

直播500余场,达成1000余万元销售额

——河南科学技术出版社创新用户服务模式

中国出版传媒商报 林致

一本出版5年多的《中国针灸词典》,最近在河南科学技术出版社直播间里再度走红。9月3日将近6小时的仓库直播,不少粉丝跟着主播,淘到了许多“隐藏款”好书。据记者了解,这次直播新增粉丝220多人,平均在线370多人,最高时达到460多人,直播销售实洋达6万元,很多角落里的书得以重见天日。这本2019年出版的《中国针灸词典》被粉丝下单几十次,还有许多书都是5年前甚至10年前出版的。

与其他出版机构直播提前做预案及排品选品不同的是,河南科学技术出版社此次走了一条新路。据了解,这次仓库直播,团队没有完全从观众视角出发,去仓库随机选书,观众参与感特别强,平均停留时长8分钟,日常直播只有3分钟。数据统计显示,从2021年4月起步至今,河南科学技术出版社运营的短视频直播账号,粉丝总数为10.3万人,直播500余场,总时长超过2000小时,销售额累计突破1000万元。从2023年7月至今,河南科技社抖音直播间,连续9个月位居全国出版社直播排行榜前20名。

以用户需求为驱动,沉淀用户

不同于传统电商,直播+短视频是基于内容和社群的兴趣电商,该社从“手工”细分领域切入,以用户需求为驱动,不断沉淀用户,实现内容直接触达用户,同时根据用户需求不断调整内容方向,进而构建起新媒体营销传播渠道壁垒优势。

据记者了解,河南科技社新媒体营销团队的工作成果不仅体现在销售业绩的提升上,更在于为融合出版和全球营销提供了有力支持。通过新媒体电商的实践,促使出版社在产品开发、营销宣传、仓储发货等关键流程上进行创新升级,进一步推动了科技社新媒体时代的持续发展。比如,该社近年研发的“魅力衍纸,节日的祝福”“奇妙的数学折纸”等多种特色课程将集体亮相。母亲节的康乃馨盆栽、父亲节汽车挂饰、端午节的粽子贺卡、清明节“思念

近日,记者获悉,在手工出版领域积累多年的河南科学技术出版社近年直播500余场,实现超1000万元的销售额。在直播间不断更新的数据、产品、场景背后,是出版关键流程的革新升级,更是向融合出版转型的有力探索。以触达用户为引领,活化内容为支撑、回归阅读为宗旨,创新机制为保障,通过新媒体电商营销这一突破口,河南科技社找到了新的发展路径。



的花”……看上去普普通通的手工纸,通过卷、捏、剪等技术方法,就变成了趣味衍纸手工作品。“魅力衍纸,节日的祝福”手工课程,目前已落地安阳林州、南阳新野等学校,覆盖学生1000余人。“数学折纸”课程既有数学内部的整合与拓展,又有语文、数学、美术等跨学科的整合与拓展,通过折一折、玩一玩的方式,让孩子们在轻松愉快的氛围中感受数学的魅力。

打造“1+4+N”内容生产服务模式

此外,河南科技社成立创新研发业务工作领导小组,打造“1+4+N”内容生产服务模式。“1”即一个

原创内容,“4”即“社店校局”四位一体模式,“N”即N种内容表达方式,可根据教育部门、学校、书店等需求定制化开发校本课程、研学课程、学具包和教育资源包等,真正做到一次投入多次产出。

目前,围绕融合出版方向,河南科技社设计出生物、手工、生活、医卫、科技、劳动、非遗等8大领域,第一批30个体系共60类课程,约1000节。《星际穿越——像工程师一样实践》《大自然守护者行动——一小时自然时光》《追根溯源 探索植物奥秘——绿色种植课程》等课程均已上线。

最为典型的案例是,华夏手造项目,依托河南科技社多年手工出版特色产品线,围绕读者需求,从手工图书中研发手工产品、手工课程,提供系统的手工文化创意知识服务及特色文创产品,竖向深耕手工垂直细分领域手工知识服务,横向打造手工图书价值共生的“手工+”联合平台,实现手工创意文化领域知识服务与产业平台的融合发展。

机制保障融合出版落地

据介绍,河南科技社从“全要素、全流程、全时空、全领域”四个维度出发,不断优化内容建设新机制,推动出版融合工作走深走实。

建立健全高质量发展推进领导小组,持续推动数字化新基建工程,借助新媒体营销矩阵进行全域营销,立足医学、生物、手工、基础教育、职业教育和科学教育六大产品线以课程服务数字化升级夯实教育出版领域……河南科学技术出版社专门成立创新研发领导小组、创新研发专班,统筹谋划、布局、推动融合出版工作,一系列顶层设计,渐次落地。

此外,河南科技社还建立300万元的基金项目池,出台《全媒体小组考核奖励办法》《新媒体宣传营销试行办法》《创新研发项目管理办法(暂行)》《豫科腾飞基金“暂行办法”》等制度文件,为创新保驾护航。

热点案例

2023年12月,在毛泽东同志诞辰一百三十周年纪念日(2023年12月26日)前夕,长江少年儿童出版社经过多年谋划、精心策划的《给少年讲毛泽东诗词》推出。经过编辑和营销团队线上线下持续推广运营,在短短8个月时间里,《给少年讲毛泽东诗词》销售近10万册,在少儿主题出版图书门类成为名副其实的“顶流”图书。



全过程运营思维下的策划缘起,让好选题策划成为必然。

基于长少社的前瞻布局,《冷湖上的拥抱》《马兰的孩子》《红军不怕远征难》《手足琴》《此生属于祖国》《让世界不在饥饿》等,一大批弘扬优秀文化、展现现实主义题材和科学家精神的主题出版读物面世,这些图书分别获得了“五个一工程”奖“主题出版重点出版物”“中华优秀出版物”“中国好书”等国内最重要的图书奖项和荣誉,在中国少儿出版领域描绘出了一抹靓丽的“中国红”。

全过程经营理念下的编辑策划力,让好题材成为好书。确定合适的作者,是特殊题材成功的关键。《给少年讲毛泽东诗词》的作者,必须是一位对毛泽东本人、历史和毛泽东诗词有深入研究的权威学者。在长少社2024新书发布会上,该书的作者——中共中央党史和文献研究院副研究馆员、中国毛泽东诗词研究会理事曾理,专门讲述了一段与本书执行策划梁威“因书结缘、因书感动、因书成长”的故事。

学诗、读史、识人的独特视角,让文本在同类题材中脱颖而出。

以毛泽东诗词为题材的图书市面上非常多,其中也不乏人民文学出版社出版的权威读本。为此编辑团队也对不同版本的毛泽东诗词读本进行反复研读,不断揣摩,逐渐形成了自己的策划着力点。我们给《给少年讲毛泽东诗词》一书作了全新的定位:这不是一本就诗词解读诗词的传统文化读本,“以诗学诗,以诗读史,以诗识人,以诗树人”,这是一本以毛泽东诗词为主线,全面讲述一代伟人在近代中国革命的艰辛征程中,如何以人格魅力、博大胸怀、辞豪豪情领导中国人民一步步走向胜利的青少年历史文化读物。书籍不仅解读伟人的诗词佳作,还将诗词创作背景做了重点讲述,将这些经典诗词与伟人命运、革命历史的走向联系在一起。对根据图书市场同类题材的观察,该书定位伟人传记、革命文化、优秀传统文化结合的视角,更符合青少年成长对此类题材的阅读需求。

文本取舍和产品形态的设计,体现团队编辑力。

主题出版不光要弘扬主旋律和昂扬价值观,读物本身还要接地气,呈现方式和阅读趣味让小读者能接受。我们在正文中设置了诗词原作手迹的呈现,更直观地展示诗词和毛体书法的魅力;增加诗词朗诵音频,将该书赋予了看书、听书、诵读的复合型功能。在设计上,放弃了红、白等此类题材常用的封面底色,以寓意“新生、传承”的蓝绿色为封面主色调,辅以飞鸟、金山和象征伟人“傲骨”的梅花等设计元素点缀,蓝绿色和橙红色贯穿书籍始终,以充满活力、具有鲜明时代气息的整体风貌,让经典的传统出版题材焕发出蓬勃生机。

调动地面营销资源,全面启动推广活动,增加图书曝光率。

该书自面世以来,已经参与了“红扣子——楚天少儿阅读季”“走进冰城”等一系列全国有影响力的童书推介活动。2024年5月,《给少年讲毛泽东诗词》入选国家图书馆少年儿童馆“四季童读”夏季季,长少社为此联合国家图书馆,让作者走进伟人的故乡湖南,举办“伟人诗韵·寻根之旅”阅读分享会……丰富的地推活动让图书尽量多地与全国经销商、学校、老师、学生见面,促进他们对图书内容的深度认知,为启动全面销售做充分的营销准备。

充分发挥新媒体渠道传播优势,线上投放,促进整体销售全面提升。

《给少年讲毛泽东诗词》主题鲜明、题材独特、营销点丰富、话题感强,经过慎重研究,长少社决定将本书的销售投放到新媒体平台,以期通过短视频推介、直播宣讲等多种方式迅速、广泛地传播。事实证明这种选择非常有效,结合地面推广的影响力,该书很快获得了广大读者的关注。《给少年讲毛泽东诗词》以线下推广、新媒体投放的营销策略,促进了整体销售的快速增长。

全过程运营思维,是针对产品“全生命周期”运营的系统性经营发展模式,这种模式需要从选题策划、作者选择、内容定位、形态设计,到营销投放、渠道策略等诸环节进行宏观布局、科学谋划,对出版社整体运营的细节把控和执行力有更高的要求。长少社也期待通过本书的整体运营,在童书出版的红海中,探索出一条全过程运营的发展路径。

全过程运营思维,让主题出版成为「顶流」

梁威(长江少年儿童出版社首席编辑)

营销新策略

「好忙好忙小镇」首场露营活动人气爆棚



中国出版传媒商报 9月22日,接力出版社在北京市怀柔区举办了一场别开生面的读者见面会——“好忙好忙小镇老友会”。活动现场设计了丰富的游戏环节,比如“野外生存”“丛林探险”“烧烤派对”“逛小镇”“小火车游园”“沙坑寻宝”和“浑水摸鱼”等,都是从“好忙好忙小镇”新书《放假!去旅行》中衍生出的露营环节。整场活动下来,孩子们仿佛走进书中,沉浸式体验了一场小镇生活。截至目前,“好忙好忙小镇”系列发行量超60万册。

“好忙好忙小镇”是一套隐藏物品和情节的无字绘本,全书有7大主题,约300余条故事线,由多线叙事技法呈现,每次阅读都能发现新故事。整套书的主题非常丰富,包括去航行、去赶集、去郊游、盖新房、大家庭、开工啦等,让读者全方位体验好忙好忙小镇的生活。对于小读者来说,可以在书中探索故事、认知生活、培养专注力,进行逻辑推理,促进亲子交流。这不仅是一本无字的故事绘本,更是孩子们探索世界、提升认知、观察力的视觉发现书。

2024年10月,“好忙好忙小镇”系列即将出版第8种《放假!去旅行》,新书内容围绕放假出游展开,带领孩子们踏上一次充满惊喜和欢乐的视觉之旅。接力社于新书上市之际,特别策划了首场线下露营活动,让孩子们沉浸式体验书中故事。在特别布置的天幕下,大小朋友围坐在一起,近距离阅读新书。主持人带着孩子们一起玩“找找看”游戏,探秘书中新增的20多位主角。露营体验环节,专业老师带领孩子们学习生存技巧,包括野外取水、制作绳结和发送求生信号等,孩子们在魔网穿越和攀爬中挑战自己。

值得一提的是,“逛小镇”游戏环节的题库均来自“好忙好忙小镇”,和书中场景高度一致,包括“港口里面有什么?”“市集上面有什么?”“超市里面有什么?”“动物园里有什么?”等等。孩子们根据出题者展示的小镇画面和问题回答场景中出现的物品,轮流作答,答不出问题者还表演了节目,现场气氛非常活跃。(林致)

以《写作力进阶·看图写话》撬动一线语文教师培训

中国出版传媒商报 近日,为了提高看图写话的教学质量,北京市昌平区教院组织了一场大型教师培训活动,来自昌平区58所小学的近百位一线语文教师参加了这次培训。这次培训邀请的专家是北京师范大学博士生导师、中小学(中职)语文国家教材重点研究基地副主任吴欣歆,她以《写作力进阶·看图写话》(校园版)(中国和平出版社出版)为培训材料,给教师们带来了一场兼具理论和实操的教学技能培训。

在培训现场,吴欣歆从语言学入手,分析了低年级孩子的社会情感学习,包括认同感、同理心、思辨力和积极性,基于此剖析了看图写话的教学目标。随后她介绍了看图写话的学习支架,要求老师们按照有序看图、说出重点、梳理逻辑、填充细节、丰富词汇来给学生逐步引导。最后还给了老师们实用的看图写话

(上接第15版)

加工、特殊题材、创新性为一体的“专、精、特、新”连环画出版项目。作者包括冯远、许勇、赵奇、孟庆江等当代中国画家,作品内容除保留经典内容外,增加部分画家创作感悟及从未公布的创作素描手稿等,采用大开本、高清图版展示画作。

此外,辽美社正在制作以连环画《西游记》为IP策划的“最美西游”系列文创产品,拟作为传承和创新国风文化的重要载体在新中国成立75周年之际面世。上世纪下半叶,辽美社出版的彩色《西游记》在众多连环画获奖作品中独树一帜,被全国连迷们称赞为“最美西游”,它是四十年前国内少有的彩色《西游记》之一,曾先后两次入选全国第六届、第七届美术作品展览,并被加拿大、澳大利亚、德国、韩国等国家引进出版。书中人物汲取了中国传统经典装饰纹样、雕塑绘画的艺术精髓,整套作品造型夸张、场面宏大,气势磅礴,色彩鲜艳且不失高雅品位,线条流畅且苍劲有力,构图主次分明且张弛有度极具东方美学意境,是国内以装饰绘画语言表达《西游记》中的巅峰之作。本次辽美社与快手官方中秋“大圣赴宴”礼盒活动同步推出《最美西游》(彩绘本)出版项目”。产品拟通过在爆款游戏“黑神话悟空”形成的文化推力下,与新媒体运营推广组成强强联合,为更广泛地推广“最美西游”系列文创产品。辽美社将开发的《最美西游》出版为中英双语本连环画,拟于今年参加在德国举办的享誉全球的“法兰克福国际书展”。在展览上,将同步展出“最美西游”系列文创产品,传承和弘扬中华优秀传统文化。

同时,辽美社“经典连环画融媒体品牌IP开发与运营项目”进展顺利,在项目团队的努力下,现数字化连环画图片资源达万余幅,《十五贯》《嘎达梅林》《最美西游》等百余种电子书正在制作过程中。

辽美社是否有计划出版与新中国成立75周年相关的主题图书、文创等产品?

辽美社近期将推出“百部红色经典连环画”系列丛书,该系列丛书是爱国主义教育和传统文化教育相结合的主题宣传出版物,以《革命先驱夏明翰》《靖宇不死》《赵一曼》等曾获国家级、省部级奖项和广为流传、脍炙人口的连环画作品资源为基础,打造集专业度、精

企业行动

教学建议。在培训中,吴教授以《写作力进阶·看图写话》(校园版)中的各种实例,向老师们展示了看图写话背后的设计逻辑、训练目标、教学方法。

参与培训的老师们纷纷表示,这次培训让他们受益匪浅。他们不仅对看图写话在语文教学中的深意有了进一步的理解,更学到了教学的正确方法。接下来,几所学校将以这套书为训练材料,在教学中展开试点,并逐步推广到昌平区。《写作力进阶·看图写话》(校园版)《写作力进阶·看图写话》的“轻量”版本,内含教学用图、看图指导、词语贴纸、教师课程以及练习纸,是一套完整的、适合课堂教学使用的材料。

作为吴欣歆课程化出版物的首部作品,《写作力进阶·看图写话》也很适合家庭使用,已销售上万套。小朋友们在坚持使用该套书后,写作力有显著提高,为中高年级的写作打下了坚实基础。(林致)