



编者按

每年暑期都是出版社营销大战之际,各家出版社特别是少儿社都在炎炎夏日的日子里解数提高关注度和热度,在常规的新书发布、作家论坛、作家进校园之外,这次我们邀请出版社营销人员谈暑假让他们玩得最欢的营销活动,这个活动可以是针对一套爆款书、一位名作家,或是一次现场秀等,最为关键的是,这个活动必须至少持续举办2年,而且每年的玩法都要不一样,能够称得上是出版社暑期的金牌营销活动!因为在品牌营销日益重要的当下,通过特定的活动持续“唤醒”读者对重点作家、重点

图书、重点活动的记忆格外重要,而且更能体现出出版社的策划力和执行力。

在采访中,我们看到了有出版社一如既往地组织图书码堆大赛,看到了近年来备受家长和孩子欢迎的暑期研学活动的策划,也看到了声势浩大的“芭比娃娃梦想秀”这类大型的选秀节目。这些翻新的花样让小编再次觉得,为了卖书,出版人也真是“够拼”的!当然,正是这种拼命吆喝,让更多的优秀作品得以实现其自身的价值,再苦再累出版人也在所不惜。

“头号玩家”带你玩转暑期营销

中国出版传媒商报记者 李允/采访整理

接力社 前方高能预警 暑期「怪物大师」出没

头号玩家 接力出版社副总编辑马婕、营销主理人李瑞慧

截至2018年5月,接力出版社自2012年开始出版的“怪物大师”系列,销售册数已经达到1741万册。为满足少年儿童阅读需求,提升阅读体验,接力社从2016年开始就针对“怪物大师”系列图书特色,持续在读者群和不同的渠道策划、组织贯通线上线下的分主题营销活动。

往期亮点 2016年,接力社在中国青少年多媒体阅读推广平台天鹅阅读网为“怪物大师”系列的忠实小读者开发上线了“墨尔本十字基地”读者互动社区,社区一经上线就召集了几万名读者的注册和互动,同年暑期,接力社策划上线了“富有志向的人们啊,用心发出声音吧”专题活动,邀请小读者分享最受感动的“怪物大师”金句——“这句话也许曾让你热泪盈眶,也许曾让你突然成长,也许曾让你的视野豁然开朗——在评论区写出这句话,标注出处,并用心念出来录下”。同时,天鹅阅读网“墨尔本十字基地”的作者雷欧幻像的音频,制成酷炫视频,并选出幸运读者,寄出“怪物大师”定制T恤、“怪物大师”卢克币、饺子徽章等定制礼物。2016年9月,天鹅阅读网“墨尔本十字基地”向全国的小读者发布新的任务——邀请小读者和“怪物大师”书中主人公进行任务PK。

在线上活动做得风生水起的同时,“怪物大师”系列线下活动也从未停歇过。以2017年暑假为例,以“红帽子商人的神秘游戏”为主题的暑期活动在北京、上海、南京、广州等全国各大卖场展开,接力社邀请在书店购书的小读者和书中的人设一起“寻找戴红色帽子的情报商人”。与红帽子商人的交易游戏引来了几百位许多小读者的参与。同年上海书展期间,接力社从天鹅阅读网“墨尔本十字基地”挑选了十几位幸运粉丝,安排了一场与“怪物大师”的作者雷欧幻像的见面会,并带领小粉丝参观了“怪物大师”原画展与雷欧幻像的工作室,这也是雷叔工作室首次向大众公开。

今年爆点 2018年暑期,“怪物大师”系列营销活动即将开始,活动分为两个阶段。第一阶段是“全国书城信箱选址——雷叔加急邮件”活动。在全国各省市选取若干书城,设立“怪物大师”定制邮箱,并根据规则选择最合适的书店安装邮箱。第二阶段是“寻找有怪物大师的书城,投交给雷叔的一封信”活动。读者可以根据已经设定好的三个信件主题,任选其一给“怪物大师”中的主人公投寄信件,这个神奇的邮箱将会把信寄给主人公。无论“怪物大师”线上读者互动社区,还是书店读者活动,接力社都会从读者实际需求出发,保证活动的交互性和活跃度。



中少总社 图书创意码堆大赛即将铺开

头号玩家 中少总社低幼中心营销部主任李云帆

中国少年儿童新闻出版总社的码堆大赛旨在引领孩子阅读儿童文学经典作品,让中少总社这些经典童书,在这火热的暑期给孩子送去阅读书香。

往期亮点 中少总社致力于为少年儿童提供最优秀、最适合孩子阅读的精品,自2011年成功举办暑期童书创意营销大赛和2013年暑期“植物大战僵尸”主题创意营销大赛,2013年末组织全国50名优秀儿童文学作家走进100所学校,来到学生中间、小读者中间,倡导“纯净阅读”理念以来,每年暑期都会有相应的营销活动。

今年爆点 2018年暑期童书销售旺季,中少总社携手中国出版传媒商报共同开启“天马行空”图书创意码堆大赛活动。此次营销活动时间为2018年7月1日~8月31日,参赛对象是全国各大实体书店。

与往年相比,今年的亮点之一是书的品种增多。以往暑期活动主要针对单一品种,今年暑期中少总社扩大了参与活动的种类。今年参展的书目有“植物大战僵尸2”知识型漫画,包括科学漫画、恐龙漫画、中国名城漫画、博物馆漫画、历史漫画、唐诗漫画、成语漫画、中国古诗词大会漫画;还有“百变马丁”系列;和儿童文学系列,涵盖曹文轩、张之路、葛冰、董宏猷、葛亮、格日勒其木格·黑鹤等多位作家作品。

亮点之二是线上活动与线下活动同时进行。线下,全国各大实体书店,可发挥想象力,将“植物大战僵尸2”、“百变马丁”系列等这些高颜值童书,在书店人流量最大的区域,以美观、新奇、有创意的形式摆出一个个吸睛又便于翻阅、既潮又酷的码堆造型。线上,中少总社将在微信、微博、客户端等开展“我最爱的漫画书”“我最爱的儿童文学封面”等各种晒图活动,将线上、线下联合起来。活动结束后,每种码堆评选出最具创意的5家书店,根据书店提供的陈列照片和销售码洋数据综合评奖。

“小十月”跟着课本游中国

头号玩家 北京出版集团《十月少年文学》杂志社总经理张晓莉

2017年2月《十月少年文学》正式启动“小十月研学旅行——跟着课本游中国”活动,是《十月少年文学》杂志“共享文学资源,服务语文教学”方针的重要尝试,目前已有3所学校、近200名师生参加。

往期亮点 此项活动是为广大青少年儿童打造的特色“文学之旅”。活动第一站主题为“云之南,走月亮”,由儿童文学作家、小学课文《走月亮》作者吴然老师亲自带队,一路文学相伴,探索彩云之南那神奇又富饶的土地。2017年8月,活动启动了第2期,和云南新知集团合作,在昆明建立了首个“小十月研学基地”,未来将开展以昆明为核心,辐射云南的多条线路。

今年爆点 2018年5月,第3期活动启动,主题为“烟雨绍兴”,孩子们在研学活动中领略了古城绍兴的文化底蕴,感受文学的魅力。第4期活动目前正在筹备,计划于2018年暑期启动。

2018年,《十月少年文学》还联合海峡两岸校园体育文化组织委员会等单位,在国台办的指导下,将于7月在青岛开展

“海上生明月”海峡两岸小学生中国古典诗词研学旅行文化交流活动。活动将邀请央视百家讲坛学者、知名大学教授、知名朗诵艺术家等作为研学导师。活动为期4-5天,包括诗词讲座、诗词共赏、诗词创作、诗词大赛、文艺晚会、探访名人故居、参观非遗基地等内容。

操作要点 在设计研学旅行线路时,“海上生明月”海峡两岸小学生古典诗词研学旅行项目团队多次赴青岛进行实地考察,选取崂山、太清宫、海军博物馆、八大关、深海基地等既富有文化底蕴又能彰显现代科技进程的景点,使古典诗词浸润与爱国主义教育并驾齐驱。在课程规划上,邀请、组织从事语文教学研究的专家学者,进行标准化的课程设计,意在让参与的同学真正感触“行万里路”与“读万卷书”的密切结合。针对活动中的一项重点安排——“海峡两岸青少年古典诗词大会”,团队成立了专家组、试题组、编导组,由专家提供参考书目、策划赛制流程,试题组老师紧密贴合语文教学,设计了“知识擂台”“飞花令”“出口成章”“七步成诗”“人文演绎”等耳目一新的环节设计,灵活地检验同学们的文学素养。“诗词大会”强调“以诗会友”,兼具大赛的观摩性,这将成为此次行程的一大亮点。

广西师大社 暑假去书店“加油”

头号玩家 广西师范大学出版社集团市场运营与服务部营销编辑李迪斐

已经走过了两年的“加油!书店”,已经成为了广西师范大学出版社每年暑期重点推出的品牌活动,与其他直接面向终端读者的阅读推广活动不同,“加油!书店”逐渐成长为一个以关注实体书店发展为核心,连接出版方、书店和读者三方的开放平台。

往期亮点 过去两年,广西师大社一直以“重新认识书店”作为活动的主题,通过设计“书店店员体验计划”“城市书店共建计划”“书与书店主题书单”“住在书店体验计划”“重新认识书店各地主题沙龙”等活动,从不同角度让不同群体重新认识当下实体书店的变化。从2016年全国30家书店的参与,到2017年覆盖全国各省市200家书店,随着活动的覆盖面越来越广,出版社对活动的思考也不断深入。

今年爆点 目前,2018年“加油!书店”活动已经进入到了筹备阶段,活动的方案正在紧锣密鼓敲定当中。有两点共识:第一,活动的核心一定是“书店”,任何环节的設置都要围绕这个核心来展开,否则就容易做成一场四不像的“阅读嘉年华”;其次,要保持足够的开放性,这会让“加油!书店”不仅仅只是一个活动,而是一个能够联系出版业上下游的平台,一个打通出版行业与其他行业的有效路径。2018年的活动主题,将从对“现在”的观察,转向对“未来”的探讨,从目前的计划来看,今年的“加油!书店”

活动会呈现以下几大亮点。

首先,读者参与的身份会有所转变。以往,读者更多地是从一个体验者和观察者的角度参与其中,但是,类似“书店店员体验”“住在书店体验”的名额非常有限,读者参与的机会非常少,更多的读者只是一个“围观者”。因此,在今年的活动设计上,希望更多的读者能够更深入地参与进来。在线上,计划通过出版社积累的书店资源和读者资源,共同打造类似于“书店版”的“大众点评”平台。在线下,会设计更多的环节让读者也可以成为书店“共建者”,这种深度的参与可以转化为读者对于品牌更深的理解和认识,也可以让读者真正地成为书店的未来发展出谋划策。

其次,在整个活动期间,书店之间的行业交流会更加广泛、更接地气。今年,会继续在更多的城市组织开展类似系列沙龙活动,让这个系列沙龙成为书店行业之间深度交流的平台。围绕今年的活动主题,不同类型的书店都可以通过这个平台相互分享经验,共同思考,一起寻找未来书店的发展之路。

另外,今年年初开始,广西师大社已经邀请了许多书店的创始人及从业者撰文,计划出版一本汇集了众多书店人的经营智慧、能够呈现当下国内实体书店发展脉络的图书。目前,该书的组稿工作已经基本完成,伴随着“加油!书店”活动的持续开展,这本书也会成为其中的一大亮点。无论是行业的从业者,还是对实体书店感兴趣的普通读者,都可以期待这本书的出炉。

天天社 “青铜葵花”奖与新作家一同成长

头号玩家 天天出版社营销编辑崔璇子

“青铜葵花”是由著名作家曹文轩发起,以其代表作《青铜葵花》命名,由人民文学出版社、天天出版社、曹文轩儿童文学艺术中心主办的奖项。分为“小说奖”和“图画书奖”,隔年交叉举行。该奖项的设立意在繁荣中国儿童文学创作,发现和培养更多的儿童文学作者,支持和鼓励纯文学优秀中长篇儿童小说、原创绘本的出版。

往期亮点 自2014年设立以来,已举办过两届小说奖和一届图画书奖的征奖,产生多部在业内影响重大的优秀作品,比如,“青铜葵花获奖作品”书系就曾荣获第6届中华优秀出版物奖。第1届“青铜奖”作品《将军胡同》获得“2015中国好书”称号,并入选中宣部“2015优秀儿童文学出版工程”,又获“第十届全国优秀儿童文学奖”等多个重量级奖项。“金葵花奖”作品《父亲变成星星的日子》也入选中宣部“2015优秀儿童文学出版工程”。这些都印证了“青铜葵花”这一奖项的专业性和权威性。

今年爆点 第2届“青铜葵花图画书奖”将于2018年8月的北京国际图书博览会上揭晓。目前组委会收到了200余部参评作品,将由来自儿童文学与评论、图画书理论与创作、视觉艺术、儿童教育、出版等领域的中外专家评审团和儿童评审团,经3轮甄选,共同评出金、银、铜奖各1部,潜力作品奖3部。据悉,此届获奖的9部作品将于2019年正式出版。

第2届“图画书奖”,延续该奖项一贯的精神,着力于发掘中国故事,培养本土作家,植根于优秀的民族文化,将审美眼光与国际接轨,力争选拔和雕琢承载全人类共通的美好情感,又独具中国特色和味道的作品。目前该奖项的评选已进入复评阶段,本届参赛作品整体水平较第1届更加成熟,题材更加多元,作者年龄段也更为年轻。目前,颁奖礼的筹备工作也在进行中。据悉,在此次颁奖典礼上,作为该奖评委会主席,曹文轩有望来到现场为获奖者颁奖。

海豚传媒 每个女孩都有个芭比梦

头号玩家 海豚传媒营销编辑吴枫

芭比自1959年面世以来,风靡全球近60年,陪伴了无数女孩的童年时光,她不仅是靓丽的玩偶,更是全球女孩的偶像。而作为中国知名的芭比品牌图书出版商,海豚传媒股份有限公司与芭比牵手已经10年有余。过去10年,海豚的芭比品牌图书创造了出版界的奇迹,截至目前,已策划800个芭比品种,逾5000万册图书,发货码洋在2014年就已破亿。其中,《芭比公主故事》《芭比亲子故事》《芭比小公主影院》等畅销故事书也已成为万千女孩的童年记忆。

往期亮点 2015年起,海豚传媒携手美国美泰公司,开启了“芭比梦想秀”全国筑梦活动,走遍全国数十个城市,携手国内最顶尖的媒体资源、最豪华的舞台配置和大咖嘉宾阵容,打造最闪亮的明日之星,为上万名女孩实现梦想。

2016年,芭比梦想秀历时2个月,走进3个省、7个城市,开展了23场海选、3场决赛,有2000多位小公主参与“芭比梦想秀”,在当年掀起席卷全国的粉色风暴。2017年,再次升级,芭比梦想秀历时6个月,跨越6个城市,北京、上海、广州、武汉、杭州、济南,见证上万名女孩“无限可能”的梦想。

今年爆点 2018年,芭比筑梦列车已经出发。相较于往年,今年的“芭比梦想秀”为女孩们提供了更大的筑梦空间。2018海豚传媒芭比全新重量级活动“百万女孩共创一本书”计划已于“六一”期间正式启动,并将持续整个暑假,借助网络平台利用微信小程序(2018梦想秀)面向所有芭比用户群征集有关于芭比故事、绘画、音频等原创内容,帮助百万女孩共同创造专属于自己芭比梦。同时小程序也是“芭比梦想秀”的线上通道,参与共创一本书活动的人气选手可直通线下“芭比梦想秀”决赛。

2018年“芭比梦想秀”采用“线上风采作品展+线下精彩才艺秀”,全年梦幻时刻玩转不停。线上遴选出的芭比人气之星,将会直接进入“芭比梦想秀”后半段赛程,决赛名额,梦想秀决赛优胜选手有机会享受专属杂志采访、芭比课程体验、粉红之旅邀约。预计在不久的将来,小程序将成为芭比粉丝线上互动的聚集地,也是芭比产品最好的展示窗口。

