

浅谈我国海洋科普图书的跨界营销

关键词 海洋科普 图书营销 跨界营销

◎朱凤霞

我国既是陆地大国,也是拥有广泛海洋权益的海洋大国。近年来,我国海洋强国战略的实施显著提升了国民的海洋意识和素养。作为宣传海洋知识的重要载体,海洋科普图书迎来了前所未有的发展机遇,越来越多的出版社开始涉足海洋科普图书的出版领域,不仅推动了图书品种的增多,还极大地丰富了内容,为海洋强国建设提供了有力支撑。然而,相对于庞大的图书市场,海洋科普图书所占的市场份额仍然较小,并且面临市场关注度不高、内容创新匮乏、经营模式老旧等现实问题。要想在激烈的竞争中获得一席之地,就必须创新营销方式,跨界营销应运而生。海洋科普图书的出版企业要能够打破传统单一的营销策略,融合多元领域,整合多方营销资源,拓宽营销渠道,从而培养更多的潜在读者,实现营销效果的倍增效应。

海洋科普图书跨界营销的必要性

新媒体技术的迅猛发展促使图书跨界营销成为一种必然且现实的选择。互联网的广泛普及与智能手机的深入应用不仅重塑了人们的生活方式与消费习惯,还催生了众多产业的新模式,对传统图书营销方式构成了深远影响。海洋科普图书的出版虽然获得了广泛关注,但仍面临一系列亟待解决的问题,具体表现如下。

内容与质量差异显著。当前市场上,一部分海洋科普图书内容过于浅显,缺乏深度与连贯性,难以提供准确全面的海洋知识;而另一部分则过度专业化,语言艰涩,增加了读者的理解难度。这种内容质量上的参差不齐影响了读者的阅读体验与知识获取。

时效性和创新性欠缺。众多海洋科普图书存在内容陈旧、缺乏创新的问题,未能及时反映海洋科学的最新研究成果与发展趋势。这不仅削弱了图书的吸引力,也抑制了读者对海洋科学知识的兴趣与认知深度。

市场定位模糊,经营模式滞后。在竞争激烈的图书市场中,明确的市场定位与创新的营销策略至关重要。但是,部分出版单位在出版海洋科普图书时,缺乏清晰的市场定位与有效的推广策略,导致图书难以触及目标读者群体,市场表现不佳。同时,老旧的经营模式也限制了出版单位在市场竞争中的竞争力与创新力。

除此之外,海洋科普图书还面临着整体规模有限、市场关注度不高、缺乏稳定且持续的读者群体以及对新技术应用不足等现实问题。针对这些挑战,跨界营销成为一个值得探索的新路径。通过跨界合作,出版单位能够整合多方资源,实现图书内容与形式的创新,推出更多符合读者期待的优质作品,从而有效解决当前海洋科普图书出版面临的问题。

海洋科普图书跨界营销的适用性

作为以通俗易懂的方式普及海洋知识、弘扬海洋科学精神的科普读物,海洋科普图书具备诸多独特的特点。比如内容广泛,涵盖海洋生物、海洋文化、海洋地理等多个领域;语言往往通俗易懂,具有较强的可读性;视觉元素丰富,趣味性十足;兼具教育性和探索性,能够激发读者的好奇心与探索欲等等。

这些特点赋予了海洋科普图书在跨界营销中的独特优势,为多元化的市场推广开辟了广阔天地。其内容的广泛性和多样性为出版单位与旅游、环保、科技、影视、游戏等多领域企业合作提供了丰富资源与无限可能。通俗易懂的语言和丰富的视觉元素增强了图书的趣味性和生动性,使得跨界合作能够创作出更具吸引力和感染力的作品,为跨界营销注入新活力。教育性和探索性则促进了基于内容的各类教育和培训活动的开展,增强了与受众的互动,为跨界合作增添了更多营销亮点。

随着海洋领域蓬勃发展,海洋科普图书市场逐渐成为出版界新宠,展现出蓬勃生机。一方面,科技飞速进步为海洋科普图书带来了新活力,不仅内容更加丰富,形式也更加多样,从传统的纸质书籍扩展到电子书、有声读物等数字化产品,极大方便了读者获取。另一方面,海洋科普图书的读者群体持续扩大,特别是青少年群体,对海洋科普图书的热情不断高涨。市场需求的稳步增长,吸引了众多出版企业纷纷涉足海洋科普图书领域,以独特视角和多元形式推出众多新品种。尤为值得关注的是,一些具有前瞻性的图书出版单位已开始积极探索跨界合作之路,将海洋科普图书与影视、旅游、科技等领域相结合,推出了海洋主题动漫、海洋馆打卡活动、海洋科普手机应用等一系列新颖有趣的产品。这些合作不仅丰富了海洋科普图书的表现形式,还极大地拓宽了其影响力边界。

出版业选择跨界营销方式是市场环境、读者阅读习惯变化以及需求多样化等多重因素共同作用的结果。通过这一方式,出版业能够将图书推向更广阔的市场,通过整合双方资源,有效拓宽图书的销售渠道,提升图书销量,并最终实现双方效益的最大化。

《海洋·生态》《海洋·智慧》的跨界营销

2023年,青岛出版社与海尔集团携手,启动了一项别开生面的跨界合作项目。双方将家喻户晓的海尔兄弟品牌形象与海洋科普图书深度融合,精心打造了“探秘海洋之旅”系列图书——《海洋·生态》与《海洋·智慧》。此次合作中,青岛出版社与海尔集团发挥了自身的资源优势,实现了双赢的局面。一方面,海尔兄弟的品牌形象在新领域焕发新生,进一步巩固了品牌在年轻一代中的影响力。另一方面,海洋科普图书的受

众群体得到了有效拓展,为传播海洋科学知识作出了积极贡献。此次合作不仅促进了双方用户资源和传播渠道的共享,还各自提升了品牌影响力。尽管该系列图书最终未全面推向市场,但这次尝试仍为出版行业跨界营销提供了宝贵的经验和启示。

确定合作对象。《海洋·生态》与《海洋·智慧》作为专为6-12岁少年儿童设计的图书,以海尔兄弟为主角,巧妙融合了知识与趣味性。海尔集团与青岛出版社的联手,是海尔品牌力量的一次全新展现。海尔希望通过此次合作,以出版为桥梁,在年轻一代心中深化海尔兄弟的形象,从而拓宽品牌影响力的边界。作为国家一级出版社,青岛出版社在海洋出版领域深耕多年,推出了众多备受市场与读者好评的海洋品牌书系。双方的合作基于共同的目标受众认知和品牌影响力的高度匹配,无疑是一次强强联合。

确定产品内容和形式。在《海尔兄弟》动画片中,海尔兄弟携手探索未知,揭示自然奥秘,将科普知识融入惊险有趣的探险故事中,深受孩子们喜爱。将海尔兄弟与海洋科普图书相结合,旨在打造一款兼具娱乐性和互动性的产品,激发少年儿童的阅读兴趣与探索欲。因此,与海尔跨界合作的图书产品,其目标读者群体和图书内容需与海尔兄弟品牌紧密相连。青岛出版社凭借丰富的海洋科普内容资源,为不同年龄段的读者提供了多样化的阅读选择。在图书内容的策划与制作过程中,青岛出版社采用了深受少年儿童喜爱的少儿图书形式,通过海尔兄弟活泼可爱的卡通形象、浅显易懂的文字叙述以及精美的彩色插图,使图书更加贴近孩子的阅读习惯和兴趣点,让他们在享受阅读乐趣的同时收获知识。

海洋科普图书跨界营销存在的问题

《海洋·生态》与《海洋·智慧》的推出,充分彰显了跨界营销在促进海洋科普图书推广方面的巨大潜力。通过与不同行业的合作,出版单位能够汇聚更丰富的资源、拓宽更广阔的传播路径,为海洋知识的普及开辟新的天地。然而,当前海洋科普图书跨界营销的成功案例仍属凤毛麟角。这在一定程度上反映了跨界合作在海洋科普图书领域所面临的挑战与问题。

以《海洋·生态》与《海洋·智慧》为例,尽管出版社在跨界合作上进行了积极探索,但仍存在一些显而易见的不足。这些问题也普遍存在于当前海洋科普图书的跨界合作之中,具体而言,包括以下几个方面。**跨界合作的整合深度尚需加强。**部分海洋科普图书在与其他领域融合时,仅停留在表面上的知识拼接,缺乏深入的研究与整合,使得内容显得零散而不成体系,难以给读者带来深刻而系统的认知体验。**跨界合作中的元素堆砌问题不容忽视。**有些图书在跨界过程中,仅仅是将双方元素机械地组合在一起,忽略了各自品牌内涵的深入挖掘与融合,导致产品缺乏独特性和创新性,难以激发读者的阅读兴趣与购买欲望。这样的跨界合作往往难以在市场中引起强烈反响。因此,对于海洋科普图书的跨界营销而言,如何在保持内容专业性的同时,加强跨界合作的深度与广度,实现知识与元素的有机融合与创新,是未来需要重点解决的问题。

提升海洋科普图书跨界营销实效的建议

对于出版社而言,若欲通过跨界合作成功推广海洋科普图书,必须在多个维度加大力度,精心策划。

首先,海洋科普图书的跨界营销策略应深入挖掘海洋资源的独特之处,彰显海洋文化的非凡魅力。在传播过程中,需兼顾海洋科学知识的普及与阅读乐趣的传递,让读者在字里行间领略到海洋的神秘与壮丽。

其次,跨界营销应致力于与其他领域的深度合作。海洋科普图书不仅是知识的载体,更是文化传播的桥梁。因此,应积极寻求与文化、科技、教育等领域的跨界合作,拓宽图书的受众基础。例如:与旅游行业、文化创意产业携手,共同开发以海洋文化为主题的系列产品与活动;与科技馆、学校、科研机构合作,举办海洋科普知识展览、讲座等,以此扩大图书的受众范围,提升社会影响力与知名度。

再者,新媒体是海洋科普图书跨界营销不可或缺的重要工具。出版社应充分利用官方网站、社交媒体、短视频等平台,借助互联网的力量,通过精心策划的社交媒体传播活动,将海洋科普图书推向更广阔的市场,吸引更多读者的关注与参与,以此达成图书销售增长。

此外,在产品定位上,海洋科普图书应不断创新,强化品牌塑造。比如:可结合当下的热点和流行元素,打造具有吸引力的图书内容与形式,凸显海洋科普图书的独特性与专业性,塑造良好的品牌形象,提升品牌的竞争力和美誉度。只有紧跟时代步伐,才能赢得读者青睐,保持长久的市场竞争力。

最后,线下渠道同样是海洋科普图书跨界营销不可忽视的一环。出版单位可与书店、图书馆、科技馆等场所建立合作关系,进行图书的展示与销售,让更多人有机会接触并了解海洋科普图书。线上线下相结合,形成全方位的营销网络,能够更好地推动海洋科普图书的市场推广。

综上所述,海洋科普图书的跨界营销是一项系统工程,需要多方面合作与努力。通过深化跨界合作,利用新媒体、强化品牌塑造以及拓展线下渠道,可以更有效地推广海洋科普图书,提高公众对海洋知识的认知与兴趣,为海洋科普事业的发展贡献力量。

让功勋人物走向永恒的时间和无限的空间

关键词 “共和国勋章” 青少年 人物精神

◎胡艳红

“共和国勋章”是中华人民共和国最高荣誉勋章,授予在中国特色社会主义建设和保卫国家中作出巨大贡献、建立卓越功勋的杰出人士。中华人民共和国成立至今,已有于敏、申纪兰、孙家栋、李延年、张富清、袁隆平、黄旭华、屠呦呦、钟南山等9位杰出人士获得“共和国勋章”荣誉称号。他们虽然在不同的领域奋斗,但却都有着共同的特点:为中国人民谋幸福,忠诚担当;为中华民族谋复兴,拼搏奉献;为人类社会谋发展,开拓创新。

青少年是民族的未来,“共和国勋章”获得者身上所展现出来的优秀品格和崇高精神,对青少年的成长和发展将起到很好的教育、引领和示范作用。青少年可从“共和国勋章”获得者模范人物身上汲取不平凡的力量,从小树立坚定的理想信念、保持不懈的奋斗精神,脚踏实地把每件平凡的事做好,像“共和国勋章”获得者那样坚守、那样奋斗,从点滴做起,把平凡的事做好,获得不平凡的人生,创造不平凡的成就,共同谱写新时代中华人民共和国的壮丽凯歌。基于此,湖南科学技术出版社出版了《“共和国勋章”获得者的故事》丛书。

《“共和国勋章”获得者的故事》丛书共9册,以充满浓郁情趣的美文,将“共和国勋章”获得者成长、奋斗、开拓、创新、奉献的拼搏过程凝练成一个个小故事,辅以精美插图,以青少年喜闻乐见的方式带给读者。丛书上市一年,广受好评,被列为中宣部农家书屋书目,被中国新闻出版广电报评为2023年度优秀少儿书,入选“中国好书”2024年度六一专榜,加印20余次,销量数十万册。仔细翻读此套丛书,其特点可用“大、实、美、新、趣”五个字来概括。

大 命题宏大。“共和国勋章”是我国的最高荣誉勋章,“共和国勋章”获得者是我们这个时代最闪亮的星。丛书通过再现功勋人物的传奇人生,展现的是一种关乎国家、民族、时代、文化、精神的大气魄。作者强大。丛书作者团队强大,专业权威。由中国科协青少年科技中心、中国青少年科技教育工作者协会组织编写,由中国科学院院士武向平担任主编,由对功勋人物进行过深度采访或研究的专家、教授、作家撰写,聘请相关功勋人物家属或同事担任分册科学顾问。从多个角度确保了内容的权威性、可读性。

实 落点实在。丛书命题宏大,但落点实在。从功勋人物的成长角度出发,深入挖掘这些榜样人物的精神内核,讲好故事,见微知著。内容真实。书稿得到功勋人物本人或家属授权,在创作过程中以尊重客观事实为基准,作者团队多次采

服务数字社会发展 数据治理图书当有为

关键词 人工智能 数据治理 科技图书

◎刘星

人工智能(AI)技术蓬勃发展,深刻地改变了人们的生活和工作方式,ChatGPT/Sora的出现更标志着人工智能向通用型的转变,我们正处于一个由信息时代向智能时代过渡的时期。当前,全球的经济增长主要依赖网络空间各类数据的流动。没有数据,模型、算法、软件等都将失去“素材”,无所作为;没有数据,就没有深度学习的高速发展。所以,在人工智能的社会,最关键的“物质基础”就是数据。

伴随着科技与社会的发展,数据迅速成为全球竞争制高点,数据被应用到各行各业,在此过程中也相继出现了诸如隐私泄露、数据滥用等问题。与数据开放应用相伴随的数据治理问题,同样十分重要。《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》将“激活数据要素潜力”设为重要目标,同时相继制定了《网络安全法》《数据安全法》《个人信息保护法》等一系列重大规范性文件,为充分释放数据要素潜力、提高数据治理能力、促进数字经济活力提供了重要的政策和指导方针。与此同时,各高校相继开设了“数据治理”相关课程,推动数据治理领域的创新人才培养。但是,数据治理是一门新兴技术,相关图书十分匮乏,于是笔者发起了策划和组织相关图书的出版工作。

为满足数据治理人才培养的需求,笔者对技术的特点和课程的内容设置进行了调研和分析,认为此类图书既要有坚实的理论基础,也要具有很强的实践性,图书作者需要长期从事数据治理方面的研究、教学和实践,并在该领域具有较高的专业性和权威性。基于以上几点,笔者联系了我国数据治理领域的知名专家——北京邮电大学张彬教授。张彬教授是北京邮电大学数字经济测评与管理研究中心主任,长期从事数据治理、网络空间治理、数字经济管理、信息化测评、数字鸿沟测度等领域的研究,在国内外学术期刊上发表SSCI、EI、CSSCI检索论文数十篇,研究成果多次得到中央网信办、工信部有关部门的采纳和领导批示。经过与张教授的细致沟通,我们达成了合作意向,策划并编写《数据治理——理论、方法与实践》图书。经过多次讨论,最终确定要做到学理兼具、逻辑严谨、案例丰富,体现以下三方面特色。

与时俱进,视角前沿。数据治理在产业数字



《共和国勋章》获得者故事系列丛书,以青少年喜欢的“故事”形式,将“共和国勋章”获得者的成长经历、奋斗历程、感人事迹、重大贡献娓娓道来,语言文字优美,手绘插图精美,保证了丛书思想性、故事性和艺术性的统一,于无声中启迪人心。制作精美。以“最美的书”为标杆,邀请曾获“中国最美的书”荣誉的设计团队瀚清堂进行装帧设计,图书用纸柔和高级不伤眼,印刷绿色环保,力求给青少年最美的阅读体验。

美 图文并茂。丛书以时间为经、事件为纬,以青少年喜欢的“故事”形式,将“共和国勋章”获得者的成长经历、奋斗历程、感人事迹、重大贡献娓娓道来,语言文字优美,手绘插图精美,保证了丛书思想性、故事性和艺术性的统一,于无声中启迪人心。制作精美。以“最美的书”为标杆,邀请曾获“中国最美的书”荣誉的设计团队瀚清堂进行装帧设计,图书用纸柔和高级不伤眼,印刷绿色环保,力求给青少年最美的阅读体验。

新 内容新特。丛书中许多内容首次披露,人物首次全面呈现。如《于敏》分册是目前国内第一本全面反映于敏一生的图书;《孙家栋》分册收录到了孙家栋2023年4月的科学工作,最新最全地反映了90多岁高龄的科学家迄今仍在为中国航天事业鞠躬尽瘁的故事;《钟南山》分册反映80多岁的钟南山在新冠疫情时,一马当先硬核抗疫,担当奉献的国土精神;《申纪兰》分册是目前国内第一本由申纪兰的儿子参与撰稿,反映申纪兰一生的图书。形式新颖。充分利用新科技、新媒体手段全面赋能,创新单一纸质呈现形式,多方位引领,满足青少年阅读需要。纸书、有声书、数字产品同期开发;与中国科协、中国科技馆等多家单位联动,组织线上线下阅读活动,做好读者服务。

趣 寓教于趣。为了激发青少年读者的阅读兴趣,引起读者共鸣,丛书采用“用小故事书写大人物”的方式,讲述功勋人物的人生故事,尤其注重挖掘他们从小开始的成长故事,不说教不枯燥,力求寓教于趣,润物无声。收获趣识。9位功勋人物分属不同行业,阅读他们的故事,如同阅读9个行业的发展史,读者从中可以收获有趣的知识,拓展视野和思维。

《“共和国勋章”获得者的故事》是一套帮助青少年读者打好精神底色的丛书,也是一套通过美文解读平凡而伟大的人物精神密码的丛书。



化、数字产业化、公共治理等方面扮演着重要角色。在此基础上,书中要通过将数据治理与国家相结合(如国家数据安全)、与法律相结合(如数据产权保护)、与道德相结合(如数据交易准则)、与社会相结合(如数据资源开发)等方式,将数据治理的技术方法与社会主义核心价值观有效结合。同时要引用大量前沿性的国内外数据治理体系框架、措施方法、法律法规和行业规范,保证时代前沿性。

内容广泛,实用性强。内容涵盖数据治理内涵、数据治理体系、数据开放共享、数据产权与交易、数据主权与跨境流动、数据隐私与数据安全等理论问题,总结数据治理痛点、问题及未来发展方向。要将理论知识与实践应用相结合,从国家层面延伸至企业层面,分析企业数据治理的常见方法、设计理念、实施途径和技术工具等,要具有具体的可操作性。

开阔视野,案例丰富。立足于国内的实践现状,并对美国、欧盟、英国、日本等国家组织的实践进行阐述和研究,能够帮助读者开阔视野,培养全球意识。同时,要选取具有代表性和启发性的案例,加深对数据治理理论与应用的理解,更加生动地诠释核心知识要点。

《数据治理——理论、方法与实践》为了便于教学,提供了丰富的配套资源。该书的出版得到了原国家信息化专家咨询委员会常务副主任周宏仁、中国工程院院士张平以及中国通信标准化协会理事长闻库的推荐。

数据具有巨大的经济、社会价值,也是国家信息安全的重点,其开放共享和开发利用对数字社会的健康发展有着重要意义,期待后续有更多关于数据治理的图书出版,共同为培养我国数据治理人才贡献智慧和力量。