



深入挖掘品牌内涵 线上线下合力助推“皮卡西”

■ 陈 超

《皮卡西小手翻翻书》是二十一世纪出版集团 2019 年推出的重点新书之一。这是一套内容极为丰富的高品质迷你绘本,因其题材多样、内容丰富、画面精致以及小巧的开本,甫一推出即受到许多家长和小朋友们的喜爱。为了让更多的小读者认识、熟知这套绘本,出版社更是在线上和线下,从打造品牌形象到树立阅读理念等多方面进行了一系列的营销宣传。



来吧,溜一圈
二十一世纪出版集团
2019 年 5 月版
120.00 元(30 册)



像风一样快
二十一世纪出版集团
2019 年 5 月版
120.00 元(30 册)

多种形式打造“皮卡西”品牌形象

“皮卡西”系列绘本是德国著名的童书出版社——卡尔森出版社的看家书,是欧洲迷你童书的第一品牌,也是德国亚马逊的五星级评价童书。“皮卡西”系列绘本从 1954 年出版以来,在欧洲畅销 65 年,至今仍以每年几十本的规模推出新书。绘本品牌的主人公皮卡西(PIXI),一个头戴红帽,身穿绿衣,脚蹬红靴,身后高高翘起一条长尾巴的小精灵,深受欧洲几代小朋友的喜爱。在德国,“皮卡西”系列绘本已出版了 200 多套、2000 余个品种,版权输出十多个国家和地区,全球销量达 5 亿册。

现在皮卡西系列绘本已来到中国,为了让中国小读者熟悉喜爱这套绘本,二十一世纪出版集团从“皮卡西”品牌入手:在书籍装帧中,设计了“皮卡西”形象的标志放于每本书的封面,以增强这一形象的辨识度;在销售中,更是精选了 100 多家实体书店,在他们的童书区或收银台前,摆放了皮卡西形象的装书人偶,人偶总高度约 120 厘米,装书部分的高度约 80 厘米,这个高度不仅让小读者可以非常方便地自己挑选绘本,也可以让他们对皮卡西形象加深记忆;在地面推广活动中,工作人员穿戴起皮卡西的行装和活动现场的小读者互动,给小读者分发带皮卡西形象的小礼品,进一步加深小读者对“皮卡西”品牌的认知。



建构“均衡全面”的阅读理念

阅读应该是多样性的,对于小朋友来说更是如此。各种不同类型题材的绘本不仅能开拓小朋友们的视野,也能给他们带来阅读的愉悦和丰富的知识。但这也给父母们出了难题,如何在繁多的绘本中找到不一样的题材呢?

《皮卡西小手翻翻书》就是一套开本小巧但各类题材兼顾且涵盖面广的绘本,内容包含了符合幼儿认知经验的日常生活故事、情感故事、经典童话、科普知识和互动游戏等等。丰富的内容、精彩的画面,一点儿不输精装大绘本。这套绘本就像给小读者搭配好了的营养均衡的饮食一样,情商教育、养成教育和科普教育蕴含其中,让父母不必费心寻找,就能让小朋友阅读到内容精彩、形式多样的高品质绘本。而均衡全面的阅读对培养孩子的认知能力、观察能力、沟通能力、想象力和创造力,以及他们的行为习惯、情感发育等等,都有着潜移默化的影响。

目前《皮卡西小手翻翻书》已出版了《来吧,溜一圈》(30 册)和《像风一样快》(30 册)两个套装,共计 60 册,之后还会以每套 30 册的规模陆续出版。

让“轻”阅读走近小读者

“轻”阅读是《皮卡西小手翻翻书》的一大特点。《皮卡西小手翻翻书》不同于其他绘本的“大”且“重”,它的开本非常轻巧,每本书的尺寸只有 12cm×12cm,如成人的手掌般大小,重量不到 30 克,很适合小朋友自己拿在手中翻阅。因为尺寸小、重量轻,所以携带也非常方便。阅读绘本不再限于桌前、沙发上。带小朋友去公园玩,或去旅行,六七本甚至更多《皮卡西小手翻翻书》能轻易地放进小朋友的小书包或爸爸妈妈的随身包里,让小朋友可以随时随地轻松、轻快地阅读。

著名儿童文学作家、上海师范大学教授梅子涵老师高度评价了这套书:“这是为很小的手制作的书。很小的手拿着,看着神采有趣的图,读着短短的故事,喜欢的心情是很小的手的人、很小的孩子才真实拥有、真实清楚、真实地陪伴记忆直到长大的。长大了,他们的手里捧起了很大很厚很深很难读懂的书,他们不会放下,因为他们喜欢阅读,于是他们阅读的心里会有无穷丰富的神采,他们长长的人生中,生命的味道也美好得长长的了。感谢这些给小小的人阅读的小小的书。”

这里的“轻”阅读是针对书籍的重量和形式而言,绝非是指内容粗浅简单。《皮卡西小手翻翻书》中的故事内容包罗万象,每一个故事都趣味十足,小读者们随

意拿起一本书就能被其中的内容吸引。从这些故事中,小朋友们可以体会到“晚安,宝贝”系列的温馨,可以探索“奇幻旅程”系列的精彩,可以发现“缤纷季节”系列的美好,可以解读“恐龙科普”系列的趣味,可以领悟“有朋友真好”系列里的治愈,还可以体味“成长路上”系列的酸甜苦辣……跟随着一个个故事,小读者们能感受亲情、体会友情、懂得分享和给予的快乐,也能跟着故事中的小主人公一起去迎接成长过程中的挑战。铁凝曾经说过:“阅读是一种有重量的精神运动。”对于小朋友们来讲,《皮卡西小手翻翻书》是一套“重量轻轻的绘本”,也是一套“内容有分量的绘本”。即便是足不出户,小读者们也可以跟着《皮卡西小手翻翻书》去了解精彩绝伦的大千世界。



多方位 多层次 多渠道的立体化营销

社群经济以及新媒体的发展,也影响着书籍的宣传和营销方式。为了让更多的读者能了解《皮卡西小手翻翻书》,二十一世纪出版集团多方位、多层次、多渠道地开展了《皮卡西小手翻翻书》的营销活动。主要有:①根据社群中的粉丝特性,直接面向目标小读者的家长群,与他们交流互动、实时沟通。如:创建皮卡西粉丝社群,征集读者们的阅读反馈,并发布在读者的社交媒体上,点对点地小范围宣传;②在微信公众号每周推送《皮卡西小手翻翻书》中的语音故事,进行大范围地推广;③利用现在视频传播快的优势,在短视频网站进行宣传。如,在抖音 APP 注册皮卡西小手翻翻书的专属账号,不定期上传根据绘本故事创编的“皮卡西小剧场”视频以吸引粉丝。同时创建抖音标签#皮卡西小手翻翻书#,举办“拍抖音 赢礼品”的活动以增加流量;④根据不同的网站,定制详情页、店铺轮播图等;⑤借力本单位的优势,扩大品牌影响。二十一世纪出版集团旗下的《大灰狼》杂志的受众读者和《皮卡西小手翻翻书》的目标读者年龄相似,因此,在邮发的《大灰狼》杂志中附赠《皮卡西小手翻翻书》中的一本做试读,以引流目标群体。⑥在地面店和书展组织活动,与目标小读者群体直接面对面。自《皮卡西小手翻翻书》出版上市以来,已在书展上和书店里举办了多场精彩的“小精灵皮卡西故事分享会”,取得不错的效果,在以后的日子里,皮卡西和故事姐姐将会继续带着欢乐的故事和游戏与全国的小伙伴们分享。



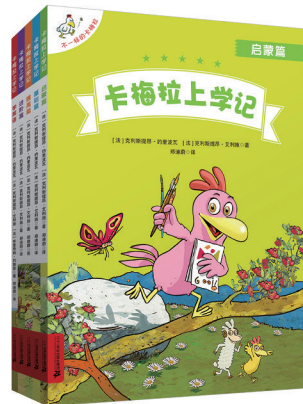
《皮卡西小手翻翻书》的亮点是外表小巧玲珑、内里精致丰盛、美和趣味蕴含其中,是一套“质”与“量”俱佳的诚意之作。针对这套书的特点,二十一世纪出版集团从线上到线下合力助推“皮卡西”这一品牌形象的宣传营销:在线上,利用微信群、QQ 群等进行社群营销,通过定期举办分享活动、抽奖活动来增强社群的活跃度和用户黏性;在线下,抓住江苏书展、深圳书展、西安书博会等机会,通过“故事分享会”与家长、小读者直接面对面交流。通过书籍与目标读者的连接点找到传递书籍信息的途径,以实现图书在目标读者群之间的有效传播。今后,皮卡西也将秉持“开放、融合、共赢”的宣传理念,关注各种形式的网络平台并积极展开宣传,以实现这套书的精准营销。

“皮卡西”已从德国走向世界,目前“皮卡西”的故事不仅有德国版,在瑞典、英国等多个国家都有本国的“皮卡西”品牌原创绘本。在不久的将来,二十一世纪出版集团也将推出中国原创的“皮卡西”绘本,这不仅会让中国的小读者读到中国版的“皮卡西”绘本,也会让中国版的“皮卡西”绘本走向世界,让更多的小读者读到有中国特色的“皮卡西”绘本。



《不一样的卡梅拉》 延伸再出发,延续对孩子的陪伴

《卡梅拉上学记》
二十一世纪出版集团
2019 年 6 月版
90.00 元



诞生于法国的小鸡“卡梅拉”,她不仅仅满足于去看大海,她还有更大的抱负,于是她漂洋过海,穿越大半个地球来到中国。超级畅销书“不一样的卡梅拉”系列自 2006 年从法国引进出版以来,有关她的故事,在中国孩子中掀起了一股阅读狂潮。

“生活中肯定还有比睡觉更好玩的事情!”卡梅拉大家族里的每一位成员都是那样的与众不同,特立独行的小鸡们执着地去追求那些在别人看来根本不可想象的事情。他们的故事既充满了惊险刺激,又不乏那些令人捧腹大笑的法式幽默,孩子们百看不厌,家长们更乐于推荐。一个个新意迭出的故事,鼓励孩子们勇于探索那些别人认为不可能的事情,不仅能让孩子在阅读中收获正能量,也是孩子成长路上必不可少的伴侣。

《不一样的卡梅拉》系列创造了日销万册的纪录,被当当网和亚马逊等网店平台授予“五星级畅销书”称号,还荣获了 2013 年度的“中国好书”奖。目前,该系列丛书销售过亿册。

《不一样的卡梅拉》虽然是引进的图书,但它的内容很贴合中国孩子的阅读心理,注重通过图书内容来塑造孩子的好习惯和好性格,帮助孩子树立正确的世界观和价值观,努力传播正能量和优秀的人文关怀。卡梅拉颇具神奇意味的历险故事,交织着著名的历史人物、名画、童话、寓言、历史事件等诸多“文化梗”,极具趣味的吸收和转换,在不经意中营造出一种亲切感,致敬经典。不仅丰富了孩子的认知,更让读懂的人会心一笑、豁然开朗。

为了进一步延伸“卡梅拉”的产业链,发挥“卡梅拉”的 IP 价值,《不一样的卡梅拉》在原有图书规模的基础上陆续开发了低幼版、英文版、注音版和立体书等,覆盖了当前孩子的主流阅读形式,也让不同年龄段的孩子对“卡梅拉”的阅读需求有了延续性。其中,“卡梅拉”的立体书虽然选用了原版的故事内容,但里面的立体设计均由国内团队原创设计。当“卡梅拉”的作者看到我们的立体书时,赞不绝口,称赞这是送给他的“最好的礼物”。“卡梅拉”的立体书还实现了版权反向输出到法国。

2018 年,“卡梅拉”牵手喜马拉雅 FM 音频分享平台,将《不一样的卡梅拉》有声读物独家授权给喜马拉雅平台。音频上架仅一周的时间,收听量就突破了 105 万,至今已达到了 2934 万。“卡梅拉”也从以往的传统纸质图书实现了向数字出版领域的产业转型。“卡梅拉”有声读物致力于培养充满生命活力、具有生活情趣、充满乐观精神的美的感悟者和欣赏者,不仅呈现了“卡梅拉”的精神内核,传递了非常真实、有性情、不世俗的人生观,也激发了孩子的想象力,培养了孩子对阅读的兴趣,还传播了关于历史文化的认知、宇宙万物的奥秘、生命延续的神奇,全方位展现了孩子成长阶段的心灵困惑,赋予了纸质书所不能传达的情感的力量。孩子在每一次听过之后,内心里都会涌现出种种感悟和思考。它所给予孩子的心灵滋养,会一直陪伴着孩子,丰富着孩子。

过去,“卡梅拉”主要是陪伴学龄前的孩子。随着时间的推移,小鸡们也要和当年的“小卡粉”们一起,背上小书包上学啦!这就是今年重磅推出的《卡梅拉上学记》。

《卡梅拉上学记》共有 5 册,运用科学的儿童教育理念,同时遵照儿童智力发展的各个关键期,通过趣味性、游戏化、情境式的呈现方式,分为 4 个阶段,抓住儿童智力发展的各个关键期,进行适时的针对性训练与学习。此外,为了满足当下广大读者对少儿英语的学习需求,《卡梅拉上学记》还有《学英语》单册,并附有外教老师录制的专业英语音频,让孩子在愉快的阅读中学习英语,感受纯正英语发音的魅力。

总体来说,《卡梅拉上学记》的内容囊括了观察能力、认知能力、运笔能力、创造能力、空间智能、数学能力、语言能力等多种儿童成长必备的能力与素质的培养,通过贴纸、涂鸦、迷宫、涂色等互动游戏形式,发展孩子综合思维能力。每一页均为家长提供了明确的学习目标和温馨提示,全方位帮助孩子适应“幼小衔接”和小学低年级的适应问题。此外,“卡梅拉”手绘版第 16 册新书《我家来了不速之客》也带着全新的故事同步上市。

未来,“卡梅拉”还将向更多的产业延伸。今年 8 月,由英国顶尖舞台剧团团队打造的“卡梅拉”舞台剧就将在上海进行首演。舞台剧有利于进一步打造和推广“卡梅拉”的品牌,带动图书的销售。此外,我们还将继续积极寻找更多的合作伙伴,尝试开发和利用自身的 IP 优势,积极探索新的方向,逐步涉足更大的产业,如培训学校、主题乐园等,为图书产业的裂变找寻新的空间。