



书香四月,4·23世界阅读日在即,大家购书热情高涨,为孩子囤好书也似乎成为家长们超有仪式感的事情。近日,海豚传媒科普童书的当家头牌《德国少年儿童知识百科全书·什么是什么·珍藏版》(全辑60册),24小时内销售量就达到了30万册,码洋突破1000万,这样的成绩在图书行业内极为少见。

从当当图书畅销的总榜名单上可以看到,德国百科脱颖而出,位居NO.1。作为儿童科普图书界的“大哥大”,这套图书到底什么来头?据海豚传媒副总裁安海洋介绍,《德国百科》是2008年由海豚传媒从德国泰斯洛芙(Tessloff)出版社签约,独家引进。当时,它在德国就已家喻户晓,从爷爷奶奶到爸爸妈妈再到小孩,一套书陪伴几代德国人的成长,去德国书店和图书馆,你一定会看到它被摆在显眼的位置。

# 《德国百科》(珍藏版)为什么如此受欢迎?

■ 鲁文

“引进‘德百’后,我们将该品牌中文版图书系列名称定为《德国少年儿童知识百科全书》(简称《德国百科》),并以‘学习源于好奇,科学改变人生’作为其品牌slogan。”安海洋介绍,自2009年《德国少年儿童知识百科全书》120册中文版震撼上市,此后12年间,海豚传媒便围绕《德国百科》这个品牌开始了持续的研发、策划之旅。截至2020年底,已完成低幼版、儿童版、学生版、珍藏版四个套系的产品搭建,“德百号”已集结完毕。“珍藏版作为德国百科最新的一个系列,在德国是2014年推出的,由海豚在2016年引进。”

《德国百科》(珍藏版)是一套怎样的图书?总的来说有以下四个特点。

## 全学科领域覆盖,搭建完整的知识体系

《德国百科》(珍藏版)60册的内容十分丰富,涉及自然科学与社会科学的各个领域,天文、地理、动物、植物等,应有尽有,知识量庞大到足以满足孩子日渐增长的好奇心。

在自然科学领域,又细分天文、工程、前沿技术等,在社会科学领域,细分为历史、社会、艺术等。每个细分领域下,又有不同的主题。一书一主题,如天文学领域,就有4册书,包括《探索月球》《浩瀚宇宙》《神奇的地球》《宇宙中的星体》。

## 紧扣科普第一要义 求真务实、严谨权威、及时修订

该套图书由百余位权威、专业的科普作家携手,参与撰写、审订,每一位都是该领域的专家,曼弗雷德·鲍尔博士(Dr.Manfred Baur)是全新《德国百科》(珍藏版)众多作者中很重要的一位,他是德国自然科学家、纪录片制作人、作家,创作了《德国百科》(珍藏版)第一、二辑中的7



本。海豚传媒资深编辑王浩淼向记者介绍,“针对珍藏版,2017年~2019年,我们邀请了曼弗雷德·鲍尔博士,在中国9个城市进行了40场校园巡讲,在他的讲座里,孩子们总能轻松走入令人兴奋的科学世界,他也成为了被簇拥的孩子王。很遗憾,去年因为疫情,进校园活动没有继续,后期,我们还将继续邀请科普作家们走进校园、走近孩子,带领孩子们走入精彩的科学世界。”

此外,王浩淼告诉记者,百科全书的更新是一个最大的问题,因为部头太大,更新起来并不容易。《中国大百科全书》第一版第一卷《天文学》于1980年开始出版,2009年《中国大百科全书》第二版才出版。其间的知识更新期是29年。世界上最著名的《不列颠百科全书》1985年出版第15版修订本后就由于无法做到及时

更新而彻底放弃印刷版,现在只有网络版。

《德国百科》(珍藏版)则很好地解决了这个问题,整个系列分主题、分阶段出版。如果在某些领域的研究取得了突破性进展,在下次印刷时就会及时更新。而且泰斯洛芙出版社每年都会邀请德国国内著名的科学家和科普作家,就是否出版新的分册征求意见。

## 权威高清图片+震撼视觉冲击,呈现肉眼可见的“科学”

这套书中的照片全部为德国泰斯洛芙出版社出资购买的第一手高清图片,来自世界各大权威研究机构,如美国航空航天局、德国宝马集团、大众汽车公司等。

所有照片都非常精美、清晰,书后均附有详细的图片来源说明,张张有出处,页页都震撼。这种情况在国内外其他少儿百科全书中很难看到。

## 硬核科普的担忧 怎么给孩子呈现“复杂的科学”?

王浩淼以《神秘机器人》为例,讲述了这套书的神奇之处。讲机器人,硬核科普书一般会介绍未来机器人的特点和发展趋势、功能和前景分析等。德国百科的这本书,看目录,就能看出这不是一本讲解机器人的说明文。

书中谈到机器人百年发展史、好玩有趣的机器人,比如玩具、足球明星、未来汽车、医疗救援,甚至太空探测的机器人!你说它是“机器人一本通”真的受之无愧,虽然内容很科学严谨,但是读起来却完全不枯燥。

说到这套书区别于普通科普书的特点,王浩淼侃侃而谈,“这套书针对7~14岁的孩子,采用全面图解手法加翔实有趣的案例,让孩子读起来津津有味,除了用启发式的趣味语言解释深奥的科学知识,还有条分缕析的知识分解,采用小图解、透视图等形式解释说明,细致入微、生动直观;形式多样的知识专栏,答疑解惑,培养严谨的逻辑思维能力。”

此外,记者注意到,这套图书受到了众多权威科学家们的推荐!据王浩淼介绍,这套书采用精装,内页是高档铜版纸印刷,海豚传媒不吝成本,在开本、工艺、纸张、油墨等方面全部原汁原味,以保证呈现出德国的原装质感。高品质的装帧设计和印制工艺让这套书受到万千读者的一致好评。

对于《德国百科》这个品牌的期许,安海洋表示,“2021年,我们要让《德国百科》走入更多的中国家庭,作为一套优质、权威的科普好书,它不应只是陪伴欧洲几代人的成长。我们希望每一个中国的家庭、孩子,一提到百科全书,都能想到《德国百科》。”

## 海豚传媒代销电商部

### 整合资源积极创新 洞察趋势精细运营

■ 郭杰(海豚传媒销售公司代销电商部总监)

成立时间:2017年5月  
团队成员:13人

业绩:2020年,海豚传媒代销电商团队实现发货码洋近6亿、销售码洋逾5.5亿,同比增长均超过30%,在当当、京东年度图书全类目供应商排名中均位列第六,在童书类目中,分别名列第二和第一;打造年销售码洋过千万的单品逾20个;店铺粉丝、转化等指标均处于行业前列;并在合作客户年度企业、产品和团队的评优中荣膺各类评优及奖项。



和口碑传播,并在产品精细化运营中,不断提升产品和渠道的传播效率。

2020年,团队及时应变,在渠道拓展、营销方式创新等方面做了诸多探索,并取得显著成效。一是产品差异化定制。目前,电商环境越来越复杂,参与电商的主体增加,由原来的多维度竞争演变为更加白热化的价格竞争,图书出版销售各环节利润也出现缩减趋势。海豚传媒代销电商团队充分理解和执行“一客户一产品”策略,同合作伙伴一道定制差异化项目,从产品独特性上避免和平台、客户之间的价格竞争。2020年,海豚同客户的差异化定制产品码洋贡献超过1亿。二是老品复活翻新。从2019年底各平台积极倡导“好书复活”“老品翻新”等产品策略之始,团队高效响应,依托海豚传媒庞大的内容资源库,在疫情好转复工之后,首批提供60多个翻新项目方案与不同渠道客户见面听取意见和需求。截至2020年底,累计上市翻新项目超过20个,目前已经完成渠道客户推荐的翻新项目超过60个。

海豚传媒代销电商部(负责当当、京东自营)是一支懂产品、懂电商运营、懂儿童教育的专业电商营销团队。团队始终坚持以优质的内容和产品资源为核心,整合公司、平台及市场资源,不断学习和创新,扎实做好营销工作,让更多好书服务于更多家庭。

团队贯彻以优质产品为中心的经营理念。无论市场如何变化,高品质的图书是能够应对一切变化的基石。团队紧密协同研发、生产、供应链与市场团队,对包括但不限于图书内容、装帧、物流包装运输等流程保持高水准和高要求;同时,积极拥抱变化。应对瞬息万变的电商市场,团队敏锐洞察电商渠道的变化和趋势,找到变化之中潜在的销售机会,将市场需求和销售机会与海豚传媒丰富的内容资源和产品策划力进行匹配,保障营销转化和增量产出。此外,不断提升团队专业度。作为一线营销团队,电商销售部充分了解市场需求,分析用户画像并反馈给产品管理、研发和市场团队,合力进行选题研究和产品策划。团队不断探索新的营销方式,助力产品的深度营销

## 海燕出版社一般图书发行部

### 线上线积极应变 融合营销拓宽渠道

■ 贾伍民(海燕出版社图书发行部主任)



团队成员:10余人 成立时间:2019年7月  
重点产品:《小兔汤姆旅行版》26册、《阿波林的小世界》14册、《水先生的奇妙之旅图画书》《安的种子》等。

海燕出版社一般图书发行部由省外实体店、省内实体店、网络电商渠道三部分业务组成,团队成员恪尽职守、勤勉尽责、踏实稳健、开拓渠道、不断创新,紧跟市场变化,努力创新营销。根据客户特点匹配适销产品,依托数据实行精细化管理和差异化的营销策略。2020年初疫情突如其来,经济遭受重创,图书行业也未能幸免,线下书店受影响较大。海燕社一般图书发行部以网络电商为重点,转变营销发行思路。团队从客户需求出发,精准化服务。在年初疫情较严重时,业务人员全部到岗,多方协调解决物流问题,保证图书准确无误的抵达客户指定库房,为客户提供货源,最终迎来销售回暖。2020年销售同比增长60%。

在保持线上利润的前提下,团队加大了在传统电商当当网和京东的活动促销。在4·23、6·18、双11、双12等促销活动前,查库存提前备货,与采购密切沟通,及时更换专题,丰富详情页。对TOP20的图书做重点关注,将海燕社图书更好更便捷地展现。经过努力,当当销售同比增长27%,京东销售同比增长48%。

线上传统电商平台销售费用高,回款周期长。团队重新开辟了新的渠道和营销模式即社群和直播。通过社群营销,共实现销售码洋超千万。

同时,团队结合市场定制产品,积极扩大原有品牌图书的影响力。在畅销书“小兔汤姆”系列的基础上,2020年1月,海燕社在北京订货会上和中盘商结合市场情况商讨定制了一套“小兔汤姆”迷你版。在原35册书的基础上,团队和编辑探讨磨合外加了3种汤姆形象的益智类图书。经过前期一系列打磨,“小兔汤姆成长烦恼图画书”(迷你版38册)最终在2020年6月与读者见面。短短6个月时间,该系列完成6万册的销售和回款。

团队适应市场新的变化,走直播渠道,利用电台、电视台名人名主播直播带货,业务员每周在旗舰店和客户平台开展直播活动。值得一提的是,海燕社与湖南电视台主持人、制片人张丹丹开展了合作。团队利用其传统媒体人的优势,通过给她发图书资料、寄样书,供其多次筛选,最终敲定四套绘本《阿波林的大事件》《阿波林的小世界》《棒棒仔心理自助绘本》在张丹丹抖音号的直播带货,8个月时间共带货码洋超27万。

团队还与大V公众号年糕妈妈进行选品合作,年糕妈妈公号有3000万父母关注,团队与其合作团购带货。双方经过样书市场测试,评估选择《阿波林的大事件》《阿波林的小世界》等产品,6个月所选商品销售码洋超115万。此外,团队还与大V公号妈咪读童书选品合作,《小兔汤姆旅行版》26册、《水先生的奇妙之旅图画书》等产品9个月销售码洋超30万。这些合作也为海燕社图书带来影响力和宣传效果。

线下,团队业务人员迎难而上,在疫情好转后,北上青岛、济南、北京,南下南京、上海、杭州、合肥,深入市场,积极与客户沟通协调,想办法、出点子、促销售、收货款,根据市场情况灵活调整政策,也与实体店在6·18、4·23、双11、双12让利做促销活动,保证客户的利益的同时,回馈消费者。结合河南省省内情况,团队精心挑选出14种工具书,在全省部分地市进行精准营销,取得较好效果。同时,团队多方拓宽渠道,先后与抖音和拼多多平台合作,拉动图书增长。名家进校园阅读推广活动也向终端读者推介好书,提供增值服务,还扩大了海燕精品图书品牌的社会影响力,促进图书销售增长。

# 寻找出版「百强团队」营销发行团队大集结

中国出版传媒商报记者 张聪聪采访整理

2021 NO.13