



编辑手记

在同步作文类图书出版红海中突围

■王卉

《课文里的写作密码》

曹海堂著/浙江少年儿童出版社2020年7月版 298.00元/ISBN:9787559719980等

作文类图书作为市场刚需,一直都是少儿出版的红海。既不缺选题,也不缺产品,但如何精准定位,融合创新,做出常规选题的创意,打好营销出版“组合拳”,在市场红海中得以突围,是一个值得持续探寻的出版课题。

选题阶段:充分研究小学生同步类作文出版现状,找准市场空白点和读者需求点,寻觅作者伙伴

2019年下半年,我开始关注小学生同步作文板块。在调研中发现仅当当网上销售的“同步作文”就有405793种,其中不乏民营品牌与教育类专业出版社强强联合的产品,以及资本大咖和流量大V加持的“现象级”热门产品。除去头部热销品,内容和品相都一般的作文品类销售情况都非常好,可见这个刚需市场蕴含着足够强的消费需求和购买力。

在内容上,小学生同步类作文大多与小学语文教材匹配,以单元作文为指导内容。我由此获得的关键信息是:单元习作,文字量大,讲解过多,互动不足。

营销方面,市面上畅销的小学生同步作文大多数都已经品牌化、规模化,但同质化的现象也比较严重。

小学生同步作文服务的目标读者——小学生,他们最需要的技能干货是什么?对于具有消费决定权的老师、家长们来说,他们对小学生写作的肉身之痛又是什么?在为期一个月的调查之后我得到了几个关键词:指导性、创意美观、拒绝说教、互动性、源自课堂、提高效率等。

与此同时,2019年秋季,“新课标部编版”小学语文教材全新改版上市。

于是,我要做的匹配新教材的小学生同步作文《课文里的写作密码》选题已经在脑海里慢慢勾勒成型。

立足教材单篇课文,分析每一篇精读课文的写作思路,从单篇课文中提炼一个

写作小技巧,进行一次写作小练笔,让学生学习过单篇课文之后即有写作技巧的获得,这样到了单元习作的时候,写作能力就水到渠成了。

放弃对小学生不太友好的大段文字讲解,以创意明晰的图示、表格展现写作思路,少讲精讲。版式活泼,练笔内容新鲜创意,情境感强,并尽可能为难点内容提供写作支架。

充分展现练笔的可实践性,每一课提供精心设计的写作单,作为这一课环节,让读者可以直接在书上进行练笔。同时提供学生范例展示。

配有同步视频微课,立体化、动态化展示写作课的教学过程,有师生互动,有习作点评,实现营销端书本+课程1+1>2的愿景。

选题书面方案确定之后,我开始寻觅作者团队。几经沟通,最后达成与写作名师曹海堂老师的合作。

编辑阶段:确定内容板块,选择版式风格,收集写作案例素材,开启同步视频录制计划

在曹老师的课堂中,一课一练笔的实践已经开展了1年多,她还组建了一个全国性的“花点点读写”工作群,带领全国各地有创意的年轻老师一起进行读写研究,并在多家杂志上开设写作教学专栏。只不过曹老师对于这项研究出版成为面向小学生的同步作文的规划还未曾启动。这也表示《课文里的写作密码》的专业基础已经具备了,出版方和作者合作的时机刚刚好。

在研究对比了市面上的作文读物以后,我们坚定了《课文里的写作密码》图文并茂、活泼轻松的设计思路。其中最大设计难点在全书不重样的思维导图,有的是九宫格,有的是流程图,有的是树状图、时针图……

为了使《课文里的写作密码》成为小学生课内学习升级技能的必杀器,我反复揣摩选题问卷调查时收集上来的关键词,

与作者商量如何为小学生提供写作支架的问题。

作者方将全书大约264课同步设计完成之后,要进行教学实践,并需要收集学生绘画、写作作品,删选修改之后编辑入册,同时,设计师排版员要对学生的原始作品进行一定的图文处理,作者团队和编辑团队工作量非常大。

配合新书同步发行的视频微课录制工作也要启动。我提早与市场部业务员进行商议,探究这套书的发行策略。在书稿编辑阶段,还需要提前考虑出版以后的市场营销工作。经过6个月的奋战,《课文里的写作密码》终于在2020年6月下旬印刷。

营销阶段:历经失败的社群团购以直播课、教育大咖+素人推荐的方式逆风翻盘

2020年6月下旬,《课文里的写作密码》上册6种如期上市。在上市之前,我建了4个以关注这套书的编辑和关心孩子写作的老师、家长的微信群,吸引了大约3000套团购数;另外和当下大多发行类似,功能性较强的图书多以公众号首发形式面市。社群成功选中这套书以及我前期发动的团购数,成为了《课文里的写作密码》的首印基础,最终浙江少年儿童出版社确定首印量为2万套。

为了配合线上线下营销不冲突,我们制定了视频微课赠送的不同组合方案:实体书+3课微课赠送,线下渠道主发;实体书+全课赠送,直播平台及社群主发。为不同渠道,我们设计了不同的限价政策和宣传重点不同的详情页。6月底,《课文里的写作密码》就在多个公众号开启团购了。

公众号开团,效果好不好一般前三天就能看出来。《课文里的写作密码》开团一周,销量仅400套,折合2500册左右,可以说,首战基本失败了。

首团失败,我总结了几个可能的原因,并试图针对性突破:以往常规类童书的团购公号受众不一定契合《课文里的写作密码》这样的功能性文教图书;《课文里的写作密码》是单册书对应一个学期,读者很少成套购买。这对于普通平台来说,客单价太低,利润不足,宣传动力也不足。

我决定在谷里云书店、快微课、乐爸生活家三个本地公众号中再次开团。这一

次,我对三个号分别分析,写了一份长达10页逾万字的推广方案和推文,重点在于打动了号主和粉丝受众。最后三个号都愿意团购了,并答应给出黄金时间的头条位。

团购上架伊始,同步预告了两场直播方案:一场由曹海堂老师和特级教师张祖庆、写作名师赖建平一起出席的对谈,畅聊《课文里的写作密码》出版故事;另一场由作者携团队6位老师给大家分年级讲《课文里的写作密码》落实到课堂、家庭中可以如何操作。连续两场直播除在祖庆说、快微课、乐爸生活家同步直播外,我们还开启了今日头条、百度、天猫店、抖音、视频号等多个通道的直播,其中,最高一场在线人数达6.6万人,当晚实现谷里云书店单店带货2000套。自此《课文里的写作密码》在书店一直高居销售冠军至今。

两场直播带来的销售红利是可观的,随后教育领域中的公号如朱煜讲语文、小学语文教师、萌学堂课程等都陆续加入了开团的行列中,销售持续升温。

2020年9月开学季,我收集了各平台上的好评以及热情读者反馈,做了2个小视频,投放在浙少社抖音号上。自此,《课文里的写作密码》在抖音上的带货开始了。

《课文里的写作密码》在抖音上并没有大主播加持,而是依靠上百位素人妈妈,老师进行单册推荐,积少成多,聚沙成塔。该模式后续还延伸到了小红书、快手等平台。

《课文里的写作密码》上册在坎珂中发行效果达到预期,并在秋季学年内实现多次加印。2020年12月底,下册6种如期面市,依然受到了读者青睐,销售势头越来越好。至此,12册书全部出版完毕,线上线下分版本、分渠道的控价销售一直在延续。

《课文里的写作密码》填补了小学生同步类作文出版领域一课一练笔的空白,以切入点小、操作性强、创意盎然的全新样式收获读者好评。在没有官方推荐与采购的情况下,纯市场发行累计近35万册,码洋过千万,为出版社收获了较好的经济效益和社会效益。我作为项目策划人和责编,欣慰之余深感责任重大。传统文教出版如何适应当下教育大背景,在流量为王的时代中以选题创新、营销出奇而成功突围,还需要继续努力探索。

中国出版传媒商报讯 作家袁敏继《燃灯者》后的第二部教育题材纪实文学作品《巴大叔和他的孩子们——一位科学老师的2049计划》的新书发布暨读者见面会近日在浙江温州市新华书店举行。袁敏及“十大科学传播人物”陈耀、浙江少年儿童出版社副总编辑王宜清、文学出版分社社长楼倩出席。

王宜清表示,浙少社出版的《巴大叔和他的孩子们》是作家袁敏聚焦教育话题的最新纪实观察,她以敏锐的教育触觉和深入现场的思考,记录了“燃灯者”巴大叔科学实验室的一个个鲜活案例,触及教育最为根本的对学生的灵魂塑造和人格培养的宗旨,为我们带来了一场科学教育创新的独特体验。



袁敏回顾了创作历程,分享了从专栏文字到图书的创作初衷,尤其是在“双减”这一教育背景之下,道出了作品在教育创新、生命教育和亲子关系方面的现实意义。

活动现场,6位从家庭实验室走出来的孩子分享了各自的科学研究课题和阶段性研究成果。

《巴大叔和他的孩子们——一位科学老师的2049计划》是一部讲述“中国十大科学传播人物”陈耀先进事迹、聚焦科学创新教育的纪实文学作品。作者袁敏沿着“巴大叔”陈耀的探索脚步,通过“山水田园课程”和“一千零一夜家庭实验室”两大重要实践,将这位基层科学老师的“2049计划”进行了生动具体的呈现。作品同时塑造了一大批颇具代表性的科学少年形象,向读者充分展示了新时代的少年儿童。作为一部纪实文学作品,它涉及科学启蒙、科普推广、生命教育、亲子关系等议题,对当代少年儿童坚定科学理想、强化民族担当,具有温暖而深远的意义。该书入选2021年度浙江文化艺术发展基金资助项目。(禾)

出版动态

《军人的荣耀——张海峰指挥作品精选》新专辑发布

中国出版传媒商报讯 为庆祝中国人民解放军建军95周年,人民音乐出版社坚持弘扬主旋律、传递正能量的国家队使命担当,充分发挥自身音乐专业出版优势与特点,精心策划并出版了指挥家张海峰的专辑《军人的荣耀——张海峰指挥作品精选》。9月8日,新专辑发布会在京举行。

原中国人民解放军军乐团团长、国家一级指挥张海峰,著名打击乐演奏家、原中国人民解放军军乐团团长齐景全,著名作曲家严晓藕,著名录音师崔如峰,北京退役军人事务局拥军优抚处处长杨树旺,

《音乐周报》董事长徐雪梅,著名指挥家、中国音乐学院指挥系副主任金野,库客音乐董事长余赫,著名歌手、黑鸭子组合创始成员李蓉,人民音乐出版社总编辑杜永寿、副总经理魏振华、副总编辑李向颖等领导和在京媒体代表出席发布会。

发布会由李向颖主持。杜永寿介绍了专辑的出版情况,指出新专辑内容精、体量大、规格高,不仅集中体现了张海峰的指挥艺术,还反映了近20年军乐团不断创新、发展的辉煌历程。齐景全、严晓藕、崔如峰、徐雪梅等嘉宾纷纷对新

专辑的出版表示热烈祝贺,分享了张海峰学艺、从军、指挥及当团长的往事,高度赞扬他的指挥艺术、创新精神与管理才能。

《军人的荣耀——张海峰指挥作品精选》共8种专辑,包括16张CD和1张DVD,以及一本精美图册,收录了张海峰近20年来指挥乐团演奏和录制的各类优秀管乐作品228首,所有作品皆由中国人民解放军军乐团演奏,是目前国内收录作品最多、体量最大的一套交响管乐音像专辑,极具艺术价值、欣赏价值、研究价值和收藏价值。(张馨宇)

仇鹿鸣线上讲座:石刻资料与古籍整理研究

中国出版传媒商报讯 一个多世纪以来,伴随着考古发掘和文物出土,出土文献成为学术研究的基本史料,新有与传世文献“分庭抗礼”之势,成为另一重要的研究方向。石刻资料即是其中体量庞大、内容丰富的一类。

9月6日,中华书局古联公司邀请复旦大学历史系教授、“唐五代墓志专目数据库”及《大唐创业起居注笺证(附卷关系)》作者仇鹿鸣,围绕石刻资料与古籍整理研究开展线上讲座。据统计,直播当日在线观看人次近4000。该讲座由中

国人民大学图书馆与中华书局古联公司联合主办。

在讲座中,仇鹿鸣以《大唐创业起居注笺证》为例,举例说明新出墓志对于史事考订与古籍“深度整理”的价值。同时介绍了“唐五代墓志专目数据库”编纂的缘起与设计。他表示,根据学术研究的需求,“唐五代墓志专目数据库”具备三项特点:一是汇聚单篇墓志有关的考古报告与研究论文,方便掌握学术信息;二是标注墓志志主是否见于史籍,勾连出土文献与传世文献;三是标注志主直系亲

属是否有墓志出土,建立墓志间的关系。

“唐五代墓志专目数据库”是中华书局古联公司打造的“历代石刻总目数据库”下的专题子目,集中类聚了1.23万余方墓志资源信息,时间横跨唐至五代的370余年。通过这一数字化的方式,为文史领域研究者和爱好者提供了内容完整、使用便利、实时更新石刻目录索引,帮助其准确地掌握相关信息,查阅历代著录及专题研究成果,成为学界推进研究,公众提高认知的一大助力。(葛慧超)

(上接第1版)

全国新华书店全力确保“课前到书”

湖南新华书店集团要求各基层门店7×24小时收货,上下联动,精诚出战,组建“党员先锋队”“青年突击队”,坚持领导班子带班,与一线员工同步上、下班。同时,召开承运商座谈会,要求所有承运商到车率100%。

四川新华出版发行集团和旗下新华文轩组成教材工作领导小组,构建了提前研判、精密部署的工作机制,责成新华文轩旗下教育服务事业部牵头,统筹协调出版、印刷、运输、保供等主体责任单位,建立常态化、高效、紧密的工作模式,为领导小组决策提供专业建议。

陕西新华出版传媒集团新华书店分公司全员到岗,增加夜班岗位,实行24小时两班倒工作制;扩充设备,增加人员,同比2021年秋季,打包机由9组增加到13组,装车人员由10人增加到14人;适当延长工作时长,加强科学调度,提升运转效率,确保库区安全有序周转;严把收货、包装、分拣、发货等每一个环节的质量关,确保零差错、零失误。

贵州省新华书店全力以赴,攻坚克难,确保教材及时到货、随到随卸,第一时间出库,力争分秒;安排人员与学校对接,认真核对学生人数、教材品种、数量及学校开学安排情况等,确保各项工作

万无一失。

甘肃省新华书店多措并举,60余名志愿者组成“突击队”,发扬连续作战精神,“5+2”“白+黑”分三组轮流支援教材发运第一线,队员们团结协作、密切配合,攻坚克难,战高温、斗酷暑,保安全、促发运。

各地新华书店提前预案,启动教材收发和疫情防控的相关举措,做到24小时快速响应;在保证生产安全的前提下,各部门密切配合,从印刷装订到物流配送再到“最后一公里”的送书到校,确保各环节工作顺利推进,全力完成“课前到书,人手一册”的政治任务。

2022年8月下半年社会科学类图书销售排行榜

Table with 5 columns: 排序, 书名, 版别, 出版时间, 定价(元). Lists top 10 social science books.

2022年8月下半年文化教育类图书销售排行榜

Table with 5 columns: 排序, 书名, 版别, 出版时间, 定价(元). Lists top 10 cultural and education books.

2022年8月下半年文学艺术类图书销售排行榜

Table with 5 columns: 排序, 书名, 版别, 出版时间, 定价(元). Lists top 10 literature and art books.

2022年8月下半年少儿读物销售排行榜

Table with 5 columns: 排序, 书名, 版别, 出版时间, 定价(元). Lists top 10 children's books.

2022年8月下半年科技生活类图书销售排行榜

Table with 5 columns: 排序, 书名, 版别, 出版时间, 定价(元). Lists top 10 science and life books.

为了及时反映市场行情,为出版社、书店营销、选品提供参考,为读者阅读、购书提供指引,本报每月刊出一次图书销售排行榜,以服务业界与读者。半月刊销售排行榜基于国家出版发行信息公共服务平台的销售数据和商报·奥思“中国出版业市场监测系统”线下ERP数据、线上监测数据,由全品类总榜和社会科学、文化教育、文学艺术、少儿读物、科技生活5个分类榜组成,均按销量降序排列。(报载各榜TOP10;各榜TOP20见商报官微、官网)

《巴大叔和他的孩子们》引发小学科学教育新思考