



中国·海豚传媒
爱孩子 找海豚

玩转跨界营销，看海豚传媒有何新举措

中国出版传媒商报记者 郑 杨

链接优秀企业，互享优质产品

一直以来，海豚传媒都希望与更多优秀的企业链接，互享优质产品，助益更多的家庭和孩子。异业品牌虽然属于不同的服务业态，但服务群体却是高度一致。在激烈竞争的市场环境下，异业品牌通过不同形式的合作，共享资源与市场，将会提升各自在行业内的竞争优势。近几年，海豚传媒与伊利、惠氏、肯德基等知名品牌企业都有过深入的合作，跨界营销的图书现已远超1亿册，受到了各合作企业的认可和消费者的喜爱。

说到需要注意的地方，艾钊觉得主要是两大点：首先是异业合作需要设置专门的项目小组，由专人负责跟进和加强与品牌的合作管理，将松散的合作关系置于规范的流程、制度之下，以此提高双方的沟通效率，将双方的资源最大化利用；其次，异业合作不能过多、过滥，需要慎重评估双方的实力与优劣势，找到合作的契合点，同时考虑短期合作与长期合作的利益点。过多的增值服务反而不能使异业合作的优势见效，而且不合适的合作对象会削弱消费者对异业合作双方的认知，降低品牌推广的效果。

渗透与融合，一加一大于二

现在出版行业纷纷跨界，但有的是为了跨界而跨界，脱离市场和客户需求，谋求短期曝光，缺乏长远眼光。谈到海豚传媒如何能够坚持长久的跨界合作，在品牌塑造和品牌传播上获得了哪些助力这个话题，艾钊认为，海豚之所以可以坚持长久的跨界合作，主要是因为合作双方品牌理念和消费者需求具有趋同性。

跨界合作最忌讳的是两个品牌之间的“违和感”。很多时候，即便是资源或技术互补的两个品牌，由于品牌调性或理念的不一致，最终也无法取得理想成果；另外，高度匹配的目标人群，用户需求互补，也是沟通合作的前提，这样才能发挥一加一大于二的最佳效果。海豚传媒与肯德基各自拥有深厚的资源库，经过了前期多次磨合，双方已经找到了最高效的合作模式，每次合作的图书所传递的精神与理念均与肯德基的品牌诉求保持一致，加之资源间的互相渗透和融合，让彼此的合作更加如鱼得水。

跨界合作要勇于创新，才能为消费者不断营造新体验。选择跨界合作，就是选择了一种营销战略，我们要通过跨界合作的方式吸引潜在的消费群体，这就意味着要不断创新，运用已知的信息突破常规，打造新颖、独特而有价值的新产品形式，策划新的市场活动，营造新的消费体验。将两个合作品牌的用户都充分调动起来，点燃他们新的消费热情。

在品牌塑造和品牌传播上，第一，跨界营销让图书作为一种精神文化产品的价值得到了更加充分的发挥，为知识和文化的传播开辟了新的途径；比如，在图书与消费品的联合营销中，消费者会因为购买了某种消费品而同时获得了阅读图书的文化体验；第二，跨界营销大大拓宽了图书的销售渠道

近年来，随着互联网经济的高速发展，文化产业的跨界融合迎来了新一轮的高潮，行业之间的界限进一步变得模糊。出版业作为文化产业的重要组成部分，近年来跨界融合发展的步伐日益加快。在“互联网+”经济的引领下，“出版+”概念应运而生并且越发火热。出版与各种创新发展的元素相结合，借由新兴的媒介传播形式以及互联网新技术，正逐步从传统的单一业态向多元的新兴业态转型升级。

海豚传媒股份有限公司（以下简称“海豚传媒”）成立20年多来，在致力于为儿童教育产业提供解决方案的同时，其营销思维也不断创新，积极探索“出版+”的新思路，在跨界营销方面可以说进行了多种尝试，取得了不错的成绩。

从2017年开始，6年来，海豚传媒与肯德基已经有过5次跨界合作，成功打造了《是什么·什么·珍藏版》《是什么·什么·儿童版》《是什么·什么·AR版》《自然》《海底小纵队》5套肯德基定制版图书。

2022年，海豚传媒与肯德基再次携手，为小朋友们带来了《“勇敢做自己”儿童心理绘本》！该系列8月20日已暖心上市，肯德基小书迷王国为这套书在全国各大城市的肯德基门店开展“开启孩子的心灵成长之旅”旗舰店主题故事会活动，让孩子们既能体验美食，又能阅读好书，感受“精神食粮”带来的美妙体验！

可以说在跨界营销领域，海豚传媒在出版行业居于领先地位。中国出版传媒商报记者采访了海豚传媒股份有限公司副总裁艾钊，谈到成绩，艾钊如数家珍，同时也坦诚地谈到其中值得注意的误区，能够让后来者避免“踩雷”的风险。



和推广渠道，提升了企业的经济效益和影响力；第三，跨界营销让图书的媒体属性得到了很好的发挥，而这个属性在单纯的图书营销中往往被忽略。

勇于创新，为消费者营造新体验

随着经济的发展，用户的消费需求早已突破了对产品基本功能的需求。他们需要更多可以代表自身价值观、个性、品位、生活方式的消费体验。跨界营销恰恰能满足用户的这一需求，提供更多元的消费场景，创意地融合品牌特性，给予用户更新奇的消费体验，甚至是生活品味。在谈到出版业的跨界营销如何推陈出新，艾钊结合海豚的境况作了介绍。

今年，海豚传媒与肯德基合作定制的“勇敢做自己”儿童心理绘本系列，为每册书的故事都设置了丰富的延展游戏和萌趣互动游戏，比如时下非常热门的多媒体游戏——配音大咖秀，与阅读相融，可以让小读者跟着绘本学表达，自信演绎，而且可以线上分享并进行互动比拼，尽情感受配音乐趣的同时，满足孩子们的社交需求！

“我们将这些游戏同步迁移到线下和线上的主题活动中，让孩子们不仅有精彩的故事听，还有一起动手动脑参与的互动活动，这样身临其境的多元体验，深受孩子和家长们喜爱！参加活动的家长们通过个体社交账号的传播，又进一步提升了活动的知名度和产品的口碑。”

跨界营销不只是营销手段的更新，更是思维方式的变革。在疫情持续的背景下，“互联网+”时代的技术驱动，催生了诸多营销新模式。

海豚传媒在疫情防控允许的前提下，仍会举办新颖有趣且贴合儿童心理的线下活动，但也会同时在线上营销舞台进行诸多尝试。比如去年的《海底小纵队》和今年的“勇敢做自己”儿童心理绘本系列，就都策划了充满趣味的线上云故事会，特邀知名专家、阅读推广人担当主持人，给孩子们一种别开生面的云阅读体验；另外，海豚传媒还在定制产品热销时期，邀请全国各地的KOL进行线上探店云打卡活动，以亲身经历的方式诉说与分享，这种扩散式互动传播，也有效地提升了品牌影响力。

企业的跨界合作是一个循序渐进的过程，只有一步步搭建稳定的平台及合作的基础，才能逐渐实现合作的生态闭环。在这个闭环中，不定期地进行不同主题的营销活动，才能有利于企业、优质资源和后续传播中的资源互换，让合作双方实现品牌共赢，达到品牌提升、减少成本、提高声誉、促进销售的营销目的。海豚传媒将持续探索“出版+”模式，尝试新的成长和改变，给消费者带来不同的体验。“未来，我们选择跨界合作的行业会侧重于与我们日常生活相关的领域，合作的企业也会是我们耳熟能详的知名企业，以提升用户信赖度和活跃度，增强品牌号召力。”艾钊说。

目前除了与肯德基、蔚来汽车的跨界合作，海豚传媒还会往地产、科技等更多领域延伸，打破消费者眼中固有认知的形象，以更开阔、多元和创新的精神，突破自我，给用户带来更多不同精彩体验。

《使命至上》的秘密使命

王凤英（作家、文学评论家）

《使命至上》已是第三次再版，作为纪实文学体裁，这是不多见的。尤其是以讲述二二一厂在1986年完成核产品交付、企业扭亏为盈的艰辛历程为题材的纪实性文学作品，竟能多次再版，实属罕见。该书拥有持续的热点关注和大量读者群的成功原因，应首先归因于作者借助了文学的形式完成科技知识更广范围的传播，同时也在作者王菁珩为此倾注的创作努力。

该书作者王菁珩，曾担任我国第一个核武器研制基地——二二一厂的一厂长，一定意义上使这部作品在创作文本上具有了无可替代的权威性。作为二二一厂子弟的我，在时隔多年以后，通过阅读该书再一次得以对我国“两弹一星”研制成功做出巨大贡献的父辈的光辉岁月进行回望。事实上，我理应向还原当年为我国“两弹一星”事业作出巨大贡献、巨大牺牲的一代人作忠实记录的作家致敬。正因为王菁珩，广大读者才有机会了解了金银滩那片曾经神秘的高地上有怎样一群不计个人得失的人，怎样做出了关乎国家安全、民族尊严并令世界震惊的大事，这对今天年轻一代的三观重塑、精神重构、信仰重建意义重大。

1960年于北京航空学院（现北京航空航天大学）毕业的王菁珩，于次年1月便前往我国第一个核武器研制基地二二一厂（代号221）从事核材料工程，直至升任二二一厂厂长，在离开青藏高原之前，他作为核工业的一线专家、最后一任厂长工作了33年，对于核工业的专业知识、二二一厂历史和核产品的发展演变、特定时间不能公开的秘密、岗位的特殊分工等等，相较于二二一厂一般的工作人员，对于全貌所知、真相所录、资料所占，拥有着绝对优势，因而该作品所书的可靠性毋庸置疑。在阅读该书时，普通读者都会对其中所围绕的118任务的多个细节一知半解，而弥漫在核领域极其专业、极其严密的高精尖技术以及技术数据、技术环节、专用名词等等，到今天理解起来仍然相当困难，这些在当时都是不可为人知、不能为人道的秘密。但这丝毫不影响读者对那一代人应该有的肃然敬意



和阅读该书的积极态度，这恰恰说明王菁珩在梳理这些人和事时，有意识地通过文本叙事激发起读者进入精神内部的自觉、抵达理想信仰高度的热情。

如果读过作者的另一部作品——《铸剑》（中国原子能出版社2017年出版），便会轻易地发现这两本书前后不同的时间线和共同的伟大目的，从铸剑到厂撤销的化剑为犁，人们经历了无数想象不到的困难和为此作出的巨大牺牲、无私奉献，但在相当长的时期内都不能为外人所知。作为保密级别相当高的二二一厂，这是独特的，也是必须的。以现在的认知，人们或许逐渐知道了那些对生命极无善意的不只有青藏高原上恶劣的自然环境，更有危险级别顶格的核剂量，尤其在无更好安全条件可防护核辐射危害的工作环境中的技术人员、工人师傅大都未能躲过职业病痛的残酷折磨。比如，二二一厂撤销号后，集中安置在青海省西宁市的二二一小区，曾被省会城市光荣地提起，眼下却被不少当地人呼为“寡妇大院”。因为在那所大院里，绝大多数家庭只剩下形单影只的遗属户，她们是当年一批来自内地“农转非”的家属。当然，这种巨大牺牲性在王菁珩的《使命至上》中，是一种值得人们倾其所有要毕生保守的秘密和需要完成的使命，而这就是他对国家的国防建设事业贡献所有的巨大热忱和责任追求。

阅读此书，我注意到王菁珩以一贯热切的专注给予了这部作品以生命的用心，进入文本本身又发现，由于王菁珩本人的

特殊见证及对那段轰轰烈烈岁月的有意截取，使他在创作《使命至上》时有自己独特的视角和个人内心固有的一种倾向。作家的文字充满了对那片土地的眷恋、那份事业的自豪、那段绚丽时光的沉醉，所以会从中读出221人的奉献、担当、拼搏、创新和团结的精神，这便是“两弹一星”精神的内涵诠释。相比于当下报刊中各类题材的文字，他们大抵透过碎片化、复制式进行文字和观点的组装，其所呈现的富于普通意义上的作品，无论形式还是内容，难以脱离说教式和模式化的文字拼接，可读性不强，普及性也不高。但读王菁珩的《使命至上》却不一样，他自觉或不自觉地放弃了一种高蹈、卓越、参照既有模式的写作惯性，文本客观折射出健康、纯粹的情感态度和多视角观察的暖意，令人印象深刻。

王菁珩以118任务和二二一厂撤销的事件在文本中交错呈现，意在突出国家战略调整整期的各种利益冲突，为了军品的优质交付，艰难研制中的技术人员如何不计个人得失忘我攻关，实施职工安置工作的厂领导如何顶着巨大压力破解难题胜利突围，展现了一群令人肃然起敬的英雄群像，他们有着强烈的使命感，在各自的岗位上作出了实实在在的牺牲奉献，以及充满着拼搏向上的团队精神，王菁珩均将此纳入文本后进行客观呈现和完整表达。他们有谢国梁那样的核工业人，刘处长那样心怀二二一厂利益的维护者，邱强那样的老技术工人，谭家声、王思明那样头枕青山的烈士，谢小凡、姜波、小曹等那样的核二代人，等等。

王菁珩的心里始终蛰伏的那片独属私人的领地里，文献性、专业性和一定的文学性交替协奏。文献性和专业性是他文本演唱的高音部，一定的文学性则以低吟的方式在书中林林总总地安家落户。他借这部作品传达出一腔旺盛的生命力，他本人掌握丰富的史料和对历史客观的观察，使他深切体会到尊重生命在这片神秘高地上的强劲存在感，也能够从时代的高度去思考核产品科技攻关与221厂撤销的意义，更可贵的是通过一个个人物、故事、细节极力还原历史赋予的客观意义与深厚情感。

《内蒙古寻宝记》上市百天销量百万

中国出版传媒商报讯 9月14日，《内蒙古寻宝记》百天百万收官庆典活动在二十一世纪出版社成功举办。2022年，正值“大中华寻宝系列”出版10周年，第29册新书《内蒙古寻宝记》于4月上市，一百多天时间，销量突破百万册。

为了回馈全网读者，二十一世纪出版社采用线上直播的方式，举办了《内蒙古寻宝记》百天百万收官庆典。“大中华寻宝系列”的编辑做客直播间，分享了书中的趣味知识点、线下读书会 and 与小读者的互动故事，还展示了5位小读者的来信和画作。

在这百天之中，线上线下多个门店和渠道平台进行了多样式的互动营销，以回馈广大读者。正是因为小读者们的喜爱和经销商们的努力，才让《内蒙古寻宝记》走进了更多的家庭。

万方新著展现人与动物间的“双向”救赎

中国出版传媒商报讯 9月17日，第七届北京十月文学月主题活动“狗狗，夏天的爱与孤独——《乖呀乖：为爱狗的你和我》新书分享会”在北京举办。分享会由北京十月文艺出版社、SKP RENDEZ-VOUS承办，著名作家文珍、文学评论家季亚娅、主持人悦悦，以及该书作者万方深入探讨了人与动物之间的奇妙关系与珍贵情感。

北京十月文艺出版社出版的《乖呀乖：为爱狗的你和我》是剧作家万方写给所有爱狗之人的书。它讲述了作者与爱狗乖乖16年间的相处日常，展现了人与动物之间的相互陪伴与“双向”拯救。2003年，万方因丈夫身患癌症而陷入对生活的迷惘与无尽的痛苦中，她无法判断自己向丈夫隐瞒病情的决定是对是错，也不知自己应当如何面对爱人将至的死亡。在朋友的建议之下，她收养了小狗乖乖，这不仅改变了她生活的契机，更是一段缘分的开始。乖乖的陪伴让她在“被需要”与

新书上市后，“大中华寻宝系列”图书销量环比增长达到40%左右，累计15周登顶开卷少儿图书TOP1。全国85家书店在店内进行了图书美陈展示。18个省117家门店进行了“大中华寻宝系列”图书营销活动。各大电商平台也上线了别出心裁的套装和赠品，以满足不同读者的需求。同时，“大中华寻宝系列”走进了东方甄选直播间，得到新东方在线CEO孙东旭和人气主播董宇辉的极力推荐，当天销售3000多套图书。主播总裁爸爸郎总、教育百师通也倾情推荐了该系列图书。

当下，疫情反复，但是百天之内，《内蒙古寻宝记》强势出圈，频频登顶开卷榜单。未来，二十一世纪出版社还将推出更多精品优质的“大中华寻宝系列”图书产品来回馈小读者，助燃全民阅读热情。（文 萱）

“被信任”中逐渐走出丈夫去世的阴影，重获对生活的希望。多年之后，当乖乖的生命同样走到尽头，关于生与死的课题再次摆在万方面前时，她对死亡产生了新的诠释与接纳。

北京十月文艺出版社总编辑韩敬群出席活动。他认为《乖呀乖：为爱狗的你和我》是一本体现了文学的高贵的温柔之书。北京十月文艺出版社总编辑助理、《乖呀乖：为爱狗的你和我》策划编辑张引墨谈了该书出版前后的故事。

北京十月文学月创办于2016年，是以“十月”文学品牌为核心，以文学界和出版界为主体，社会各界广泛参与的全国性文学主题活动，现已成为具有国际影响力的文学盛典和展现北京文化中心建设成果的金名片。第七届北京十月文学月以“文学新时代·人民新史诗”为主题，汇聚北京与全国优质文学资源，开展丰富多彩的文学活动近百场。本届文学月于9月初开始，持续至10月初。（白小禾）