

# 快节奏下的慢思考 “现教会客厅”用心讲好图书创作故事

中国出版传媒商报见习记者 王新雪

“现教会客厅”栏目是现代教育出版社打造的一档融媒体栏目,栏目围绕现代教育出版社的少儿、教材教辅、阅读产品线,通过对话专家、名师、作家、插画师、儿童阅读推广人等人群的形式,旨在帮助读者发现更多好书,拓宽视野,向读者传递清晰、有价值的教育导向,实现“教育信息实时共享”。

目前,“现教会客厅”栏目已推出三期,第一期与知名儿童文学作家王林柏、独立插画师喻翮一话《痕迹》的创作故事。第二期对话中国作家协会第九届全国委员会委员、广西作协副主席、著名儿童文学作家王勇英,展现儿童视角下的世界。第三期与著名儿童阅读推广人阿甲就其新书《儿童阅读推广手册》共同探讨阅读的意义。

“现教会客厅”栏目立足于图书,内容则超出图书本身,是现代教育出版社对整体品牌进行立体化展现、创新品牌营销模式的一次有益尝试。该栏目是在何种缘由下诞生的?打造该栏目的过程有哪些有趣故事?该类型的栏目将如何在品牌营销方面持续发挥作用?记者采访了现代教育出版社副总编辑王春霞,了解一档融媒体栏目如何为出版社带来多样化效益。

## 用心对待每一位作家 把出版人的初心讲给读者听

如何把“现教会客厅”栏目做得有深度又有温度?在访谈前,栏目团队会与每一位访谈对象进行充分沟通,以用心的态度进行前期准备,以期能够最大程度地把作家的创作初心和创作故事讲给读者听,展现现代教育出版社的出版理念与出版诚意。

“现教会客厅”栏目的最初构想离不开出版人和作家两个层面的配合。“每次策划图书出版,编辑都会与作家就图书进行多次讨论,在沟通中可以深切感受到作家敏感、细腻的心思,他们关注生活中的点滴,大到教育动向、乡村文化、阅读试验,小到一朵花的生命、一次田间背书的经历、一个老物件背后的故事。每一本书的背后都蕴藏着作家丰富的生活经历、深厚的文化底蕴与精心的设计表达,而这些无法仅仅通过一本书呈现。”王春霞说道。因此,“现教会客厅”秉承着对作家始终珍视、尊重的态度,通过融媒体的手段,以文字、图片、视频等多种形式,一方面从作家的创作故事、生活经历入手,讲述图书的创作来源,触达更多读者;另一方面,从读者最好奇、最困惑的问题入手,通过设计相关问题让作家在对话中回应,让读者感受到阅读对他成长、见地、思维方式和人生的影响。

以第一期栏目为例,栏目团队在与四川远道而来的《痕迹》作者王林柏沟通中了解到这是他3年来首次来京,因此团队在确定原定采访大纲的同时,



“现教会客厅”栏目

额外增加微纪录片的策划,以王林柏的视角记录下美好又难忘的“王林柏的北京‘痕迹’”之旅。团队对拍摄场地、环境等方面进行了细致的设计和安排,提前制作了很多王林柏作品中元素的文创周边,如《里昂,骄傲的狮子》里的里昂抱枕、女孩KT板,《痕迹》打卡板及其帆布包、种子等,希望作者亲身拍摄现场时可以感受到团队的用心与尊重,也能够为栏目贡献出更多“惊喜”内容。

## 深挖图书内容价值 打造快节奏下慢思考空间

“出版不仅仅是将纸张印上文字,实现‘出版社一印厂一库房’的路径操作,还需要思考如何拉近书与人的距离。”王春霞表示,“现教会客厅”立足优质图书内容,通过栏目深入挖掘书中蕴含的思想观念、人文精神、道德规范,在快节奏下打造慢思考的独特空间。

王春霞坦言:“可能有人看到《大脚板老师有办法》《布花的稻草人》,会觉得和自身的童年有所差异,但如果看到王勇英在‘现教会客厅’分享的‘去亲戚家背书’‘与田里的稻草人打招呼’等童年记忆,看到她乡土文化消失的思考、对乡村教师的赞美、对民族民俗文化的喜爱,一定会被她生动的表达激发

情感共鸣,想要一探究竟。《痕迹》《小老鼠转行记》不刻意告诉读者什么,而写的人与读的人以心传心,共生共长。《儿童阅读推广手册》回应了人们关心的儿童阅读的诸多问题。”

“现教会客厅”就像一个充满仪式感的回忆空间,容纳不同图书内容及不同作家的人生经验进行深度对话,不仅会让读者不自觉地思考图书内容,也会让出版人更加坚定地雕琢璞玉,打造优质图书。

## 打通业内外沟通桥梁 持续提升品牌影响力

“用童书启蒙教育,用教育启迪人生”是现代教育出版社的出版理念,因此在做好图书的同时,现代教育出版社时刻关注孩子的成长与家庭教育的需求,这也是“现教会客厅”栏目的初衷之一。以此栏目为契机,一方面有利于品牌的宣传,另一方面有利于在业内提高影响力。

王春霞认为:“新时代下,品牌已成为连接供给侧与需求侧的桥梁,高质量的品牌可发挥强大的杠杆撬动作用。”“现教会客厅”栏目的策划是对现代教育出版社整体品牌进行立体化展现的一次有益探索。栏目通过与专家、名师、作家、插画师、儿童阅读推广人等多种身份人群交流经验与心得,在读者心中种下阅读的种子,拉近图书与之间的距离。”据悉,“现教会客厅”栏目的推出,一方面收获了较高的关注度与点赞量,对现代教育出版社的品牌宣传起到了很好的促进作用;另一方面,持续输出优质内容为现代教育出版社在业内打响品牌,汇聚专家、名师、作家的资源库提供助力。

即将上线的第四期现教会客厅栏目,将根据新书《名篇悦读·激活语文学习力》与诸多一线名师共同探讨青少年遇到的语文学习困惑、写作与阅读的关系以及人工智能对教学的影响等。未来,该栏目将努力走进书店、社区、展览馆等多空间场所,与学校联动,连通公共文化服务平台。在内容上持续关注热点、树立观点、做出亮点。在形式上逐步覆盖访谈、讲座、直播、传统文化体验等,更加有效地助力全民阅读。



湖北省新华书店集团随州市新华书店(以下简称“随州新华”)社群源起于2017年,发展于2020年之后,在2023年迎来新突破。在实体书店渠道转型升级的道路上,随州新华聚焦私域流量,以社群运营为突破点,创新服务模式,为会员提供精细化运营和服务,推动线上线下融合发展,全面推进了新渠道多元化建设。目前,随州新华全体干部职工投入社群运营,深化品牌内涵,促进渠道融通,将社群营销与实体门店相结合,将社群营销发展为门店创新转型的重要手段,形成了活动品牌效应,也让社群为实体零售、教育服务赋能,有力促进文化消费和教育消费的融合,构建了私域流量的新模式新生态。

## 建立“门店+社群”互联网思维

社群运营作为私域运营中的重要环节与场域,对于打造有温度、有黏性的良性顾客关系至关重要。对于实体书店来说,构建线上线下一体化的运营体系,提升文消服务运营力、创新力、引领力,是转型发展的必然路径。近年受电商的冲击分流、地理因素的限制、运营成本上升等影响,实体书店运营陷入困境,随州新华不断探索创新突围之路。当前,实体书店的发展仍然较为严峻,如进店客流量越来越少,顾客减少在2023年尤为明显;营销动作对销售的促进越来越差,线上线下对手越来越多,库存居高不下等。从今年教育服务模式的大转变来看,教材教辅的征订全部改为线上预售模式,如何承接线上带来的巨大流量、流量如何引导转化成为随州市新华书店思考的课题,通过建立“门店+社群”互联网思维,以社群运营创新服务模式,融合双线互动体验,最终实现渠道转型发展。

目前,随州新华共建立社群36个,“随州书城”个人微信客服号和企业微信客服号社群粉丝达万人以上,开展线上互动、线下引流等相关活动380余场,记录归档的活动互动人数超5000人,群活跃度达到100%,群成员参与度超50%。由于社群对象主要为少儿、学生及家长群体,在按照年龄、年级、地域建立社群的基础上,运营内部预设渠道标签,为用户打上行为标签,将群分为刚需高频、刚需低频、小众需求等类别,便于活动和销售时精准甄别,为客户提供精细化全天候服务,实现私域沉淀。为避免出现“僵尸群”,随州新华制定了全面的“社群管理方案”,将社群运营定为“一把手”项目,所有班子成员参与管理;成立项目专班,由新媒体运营部负责统筹和协调,全体青年员工参与社群管理;设置奖惩考核机制,把社群运营成果纳入绩效考核,形成专群有专人、活动有部署、转化有督办、工作有成果的闭环。

## 多方联动“社群共读”直达终端

2023年,随州新华以“假期读一本好书”活动为契机,组织教育服务和文化服务两大业务板块,全面梳理营销节点,多方联动联系学校建立社群,以“社群共读”的方式,将直达终端作为目标,建群12个,吸纳会员5000余人。在具体做法上,随州新华主抓几所核心学校,重点瞄准6所学校建立“教联体学校”,即“1+N”办学模式,由核心学校对成员学校在业务上给予引领、指导和帮扶,以点带面实现全市覆盖;提出“文化阅读协同”,以丰富“协作型教联体”形式为切入点,主动向随州团市委等部门汇报,在随州市主推的暑期公益阅读基础上,提出在教联体学校间的协作模式中增加“文化阅读协同”。不断优化社群运营方案,完成“社群共读”活动准备后,随州新华建立起12个社群,承接假期带来的预计流量,通过优化引导语及入群二维码和海报,“随州书城”企业微信号仅3天就吸粉近5000人;引流到店实现转化复购,随州新华以情感激活、商品激活、内容激活、活动激活、礼品激活等方式提高群成员的活跃度,强化互动、注重引导,达到线上线下双向引流的效果。

在“社群共读一本好书”专项活动中,随州新华提前制定方案,教育服务专员与文化消费专员“两员融合”,2人一组共同负责社群运营,共读书目为随州市教育局公布的“随州市语文阅读能力提升行动”推荐图书。社群共读老师提前3天撰写课程教案,经过多层审核确保活动质量,切实为读者提供多样化的阅读分享方式及优质阅读内容。在每晚7时开展的“假期共读一本好书”线上活动中,随州新华以老师领读、文章分析、学生分享、互动问答等方式,每日社群的互动记录均超2万条,学生可在社群发布朗诵视频、阅读心得,邀请领读老师点评。还创新策划开展“防溺水”知识竞赛、飞花令等社群活动,投放萌娃摆摊、演讲比赛等活动,用于情感链接、内容种草等持续培养客群意向度及品牌忠诚度。活动开展以来,线下门店和线上微店的“语文阅读能力提升”系列图书销售均上涨30%,通过社群互动植入卖场场景,将客户引流到店,少儿书及教辅的销售均大幅上升。在与校方深度合作中,形成了持续性的品牌阅读活动,促使双效益双丰收,切实提升了品牌价值。(文 枫)

## 湖北省新华书店集团随州市分公司 以社群运营创新服务模式提升价值



## 启梦者行动计划暨“阅满海盐”活动让乡村孩子共享优质文化生活

中国出版传媒商报 9月4日,由中共嘉兴市委宣传部、中共海盐县委、海盐县人民政府、中国出版协会少年儿童读物工作委员会、国际儿童读物联盟中国分会联合主办,中共海盐县委宣传部、海盐县教育局、海盐经济开发区(西塘桥街道)、生命树文化促进中心承办的动物小说作家沈石溪“动物世界的非凡气象”分享活动在浙江嘉兴海盐经济开发区(西塘桥街道)滨海中学举办。该活动是2023“启梦者行动计划”暨“阅满海盐”活动的一部分。沈石溪,“启梦者行动计划”发起人、国际儿童读物联盟原主席张明舟,浙江省委宣传部出版处四级调研员许雪娟,嘉兴市委宣传部副部长、市社科联主席黄国强,海盐县委常委、宣传部部长徐胜娟等出席活动。同期还举办了浙江泛洋特种装备有限公司与海盐经济开发区3所学校“和父母共读一本书”赠书仪式;光明日报出版社启动“光明·书吧”授牌仪式,并向9家代表授牌。

2023“启梦者行动计划”暨“阅满海盐”活动由海盐县委、县政府以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,贯彻《浙江省青少年学生“爱阅读”读书行动方案》,利用海盐在浙江全省率先实现智慧学习空间全覆盖,城乡各校实现“同步会议、同步课堂、同步教研、同步活动”的软硬件条件,多管齐下促进阅读,打造具有浙江辨识度在全国影响力的青少年学生读书品牌。

沈石溪、张明舟等还深入海盐乡村,举办名家导读、发布“启梦者书目”,举办国际儿童读物联盟(IBBY)海报展、乡村学生手绘征集等多姿多彩的阅读推广活动,鼓励儿童多读书、读好书、敢梦想;依托海盐国家首个义务教育优质均衡发展县城乡一体化的教育资源和数字赋能协同发展能力,营造浓厚阅读氛围,让城乡孩子在协同活动中有更多精神文化的融合,为城乡精神“共富”添砖加瓦,为乡村儿童阅读创造海盐经验。(肖 颖)

上海外语教育出版社  
外教社 SHANGHAI FOREIGN LANGUAGE EDUCATION PRESS

### 《中国外语教材史》(上、下卷)

“十四五”国家重点出版物出版规划项目  
2022年国家出版基金资助项目  
全国高校出版社主题出版项目  
国家语委“十三五”科研规划重点项目

扫码购书

《中国外语教材史》(上、下卷)全面考察自京师同文馆成立以来我国外语教材160余年的发展脉络。上卷聚焦英语教材发展历史,下卷关注日、阿、俄、法、德、西等六个通用语种的教材发展历史,追溯百余年来外语教学思想和实践与政治、经济以及社会发展的对接,并附有各语种教材信息的详细附录,供研究者参考。

全书在整理并研究中国外语教材百余年的发展历史的同时,分析并比较不同历史时期各种外语教材的理论框架和实践基础,探究影响外语教材发展的各种因素,形成整理教材发展历程和研究当前教材建设实践的良好互动,积极推动新时代具有中国特色的外语教材建设工作,使之服务于“构建外语教育话语体系、增强国家文化软实力”的历史进程。

外教社地址:上海市虹口区大连西路558号 总机:021-65425300  
邮编:200083 网址:www.sflep.com Email:bookinfo@sflep.com