

(上接第14版)

出版机构人气主播进阶计划

助力家长陪伴孩子成长

■赵航(中国少年儿童新闻出版总社中少读书主播)



主播档案

我做主播将近1年,涉及中少读书抖音、视频号、小红书账号。算是兼职主播,因为还要做账号运营、主题直播策划、撰写短视频文案等工作。

咨询解决直播中粉丝提到的相关问题。

图书推荐与直播幕后:目前,中少读书直播间只推荐自家图书。我个人更擅长介绍小学阶段的图书,适合小学生读的文学、历史、科普和漫画。自己读过的书,介绍起来会更加有吸引力。今年带货成绩比较好的产品包括《猫武士》、“院士解锁中国科技”系列丛书、《美丽中国从家乡出发》、《中华人物故事全书》、《漫画名人故事》、《一路风景60年》等。

我一般会安安静静地讲书的内容,包括图书亮点、创作背景、作者信息。在孩子的阅读体系里的作用,以及图书的装帧、纸张、印刷质量等。直播幕后第一件事就是要读书,如果没有亲自读过,介绍起来就是在边缘徘徊,触碰不到实质。第二件事是分析数据,了解粉丝人群画像等;第三件事是策划直播,例如主题直播、话题直播,拓展不同的直播内容,比如我们会邀请作家或画家进直播间访谈,会策划非遗传播、助力乡村振兴等直播内容。

主播成长记:在主播岗位上需要更多地学习,了解直播间的布局设置、玩法,了解品类的

搭配,了解吸引粉丝的话术等等。我觉得图书主播与其他商品主播不同的是,需要花费更多时间准备,深入到书里去。想介绍食物可能用1分钟品尝一下,就知道了滋味和口感;想介绍衣服可能用1分钟穿上,就知道了上身效果;但图书,不花上1小时以上读进去,了解体例、架构,熟悉情节、语言风格,就很难讲透。而且,图书的性质决定了复购率极低,偶尔会遇到粉丝特别认可一套书而再购买送给朋友的情况,但大部分时候,一套书可以老大读完老二读,尤其是中少总社的书在质量上特别过硬,我们常把这些书叫作“传家宝”。

由此,我们特别需要“新”,新的粉丝和新的图书。我刚刚开始直播时,会比较紧张地提前准备话术笔记,直播时总是想偷看笔记照着读。现在,我在读书时做读书笔记,直播时不需要借助提示,讲每一套书都胸有成竹,甚至脱口而出。另外,由于我们做童书,我需要特别注意给不同年龄段的孩子家长推荐不同的书。这就要求我熟悉不同年龄段孩子的阅读要求和标准,同时熟知出版社的书适合具备哪些阅读基础的孩子。

主播的一天:一天的工作是快节奏的。虽然日常直播从9:00开始,但是早上的工作状态特别重要,如果比较赶时间,会影响开播状态,所以直播的日子会比平时起得更早。9:00~12:00共3个小时直播,注意力要高度集中,不间断输出,集中介绍图书内容、形态、亮点,解决为什么要读这本书、读了这本书会收获什么、这套书与另一套书有什么区别等问题。下播后,会与团队一起复盘当天数据,及时调整品类搭配,与其他部门沟通,

进阶规划

我希望能通过主播工作,接触到更多家长,为爱阅读的孩子推荐更多的阅读素材,为不爱阅读的孩子推荐能让他们喜欢上阅读的图书。这是我理解的自己工作的意义,助力家长陪伴孩子成长,通过阅读体验更好的人生。下一步的工作,是继续努力丰富直播内容,满足家长和孩子有关阅读的各方面需求。

提供真实有价值的内容,创造独特吸引力

■岳奕杉(浙江文艺出版社新媒体数字部主播)

主播档案

我担任浙江文艺出版社新媒体部全职主播已有一年多,目前主要在浙江文艺社的抖音号、视频号等平台进行出境直播。在直播间,大家都会亲切地叫我“杉杉”。这一年,我不断在学习中突破自己,从刚开始一场直播只能播几千块到现在单场最高达到100万GMV,未来也会更加努力提升自己。

自家图书品种。在品类拓展方面,我尝试根据粉丝人群的需求进行操作,努力开发图书以外的品种,比如浙江文艺社新开发的《剑来》文创,我们就通过自有新媒体渠道,多次将文创产品“养剑葫”及“春风扇”成功打爆,创下7小时内售空的纪录。今年北京图书订货会期间,茅盾文学奖得主王旭烽老师携《茶人四部曲》首次亮相,我们配合此次活动现场单场直播销售500余套,创下浙江文艺社图书新书上架当天带货纪录。此外又尝试将社会热点引入图书,今年4·23世界读书日同时也是“灌篮高手”大电影上映期间,联合抖音图书官方共爆热点,成功把电影的热度引到图书上,每套定价800元的图书,一周之内销售1万套。

主播成长记:在介绍和推荐产品时,我会采用多种方式,包括短视频展示以及直播展示。除了日常在屏幕前介绍产品的主播工作之外,我还需要每天了解市场动态,通过不断学习新

的产品来提升自己的直播水平,承担直播团队的商务对接工作及新人培训水平。

要成为一名受欢迎的主播,最重要的是要保持对读者的真诚和尊重。我们要了解读者的需求和兴趣,并根据这些来选择适合他们的内容。同时,我们应该积极回应读者的评论和反馈,与他们建立良好的互动和关系,并不断提升自己的专业知识和表达能力。阅读和学习是必不可少的,我们需要了解最新的图书资讯和行业动态,并能够用流畅、生动的语言传达给读者。最后,要受到更多读者认可、喜爱和赞赏,需要不断提升自己的创造力和独特性。主播竞争还是很激烈的,有自己独特的性格才可能让粉丝更快地记住你,并且能够提供与众不同内容。这意味着我们需要保持开放的思维,不断寻找新的灵感和创意,创造出独特而有吸引力的内容。

当下,我们需要注意的是虚假宣传和内容质量。随着直播行业的发展和竞争的加剧,一些人可能会采用夸大事实和虚假宣传来吸引更多读者。这不仅会损害行业形象,也会失去读者的信任和支持。因此,作为一名图书主播,我们要保持诚信,提供真实、有价值的内容,让读者能够信任和依赖我们。

进阶规划

未来,希望自己能够提升专业素养,除了文学品和漫画外,也涉猎其他领域的图书,例如科幻、历史等。另外,我也非常想组织图书分享会,邀请粉丝来参加,分享他们喜欢的图书,讨论书中的内容和感受。这样不仅可以打造一个读书社区,还可以增加观众的参与感和忠诚度。我会坚持自己对图书的热爱和推广阅读的初心。不断学习和更新自己的知识,与读者建立深入的互动,提供有价值的内容。

图书带货从低价路线转向价值满足为先

■栗子(磨铁图书主播运营经理)

主播档案

担任主播及博主工作4年了,现阶段担任“栗子的栗”主理人,账号覆盖抖音、快手、小红书、B站平台。直播达成GMV最高场次有150万元;拍摄曝光量超100万的短视频若干条,其中《好评里的普通人》全网曝光量近1000万,累计点赞44.6万。

推荐图书首先要梳理图书的最大的利益点(3~5个)进行介绍,而后说清楚图书内容,最后再针对图书的延伸点、亮点展开介绍。

幕后工作包括几方面。“选题脚本讨论”:对符合“栗子的栗”账号调性的选题进行筛选及讨论,并对已确定的选题细化到每句的脚本讨论。“商务”:与各大合作方沟通,并进行短视频和直播选品的决策。“短视频复盘”:以周或月为周期,对“栗子的栗”账号的短视频和直播数据进行分析及复盘,找出共通性、可优化的地方,确保每个阶段的有效进步。“账号规划”:对账号进行短期和长期规划,对每个月进行目标拆解,制定运营策略。“团队管理”:针对团队内不同的岗位职责,进行有效的沟通和培养,确保人员和团队持续进步。

主播成长记:前几年电子书兴起时,大家会有担忧:纸质书是否会慢慢消亡?从事图书行业之后,在推书过程中,不管是短视频还是直播,观众的评论和购买都让我坚信:实体书

永远不会被电子书替代。阅读实体书时的沉浸感,以及翻阅时延伸出的思考,或者多年以后再翻阅某本书时的回忆,是独一无二的。内容是可以打动人的,只要用心推书的博主、主播越来越多,通过现在不断更新迭代的媒介,我相信足以让市场对书籍本身投入更多,从而受众更多,这是非常有力量,也是让我很兴奋的一件事。

今年我比较大的感悟是:图书带货从往年更多吃纯低价路线,到现在,观众们会更在意“这本书是否能给予我生活、精神上的享受”。如果内容足够好,装帧不廉价,那么即使非低价,也会有众多爱书人士买单。带货过程中,切入内容价值、实用性强、性价比高(收藏价值强/价格实惠/套装折合一本书较便宜等),观众会更愿意消费。

成为优质主播需具备的素养包括:有比较广的阅读面、表达能力很好、临场应对能力较强、讲图书基本内容的同时还能输出延伸点以及亮点痛点,有自己独立的思想而不是照本宣科念营销话术。

就我个人而言,当下需注意的是直播带货时可能给予一本书的讲解时间还有点短,有时提问观众比较多,可能会忍不住想顾及所有人,所以单本讲解时间会无意识变短了。

进阶规划

目前我的账号体量还不是很大,还是先稳扎稳打。希望通过短视频和直播的不断优化,收获更多喜爱我账号的“粉丝”,让更多的人爱上看书,我的账号也真正能起到陪伴作用。

博主档案

做博主2年多了,目前全网约50万粉丝,包括B站、抖音、小红书、微博平台账号。我是个原创唱作人,短视频签约了果麦,我和编导一起做选题策划,商量分镜,然后拍摄出镜。

博主的一天:这个问题总有人问,我还特意拍摄过一条视频来介绍。早上起床洗漱用餐后,就开始一些案头工作,有时去公司开会,有时在家里线上视频会议,选题会每周一次。我的自媒体上,有一个追梦系列,就是记录我在北京追梦的日子。这个部分也是大家比较喜欢的内容,但策划、拍摄和后期时间成本特别高,为此掉了不少头发。还有就是会筛选要推广的图书,读一读,选择我认为合适的和编导商量切入点。其他时间我都用来音乐创作。

图书推荐与直播幕后:我推荐的大部分是果麦的图书,偶尔也有特别喜欢的其他公司的书也会列入推荐书单。目前来看,比较擅长古诗词类的图书推荐。成绩最好的是《长安客》,销量近4000册,其他古风类的,也都有几百册。我还为《长安客》写了一首歌,作曲制作后,9月25日上线QQ音乐,这也是图书和音乐的一次奇妙偶遇。

图书推荐形式,我尝试过短片、Vlog、纯口播,目前就销量而言,效果最好的还是纯口播推荐。幕后,我对产品会做很多维度的研究,找到适合我的粉丝切入点,找到对他们有帮助或者能给他们带去情绪价值的点。脚本还是非常重要的。

博主成长记:公司对粉丝数、单条视频数据以及带货都有一定考核,但也并不是“唯数据论”,公司在“滋养”我的账号上付出了很多时间。我的账号虽然目前粉丝并不是特别多,但粉丝黏性还不错,我的视频所呈现的状态就是本人的生活,希望能传递给大家一些能量,我和我的编导达成共识的一点就是“真诚”。可以给大家分享一个录制口播脚本的小技巧,就是“耳提”,把脚本提前录制,然后拍摄视频的时候,戴上耳机,这样拍摄出来的视频就很流畅自然不NG。

进阶规划

当下我还是想要制作更精良的内容向视频呈现给大家。除了推荐自己喜欢的图书,我更想做一些超出常规图书营销的事情,比如目前在《长安客》项目上的尝试,图书是一种高级的视觉体验,音乐是听觉体验,二者融合也许会有更意想不到的火花。



图书+音乐,碰撞融合火花

果麦文化抖音博主@潘超超超

资讯

中国出版传媒商报 9月26日,《新型电力系统与新型能源体系》首发式在京举行。该书是国内首部关于新型电力系统与新型能源体系的基础理论研究著作,由国家电网有限公司董事长、党组书记辛保安主编,中国电力出版社出版发行。有关院士专家、国家研究机构、能源电力企业、行业协会、新型电力系统技术创新联盟校方代表参加了首发仪式。

全书分9章33节,共34万余字,立足经济社会发展大局,结合能源电力行业实际,从认识论、方法论和实践论三个范畴展开分析研究,研究了新型电力系统“是什么”“怎么建”等基础理论,提出了新型电力系统构建的方法论,分析了新型电力系统与新型能源体系之间的关系,阐述了以新型电力系统推动建设新型能源体系的路径。

与会领导和专家一致认为,该书理论扎实、逻辑严密、信息量大、学术价值高,实现了政治性、理论性、科学性、前瞻性、实践性的有机统一,为推动新型电力系统与新型能源体系建设提供了新思路、新方法、新路径,将对能源电力高质量发展产生深远影响。

该书主要创新之处体现在以下三个方面。一是从认识论范畴阐述了构建新型电力系统的重大意义。二是从方法论范畴阐述了构建新型电力系统的方法体系。三是从实践论范畴阐述了以新型电力系统推动建设新型能源体系的路径。国家电网公司将以此书首发为契机,与各方携手,勠力奋斗,合力破解能源“三元悖论”等行业发展难题,推动构建新型电力系统,建设新型能源体系工作持续走深走实,为中国式现代化赋能贡献力量。(沈西)

《新型电力系统与新型能源体系》首发

中国出版传媒商报 9月19日,著名作家、编剧陆天明携新作《沿途》做客《相约星期二》直播间,人民文学出版社新媒体、央视网等10余个平台及账号同步播出。

《相约星期二》是人文社精心打造的作家深度访谈节目,2023年8月8日起与读者见面,首场直播全网观看量就高达182万。著名作家贾平凹为《相约星期二》栏目题写了活动名,《相约星期二》于隔周周二19时在人文社新媒体全平台及多家媒体平台播出。节目中,作家们携精品力作,与读者共同探讨当代文学经典、分享个人文学创作,从自身经验出发,讲述作品背后的故事,剖析作品真本。

目前,已有4位重磅嘉宾做客《相约星期二》——出版家、作家、阅读学专家聂震宁以“献给我所有的老师”为主题,分享新作《书生行》背后的故事;《水煮三国》作者、“管理学教父”成君忆畅谈自然文学新作《你好,优诗美地》;中国作协副主席、茅奖作家陈彦带新作《星空与半棵树》与大家探讨人生与文学、现实与理想;著名作家、编剧陆天明深谈新作《沿途》中为历史留下的珍贵备忘录。目前播出的4期节目平均收视率达百万人次。

近年来,人文社在品牌建设方面取得显著成果。在70余年积累的深厚文学底蕴基础上,坚持探索出版融合之路,陆续打造以“朝内166文学讲座”、《相约星期二》为代表的系列直播活动,“百位名人迎新领读——2023文学中国跨年盛典”等大型文学晚会活动,以及包括“暑期人文阅读研学营”在内的系列品牌文化活动。让好书和好内容触达更多读者,人文社逐步构建立体化、体系化的品牌格局,充分彰显新时代文学出版“国家队”的实力与活力。(沈西)

人文社打造作家深度访谈节目《相约星期二》