

编者按 5月30日,由科技部人才司指导,重庆市科学技术局、科普时报社主办,重庆大学出版社承办的全国优秀科普作品交流会暨科普作家进校园活动在重庆举行,9位专家学者带来了科普报告,6位出版机构代表作了行业分享。今日本版特将活动现场和部分专家观点呈现,以飨读者。

点燃科学热情,名家闪耀山城



图①为科普作家冉浩为重庆巴蜀中学学生签名。冉浩作品《动物王朝》入选2023年度全国优秀科普作品榜单。

(承办方供图)

图②为中国科学院国家天文台研究员郑永春走进重庆市渝中区天地人和街小学,为图书签名。郑永春作品《火星叔叔太空课堂》入选2023年度全国优秀科普作品榜单。

(承办方供图)

图③为华大集团首席执行官尹烨在活动现场介绍优秀科普图书。尹烨作品《生命密码2——人人都关心的基因科普》入选2023年度全国优秀科普作品榜单。

刘莉 摄



孟夏渝州,银鑫咖聚,科普共谋。主旨发言,专题报告,统揽全收。

图书精品彰优,提素质、愚除昧囚。品铸德修,校园讲座,泽惠千秋。

5月30日,我参加了全国优秀科普作品交流会暨科普作家进校园活动。优秀科普作品作者、知名科普专家和出版单位负责人现场研讨、交流,科普大咖走进当地中小学作科普讲座,受到孩子们热烈欢迎。有感于活动成功举办,我特填上述《柳梢青》词一首,以示褒赞,以表情怀。

交流会上,我作了题为《科普阅读:人生收益最大的投资》的主旨发言,阐述科普阅读对青少年成长的重要意义。科普阅读是扩大青少年对外界认知的重要窗口,是深化青少年对自然认识的重要途径,是促进青少年对世界探索的重要启蒙,是培育青少年对社会理解的重要手段,是滋润青少年健康成长的重要养料。

青少年仅仅凭借五官认知世界有着很大的局限性,科普阅读可以拓展他们的感知,使他们看到更加广阔的世界,认识更加丰富多彩的自然,神游从来没有去过的地方和无法到达的彼岸,可以穿越历史与古人对话,梦抵未来与外来文明交流思想。

儿童借助五官观察大千世界,目睹江河流向大海、太阳东升西落,但却不知道大自然为什么会存在这种奇妙的现象。科普阅读则能帮助他们了解、掌握大自然运行规律,不仅知晓万事万物之其然,还知其所以然,由表及里、从现象到本质认识外部世界。

科普阅读可以帮助青少年破解十万个为什么,激发他们的好奇心,刺激他们的求知欲,引发他们不断思考,深入探索更多的未知,寻求一个又一个问题的答案,对不满意的答案质疑,继而引发新的思考和探索……

我们常常习惯于对青少年进行灌输教育,这容易使思维固化,不利于创新。科普阅读能使青少年养成主动学习、独立思考、科学思维、理性处事的习惯,知是非、明对错,重常识、懂人性,不自妄、不自卑,不盲从、不轻信。

科普阅读让青少年知道世界是彩色的,不是只有黑白两色,看问题不能绝对、固执;懂得社会是复杂的,不是只有好人和坏人,光明与黑夜常常互为交织,从而保持健康心理,宠辱不惊;知晓人生道路并非一帆风顺,失败与成功总是相伴相随,从而保持乐观心态,积极向上。

科普阅读的回报对每一个人都是平等的、公平的,不会因为你有而多增一分,也不会因为你贫穷而减少一分,它是青少年人生成本最为低廉、性价比最高的投资。

我以为,应扩大对科普阅读的理解。阅读对象不仅应包括图书,还应包含自然和社会;阅读范围主要是自然科学图书,也应包含社会科学图书,还应扩大到科普影视、科普展览、科普活动等领域。科普阅读应促进科学与人文的融合,培育青少年的人文情怀,滋润他们全面发展、健康成长。

谨以《浣溪沙》词一首归纳我的观点:
青少读书苦用功,成才进步始发蒙,心明眼亮探苍穹。

科普梓行增智慧,育人求索减愚穷。拒将大脑灌虚空。

(作者系中国青少年科技教育工作者协会副理事长、科学普及出版社社长)

科普阅读是人生性价比最高的投资

□ 苏青

畅销科普书有何特点

□ 科普时报记者 吴琼



图为北京开卷信息技术有限公司总裁蒋艳平。

“成人科普新书榜显示,网络作者新科普形式受到追捧。少儿科普百科畅销书榜显示,头部图书呈现形式以漫画为主。”在全国优秀科普作品交流会上,建立了中文图书市场零售数据连续跟踪监测系统的北京开卷信息技术有限公司(以下简称北京开卷)总裁蒋艳平,用统计数据向与会者分析了我国科普图书市场的相关情况。

少儿科普码洋超九成

“成人科普市场规模不高,成长性差;少儿科普市场规模持续扩大。从渠道看,2024年,成人科普和少儿科普图书在短视频电商渠道折扣均有所上升。平台电商是成人科普图书折扣最低的渠道,短视频电商依旧是少儿科普图书折扣最低的渠道。”蒋艳平分析目前科普图书销售市场的现状。

“2023年科普图书中,成人科普品种约占15%,码洋约占8%,平均

折扣6.5折;少儿科普品种约占85%,码洋约占92%,平均折扣5折。”蒋艳平告诉科普时报记者,码洋是图书出版行业的统计词语,“如果一本书的定价为21元,印刷出版1000本,那么码洋就是21元乘以1000本,即21000元。”

“‘双减’对童书市场是个利好。”蒋艳平认为,“双减”之后,儿童文学、漫画以及少儿文体、艺术类图书销售有所提升。“另一方面,家长们仍然关心成绩,少儿科普、阅读类与学习有关的图书的需求比以前更加强劲。”

少儿科普畅销书呈五大特点

北京开卷数据显示,“少儿科普畅销书主要有5个方面特点。”蒋艳平说。

第一,立足传统文化,贴近当下热点。例如,博物馆系列有《中国国家博物馆儿童历史百科绘本》《孩子一定要去的博物馆·中国国家博物馆》等。中国人为人处世方面有《给孩子的教养之书》《懂礼仪有教养(漫画版)》等代表图书。历史类的有《林汉达中国历史故事集(珍藏版)》《藏在地图里的中国历史》等书籍。

第二,聚焦保护儿童身心健康。《女孩,你该如何保护自己》《儿童安全教育启蒙绘本》等书籍都是这方面的代表。

第三,跟上时代步伐,关注前沿科技发展。《骄傲中国·芯片超人本领大》《国防科普系列丛书·舰载机世界》等书籍由于关注前沿科技而畅销。

第四,立足学科课标,为教学服务。例如,《数学公主探案记》是按年

级创作的数学童话故事,《这就是物理(升级版)》涵盖了100多种常见、常考的物理知识,《少年游学·跟着课本游中国》则将课本知识融入各大城市。

第五,系列联动,吸引读者眼球。“BBC科普”系列、“半小时漫画”系列、“天际线”丛书等图书都属于“联名款”,很受青少年欢迎。

三类成人科普书最畅销

“成人科普畅销书,从内容上看集中在3类。”蒋艳平介绍,第一类是经典图书畅销——相对较少受到市场热点的影响,但不排除被推荐后销量在一定时间内有较好的表现,如《时间简史》《从一到无穷大》《自私的基因》等图书。

第二类是聚焦某一主题——相对小众的主题,写作手法更为简单化,适合对该选题感兴趣并且能够耐心阅读的读者,如《贪婪的多巴胺》《数学之美》《我们为什么要睡觉》等书籍。

第三类是大众化兴趣阅读。例如,“花小烙漫画科普”系列、“肥志百科”系列和《这里是重庆》等不需要读者掌握专业背景知识就可以阅读的内容。

此外,蒋艳平介绍,成人科普图书还呈现出本土作品较弱;在垂直及其他电商占比更大,在短视频电商渠道销售效率低等特点。

“品牌才是可持续发展之路。”蒋艳平认为,不管成人科普市场,还是少儿科普市场,品牌是流量、是价值链话语权、是溢价与议价能力。品牌发展要从读者角度有特色地细分,要坚持品质化和专业化。