

好产品需打磨! 少儿图书原创孵化团队大揭秘

(上接第31版)

从引进到原创,打造独特品牌特色。闽少社出版的“全国优秀儿童文学奖·大奖书系”囊括了40多年来全国最优秀的儿童文学作品,并与数十位全国顶级儿童文学作家建立联系,为后续出版优质的原创作品奠定了良好基础。团队通过海峡儿童阅读论坛邀请优秀作家共同探讨儿童文学创作、出版现状,争取优秀儿童文学稿件。同时,从引进到原创,打造独特的品牌特色。我国台湾图书板块和“万物生”自然文学板块从最初的单方面将版权引进大陆到自主策划选题向海峡两岸作家组稿,策划特色选题,形成独有的品牌特色。中心高度重视发掘和培育福建儿童文学作家队伍,不遗余力为福建儿童文学作家、评论家和研究者搭建创作、出版、交流的平台。同时,邀请优秀成人文学作家创作儿童本位、儿童视角的儿童文学原创作品,如闽少社畅销多年的《童年河》是著名作家赵丽宏的首部儿童文学作品。

文学出版中心出版的畅销书“世界自然文学大师作品·美绘本”系列是由俄罗斯引进的优质版权。当前“推动绿色发展,促进人与自然和谐共生”成为国家工作的重点之一,民众环保意识不断增强,自然文学成为图书细分市场快速上升的类别。经过调研,部门认为原创才能塑造品牌精神,决定品牌命运;随后制定了“万物生”板块的出版计划:以“世界自然文学大师作品·美绘本”为阵眼和起点,衍生出囊括国内外经典自然文学、自然科普等精品出版物的重点板块,邀请黑鹤、刘虎等国内著名儿童自然文学作家进行创作,“黑鹤的动物朋友·美绘本”“黑鹤给孩子的自然智慧”“中国自然文学原创作品系列”等优秀原创自然文学作品陆续出版。

找准定位,提升选题适配度。少儿图书原创孵化的关键点是提升选题和作家的适配度,为优质选题找到合适的作家。以“少年中国”为例,为了反映当下青少年发展现状和精神面貌,塑造当代青少年“群像”,闽少社制定了以“体现时代特征,凸显少年力量”为中心的青少年成长阅读书系出版战略,邀请《儿童文学》杂志原主编徐德霞担任丛书主编,通过海峡儿童阅读论坛聚集近年来活跃在国内儿童文学领域的优秀中青年作家共同探讨“少年中国”选题方向,分享彼此写作经验,加入书系进行创作。徐德霞和部门编辑一起与作者们探讨、调整写作方向,打磨稿件。经过一番努力,刘东的《世界上没有真正的空房子》、刘虎的《鸣鹤》、王苗的《石上生花》等8种图书陆续出版,其中《世界上没有真正的空房子》荣获陈伯吹国际儿童文学奖、冰心儿童文学奖。

激发文学类选题与市场的碰撞,加强重点主题出版资源策划。当下,文学类选题是主题出版的重要板块,儿童性和文学性、文字艺术与图像艺术的有机结合,需兼顾“有意义”和“有意思”,需提升自主开发的选题和邀请作者的适配度。目前,闽少社团结了一大批本土儿童文学老中青作家,仍需进一步提升品种数量和作品质量,增进原创儿童文学作品的获奖和畅销能力。

团队将进一步加强对重点主题出版资源的策划。福建融革命老区、改革开放先行区、生态文明工程示范点、对台工作重要阵地等重要元素为一体,有着丰富的主题出版选题方向,对于福建重点主题出版资源要深做透,创作海峡两岸共读绘本深化海峡两岸的文化交流,增强海峡两岸青少年读者对两岸文化同根同源的认同感。同时,国内重大节点要提前布局,为图书出版留足打磨时间。团队当下希望能够继续推出优质原创儿童文学作品,荣获全国知名奖项;通过长期经营打造福建少年儿童出版社原创文学品牌。



营销案例

带货达人、平台齐发力,拓宽图书营销渠道。童书营销手段日新月异,唯有放眼全国才能找到合适突破口。一是拓展小红书、抖音带货达人资源。例如,团队为“自然文学大师作品系列·美绘本”寻找多位达人带货宣传,并根据不同渠道定制不同赠品。该书迅速成长为畅销书,归功于选题的精确性和小红书达人的连锁反应与各类营销素材的完善。二是积极参与短视频制作与传播。部门编辑积极参与短视频文案撰写,并邀请作家、达人拍摄视频,力求图书宣传的效益最大化。三是尽一切可能拓宽图书营销渠道。虽然网络平台成为图书营销主战场,但地面活动仍然能成为图书宣传的亮点与有益助力。比如,林良“家的文学”书展在本地最热的网红打卡点举办,对于林良图书品牌的宣传效果可圈可点。四是开发衍生品。团队为《我的妈妈是精灵》开发了一系列文创产品,根据重要节点制作纪念版,制造图书话题,创造销量新高峰。

团队档案

成员数量:9人(分社社长1名,总编辑1名)
团队主攻方向:原创科普
代表产品:“少儿科普名人名著书系”、“刘兴诗地理”系列、“李毓佩数学故事”等
原创孵化成绩:“少儿科普名人名著书系”双效俱佳,成为中国原创科普出版标志性工程,荣获第二届中国出版政府奖图书奖,目前已累计出版100多种,累计销售码洋超1.5亿。“刘兴诗地理”系列已累计出版近百种,是目前儿童地理类规模最大、品牌力最强的丛书,累计销售码洋8000多万。“李毓佩数学故事”系列目前已出版60余种,在数学科普领域影响力显著,累计销售码洋9000多万。2018~2022年5年间,科普分社获得国家奖项、省部级、行业级奖项100余种,培养千万级产品线4条。

了最能体现作品特点的纸张和印工,让整个图书的品质做到让读者绝对满意。经营团队不遗余力地推广,该书不断在自媒体和阅读推广项目上发力,取得月销11万多册的好成绩。

四步追求当代少儿图书的新意和深度。少儿图书原创孵化的关键点包括几点。一是选题和内容创新:可以尝试开发新题材、加入新元素、采用多媒体技术等来吸引读者。二是团队建设和协作:团队成员需要具备相关的专业背景和能力,并且需要建立良好的沟通和协作机制,确保作品的质量和效率。三是市场调研和营销策略:需要通过调研了解目标读者的需求和喜好,以及竞争对手的情况。同时,也需要制定有效的营销策略。四是质量控制和版权保护:需要注意语言表达、故事情节、插图等方面的质量控制,同时需要避免侵权。

在三审三校基础上,我们增加了一道印前审读环节,大多数图书还要再请业内专家通读审读,力求将差错率降至最低。

挖掘营销节点,拓宽少儿图书市场。在少儿图书原创孵化过程中,可以通过一些切口着手挖掘图书营销节点。例如,了解目标读者的需求和喜好,突出作品特点和亮点,利用好新媒体渠道,选择合适的销售渠道,设计有吸引力的封面和宣传材料。以长少社即将出版的《写给孩子的科技前沿》为例,该书以小学中低年级学生为目标读者,给他们普及关于

长江少年儿童出版社科普分社 聚集资源,创新研发科普精品

■谢瑞峰(长江少年儿童出版社科普分社社长)

了最能体现作品特点的纸张和印工,让整个图书的品质做到让读者绝对满意。经营团队不遗余力地推广,该书不断在自媒体和阅读推广项目上发力,取得月销11万多册的好成绩。

四步追求当代少儿图书的新意和深度。少儿图书原创孵化的关键点包括几点。一是选题和内容创新:可以尝试开发新题材、加入新元素、采用多媒体技术等来吸引读者。二是团队建设和协作:团队成员需要具备相关的专业背景和能力,并且需要建立良好的沟通和协作机制,确保作品的质量和效率。三是市场调研和营销策略:需要通过调研了解目标读者的需求和喜好,以及竞争对手的情况。同时,也需要制定有效的营销策略。四是质量控制和版权保护:需要注意语言表达、故事情节、插图等方面的质量控制,同时需要避免侵权。

在三审三校基础上,我们增加了一道印前审读环节,大多数图书还要再请业内专家通读审读,力求将差错率降至最低。

挖掘营销节点,拓宽少儿图书市场。在少儿图书原创孵化过程中,可以通过一些切口着手挖掘图书营销节点。例如,了解目标读者的需求和喜好,突出作品特点和亮点,利用好新媒体渠道,选择合适的销售渠道,设计有吸引力的封面和宣传材料。以长少社即将出版的《写给孩子的科技前沿》为例,该书以小学中低年级学生为目标读者,给他们普及关于

营销案例

北斗导航、5G、智慧城市、深空探测、基因编辑等方面的内容,请周忠和院士主编,保障准确性,且全书每一页都有手绘配图,增加阅读直观性和趣味性,这些都是市面上那些粗制滥造简单拼凑的科普图书难以做到的。该书在出版之前已经由营销团队与渠道宣讲,获得众多客户青睐,未上市已经有了良好的市场前景。



聚集资源孵化精品,坚持原创不断探索。提升少儿图书原创孵化能力,可以从几个方面着力:一是加强人才培养和引进。除了招募人才建立专业团队外,也可以通过与高校合作、举办培训班等方式,培养更多的专业人才。二是推动内容创新和技术应用。鼓励作者在故事情节、插图设计等方面进行创新的同时,也可以探索新技术的应用,为读者提供更加丰富的阅读体验。三是注重市场调研和营销策略。要充分了解目标读者的需求和喜好,以提高作品的市场竞争力。四是加强版权保护和管理。要建立健全的版权管理体系,加强版权保护意识。五是开展国际交流与合作。拓展海外市场的同时,可以通过与其他国家的出版社合作,提高自身的创作水平和创新能力。

就长少社科普分社团队来说,当下的小目标是在稳固现有产品线的基础上,在激烈的市场竞争中尽快找到新的蓝海,尽快建立新的细分品类的优势,与作者和编辑团队一起,为青少年继续提供优质的科普读物,为中国少儿科普事业贡献力量。

天天出版社“中国文物修复与文化遗产”系列编辑团队 充分调研,孵化填补市场空白产品

■陈莎(天天出版社几文中心副主任)

团队档案

成员数量:7人(全员全流程担当)
团队主攻方向:传统文化、科普百科
代表产品:“中国文物修复与文化遗产”系列

内部培养与外部合作相结合,实现资源最优配置。天天出版社的原创孵化团队主要采用主题项目的孵化路径,通过内部培养、外部合作的协作模式,打造优质原创作品。天天社注重编辑全能素养的培养并坚持全员营销的理念,团队成员虽然学科方向不同、侧重领域不同,但都经过出版社专业的培训与指导,既能够承担编辑又可以适当创作,既能够承担策划又可以上镜营销。同时,我们也积极寻找外部优秀的作者、绘者及联动机构,与他们建立合作关系,共同打造原创佳作。

团队注重效率与质量的平衡,会根据项目和创作者特点,制定孵化计划和预算,实现资源最优配置。同时,我们也会不断优化孵化流程与管理模式,提高效率,全程把控

《光精灵的眼睛之旅》 给孩子一场神奇的光波之旅

中国出版传媒商报 7月16日,中国少年儿童新闻出版总社在成都新华文轩 Kids Winshare 亲子书店举行了旗下“九神鹿绘本馆”新书《光精灵的眼睛之旅》的首发仪式。该书作者魏杰亲临现场,对创作历程作了分享。发布会现场有来自成都多所学校的青少年及家长共计80余组家庭参与到活动中。

7月12日~8月16日活动期间,《光精灵的眼睛之旅》在四川49家实体店进行主题展陈,同期还集中陈列“九神鹿绘本馆”旗下的中国原创图画书系列。这也是新华文轩发力原创优质图画书领域,联合中少总社优质图画书资源,打造中国原创图画书首发中心的第一步棋。

为帮助广大儿童青少年了解眼睛、珍惜眼睛,“九神鹿绘本馆”历时两年策划、采风、创作,终于推出护眼主题的儿童科普绘本《光精灵的眼睛之旅》。该书中,作者充分调动了广告创意人的经验与灵感,设计了一群活泼灵动的光精灵形象,让孩子跟随光精灵的视角深入眼睛的微观世界,感受眼睛结构的神奇,从而让孩子爱上眼睛,激发对自己眼睛的保护欲,以这种参与感和自豪感去搭建情感共鸣的通道。该书在设计上还融入了游戏精神,每本书配套两个光精灵卡片,孩子们可以在阅读中带着光精灵一起闯关,感受发光的乐趣。

为确保创作科学性,2021年,魏杰与“九神鹿绘本馆”编辑一起冒着40多度的高温往返于温州医科大学眼视光中心采风,寻求学术支持。该书还特邀全国综合防控儿童青少年近视专家宣讲团团长单位温州医科大学附属眼视光医院瞿佳团队审定,保证知识点准确。

该书用艺术手法展示科学内核,将光进入眼睛成像的0.3秒的过程,用精美、震撼的图画艺术展示,给读者带来了更丰富、立体、多维度、融合的阅读体验,这也是九神鹿绘本馆的一次新尝试。(沈西)

质量。目前,团队操作的所有项目基本都实现双效益。

提升观察的穿透力,探索融合出版新模式、新出路。要想打造出优秀的原创作品,需要注意几个方面。

一是密切关注国家战略和市场需求。作为中国出版集团旗下唯一的专业少儿社,对接国家战略,做好主题出版,为青少年培根铸魂,是我们的重要责任与使命。我们会以此为导向基准,再通过市场调研、读者调查等了解市场热门话题与读者需求,以此为基础策划项目。

二是持续挖掘和培养优质的原创力量。团队持续关注相关行业动态,注重发掘优秀创作者。对于具有潜力的新人,我们坚持尊重和“鞭策”原则,尊重他们的创意,鼓励他们尝试,用不同方式激发创作灵感、提供写作帮助。

三是开辟并加强图书的多样联动通道。一方面我们不断开辟与加强同各类媒体渠道与销售渠道的合作。同时,充分利用网络平台,与读者保持密切联系,及时倾听他们的意见和建议,不断调整优化创作。

“中国文物修复与文化遗产”系列是团队为孩子策划的中国首套文物修复主题原创孵化绘本。选题策划方面,党的二十大以来,习近平总书记多次强调历史文化遗产保护和中华文化遗产的重大意义,而市面上已有的文化知识类图书或是单纯的知识讲解或是生硬的价值介绍,且以文字居多,于是,团队对文物与遗迹修复领域进行了考察与研究,从中选取最具代表性且启发性的七大主题,确定了以文物遗迹为核心,结合文物保护和文化遗产的选题方向,采用图文并茂的绘本形式,为小读者感知传统文化、传承中华精神传递知识和理念。

内容创作阶段,该项目需要还原真实的修复场景、展示科学的修复方法、讲述文物背后的故事与传承脉络等,一般的作者难以兼顾,于是团队联络集结了国内一线文物古迹的修复专家和学者执笔。编辑协助他们根据儿童的阅读特点,将复杂的专业知识通俗转化,同时保留相关内容的专业性及文学性。

设计与制作过程中,团队根据每册书的主题,力邀业内多位优秀插画师绘制插图,请出版社设计团队进行图书整体设计,注重将文物修复的历史背景、技术手段和艺术风格融入其中,使图书的视觉效果与内容相得益彰,小读者可以在电影般的氛围中读故事、学知识。

质量控制与宣传推广方面,团队邀请相关领域专家进行内容审核,编辑全程跟进,确保内容准确、图文并茂。在图书推广方面,提前准备好图书的宣发资料,

营销案例

加强内容与新技术的融合发展,拓展线上线下营销渠道。在原创图书孵化过程中,挖掘出营销节点是非常重要的环节。团队在文物修复和文化遗产项目中也积累了一些成功的营销探索案例和营销节点挖掘的方法论。例如,通过市场调研、读者调

制定了宣传与销售的长短计划,利用社交媒体、线下活动、协作单位等多种渠道,积极向大众传播文物修复与文化遗产的重要性。

提升作品的厚度与深度,保证少儿图书内容质量。少儿图书的原创孵化,关键点包括几个方面:一是紧扣国家主题和时代热点,关注市场需求和读者兴趣点,以此为基础进行策划与创作,在保证图书导向正确的前提下,提高图书的吸引力和可读性。二是聚合创作力量并提高创作能力,更好地保证作品的质量和创意。三是建立良好的协作氛围和文化,保持团队内分工明晰,工作高效。四是严把图书质量关,始终将图书质量放在首位,做好图书的宣发工作。

为了提升内容质量,我们在挖掘好创意的同时,也注重几个方面的探索实践:多样化的阅读体验、跨学科合作、培养创新意识、定期评估与改进。

多方合作,发挥“联盟”新势能。图书原创孵化越来越受重视,出版机构不惜投入大量资源和精力推动。一些出版机构尝试与作者、教育机构、学科平台等合作。整体而言,尽管面临许多挑战,但大家都在不断探索和实践,试图找到一条可持续的孵化发展模式。

推动少儿图书原创孵化不断深耕。未来,少儿图书的原创孵化可从几个方向着力。一是提高团队水平:定期参加行业会议和讲座;建立内部培训和教育机制;团队内部分享经验和教训。引入更多元的作者,寻找新的创作来源,如行业、社区、平台、高校等;对新入行的作者进行帮助和培训;同时,与其他出版社或工作室合作,为作者提供更多的资源和支持。三是创新内容形式:开发全新的图书类型;创新故事叙述方式;尝试多种表现手法和设计风格;引入新的技术,如AR、VR等。四是加强与读者的互动:建立读者俱乐部;开展线上或线下活动;设置读者反馈机制,为读者提供个性化的服务。

天天社团队的短期目标是开发一批新的图书项目,提升团队成员的专业技能和创新能力,与更多作者、插画师建立合作关系,建立相对齐全与稳定的供应商网络,通过社交媒体和线上活动吸引更多读者关注,提升市场知名度和影响力。在一步步探索中,向长期计划迈进:成为少儿图书原创孵化领域的行业领导者,拓展海外市场,争取国际声誉和影响力,开展多元化的业务模式,如图书出版、影视制作等,建立完整的原创图书业务体系和管理体系。

查等了解目标读者的需求和兴趣点。突出产品特点和优势,将其通过各种方式向读者展示。利用多媒体渠道进行宣传,吸引更多的读者关注和参与。与相关机构和人士合作,共同推广相关项目,借势宣传。(下转第35版)

