

# 试论少儿图书出版及市场切入点

何萌

(黑龙江少年儿童出版社 黑龙江 哈尔滨 150090)

**[摘要]** 在新形势下,只有将少儿图书出版和新媒体融合发展,才可以紧跟时代潮流,促进出版业健康可持续发展。随着科技的发展和新时代的到来,知识经济渗透到我国的各行各业,新媒体的兴起也给我传统少儿图书出版行业带来了巨大的冲击。数字化时代的人们更加偏爱在电脑或手机进行无纸化阅读,纸质图书的竞争力逐渐下降,给出版业带来了巨大的危机。

**[关键词]** 少儿图书出版;新媒体;融合发展

## 1 少儿图书出版业面临的困境

### 1.1 创新能力不行

现如今,传统少儿图书出版业之间的竞争还处于浅层的价格竞争,没有上升到内容创新和形式创新层面的竞争,虽然有与其他行业融合发展的意识,但是面对新媒体的快速发展,大多数传统少儿出版企业还是认为二者处于对立面,难以找到融合的方法。如果企业仍然没有打破传统行业观念的限制,也没有意识到传统少儿图书出版业与新媒体有融合发展潜质,那么少儿图书出版业的发展将危机重重。

### 1.2 少儿出版行业产能过剩

我国国内少儿图书出版社数量众多,年度图书出版种类有近几万种,是10年前少儿图书出版产量总量的数倍以上。传统的少儿图书出版业虽然看似十分繁荣,但是纸质图书的行情却没有像数据表现得那么好,甚至日渐萧条。这不仅是由于国家对少儿出版业的宏观调控力度过大,使得纸质书籍的市场化程度较低,市场竞争力较小,实体书籍的真正价值没有充分表现出来,而且也是由于消费者对纸质化书籍的购买欲望降低,对新书也缺乏购买兴趣,从而使得少儿图书出版业日渐凋零。

### 1.3 发行渠道面临多种新型平台威胁

互联网的资源库内容丰富且广泛,传播速度也十分迅速。而少儿图书的线下销售一般都是在实体店店里,其常备图书种类只是所有书籍种类的很小部分,有很大一部分图书没有进入流通市场参与销售,少儿图书出版社的销售渠道具有单一性和覆盖范围的有限性,将制约少儿图书出版业的发展。

## 2 少儿图书出版与新媒体融合发展方向

### 2.1 融合技术

由于传统的少儿图书出版技术已经不适应市场的实际需求,其出版质量和效率大打折扣。而数字出版技术是运用互联网和大数据的等新技术来提高少儿图书出版的质量和效率,促进了出版业的发展。因此,传统的出版业必须运用新技术来提高自己的出版质量和效率,从而提升市场竞争力。

### 2.2 融合理念

由于我们步入了信息时代,各种数据信息都在网络上用数字的方式呈现出来,给人们的日常生活和工作中带来全新的体验。传统的少儿图书出版业与数字理念融合起来,创新出版方式,转变出版模式和理念,充分利用数字技术提高自己的出版水平,促进出版业的创新发展。

### 2.3 融合营销

传统出版业的销售渠道单一、少儿图书种类少且受诸多限制,大多是线下实体店销售,传播范围狭窄。随着新时代的到来,传统出版业的营销模式需要从单一模式转变为多元化的方向发展,可以联合线上线下一起销售,整合资源,优化结构,扩大传统出版业的传播和销售的范围。数字出版物对于企业来说主要包括硬件成本和内容成本,成本虽然比传统出版业较多,但是收益也更大,不仅包括产品收入、设备收入和广告收入,还有出版增值和检索方式等内容,获利方式灵活多样,利润发展空间也更大。

## 3 为找准市场切入点,少儿图书出版的应对策略

### 3.1 加强市场调研,找准选题定位

市场调研是少儿图书策划的基础工作,是对选题的市场情况进行信息收集与处理的过程,策划编辑通过对书店、会议、读者等相关服务对象进行深层的了解,通过定量研究与定性研究相结合的办法,论证选题的未来市场情况。

3.1.1 发挥多种调研渠道。第一,深入书店开展竞品分析。根据策划意向,通过实体店与网络书店两个渠道了解市场行情,分析市场上同类热销图书。第二,深入学校开展面对面访谈。将选题策划的思路形成读者问卷,同一线教师开展座谈与问卷调查,了解教学的实际需求,抓住第一手资料。第三,是及时关注教育主管部门课程改革的动向,从这些政策信息中整理出有价值的信息,并运用到少儿图书的选题中,使其成为好创意的来源。

3.1.2 确定少儿图书定位与特色。结合市场调研的结果,对策划选题与市场同类产品进行比对,从市场销售和读者需求两个方面开展选题的竞品分析,对比该选题与已有图书在内容方面的特色与差异,借鉴热销少儿图书在内容设计与营销手段上的特色,取长补短,找准自身定位。

### 3.2 优化作者队伍,提升选题质量

少儿图书的核心竞争点在于内容质量,而内容质量的源头在于坐着的稿件质量,而作者作为少儿图书内容的创作者,其能力与水平直接决定了少儿图书的质量。因此,建立高水平的稳定的作者队伍,对提升选题质量尤为重要。加强与作者的沟通。在少儿图书出版过程中,编辑要与作者经常沟通,在策划阶段,要让作者了解编辑的选题策划要求及特点,也可以帮助进一步检验选题立意的可行性,也便于能及时调整不妥之处;在书稿编写阶段,要同作者交流内容的设计与栏目策划,包括难度把握、试题数量、参考答案等,这样会大大提升作者在编写效率,有利于及时成稿,不影响后续进度。

### 3.3 加强营销理念,提升少儿图书品牌

对少儿图书出版工作而言,印制完成只是编辑工作的第一步,为了让读者能够愿意购买少儿图书,传承少儿图书所承载的知识与文化,最大化的实现社会效益与经济效益,还需要做好出版后的营销宣传工作。特别是在当前实体经营与网络经营并存的阶段,少儿图书编辑应会同销售发行部门共同开展后续的宣传工作,通过多种营销方式提升图书的品牌价值。

## 4 结论

新媒体的出现不仅影响了各行各业的发展,也潜移默化地影响了人们的日常生活。受影响最大的传统少儿图书出版业出版在近几年不升反降,线上线下实体店销量减少,部分报纸、杂志甚至面临停刊的危险。因此传统少儿图书出版业必须要做出改变,摸索新时代下全新的发展模式,积极与新媒体相融合,且发展模式要适应如今的互联网时代,不然只会被时代抛弃,从而走向灭亡。

### 参考文献

- [1] 胡怡. 论少儿图书出版与新媒体的融合发展 [N]. 中国新闻出版广电报, 2019-04-01 (004).
- [2] 丁洪涛. 少儿图书出版与新媒体融合发展过程中的几点思考 [J]. 新媒体研究, 2018, 4 (17): 100-101.