



2014 全国少儿图书交易会 专刊

动画衍生童书出版,将动画片的创意作为童书出版的选题资源再度开发利用,丰富了少儿卡漫图书的品种层次和选题内容,激发了童书市场的多元阅读需求。在为童书出版增添文化活力的同时,也延伸了动画产业价值链。动画片与童书的互动式营销,有利于聚合两重媒介的品牌传播优势,动画片的影视媒介可以迅速扩大品牌的知名度,童书媒介则可以持续积累品牌的影响力,二者优势互补。

衍生童书的营销与动画片的播映配合紧密:同期亮相,即图书在动画片播映期内登陆市场;捆绑宣传,例如将动画片的信息特别是播映信息直接附在图书上,或动画片的播映平台携带童书的相关信息。亦或童书随着动画片播映强度调整营销力度,在时间上根据动画片的传播进行图书营销,在空间上针对动画片的强势播映地区进行细分市场的营销。目前有哪些动画片与童书同步推出?还将有哪些新鲜品种蓄势待发?

中国出版传媒商报记者 山河



新蕾出版社 “中华家训智慧”系列

编辑推荐:“家风”、“家训”的热议传递着家庭文化的正能量,新蕾出版社出版的“中华家训智慧”是央视当红学者郦波精心为广大青少年读者送上的文化大餐。近两年,郦波作为文化嘉宾参与录制了央视两大暑期节目《中国汉字

听写大会》和《中国成语大会》,与广大青少年有了更近距离的接触。

该丛书全套四册,即《学出名堂来》《巧思能成事》《修炼好品质》《孝悌新主张》,分别从为学、处事、品格、孝悌四个方面,向广大读者普及、传播中国传统家训中的文化精髓,以历史故事启迪智慧,以新时代的视角和时尚、幽默的语言诠释了家的意义和家庭关系对个人成长的影响。

动画片与童书的过去、现在、未来进行时

“大头儿子”领衔怀旧经典

经典动画片《大头儿子和小头爸爸》伴随了一代人的成长,更有观众把它比作中国动画片的里程碑。去年11月起,《新大头儿子和小头爸爸》第一季开播,至今年5月第二季播出102集后,收视率节节攀升,在互联网的播出点击率也突破24亿次。大批80后观众带着他们的孩子观看,重温童年美好记忆。据悉,动画电影《新大头儿子和小头爸爸之秘密计划》也即将在9月26日上映。“大头儿子小头爸爸原著经典故事”(接力出版社)销量也在节节攀升,接力社方面表示,动画片的播出会拉动图书销售,图书宣传推广可以借势动画片的宣传。出版社要利用动画片的宣传档期,尽量和动画片方达成合作,将图书宣传节奏和动画片相配合,借力营销推广。此外,接力社还有“猫眼小子包达达”系列、“蓝精灵”系列、“巴巴爸爸”系列、“鼯鼠的故事”系列、《麦兜响当当》、“波西杰克逊”系列等图书作品均可在动画片领域看到经典卡通形象。接力社经常通过和电视台进行深度合作,嵌入动画片宣传活动进行图书宣传,在动画片宣传期,整合平媒、网媒、电视广播媒体等多媒体平台和渠道资源进行营销宣传推广等手段,借势动画片热度来提升图书热度。

“熊出没”成为“00”后最爱

需要重视的是,热播动画片首先在小读者当中具有一定的知名度和影响力,更利于同名图书系列的品牌认知,借力影视互动的前提是动画片同名图书必

须是年龄段相符的读者。例如,“熊出没”电视片项目于2010年启动,2012年在电视台播出后迅速火爆,2013年网络点击达200多亿次,位列“中国动漫指数”榜单之首,2014年大电影《熊出没之夺宝熊兵》以2.47亿刷新国产动画最高票房纪录。不得不承认,不少小孩子看到憨憨的熊大、熊二会笑个不停。浙江少儿出版社出版的“熊出没来了”系列图书,出版时间与动画片热播时间同步匹配。该系列包括同名动画片的抓帧版动漫书、故事书、3D益智拼插、大迷宫、贴纸书等游戏益智衍生读物和熊出没可擦写练习册、立体认知挂图、学前认知挂图等低幼启蒙系列,细分读者年龄层,产生了不错的效果。

硬派热血“变形金刚”与“奥特曼”

动画片对童书的拉动是全方位的,首先是知名度,随着动画片的热播,相关图书也受到越来越多孩子的关注,同时经销商对相关图书的销售也有信心,图书上架、营销活动都会将相关图书作为重点,相应的图书会持续热销。安徽少儿出版社近年来出版了《变形金刚4写真集》、《变形金刚4炫酷立体益智拼图》、《神魄》(抓帧版)、《奥特银河大怪兽之战·经典图鉴》、《奥特银河大怪兽之战·故事连环画》、《奥特银河大怪兽之战·迷宮大对决》、“喀隆家族汽车书系列”、《新大头儿子和小头爸爸》(抓帧版)等一系列动画形象相关品种。

该社还针对这类图书专项采取线上线下的立体营销模式,线上在传统三大网店、地面网络、自营店开展专题营销,

在微博、微信开展营销推广活动,具体包括转发赠书、卖场图书码堆图片收集等活动,在各地母婴论坛等地方论坛开设相关图书话题,保持图书营销热度。线下在各大卖场投放宣传品,设专架展示相关图书,开展买赠活动、码堆赛活动,保证图书的持续上架,持续热销。

“果宝特工”推60余个图书品种

“果宝特工”也是目前热播动画片,已经播出第三季,前两季已经积累了一定的粉丝,所以给福建少儿社图书带来了较高的品牌知名度,福建少儿出版社目前就正在策划出版“果宝特工第三季”系列图书。据悉,截至9月份该项目已出版了动画抓帧书、动画小说、炫动迷宫、创意涂画、立体拼插、爆笑三果、练习册、立体手工、益智拼图等9个系列60余个品种。

福建少儿社编辑表示,一般的图书产品需要做大量的宣传工作解释该书的

来龙去脉,而带有品牌的图书其宣传重点更倾向于“这个品牌的图书出版了”。该社在暑期还为该系列图书举办了多场线下活动,并将视频资料进行采集、制作,然后上传至“果宝特工”爱奇艺专区,这个专区是线上果宝粉丝最为集中的地方,也是图书宣传最有效果的场合。除此之外他们还联合多家杂志节选或连载果宝图书的内容,进一步拓展图书知名度。

需要注意的是,目前有观点认为知名动画片改编童书是“本末倒置”,和国内出版社忙着将动画片改编成儿童图书闯市场不同,国外出版社往往走的是相反的路子。他们将主要精力花在创作高质量的儿童图书上,把优秀原创作为出版社生存的根本。即便图书走红,出版社和作者对改编成动画片也格外慎重。但现实情况是,如果注重挑选优秀作品与编辑质量,将孩子需求放在首位,仍旧不失为一本优秀童书。

书评集粹

《民族精神——人民的精神家园》振兴国之魂

一个国家不能没有梦想,一个民族不能没有精神。

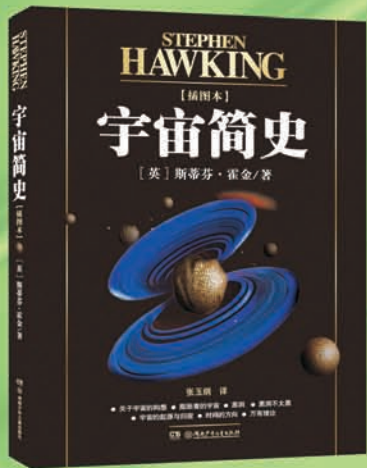
中华民族历来就是一个敢于描绘梦想、勇于实践梦想、善于实现梦想的伟大民族。那么,究竟什么才是民族精神?华中科技大学哲学研究所所长欧阳康把所有的这些疑问和解答都融进了他主编的《民族精神——人民的精神家园》(黑龙江教育出版社)一书。该书是国家出版基金项目,作者



站在由民族历史向世界历史跃进的全球化潮流风口,从社会、历史、文明的高度,放眼中外,纵览古今,总结人文规律,撮英各家经典精义,从人性、理论、时代等视角,探源民族精神,剖析精神家园。有了梦想,就有了前进的方向。有了精神,就有了可以梦想成真的翅膀。(陈婧)

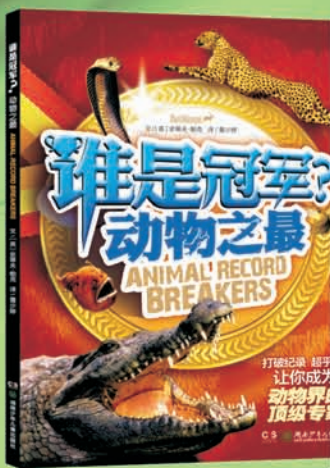
湖南少年儿童出版社 2014少儿图书订货会

超火爆的畅销科普图书推荐!



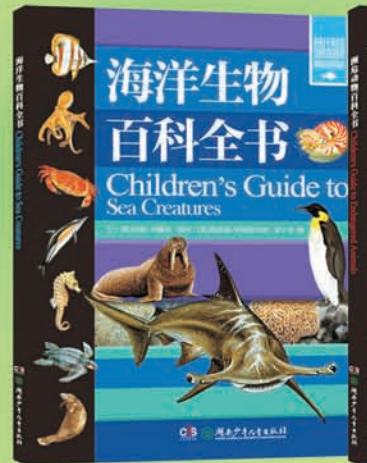
宇宙简史 (插图版)

- 《时间简史》姊妹篇
- 霍金剑桥演讲精华实录
- 谁都可以读懂的霍金思想
- 最值得珍藏的宇宙启蒙著作



“谁是冠军”系列

- 英国卡尔顿图书重磅出品
- 跨页超震撼高清图片
- 强烈的视觉冲击
- 让孩子过目不忘



“亲近自然”百科全书系列

- 英国儿童百科权威QED授权出版
- 畅销欧美数十国
- 一座父母与孩子共同拥有的生态博物馆

恐龙传奇



- 带你走进最真实缤纷的恐龙世界
- 与你一起探索这种神奇的爬行动物背后的秘密
- 让你深入了解古生物学家是如何借助恐龙化石来再现那一段精彩壮阔的史前历史



湖南少年儿童出版社
HUNAN JUVENILE & CHILDREN'S PUBLISHING HOUSE

更多精美图书请关注
湖南少年儿童出版社官方微信
新浪微博@湖南少年儿童出版社



联系地址: 湖南长沙市晚报大道89号
邮编: 410016
营销部电话: 0731-82196368
销售部电话: 0731-82196344