

跨界竞争环境下童书出版的发展方向与创新路径

朱思霖

电子工业出版社有限公司

[摘要]现如今,网络在不断发展和进步,各种新技术层出不穷,各行各业都发生了巨大的变化,童书出版行业也不例外。但在日渐激烈的跨界竞争市场环境中,传统模式已经逐渐被淘汰。为了满足时代发展的需求,应该创新童书出版的思路,如何在跨界竞争的环境下拓展童书出版的途径和方式,本文就此进行了相关的阐述和分析。

[关键词]跨界竞争;童书出版;发展方向;创新路径

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-627X.2021.09.1607

目前来看,我国童书市场在不断扩大,但市场还需要加强规范。尽管童书行业销量比较大,但是该行业利润空间却比较小,且没有健全有效的规范制度,所以童书质量得不到有效的保障。另外,随着经济的发展,人们的消费观念发生变化,尤其在幼儿教育不断发展的今天,人们对于童书的要求也在不断提升。

一、跨界竞争环境下传统童书出版形式面临的挑战

(一)内容形式方面

在跨界竞争的影响下,童书出版行业内涌进影视企业、动漫企业、游戏企业、国外文化企业、新媒体企业以及其他文化企业甚至非文化企业的竞争者,传统图书出版商面临着跨界竞争压力的风险。童书出版日益转向精品化、优质化方向,而越来越多的童书出版商为增强童书的趣味性,不断对童书进行创新,在创新出版方式的同时也在出版选题和内容等方面下足功夫。所以,在跨界竞争环境下,童书出版者的出版选题和内容面临着很大的冲击。

(二)出版模式方面

跨界竞争环境下,不光是出版商的“跨界”,也是出版模式的“跨界”竞争。在传统的出版模式中,通常都是在作品出版之后才开始营销活动,而跨界竞争环境下,可以先开始营销宣传,然后进行图书编辑。各种跨界竞争的出现,使图书有了更广泛的营销空间,可以先做好营销工作,然后编辑图书。尤其在微博、抖音、小红书等平台用户在不断增多的情况下,营销的效果也在不断增强。在这种情况下,图书编辑只要整理好优秀的作品,然后进行编辑出版即可,宣传的难度和压力变低。在先营销、后出版的模式中,消费者对图书的认知先产生变化,然后激起消费者的购买欲望,有助于图书品牌的塑造,但电子阅读方式的普及打破了先前“先营销、后出版”的纸质图书出版模式,即很多场合下广大读者能够在不购买传统纸质图书的时候能够获取与纸质图书类似、相同甚至超过原先图书内容的电子音像和电子图书资源,而这在一定程度上必然会影响家长购买纸质童书的欲望。

二、跨界竞争环境下童书出版的创新思路

(一)坚持原创,丰富内容

目前,市场上的童书存在同质化的问题,存在重复出版的情况,这将导致出版社效益降低,且随着纸张价格的增长,图书出版面临的难题在不断增多。虽然表面上童书市场在不断发展,看似销量增长,但在电子阅读的影响下,童书市场的总体情况并不乐观。童书出版行业想要从速度增长转变成质量增长,就要从提升童书本身的质量入手,强化各个环节。这不仅要求选题合理,还要做好内容、制作形式等方面的创新,通过童书培养儿童的心智,引导儿童树立正确的观念,发挥童书的作用,使更多的读者认可童书,进而促进童书市场的扩大。李学谦先生说过,对于图书跨媒体传播来说,一定要先做到原创出版。

所以,要增强对知识产权的认识,创建属于自己的独立品牌,针对版权、资源等重大问题,一定要采取合法合理的处理措施。想要进一步加强童书建设,就要适应跨界竞争环境,挖掘更多原创作者,通过网络平台为更多原创作者提供展现能

力、发表作品的机会,然后在众多优秀作品中进行筛选,将符合市场需求、满足图书出版要求的作品编制成书,做好内容定位,构建童书品牌,提升作者、书籍、出版社的知名度,增强童书的整体竞争力,为童书市场的开拓奠定基础。

在内容方面,要根据自身发展理念、外部环境、经营策略等创新童书内容,不仅要在形式上体现时代特点,还要了解现代儿童的特点,分析儿童的成长规律,根据实际需求进行书籍内容的编辑。对当代儿童成长过程中面临的问题进行深度剖析,合理选取选题,改变创作、生产的方式,丰富童书的内容,促进童书向多元化的方向发展。对当前畅销的童书进行分析,可以发现其普遍具有内容新颖的特点,可以紧跟时代发展的步伐,进而获得了读者的认可。

(二)分级阅读,创新形式

对于儿童来说,童书阅读是认识世界、启蒙思想的重要途径,优质童书可以对儿童产生正面积极的影响,有助于儿童身心健康的成长。所以,童书编辑应该深度分析儿童身心发展规律,教育家、幼师、童书作家等都应该积极参与童书制作和研究工作,合理利用互联网技术,积极适应跨界竞争环境,塑造优秀的童书品牌,详细规划童书的内容,使童书可以更好地满足儿童成长需求。低年龄段儿童的认知和阅读能力较差,所以着重采用融合出版的形式,增加阅读辅助功能,丰富儿童的阅读形式,充分发挥跨界竞争的作用,增加声音、动画等多种形式;针对高年龄段的儿童,可以重点培养儿童的发散思维,以锻炼儿童的阅读、写作能力为主,所以要注重内容创新,吸引儿童的注意力,强化儿童的阅读兴趣。

(三)拓展渠道,塑造品牌

在跨界竞争环境下,互联网电商行业发展迅速,童书出版有了更多的渠道和方式。出版社应该把握住跨界竞争带来的机遇,运用微信、微博等跨界竞争平台构建全新的传播和营销渠道。将童书向品牌化的方向发展,详细划分童书种类,使童书拥有更广阔的市场和发展前景。此外,可以发挥网络红人的作用,利用网络意见领袖的号召力进行宣传和推广,使读者对童书有更深的认识,进而产生购买欲望。不仅如此,还可以构建阅读体验中心,为儿童定制个性化服务,构建沉浸式阅读环境,使儿童对阅读更感兴趣。

结束语

综上所述,图书出版行业正在向精细化、多元化的方向发展,其中童书出版面临着许多难题,尤其在跨界竞争环境下,虽然有很多发展的机遇,但同样存在问题和风险。对此,应该适应当前发展环境,发挥跨界竞争在童书出版中的作用,深入了解儿童的特点和成长规律,从内容、形式等多个方面入手,促进童书出版的改进和创新。

参考文献:

- [1] 邓文.童书出版的形式创新与应用[C].新时代公众科学素质评估评价专题论坛暨全国科普理论研讨会,2018.
- [2] 葛冬冬.跨界竞争环境下童书出版的发展方向与创新路径探讨[J].传播力研究,2017(008).