出版社副总编辑傅晓明主持。

据悉,活动组委会将在鲁迅文学院的学术指导下,组建专业专家评审会,评审工作将坚持“主题性、文学性、儿童性”相统一的原则,重点关注反映新时代脉搏的作品——包括科技创新、乡村振兴、生态保护等题材,同时鼓励融入戏曲、国画、非遗等中华优秀传统文化元素的创新表达,支持绘本、有声书、互动故事等跨媒介叙事形态的探索。活动特别欢迎具有中国文化特色、贴近当代儿童生活、富有艺术感染力的原创儿童文学作品,后续将通过公正严谨的评审流程,确保思想精深、艺术精湛、制作精良的佳作脱颖而出。(方 圆)

《博观山西》宣介会暨“博观山西”文创品牌签约仪式圆满举行

中国出版传媒商报讯 8月23日,第七届山西文化产业博览交易会期间,《博观山西》宣介会暨“博观山西”文创品牌战略合作签约仪式在山西潇河国际会展中心隆重举行。中国科协原机关党委副书记、一级巡视员许向阳,中国数字文化集团文创中心负责人孔令志,山西省委宣传部对外新闻处处长赵志伟,山西省委宣传部出版处处长赵新中,山西出版传媒集团党委委员、副总经理、总编辑孟绍勇,山西出版传媒集团党委委员、副总经理王琦,山西出版传媒集团出版业务部主任董润泽,山西书海传媒科技有限责任公司副总经理董晓宁,山西新华书店集团图书大厦有限责任公司总经理刘杰,太原市新华书店副总经理杨耀辉,《博观山西》丛书主编赵

起超,以及山西教育出版社社长靳金龙、总编辑潘峰、副总编辑薛海斌出席了活动,共话山西文化传播新路径。

据悉,“博观山西”文创品牌以《博观山西》丛书内容为核心,构建“见微”“秘藏”“以礼”三大产品系列。在数字文创领域,通过原创数字绘画与AE技术,将云冈石窟、应县木塔等文化符号制成动态视频,打造沉浸式文化体验。

活动现场,山西教育出版社与北京博观时代科技文化有限公司共同签署“博观山西”文创品牌战略合作协议。此次签约标志着双方将在文创研发、品牌传播等领域深度合作,为山西文化资源转化为市场价值搭建桥梁,助力三晋文化破圈传播。(方 圆)

《少年之约:跨越时空的红色承诺》亮相山西文博会

中国出版传媒商报讯 第七届山西文化产业博览交易会举办期间,《少年之约:跨越时空的红色承诺》再次亮相,为青少年读者带来一场别开生面的红色与文学之旅。参加活动的嘉宾有山西省文艺评论家协会主席、著名文艺评论家杜学文,太原市作家协会副主席、中国作协会员、本书作者蒋殊,中国儿童文学研究会理事、著名出版策划人陈彦玲,《少年之约》音视频创意制作人张卓娅。出席活动的还有山西省委宣传部出版处处长赵新中,山西出版传媒集团党委委员、副总经理、总编辑孟绍勇,山西出版传媒集团出版业务部主任董润泽,山西出版传媒集团党委宣传部副主任张琨,主管张昊,山西

春秋电子音像出版社党支部书记、社长、总编辑裴建平,山西春秋电子音像出版社党支部委员、副总编李运红,编辑团队及相关人员,参与活动的还有30多名专程赶来的小读者。

现场互动环节,张卓娅带领学生深情演绎了书中精彩故事,让两代少年进行了对话。他们的声音里充满了责任与希望,让现场读者们感受到了新时代少年们的勇敢与担当。

活动最后,与会嘉宾将他们手中“少年之约 红色接力”的特制接力棒传递给小读者们并共同宣誓——“苦难不能回避,历史必须铭记,假如回到80年前,我愿意做一名奋起抗战的中国人!”(方 圆)