

实用、创意、有内涵 这些出版机构的**新年礼盒**,值得入!

■中国出版传媒商报记者 王霖 王双双

编者按

元旦已过,农历新年不远。对中国人来说,春节是大家最重视的节日,为此都会早早为过年做准备,新年礼盒的购买也不例外。对出版机构来说,新年礼盒的推出是每年的重头戏,如何把文化与文创更好地结合起来,如何让产品更实用又有创意,如何在新年礼盒的一片“红海”中“杀”出重围?这是对出版机构文化“内功”的特殊考量。

春联、门神、福字……传统的产品,不传统的创意。贴春联是中国人过春节不可或缺的文化习俗。作为过年的必需品,春联、福字、门神等喜庆用品成为不少出版机构新春礼盒的核心产品。人民文学出版社推出的“文心雕龙·2024甲辰龙年新年礼盒”,包含对联、红包、窗花、福字等产品,以文心雕龙为主题,以实用的新年产品为载体,呈现中国文学的发展之路,致敬中国历代文学经典与文化成就。值得关注的是,礼盒包含门把手装饰、冰箱贴等更具装饰性的产品,加上特别设计的DIY拉花龙,在传统产品的形式上进行创新。商务印书馆推出的《龙佑盛世》甲辰龙年迎春年礼以“心想事成,有龙则灵”为主题,产品包含日历、春联、门神、财神、灶神、福字、红包等产品,重点在形式、材料、工艺上下功夫,请书法家写春联、福字,将杨柳青年画和邮票结合,设计龙袍、凤袍围裙,将美好寓意融入日常生活成为创新的落脚

点。中华书局推出的“光亨贞吉·中华书局2024新年礼盒”中,除对联、福字、红包、静电吸附窗花等常规产品外,还搭配了书签和滑片万年历两款特别的产品。《人民喜乐》新春套装是上海人民出版社首次推出的新年礼盒文创产品,以红色为主色调,邀请名家写福字、春联,将红包设计为一个活动抽屉,在拉开红色的同时,一副卷轴样式的祝福语徐徐呈现在眼前,让人眼前一亮。山东美术出版社推出的《琼华春韵·贺岁礼盒》中包含周历、便签本、红包、福字、春联一副、门神、春条、窗花等产品,为让礼盒与众不同,通过独特的包装设计将礼盒变成一个储物盒,更方便实用。

赋予新年礼盒更多文化属性和内在精神价值。出版机构作为文化企业,本身就具有深厚的文化属性和品牌认知度,为新年礼盒注入更多的文化内涵。刘运来工作室深挖宋朝关于新年风俗习惯、风土人情的记载记录,连续3年推出“宋·礼”新年礼系列产品,2024新春礼盒为“大宋的颜色”,展现河南本地丰富的宋文化资源,包含飞机盒、“打卡《千里江山图》”笔记本、“宋词·China色”台历、“人长久”“人长健”“趁年华”主题红包、“马上鞭·秦琼敬德门神”“天官赐福”年画、苏软字体五福、春联等产品。五洲传播出版社的2024新年礼盒“春归”,

由该社与网红IP唐风肉肉合作推出,以大红、祥云、龙形为封面构图元素,代表着“欢聚”主题,一改往年大红色的主色调,画面选用了代表“春归”的绿色,不仅寓意好,在色调上也更加靓丽,礼盒产品包括《四时》手账、骨瓷咖啡杯以及紫檀祥云挂坠。领读文化推出的姜子匡《新年风俗志》“新年风俗”礼盒,以图书为主产品,为其设计了精装刷边本,封面整体采用鲜艳的红、黄、绿配色,书口刷边增添新年元素,凸显新年的欢乐气氛。同时,周边产品包括春联、福字、门神,其中门神选择了隋代的门神并选用传统木刻板画手工拓印的制作方式,增加互动,为礼盒增添趣味。朝华出版社的2024新春礼盒是专为小朋友、篮球爱好者推出的,以“美猴王”IP为核心,设计创作了包括“龙王”“如来”“浮尘”“征途”4个主题篮球,搭配了篮球配件(打气筒、气针、网兜)、美猴王明信片等产品。广西师范大学出版社每年都会推出一款新年礼盒回馈超级会员,2024年的定制款礼盒为“皆得所愿”,内含“藏书过万,逢考必过,遥遥领先,皆得所愿”4款书签,包含了对广大读者的新年祝愿。

本期,我们采访了10家出版机构推出的新年文创礼盒,多维度了解礼盒背后的设计思路和产品,还未入年礼?那就快快行动吧!

我们将目光又回到了龙的身上。龙在古代是帝王的象征,只有皇帝才可以用有龙形图案的物品,今天,我们也可以穿上它,感受一下“君临天下”的感觉,龙袍围裙的概念跳入我们的视野之中,进而又扩大到凤袍围裙,设计出来后,我们发现,好有喜庆感。于是,年礼产品组成就定了下来,包括春联、5个福字(寓意五福临门),5个红包(寓意福禄寿喜财),门神、财神、灶神(寓意平安幸福)、龙凤围裙(寓意祥和喜庆),再配上丰富的年夜饭菜单,新的一年一定“顺顺利利,心想事成。”

在我们看来,新年礼盒的受众人群非常广泛,包括但不限于以下几个方面。一是家庭消费者:新年是家庭团聚的时刻,许多家庭会购买新年礼盒来庆祝节日,走亲访友。二是企业客户:企业常常购买新年礼盒作为员工福利或送给合作伙伴,以加强关系。三是礼品市场:新年礼盒也是礼品市场上的热门商品,许多消费者会购买新年礼盒作为礼品赠送。为此,我们对接了多个销售渠道,包括线上商务印书馆微店、摩点众筹,线下在涵芬楼书店等实体店销售,并通过企业采购平台或直接联系企业寻求团购销售。

并非简单地摘抄,而是让这些经典著作中的语句彼此关联,产生奇妙共鸣,令人体会到中华传统文化的美妙之处。对联甲骨文装饰字形出自《甲骨文合集》,福字字形出自容庚《〈金文编〉稿本》,套内产品全部装饰图样均出自6种瑞兽图样,分别是凤凰、孔雀、仙鹤、狮子、麒麟、飞马,印于红包之上,错彩镂金,华丽典雅。这些图书都是中华书局的经典产品,整个套系主打有文化。

其实,市面上新年礼盒类产品种类丰富,中华书局的礼盒侧重内容,希望能给喜爱传统文化的朋友们提供一个体现格调的选择。

光亨贞吉:中华书局2024新年礼盒 套系主打有文化 突出内容格调

■赵一然(中华书局营销专员)

今年,中华书局第一次尝试打造新年礼盒产品,名为“光亨贞吉·中华书局2024新年礼盒”。礼盒中除了对联、福字、红包、静电吸附窗花等常规产品外,还搭配了书签和滑片万年历两款特别产品。考虑该款新年礼盒为出版社推出,为了鼓励读者在新年里多读书、读好书,我们搭配了一个华丽的黄铜书签。而设置万年历产品则是希望延长日历这个产品的使用寿命,同时也可以增加一点互动感。

从设计上来说,礼盒中对联的上下联文本出自《大学》与《中庸》,横批文本出自《周易》。这些文字



礼盒名称:美猴王正版国潮篮球
礼盒物品:“龙王”“如来”“浮尘”“征途”4个主题篮球
礼盒定价:268.00元
销售渠道:摩点众筹首发、抖音、小红书以及私域社群等渠道

《龙佑盛世》甲辰龙年迎春年礼 在“喜气年味全家欢”中感受新春

■蒙戈(商务印书馆文创经理)

礼盒名称:《龙佑盛世》甲辰龙年迎春年礼
礼盒物品:日历、春联、门神、财神、灶神、福字、红包、围裙、袖套等
礼盒定价:满堂春(不含凤围裙)364.00元、喜盛门(不含日历)196.00元
销售渠道:涵芬楼书店、商务印书馆天猫店、微店、邮政网厅、摩点众筹等

《龙佑盛世》甲辰龙年迎春年礼是商务印书馆“涵芬文创”推出的2024新年文创产品,该年礼蕴藏了龙文化、节气文化、杨柳青年画非遗、集邮文化等,创意满满又兼具实用价值。

人们常说:“生活好了,年味淡了。”因此,“喜气年味全家欢”成为我们今年策划的着眼点。龙是中华民族的象征,寓意吉祥如意、生生不息。2024年是甲辰龙年,龙当之无愧地成为年礼的设计主元素,“心想事成,有龙则灵”成为策划主题。





礼盒名称:“光亨贞吉:中华书局2024新年礼盒”
礼盒物品:对联、福字、红包、窗花、万年历和书签
礼盒定价:119.00元
销售渠道:“中华书局官方文创”微信小程序、“中华书局观物文创”小红书店铺

美猴王正版国潮篮球 重温经典 一起化身球场上的美猴王

■蔡超(朝华出版社融创中心主任、北京西游灵境科技发展有限公司总经理)

美猴王正版国潮篮球是朝华出版社2024年推出的新春礼盒,是新春佳节送孩子、亲朋好友的别致礼物选择。

美猴王正版国潮篮球礼盒以美猴王系列丛书的2000多张原画为素材蓝本,设计创作了包括“龙王”“如来”“浮尘”“征途”4个主题的篮球。其中“龙王”是龙年限定款,原图出自《变法斗三仙》,截取车迟国斗法中的故事情节,以四海龙王行云布雨的画面为主题进行创作。该礼盒的亮点主要有三个。一是好看有趣有情怀:人人心中都有一个美猴王,朝华社美猴王是大家记忆中最经典的版本和形象。产品设计精巧,把绘本上的国风美图和硬派篮球底色完美结合,酷炫不凡。二是篮球品质过硬。

此次选择与“超能熊”品牌工厂合作,比赛级标准用球,可看可玩可用。三是礼盒包装颜值“炸裂”:4款篮球配套3D立体纸雕包装,精选了4幅原画进行镂空立体设计,盒子本身就是一件艺术品,使得整个礼盒充满灵动的文化气息。

美猴王正版国潮篮球于2023年12月3日在摩点上线众筹,除篮球外,还搭配了篮球配件(打气筒、气针、网兜)、美猴王明信片、艺术家刘积崑签名装饰画(众筹独享)等产品,目前已达成众筹目标。1月3日众筹结束后,该款产品在合作的线下卖场、美猴王奇趣屋等场地上架。线上抖店、小红书店、私域社群同步上线,并将与篮球类自媒体联合开售。



礼盒名称:文心雕龙·2024甲辰龙年新年礼盒
礼盒产品:红包、春条、福字、对联、Mini贴纸、门神年画、财神年画、灶神冰箱贴、门把手装饰、窗花以及拉花龙
礼盒定价:128.00元
销售渠道:线下朝花夕拾文创咖啡供销社、线上人民文学出版社天猫旗舰店等

中华文脉灿若星辰,也是我们民族的瑰宝。2024年适逢甲辰龙年,人文之宝新年礼盒以文学理论经典《文心雕龙》破题,以由《诗经》开启、历经汉赋、唐诗、宋词、元曲、明清小说这一中国传统文脉线索作为文化内核,呈现中国文学的发展之路,致敬中国历代文学经典与文化成就。同时,辅以中国书法艺术与历代华美龙纹,典雅大气。

文心雕龙·2024甲辰龙年新年礼盒内含6个红包、6张春条、5张福字、1副对联、9张Mini贴纸、2张门神年画、1张财神年画、1份灶神冰箱贴、4个门把手装饰、2张窗花和1个拉花龙。这些产品大部分是新年时家家户户都需要准备的产品,因此我们从实用性的角度出发,选择了对联、红包、窗花、福字等产品,让消费者购入后便可使用。同时,礼盒中包含门把手装饰、冰箱贴等更具装饰性的产品,加上特别设计的DIY拉花龙,丰富了产品的形态但在设计上又不脱离龙年主题。

这款礼盒主题为“文心雕龙”,实际上展示的是中国文化的“龙脉”,每个时代都有自己独特突出的文学成就,也是一次文学的科普。这与人文社的文化属性相关联,通过更深层地挖掘中国传统文化,将文学与新年礼盒的产品及内容进行深度融合,推出更为实用且文化价值相对更高的产品,与出版机构的图书出版这一主业相呼应,对传播优质的大众文化有所裨益。

“文心雕龙·2024甲辰龙年”新年礼盒文学价值高,适用于所有人。目前除了人文社自营天猫渠道外,主要在两个渠道重点发力:一个对接头部主播带货,二是企业定制,发挥礼盒既实用又有年味的特点。目前,我们已经通过线上线下相结合的方式进行宣传,线下主要依托朝花夕拾文创咖啡供销社进行宣传推广;线上通过直播、小红书、抖音等渠道进行多方位推广。



礼盒名称:阅·见2024“皆得所愿”新春礼盒
礼盒产品:4款黄铜书签
礼盒定价:59.80元/超级会员积分兑换
销售渠道:广西师范大学出版集团有限公司自营微店、天猫店、小红书店、抖音店等

“藏书过万,逢考必过,遥遥领先,皆得所愿”等,都是耳熟能详的话语,包含了广西师范大学出版社对书友尤其是超级会员的新春祝愿。每年我们都会做一款新春礼盒回馈超级会员,为此,我们定制了2024年会员家“皆得所愿”礼盒,内含“藏书过万,逢考必过,遥遥领先,皆得所愿”4款书签,甄选优质黄铜材质,高档特种纸礼盒,超级会员可通过自营微店、天猫店、小红书店以及抖音店兑换购买。

文心雕龙·2024甲辰龙年新年礼盒
一份文化含量高达99.9%的文学新年礼盒
■邛芮(人民文学出版社文创部负责人)

“皆得所愿”新春礼盒
为超级会员准备的新年礼物
■陈子锋(广西师范大学出版集团有限公司市场部主任)

(下转第10版)