

作文书研发有哪些新动向？

瞄准的是哪个新的市场需求？目前投入市场后的反馈如何？在渠道推广上,有哪些具体的路径和方法？

筑高门槛深入优化设计

■折青霞(人民邮电出版社青少年出版分社高级策划编辑)

人民邮电出版社在被“低价”包抄的作文板块走出了自己的新路,即“精致内容+精准推送”的小学生特色教辅操作方式。2023年,新品开发从以下方面去考虑。

其一,筑高产品门槛。筑高门槛从优选作者开始。一是名师,不断与语文圈内知名教师或者专家教授建立联系。策划紧扣新课标、提升学生核心素养、解决教师教学和学生学习的痛点。二是有创意、有文笔的作者。用扎扎实实的方法、充满创意的形式,满足学生语文学习中的核心需求。三是有实操、有粉丝的作者。在一线教学实践中,有不少老师总结出简单好用的学习方法,通过“极简”模式,利用碎片时间,帮助忙碌的家长和孩子解决写作难题。

我们的书一定不能照搬照抄传统作文书的操作模式,换句话说,要用更好的纸、更好的设计,

封面融合传统美学与现代太空主题



《小学生分类作文大百科》基于智慧熊在作文书领域积累多年的产品研发资源及经验,针对综合类作文书的市场空白点,在选文质量、内容全面、科学分类、编排专业度、技法指导针对性等多个层面进行了全方位的探索和突破。该书定位为专业、全面、实用、高性价比的一站式解决小学生写作难题的作文工具书。顾名思义,这是一本小学三到六年级都可以用的作文书。为了保证专业、全面、实用,我们结合新课标及语文教材,对小学阶段的写作要求和小学生遇到的写作难题进行了详细的梳理和调研,将全书分成分类作文、同步作文、满分作文、成长作文、节日作文、获奖作文六大章节,囊括了小学常用的写作类型,并邀请到多位有着丰富教学经验的一线语文教师以及参与编写过多本畅销作文书的作者团队进行组稿,给小学生搭建了科学、清晰的写作网络。同时,我们也广泛征集到了近千篇优秀小学生习作,择优收录进书中,结合一线老师的批注和点评,孩子可以更高效地吸收好作文的优点,举一反三运用到自己的写作里。此外,我们还基于大语文、跨学科的理念,在这本书里收录了大量不同类型的写作方法、写作素材、百科知识,让孩子学会自主探索写作的奥秘,边读边积累,边读边进步,潜移默化中培养起写作思维。为了让这本书更具可读性,我们根据不同阶段小学生的个性发展以及不同栏目、内容的不同特点,设计了多样化的呈现形式,并加入了趣味情境、思维导图、速查索引等功能性的模块,大大提升了查阅、学习的便捷度,最大程度发挥了这本书的工具性能。

为了提高产品性价比,编辑部和印制部在测试了多种不同装帧方案后,选择了210mm×295mm的大开本无线胶装、双色轮转印刷,既能保障图书的长期阅读舒适度和品质感,又能在一定程度上规避不必要的资源浪费。此外,为了更能匹配渠道特点,编辑部和设计部在调研、参考了国内外图书市场百余种同类产品的封面设计后,总共设计了近40种封面,经过多轮多部门筛选才最终确定了这一版封面。这个封面将传统美学与现代太空主题巧妙融合,旨在向小学生读者群体传达“夯实写作知识,勇敢探索世界,发挥天马行空的想象力,书写身边的生活和心中的感悟”的理念。封面主色选用经典中国红,书脊部分从中国古线装书的传统装帧美学中获得灵感,点缀半透明的同心圆祥云纹路和简约有趣的线描插图,整体通透又不失厚重感,和谐又不失创造力。

在新产品开发方面,公司在作文书市场继续开拓、创新,相继又推出了中国台湾“创意作文之父”赖庆雄针对1~2年级小学生培养写作兴趣、提升写作能力的创意写作书《21天学写作》,以及面向初中生的作文工具书《初中生分类作文大百科》。

在《小学生分类作文大百科》打响知名度、销售一片向好的同时,我们就从多方渠道接收到了读者希望开发初中版的反馈,这也与我们的出版计划不谋而合。在渠道推广方面,基本沿袭《小学生分类作文大百科》的成功经验,将《初中生分类作文大百科》着力打造为抖音爆款作文书的初中版。为此我们继续选择头部达人王芳作为主要推荐人,通过直播打响《初中生分类作文大百科》的上市第一弹,唤起直播间广大读者的记忆,使“作文大百科”品牌根植学生与家长心中。

做出更好的作品,才能在不断下行的折扣压力面前不至于被动,并且还能让读者买单。

其二,音视频资源配套。作文教育的天然属性,适合融合发展。故事作文的音频听书,技法作文的视频课程,或免费成为附加值手段,或收费成为新的盈利增长点。以后的图书,音视频资源不再可有可无,而是标配。

其三,加强社群运营与营销。作者不再是孤独的创作者,而是在组稿时就带领一群人实践书的内容,团队作品是图书的成稿来源,也是种子读者,也能成为将来第一波的购买人群。这样,图书出版发行后,可以吸引更多读者,采集读者信息,做好读者服务,形成良好的口碑传播。尤其是瞄准名师研发的产品。新课程改革的大背景下,语文学习的难度和广度越来越大,孩子需要更有效、有料、有趣的学习产品。小学语文名师关于阅读、写作等教学成果往往见诸于教学期刊、媒体报道,或个人教学专著,离小学生较远,孩子没办法直接吸收。可以将小学语文名师的优秀教学成果、专业教学内容转化为小学生可以自学的图书、课程,以及其他类型的知识产品,以此提高小学生个性化学习的效果。

小学生语文学习需求是多方面的,涵盖多个主题,比如:认字识词、口语交际、看图写话、写人记事写景状物类写作、童话写作、阅读理解、读写结合等。优秀教师在相关主题下潜心钻研,创设各种各样的教学概念。需要对这些概念进行主题和表现形式方面的转化。转化模式可以分为以下几类。第一,故事化。爱读故事是孩子的天性,将专业的教学方法包裹在故事外衣里,寓教于乐,小

激发孩子想象力开展“头脑风暴”写作

■温 婷(电子工业出版社少儿出版中心副主任)

小猛犸童书目前出版了《爱上写作太容易啦》《写作文其实很简单》等作文书,面向不同的年龄段,具有不同的特点。《爱上写作太容易啦》面向小学中低年龄段的孩子,用300余幅趣味漫画接驳文字语言,创意巧妙,趣味盎然,遵循孩子的认知及学习规律,循序渐进地解决写作中的痛点和难点。从掌握写作中最基本的词语、句子出发,到学会运用修辞为自己的文章增添色彩,从观察人物细节、事件细节、环境细节,利用“五感法”来描写景物,到尝试变换不同角度对人、事、物等进行描写,并最终发挥想象完成命题作文,帮助孩子扎实打牢写作基本功,切实提高写作水平。而且更注重激发孩子的想象力,带领孩子开展“头脑风暴”,真正学会自主观察人物、景物等的细节,从不同角度找到写作灵感,扩展写作思路,充分调动起孩子的写作兴趣,让孩子自主攀登写作高峰。

《写作文其实很简单》面向小学中高年级学生,以故事形式推进,包含为什么要写作、自命题作文怎么写、话题作文怎么写、辨析主题、聚焦主题、了解各类文体、掌握不同结构、学会条理清晰、好的开头怎么写、好的结尾怎么写、学会简洁而生动、用词要恰当、想象要合理、加入



“诗歌+绘本+音频”的表现形式,帮助学生了解革命时期少年英雄事迹的《少年英雄诗画传》,也有贴合学生思维习惯的“思维写作指



导”系列。我们推出的产品都有明确的市场独特性,主打差异化策略,如今的作文书市场是真正的“红海”,推出随波逐流的模仿性产品已没有意义。放眼未来,我们相信传统作文书必须走出舒适区,共同探索“作文书”区域外延。只靠“量大管饱”就能立足于业界的时代已经过去,时代要求我们必须做出“巧而精,强而有力”的精品图书,方能生存。

学生可以欣然接受,学习效果更好。比如,读写结合。以读促写是一种教学方法,小学语文名师张祖庆多年来着眼于读写结合方面的研究,积累了大量的文本素材、公开课课例、音视频资料。我们结合小学生的痛点“为什么读了那么多年书,还是写不好作文”,为小学生策划了一套童话故事,以主人公王小歪和神奇人物书小虫的日常生活故事展开,将多篇经典作品的阅读和写作方法融入进去,配以插画和贴纸,深受小读者喜爱。《名家名篇里的写作密码:特级教师张祖庆写给学生的作文童话》定价120元,已销售10万套。第二,条目化。专注于小学生写作教学方面的语文名师有很多,但有些概念太复杂,教学过程也比较复杂。小学语文名师蒋军晶多年积累了很多写作口诀,简单好记,有效好用。不过蒋老师的宣传主题——教孩子写作,一直不够响亮,不能引发足够的阅读兴趣。我们将口诀重新梳理,从不同的写作痛点入手,如“开不了头怎么办”“就是写不长怎么办”,将主题确定为《作文九问》,表现形式条目化,每个问题一个小节,将知识点、范文等进行排版优化,清晰分明,小学生拿来就能用。一套定价79.6元,销售近55万套。第三,工具化。写作除了对字词语句的训练之外,底层其实是写作思维训练。小学语文名师雪梅借助思维导图工具,对小学生常见的写作难题和写作类型进行梳理。我们将主题定为“思维导图创意写作:快速构思的写作工具”,将雪梅原创手绘的10余种思维导图:坐标图、玉米图、气泡图、糖葫芦图、美眉图、括号图、鱼骨图、蒲公英图、蛇形图、树形图、扇形图、箭形图等,在目录、封底、产品详情页等多处呈现,突出思维导图对写作思路的启发作用。定价88元,销售近10万套。第四,结构化。小学低年级写作起步比较困难,看图写话写作是起步常见的训练形式,市面上的图书品种同质化严重。人邮社《看图写话就三步》独辟蹊径,用结构化的思路教孩子,第一步抓主干,第二步找细节,第三步加想象,孩子能轻松写出200字。定价28元,销售近200万册。

意外、描写要具体、怎么写对话、怎么写动作、怎么写环境等内容,每一章都是先以主人公马小愁的“愁”入手,然后以美食做类比,辅以脑科学知识,逐渐剖析,层层深入,让孩子从“根”上理解为什么这么写不好,应该怎么写才更好。专门有一章来讲解“练习”,让孩子知道,只有不断的练习才能得到更有效的提升。在故事之后的“脑筋急转弯”环节,引导孩子放开思维去思考更多的写作方法技巧,真正做到开发思维、激发想象、打破套路。再搭配每章后面的写作游戏,做到有针对性的“玩中练”,让孩子的写作能力更上一层楼。

小猛犸童书出版的《爱上写作太容易啦》2022年6月上市,至今已销售3万多套,《写作文其实很简单》2022年5月面世,至今已销1万余套。2套书主要在公众号、抖音、快团团等新媒体渠道进行讲解、销售,充分展示图书的内容特点,从而被读者接受。

“量大管饱”的作文时代已过去

■马 岩(首都师范大学出版社策划编辑)

在新品方面,首都师范大学出版社的“波波鸟”品牌深耕中小学生学习需求,不断开发新产品,其中有以创新的“诗歌+绘本+音频”的表现形式,帮助学生了解革命时期少年英雄事迹的《少年英雄诗画传》,也有贴合学生思维习惯的“思维写作指

导”系列。我们推出的产品都有明确的市场独特性,主打差异化策略,如今的作文书市场是真正的“红海”,推出随波逐流的模仿性产品已没有意义。放眼未来,我们相信传统作文书必须走出舒适区,共同探索“作文书”区域外延。只靠“量大管饱”就能立足于业界的时代已经过去,时代要求我们必须做出“巧而精,强而有力”的精品图书,方能生存。

数字化智能交互辅导是未来趋势

■张丽丽(北教小雨文化传媒(北京)有限公司中学编辑部主任)

目前北教小雨公司一个新的研发方向是产品定制,这里的定制是指跟销售渠道合作的客户定制。渠道最了解哪些产品销售得好,有明确的市场需求。产品出来前,就已经有明确的销售方式,我们反倒节省了产品推广的精力。这个操作模式市场反馈比较好,且有效降低了销售风险。

首先,我们会在产品研发上下功夫,紧跟市场需求和 market 发展趋势开发产品,比如利用名家

效应进行产品定制,和直播达人合作定制产品,这样的产品不仅内容上更加专业,而且一开始就带名人光环,容易打开市场。其次,我们打算充分利用AI概念做产品,实现纸质书和AI结合,让读者享受纸质书的后续服务,比如实现AI作文批改,实现“数字化交互+个性化反馈+智能化辅导”相结合,从而助力学生高效学习与个性化成长。

“创意写作”(英文为 creative writing)是目前许多国家特别是美国大学普遍开设的专业和学位项目。创意写作在国外已经有上百年的发展历史,美国的当代作家几乎都有创意写作学习经历。从产业角度看,它还 为文化产业提供了一大批具有写作能力的从业人员。作为一种写作理念与方法,创意写作侧重过程、重视个性化表达和创造力的激发,故而在美国中小学也得到了普及。早在1925年,美国林肯中学的默恩斯出版了《年轻的创造力》(Creative Youth),首次记录了林肯中学创意写作的教学实践与成果。

2011年以来,中国人民大学出版社开始系统引进国外创意写作成果,包括《成为作家》《小说写作教程》《开始写吧》《经典人物原型45种》《冲突与悬念》等,到目前已出版70余种产品,为创意写作在国内的推广与本土化起到了非常大的推动作用。十余年间,国内陆续有高校开设相关专业或课程,“中文系不教写作”的说法也陆续变成“作家可以培养,写作人人可为”的呼声。越来越多的写作爱好者在创意写作中找到了实现作家梦的钥匙。在这些国内外优秀成果的基础之上,人大社吸收创意写作对青少年写作教育的积极方面,与从事青少年创意写作多年的丁丁老师合作出版了一系列面向青少年的写作图书,旨在让孩子把写作当成一种表达自我的方法,学习写作的同时,保持个性,激发创造力,更重要的是爱上写作,掌握能伴随他们一生的真实写作能力。

丁丁老师是小学作文专家、国际楚才作文竞赛专家评委,提倡让孩子写出“会呼吸的作文”,让孩子在切身体验中完成观察、思考、口头表达和写作,多位学生获楚才作文竞赛小学组特等奖。

2019年,《丁丁老师创意写作作文课:教你写出有个性的作文》《丁丁老师创意写作课:教你写出会思考的作文》出版。这两种书以创意写作的理念为基础,秉持“我手写我心,我口说我事,小我现大我”“看重真实性情、真思想”“真诚比技巧重要,思维比文笔重要,情趣比主题重要”“生活即文章,作文如做人”的理念,让孩子写出自己真实的想法和感受,抛弃套路,拥抱个性。从“有个性和“会思考”出发,结合写自己、写东西、写家人、写游记、写场景、写生活,将讲故事的方法融入作文写作中,让孩子在有趣的学习过程中逐步掌握写作方法,写出独一无二的自我,写出自己真实的想法。

为了进一步激发孩子们学习写作兴趣,让写作的每一步、每一个环节可视化、可操作化,我们和作者丁丁老师吸收思维导图的方法,在前两种书的基础上,编写了《思维导图作文:看得见的写作》和《思维导图阅读:能模仿的写作》,希望在读与写之间搭起桥梁,通过可视化思维导图,让孩子更好地掌握写作方法。两种书各融入数十幅场景式思维导图,以及数十篇作文点评,让孩子们通过图与文的结合,看到思路,学到方法。有了思路,何须套路?在图与文之间、在读与写之间,我们为孩子们提供了一条切实可行的路径,实实在在地让他们更好地写作。这两种书出版后,受到读者的广泛好评,截至目前销量已破10万册。

从孩子学习过程、接受角度、认知水平出发,我们和丁丁老师又继续开发了《每天一句话 爱上写作文》《每天一段话 写出好作文》两种书。强调用每天一句话、一段话的写作练习,通过创意写作的方法,让孩子打下写作基本功。在现实中,很多孩子连一句话、一段话都写不好,就去写整篇文章,自然感觉没有头绪,很多时候只能寻求“模仿”范文或套路来完成作业,得到一个过得去的成绩,但是写出来的东西千篇一律,没有个性,也让孩子越写越不爱写。在《每天一句话 爱上写作文》和《每天一段话 写出好作文》中,我们开发了小琪、小可和小涂3个风格迥异的人物形象,让读者进入人物的视角,去学习、去体验,更好地代入自己的感受。我们还把课堂互动教学场景引入书中,用讲故事的方式让孩子学习写作,同时给家长提供了作文辅导提示,让每一位家长都能陪伴孩子写作。每本书都请插画师绘制了50~60幅导入式思维导图,并且根据学习进度设计了60余个循序渐进的写作练习,每章后附场景化写作游戏、亲子互动游戏,以及五感转盘和色卡板,让写作学习更加有趣、互动化。

正所谓“作文基础不扎实,好词好句也枉然”。通过一字、一词、一句、一段、一篇这样一步步练出来的写作能力,是可以让孩子受益终身的写作能力,也是能够写出真实自我的写作能力,而这些正是面向青少年的创意写作图书最看重的部分。“丁丁老师的创意作文”系列目前已经出版6个品种,和创意写作理念结合是这一系列产品的独特性所在,也是未来青少年作文教育的一个重要方向。

在开发这个系列的同时,我们还出版了由著名儿童文学作家谭旭东编写的《作文课》,由北京市中关村三小语文名师李君编写的《成为小作家》,由美国写作老师小杨老师编写的《北美思维导图作文》等青少年创意写作图书。这些图书各具特色,有的偏向考试(比如《作文课》),有的在小学阶段就为孩子播下成为作家的种子(比如《成为小作家》),有的把原汁原味的美式写作课堂搬进书中(如《北美思维导图作文》),不过他们共同的理念都是创意写作,都是在创意写作的方法与方之上与青少年写作相结合的产物。在今天的中小学作文教学中,“想象作文”已经成为重要部分,“记叙文”说白了也是要讲好一个真实的故事,而 这些在创意写作当中都能找到理论与方法依托。我们相信,青少年创意写作未来充满活力与能量、创意与希望,青少年创意写作大有可为。期待越来越多的相关图书出版,推动这一领域不断向前发展,用更多的好产品让孩子们真正地爱上写作,写出好文章。



青少年创意写作的未来
■杜俊红(中国人民大学出版社策划编辑)