

全网千万粉丝科普博主吴姥姥出书背后的故事

■任咪咪(智勇科创运营总监、吴姥姥团队负责人)

作为不刷题主创团队成员之一,我深度参与了新书策划、内容编辑、文案创作、视觉设计等工作,深知整套书的制作过程之艰辛。在此,通过对创作实践经验的提炼,结合对行业中产品类型与品牌的观察,对科学与艺术融合的科普内容创作进行分析。

策划初衷

在当今教育环境中,刷题似乎成为孩子们获取知识、提高成绩的主要方式。然而,这种方式存在局限性和弊端。过多刷题压抑了孩子们的创造力和好奇心。团队一直在思考,如何让孩子们真正爱上科学,如何让他们在轻松愉快的氛围中探索科学的奥秘。让他们不再被枯燥的公式和烦琐的题目所困扰,而是通过亲身实践和有趣的实验,感受科学的魅力和乐趣。《吴姥姥不刷题·科学真好玩》正是基于这样的理念应运而生。

在策划过程中,团队深入研究了孩子们的心理特点和学习需求,发现他们对于直观、生动、有趣的事物更容易产生兴趣和记忆。最终,团队决定通过故事、实验、游戏等多种形式来激发孩子的兴趣,普及科学知识。

例如,为了让孩子们了解有关电场的知识,用漫画方式上设计了一个“用塑料‘蒲公英’模拟静电场线的实验”。扎成束的细长塑料丝经过毛皮或“塑料王”布摩擦后,因为摩擦起电、同种电荷相互排斥的原理,会张开形成一朵“蒲公英”。这些细长的塑料丝,正是对静电场



线的一种模拟,孩子们借此得以直观地看到静电场的存在。

科学内容融合趣味实验

在新书筹备过程中,团队遇到了许多挑战。其中最大的挑战之一是如何在确保科学知识准确性的基础上,凸显其表现形式的趣味性。

科学是严谨的,团队不能为了追求趣味性而牺牲了科学性。然而,要将复杂的科学知识用简单易懂、生动有趣的方式呈现出来,并非易事。为了解决这个问题,团队和出版方邀请了多位资深的科普编辑和一线物理、数学教师加入编创队伍。他们凭借专业的知识背景和丰富的教学经验,为该套出版物提供了宝贵的建议和指导。

例如,在编写有关黑洞的章节时,最初方案是通过简单的图片和文字介绍黑洞的形成过程及特点。但是出版社的科普编辑指出,这样的方式过于肤浅,无法让孩子们真正理解黑洞的奥秘。于是,经过多次讨论和修改,最终确定以比喻、

2024年7月初,《吴姥姥不刷题·科学真好玩》新书正式上市,一经发布,好评如潮,这不仅是读者对该套出版物的认可,更是对科学教育新理念的共鸣。记者联系采访了吴姥姥团队负责人任咪咪,请她分享《吴姥姥不刷题·科学真好玩》的创作策略与思考。

对比的方式,再附上计算机模拟图片,将黑洞的形成过程、特点,以及外部形象进行可视化展示。

除了内容的科学性,该套出版物还兼顾书中实验与活动的可操作性。团队精心挑选了一些简单易得的材料,如瓶子、气球、纸张、电池等等,并详细说明了实验的步骤和注意事项。同时,还提供了一些替代方案,以便孩子们在材料不足的情况下也能够完成实验。

差异化营销

团队在完成策划和编写工作后,还面临着一个新的挑战——如何将这套书推向市场,让更多孩子和家长了解并喜欢上它。为了实现这个目标,团队与出版方、平台制定了一系列营销方案。

首先,团队结合本身的自媒体属性,联络熟知的社交媒体,在微信、微博、抖音等平台上发布了关于这套书的精彩内容和预告,吸引了大量的关注和转发。同时,还在达人池中筛选出与本套书匹配的科普达人进行合作,进一步提高了

新书的知名度和影响力。

其次,内容团队与电商平台展开合作,先开放预售链接,引起读者关注,并在当当主站、当当天猫旗舰店、当当拼多多店铺、京东当当POP店等各个平台图书类目的独家资源位、正常排期位、平台位置等对《吴姥姥不刷题·科学真好玩》图书进行持续不间断的首轮曝光。

同时,充分发挥媒体的力量,如光明网、周到上海、《新闻晨报》、九派新闻、《现代快报》等,密集地配合相关线下活动,发布图书预告与相关信息,并将中国科学院院士、中国作家协会会员的相关推荐做成新闻发布,增加媒体曝光率。还施行了一系列的促销活动,例如在新书上市的前几天,推出限时折扣、满减优惠等活动,吸引了众多消费者。

除了线上营销,团队还积极开展线下活动,与各地的图书馆、书店、学校等合作,举办了多场新书发布会和科普讲座,如上海图书馆新书读者见面会、江苏书展新书发布会等。在这些活动中,团队和出版方不仅向读者们介绍了这套书的内容和创作理念,传递“不刷题,做研究”的主张,还现场演示了书中的一些实验和活动,如“折意大利面实验”“一笔画挑战”等,让读者亲身感受到科学的乐趣和魅力。

此外,还提供了签名售书、互动问答等环节,增加了与读者的互动和交流。之后,团队将与出版社一起开办校园人文行活动,将优秀的科普内容带到孩子们的校园中。(完整版请见“编客实验室”微信公众号)

关注



中国出版传媒商报

7月11日上午,“百名作家进雄安”——国文出版社“扬帆的旅程”全民阅读活动暨樊登书展启动活动在河北雄安新区举行。雄安集团党委副书记、董事、总经理路立营,雄安新区党工委委员、宣传网信局局长边建国,雄安集团党委常委、副总经理翟伟,帆书创始人樊登,当代世界出版社社长、总编辑李双伍,新星出版社社长马汝军,中央编译出版社有限责任公司社长、总编辑鄒卫东,国文出版社社长刘军,国文出版社副社长鲁良洪,国文传媒公司常务副总经理杨智以及雄安新区相关部门、雄安集团及近30家来自北京的知名出版机构和阅读推广机构代表出席。此次活动由雄安新区宣传网信局指导,中国雄安集团、帆书(原樊登读书)联合主办,中国雄安集团城市发展投资有限公司、雄安樊登书店承办。

边建国表示,7年多来,一座高水平现代化城市拔地而起,拔节生长。城市建设离不开精神力量的支撑和文化生活的滋养。此次活动将为新区提供更为丰富多元的文化体验,并进一步推动“书香雄安”建设、浓厚全民阅读氛围。希望更多人能够来到雄安,亲身感受未来之城的“妙不可言”,与雄安携手同行、共谋发展。

翟伟表示,非常期待樊登书店成为新区的新亮点,欢迎各界人士把更多的展览、更多的会议、更多的活动开在雄安、办在雄安,为新区发展注入更多文化活力。

樊登表示,一间书店点亮一个社区,希望雄安樊登书店能成为新区城市迭代中的一个有力支撑。同时呼吁更多人走进雄安、了解雄安、扎根雄安,为新区发展贡献自身力量。

据悉,“扬帆的旅程”雄安新区全民阅读活动暨樊登书展,持续时间约1个月。主办方将陆续开展“樊登直播”、主题好书展等一系列活动。后续还会开展“百位作者雄安行”活动。

雄安樊登书店创始人陶峻介绍,此次活动旨在展现雄安新区作为学习型城市的文化活力,在未来1~2年,邀请至少100位各领域杰出作者来雄安,提升雄安的文化吸引力,服务疏解企业和职住人群,并为新知传播贡献力量。出版机构纷纷对“百位作者雄安行”活动计划表现出极大兴趣和支持。在雄安新区文化产业发展建设与发展交流座谈会上,新区宣传网信局、改革发展局、公共服务局、投资促进中心、雄安集团有关领导和出版行业代表围绕“雄安文化产业发展畅想”深入交流,并提出一系列创新性想法和建议。会上,刘军作为北京出版社代表,围绕“雄安文化产业发展畅想”发言;鲁良洪为雄安新区文化发展建言献策。刘军在发言中提到,国文出版社成立40多年以来,主要承担中华文化“走出去”任务。这次到访雄安,感受到城市公共文化空间建设发展的朝气蓬勃,特别是文化馆、图书馆、体育馆等空间源源不断地为民众提供着文化供给,扩展了文化服务的功能。雄安的城市发展史见证了新时代新征程伟大事业的发展史,国文出版社有意愿在雄安“筑巢”,助力雄安新区的文化发展。

「百名作家进雄安」全民阅读活动暨樊登书展启幕

(林致)

从小红书挖掘作者,用文创思维做书

■王晓琛(中国轻工业出版社生活美食分社编辑)

不织布手工等。我在小红书上刷到这类内容都会点开看一看,久而久之就被APP记录了阅读习惯,有一天首页给我推荐了这位作者的笔记,我一下子就被吸引了。当时我立刻关注了作者,经过一段时间观察,发现他的内容出品比较稳定,很明显能看出来是个经常下厨的人,且画面形象逼真,关键步骤都画得很到位,我跟着他的食谱做了几次都很成功,而且味道好,并且实物与他画的相差无几,于是决定与对方联系试读。

判断博主是否适合出书,我们主要基于几个维度。首先要明确,粉丝量高与适合出书不是等号关系。点赞与收藏数量能大致反映受众喜好,一般来说,点赞大于收藏,说明内容引起他人共鸣;收藏大于点赞,说明内容本身价值较高,收藏是为了实践。评论区互动也要浏览,往往能挖掘到意外信息,评论可能涉及对内容的评价等。其次,编辑要对博主的语言表达能力进行评估,这点非常必要。最后,在编辑部内部进行论证,大家各抒己见,当内容既受网友欢迎又能俘获编辑部的眼,那一定不会差。

新作者更需要编辑有耐心

《再忙也要好好吃饭》这本书的创作过程比一般的书要麻烦很多,因为手绘相对于照片而言是更有想象和发挥空间的,图画有时候是艺术表达,反而会更容易出错,不像照片拍出来什么样就是什么样。

所以在审稿时发现很多图文不对应的现象,又请作者修改重画。

审核食谱时,每种食材的用量都需要一一核实,并且要和步骤对应。让我印象深刻的是有一道菜里用到了干木耳,用量写的是50克,然而50克的干木耳泡发后是很多的,当时觉得这有问题。我就找作者确认,作者很认真地拿了几朵干木耳称重量,最后我们把用量改成了10克。出书对于大部分新作者来说是完全陌生的领域,需要编辑有耐心为其解答各种疑惑,就像在讲解一门新的学科。最需要注意的是,稿件创作过程,很多事情和细节做在前面,可以为作者和编辑省去很多麻烦。如交稿图片格式、文字编排、体例保持等。

将书做成“文创品”

一开始我们对于《再忙也要好好吃饭》这本书的定位不是单纯食谱书,想做一本“治愈”类书籍,做成有收藏家价值的“文创产品”。它的质感,是拿在手里时能感受到的,是网络图片和视频无法代替的。

策划过程中,我们从作者的小红书评论区收集了粉丝们对于书的诉求,并进行分类整理。这本书的定位是以18~40岁女性为主,书籍的内容和形式,我们结合读者喜好进行了设计。首先在内容结构上,这本书分为烹饪小课堂、工作日食谱、“吃货”小剧场和休息日食谱。烹饪小课堂,以一问一答的形式讲解了一些烹饪

小技巧,配以趣味插画,让阅读变得更轻松。“吃货”小剧场收录了8则漫画小故事,诸如“做饭一小时,吃饭十分钟,刷碗半小时”“激动地选中一部‘电子榨菜’”等与生活贴近的小故事。食谱的设计也尽可能详尽,让读者一看就懂、容易成功,像每道食谱的制作时间、食用分量、每种食材的具体用量,特别增加了“唠唠叨叨”小栏目,提醒大家每道食谱的注意事项。

在装帧上,用的是裸脊锁线、外套护封,兼具美观性和实用性,书可以180°平摊,读者能一边看书一边跟着做菜!调研中,我发现“书签盲盒”形式很受读者欢迎,在出版前我们临时换成了现在的水果祝福书签,每一款都有不同的寓意,如薪水翻番、金榜题名、学业有成、拒绝焦虑、富得流油和早日遇见,相信有不少人会有所共鸣。

为不同渠道定制赠品

营销之初,除了作者和轻工社员工自己分享,我们还邀请了小红书达人进行书籍试读和分享,鼓励读者购买后晒单笔记,形成大面积曝光,迅速吸引大量读者关注,这本书还成了小红书官方优秀案例,后来也有很多达人主动与我们联系想要带货。

除了小红书平台,当当、京东、新华文轩等平台也给了优质资源位,在各平台曝光转化都比较好。(完整版请见“编客实验室”微信公众号)



常有趣的自动翻页效果。在做前三页时候,我是在搭建一座属于自己的宫殿,每一次“添砖加瓦”都使我很有成就感。

我的第一本立体书做好了。当时它的名字还很简单,就叫《山城》。我拍摄了视频,记录制作全过程和最后的成品展示,并发到网络上。令我没想到的是,一周时间内,这本书很快就获得几万人的观看,很多人通过这本书与我结识,我甚至接到了立体书设计的实习邀请,获得了在北京全职制作立体书的工作。(完整版请见“编客实验室”微信公众号)



由中国轻工业出版社出版的《再忙也要好好吃饭》,是治愈系手绘美食博主“进宝开饭啦”首部作品。近两年,各细分领域,漫画解读传递知识是较受欢迎的形式。社交平台上,有关菜谱等美食主题图书的评论区,也会有评论疑问:网上都能搜索,为何还要买书?这本书的策划如何挖掘需求、切中需求?

《再忙也要好好吃饭》上市不到2个月,发行超2万册。小红书轻工出版旗舰店销售超4000册。该书的策划,一开始我们就确定了“治愈”方向,从封面设计、插画风格、故事情节、互动设置等都贯穿了这个原则。

发现小红书的“宝藏”作者

该书作者“进宝开饭啦”是我在小红书上发现的。小红书的特点是会根据用户喜好来推荐内容,而我一直很喜欢美食和画画,对需要动手创作的项目也都很感兴趣,比如十字绣、手工皂、钩编、刺绣、

创作者谈

一本书把重庆介绍给世界

■大星(《打开重庆》作者、青年纸设计师、插画师)

我6月28日在纽约,6月29日在重庆时光里书店,为《打开重庆》举办了发布展览。我纽约的朋友震惊于中国艺术、中国城市魅力,重庆的朋友和到访的游客也流连忘返于特展展览中。我想,或许下一个打开这本书的读者朋友也能感应得到,这种时空地域的交互。

纵观人类文明发展史,城市通常都建立在平坦的地区,比如平原和盆地。然而,作为中国西南地区最大的城市,重庆则是不走寻常路地建立在山地之上。网上可以看到很多有关重庆的、非常吸引人的宣传视频。最初我确实是抱着一种猎奇的心理来到重庆,想一探山城奇特的城市景观,但深入了解后,我才知道崎岖的地形并不是重庆唯一的魅力所在。重庆,有自己独特的山城文化。它是历史文化

名城和许多特色美食的发源地,也是一座英雄城市。

虽然特殊的地势造就了重庆的独特魅力,但在山城旅行并不容易。在重庆探索,迷路是常有的。2019年的一天,我突然想到,要是能有一本立体的重庆地图就好了!恰好我当时接触了立体书这种独特的艺术形式,那还等什么,动工!

一开始我做了6个不同的立体页,从文化、历史、艺术等方面介绍了这座伟大的城市。后来在出版社的帮助下,又追加了第7页来展示今天重庆的新地标。在书的首页,我设计了带有立体机关的地图展示重庆主要的城区和地标景点。在制作过程中,这一页的结构设计经历了一次大的改动——从V型折叠结构变成两层结构,为了增加视觉效果,还扩大了地图

的范围,主城区地图下面另外附加了一张郊区地图,并增添一块文本地区。

第2页呈现的是重庆最热门的地标——洪崖洞。它是一个建在江边悬崖上的古建筑群,通常是游客来到这座城市旅行的第一站。我喜欢远远地看着洪崖洞在现代灯光的装饰下,呈现出赛博朋克的感觉。为了帮助游客更好地了解这座建筑的结构,我尽可能地用纸艺结构还原它本身。第3页的内容是一条中国历史文化名街,位于磁器口古镇。为了表现古镇的繁华,我用乙字形结构做了两排建筑,内容为餐馆、寺庙、小吃街、街边小贩等特色元素,营造出热闹的氛围。又用瀑布翻页机关放置了7张文字卡片,每一张介绍一个磁器口特色民俗文化元素,比如老式爆米花机、重庆小面、糖葫芦等。读者只需要拉动手柄就可以看到非