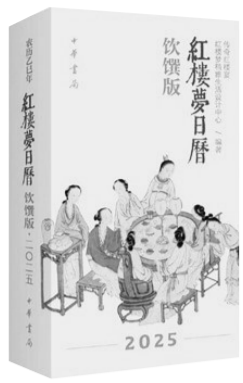


文化美学PK 2025 日历书哪家强?

■中国出版传媒商报记者 张聪聪

岁末年初,日历书市场热闹非凡,让人眼花缭乱。我们特别约请部分产品的策划人介绍策划亮点、营销举措等,从个案拆解角度对日历书市场趋势进行细部解析。



《红楼梦日历:饮饌版2025》发货1.3万册,展现“红楼烟火气”

■梁五童(中华书局文化遗产编辑部编辑)

《红楼梦日历:饮饌版2025》因上市时间较早,销售情况较好,目前已发货约1.3万册。

《红楼梦日历》已成为系列,2025年日历出版后,我们在中华书局微信公众号第一时间发布推文,收到许多读者留言,比如建议“重出诗词版”,“之前的每个主

题都好喜欢,能不能有一个综合版”。可见读者对该日历书持续的关注和喜爱。

策划亮点 《红楼梦日历:饮饌版2025》是该日历品牌的第11种,最早的4种就是在中华书局出版,取得较好的社会效益和经济效益。今年《红楼梦日历》重回中华书局出版,我们真心希望其能持续陪伴喜欢《红楼梦》、喜欢书局的读者朋友。今年的主题是“饮饌版”,主打“红楼烟火气”。《红楼梦》书中写到的食材有200种之多,大大小小的宴

会,有名、无名的各种玉盘珍馐,串联起许多重要的情节场景,展现人物性格,推动情节发展。读者不仅可以通过这本日历,手拿把掐复刻《红楼梦》里的美食,还可以了解曹雪芹对一菜一羹叙事背后有意味的内涵。

营销举措 我们在微信公众号、视频号、小红书、抖音等平台分别发布风格各异的宣传文案以及视频。同时,还为订购数量较大的企业单独设计定制版封面,如北京曹雪芹研究会的特别定制版。

《美丽的地球2025日历》填补市场空白,突出“地理+旅游”特色

■焦菲(中国国家地理·图书产品经理)

今年是我们正式推出日历书的第一年。《美丽的地球2025日历》(生活·读书·新知三联书店出版)11月初才预售,最近开始发货。该书限量发售,预期销售1万册,目前已售出一半。

策划亮点 内容上,我们以“美丽的地球”为主题。一方面,契合我们持续在做的“美丽的地球”系列图书,包含七大洲,还有今年新推出的《高山》《大河》等;另一方面,考虑到市场因素,即国内现在的旅行热。我们在策划之前也做过细致调研,比如孤独星球和DK都出版过旅行主题产品,还有一些文创品牌的卡片式日历,但都不是日历书形态,所以推出旅行主题的日历书也算填补了一部分市场空白。

我们在内容上突出“地理+旅游”的特色,比如5月、6月、7月和9月的主题分别是“文明奇迹”“生灵奇旅”“海岛天堂”“山川秘境”,就来自“美丽的地球”系列图书《文明奇迹》《大迁徙》《水下天堂》《高山》,把图书融合进日历里,也是一种相互映衬。

很多人提到国家地理,除了地理知识,还有精美的图片及其视觉效果。我们这次也精选317幅图片,有自然奇观,也有文化瑰宝。日历书采用特种纸印刷,给读者带来一场视觉盛宴。

编排上,日历书按月编排,每月有适合当月的旅行主题,使其既是日历,也是一本旅行指南。具体到每天的编排,我们把工作日基本都设计成单页



图,把周末设计成跨页图,与人们生活节奏的变化相呼应。

增值内容方面,我们附赠一个2025中国国家地理红框PVC透卡,上面的文字“2025来都来了”,一语双关,既是对大家来年有所憧憬,又呼应了很多人旅行时的真实感受。透卡本身既能用作书签,也可以用来打卡拍照。

封面设计上,突出“中国国家地理”logo,封面图片乍一看有点像葛饰北斋的《神奈川冲浪里》,实际上这是一张冰岛海岸的风景图,遵循《中国国家地理》杂志一贯的封面风格,又带有一定艺术性。同时这张图的背面其实是岩浆,视觉上会产生强烈对比,有点“冰与火之歌”的意思。

《美丽的地球2025日历》可以说是既遵循传统,又有所创新,希望能带大家跨越时空的界限,经历一场环球旅行。

营销举措 和一些媒体联动,请媒体平台达人推荐,联系抖音、小红书等主流社交平台的旅游博主和专门做日历类内容的博主进行垂类推荐,请更广泛范围的图书博主做推荐等。

《生肖日历:2025金蛇献瑞》保持高品质高实用特点

■邹贵虎(商务印书馆教育编辑部主任)

2025年正值商务印书馆成立128周年,我们继续推出蛇年《生肖日历》,以为祝贺。该日历书今年9月底上市,已销售数千册。考虑到今年图书市场整体下行的态势,这样的销售成绩,可圈可点。2017年推出鸡年《生肖日历》以来,我们已连续8年推出该产品。蛇年《生肖日历》是该系列第9种。这套日历书得到读者喜爱,积累了相当数量的“粉丝”。

策划亮点 蛇年《生肖日历》一如既往地保持高品质、高实用性的特点,具体来说包括几方面亮点。一是文化深度。每年的生肖日历都融入丰富的文化和知识元素,不只是简单的图案和介绍文字,还有

对生肖的详尽介绍和文化背景的挖掘。二是艺术设计。日历设计精美,邀请知名主编和艺术家合作,使得每页都具有收藏价值,不落俗套。三是实用性。除了日历的基本功能,还加入一些实用信息,比如节气等,让读者拥有更多元的使用体验。四是创新性。我们不断尝试新的材料和印刷技术,让每年的日历都有一些新的亮点和不同凡响的触感。

《生肖日历》既好看又好用。好看体现在封面采用高级PU材质,纯手工包角,细致的褶皱如岁月荡起的微微涟漪;欧卡腰封,光泽亮丽,挺拔度好,配合精心设计的商务印书馆128周年纪念印章,尽显古朴典雅气质;书口立体全彩喷绘,精致不留死角。好用体现在内页采用右侧日历记事,左侧配图的对开设计,让读者在忙碌日程中收获艺术享

受。封面材质耐污防水,适用各种苛刻使用场景。开本适中,便携易用,毫无累赘之感。制作精良,是恰到好处的新年伴手礼。

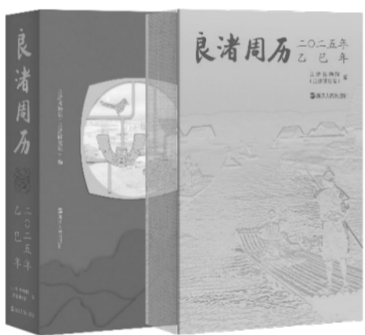
《生肖日历》不仅是时间管理工具,更是艺术品和文化遗产的载体,赢得众多收藏者的喜爱。我们将坚持推出《生肖日历》,等到12种出齐,届时考虑改版和增加更多增值设计,为读者提供更高的使用价值和审美价值。

营销举措 包括公号刊发书讯、直播发布新书、联系博物学博主进行推荐、联系专业媒体刊发书评、与文创公司合作二次开发文创等。



《良渚周历二〇二五年》助推良渚文化“走出去”

■陈源(浙江人民出版社图书编辑)



良渚遗址是中华五千年文明的实证,是世界文明的瑰宝。《良渚周历二〇二五年》汇集祈福、采集、水利、筑城等与良渚先民的生活息息相关的12个关键词,精选52张文物图与良渚古城实景摄影作品,将镜头下先民的生活与良渚王国的风貌、考古重现的历史文物融入每一页。

策划亮点 今年是我们和良渚博物院(良渚研究院)合作推出《良渚周历》的第4年。从版式到内容,从设计到装帧,从用纸到工艺,我们不断对比、精益求精。整个做周历的过程,不断试错。光封面设计方案就有十多个,选定一个方案挑选不同纸张并尝试不同工艺后,最终才选出可批量生产的方案投入印制。

《良渚周历二〇二五年》函套的窗子上有玉鸟、神徽等图案,使用了激光雕刻、压凹、烫金等工艺,窗后背景为莫角山俯瞰图。窗下的群山效果部分,我们最初试样用了手工贴深红色纸及机器贴深红色纸两种方式,效果不尽如人意。最终,采用印刷厂长的建议,在同色纸上印上纹路并压凹,做出群山效果,节约人力、提高生产效率的同时,还能保证周历呈现效果的稳定性。

从右侧打开函套后,是单独的一本精装本子,延续《良渚周历二〇二三年》开始的精装布背装帧方式,但在版式设计及书写页的排版上有所变化。每个月各新增2张跨页高清图作品后,其中有一张良渚王居中的祈福图片正好被锁线分割。于是,我们又找到印制调整类似图片的布局。印刷厂做了眼色后,给我们的样书整体偏灰偏暗,我们又不断和印务及作者方确认,最终调整文件颜色。可以说,随意打开的任何一页,都深藏着细心和用心。

《良渚周历》旨在持续推进良渚文化的传播,深度发掘其视觉美学价值,努力提高读者文化获得感,以求取得更高的社会效益和市场认可度,将良渚文化以轻松、实用的形式传递给读者。

营销举措 《良渚周历》还会推出英语版,用于“良渚论坛”礼送外宾,是中华优秀传统文化“走出去”的积极尝试。

《花开有时·2025》艺术融合内容增值,建设线上互动渠道

■吴思(湖北美术出版社艺术设计编辑部副主任)

《花开有时·2025》水彩花卉日历日前销售情况良好,读者反馈热烈,已形成自然流量。我们也在积极和头部主播接洽,等待“双12”、元旦、春节等爆点。

策划亮点 一是艺术融合。《花开有时·2025》将水彩花卉绘画、花卉科普、古诗词和花语等多种元素巧妙融合,形成独特的艺术风格,让读者在欣赏花卉之美的同时,还能了解其相关知识和文化内涵,增加日历的文化底蕴和艺术价值。二是内容编排。全书按照二十四节气的更迭来编排花卉,使读者能够直观地感受大自然的律动与变化,增强日历与自然的联系,也让读者在翻阅日历的过程中,关注身边的植物和季节的更替,感受生活乐趣。

内容增值则体现在三点上。一是花卉增加科属信息,满足部分读者进一步了解花卉属性的需求。二是花卉学名里的生僻字标注拼音,方便读者便捷地获得花卉信息。三是配置丰富的数字资源,扫码即可获得,如水彩花卉的绘制视频、节气日电子页、高清手机壁纸、水彩花卉技法课程等,提供增值服务。

强化品牌特色 持续创新内容。在保持原有风格和特色的基础上,不断更新花卉种类、古诗词和花语等内容,使读者每年都能感受到新鲜感。例如,结合当下的热点话题和文化趋势,在古诗词选编方向,更多地选择一些治愈系、能提供情绪价值的诗词。希望读者在使用日历时有一种轻松惬意的心情。

拓展周边产品。我们开发了一些小的赠品,比如5周年贺卡、“四时花卉”印章册页、小苍兰香氛片等。这些小赠品采用与日历相同的插画风格和设计元素,进一步强化品牌特色,提升产品收藏价值,同时为读者提供多样选择。

建设线上互动渠道。目前我们的小红书官方账号“花开有时日历”,已有5.7万粉丝,获赞与收藏达21.6万次。通过发布精美的日历图片、视频等内容,向用户展示《花开有时》日历的独特设计、精美的插画、丰富的文化内涵等特色,吸引更多用户的关注和兴趣,提高品牌知名度和影响力,也帮助用户更好地了解产品。这个账号下面,我们积极营造良好的沟通氛围,及时回复用户的评论和私信,解答他们对日历的疑问,听取用户



的反馈和意见,增强用户的参与感和对品牌的认同感,同时也可以了解用户的需求和喜好,为产品的改进和创新提供依据,以便更好地满足市场需求。

今年《花开有时·2025》还推出特装版,往年没有这个版本。《花开有时》第一版面世以来,一直有读者强烈要求推出金属环翻页版本,但由于成本过高无法实现,今年借助日历出版5周年的特殊纪念时刻,我们终于推出特装版。特装版印量较少,不仅改成金属环翻页版,还升级纸张和包装,日历的内页也由传统的方形改成典雅的椭圆形,主色调是香芋紫,与常规版的喜庆红形成区别,设计风格上也有差异。总体来说,常规版日历价格亲民,性价比高,适合大众消费。特装版日历由于在装帧设计、材料工艺和插画印刷等方面的升级和优化,成本较高,价格略贵,更适合对品质和收藏价值有较高要求的用户。

营销举措 今年的日历书主要在小红书平台发力,一是在官方日历账号通过优质的图文内容(精美的图片+吸引人的文案),展示日历精美的装帧设计、插画细节等,更直观地吸引用户。二是与相关领域的达人展开合作,使日历更精准地触达目标用户群体,增加产品的曝光度。我们日历官方小红书账号的一篇推文“2025神仙日历就这么水灵灵地出现了”获点赞1.8万,收藏人数超8600,评论人数超750,推广效果不错,该推文评论区众多读者返图,交流、分享,互动性强。

《人大天天读2025》针对细分受众需求提供服务

■韩继隆(中国民主法制出版社人大分社发行人员)

今年,中国民主法制出版社人大分社策划出版了以人民代表大会制度中相关的立法知识为主要内容的《人大天天读2025》。该产品刚入库不久,便收获百余册的订单,预测最终销量会在4000册左右。

该产品作为《人民代表大会知识2024》的延续,在人大系统内收获广泛的关注和期待,根据营销部门反馈,10月份以来已有不少客户前来询问2025年日历的出版时间、定价、样式和主题。《人民代表大会知识2024》是庆祝全国人民代表大会成立70周年的献礼之作,推出后受到各级人大的一致认可和好评,3000册1个月内一扫而空。在此基础上,《人大天天读2025》在工艺、用纸、封面设计和内容上都进行了升级,相信能获得读者更好的反馈。

策划亮点 《人大天天读2025》以我国的立法基础知识为文本内容,以日历的形式映衬立法发展的脚步,在日复一日翻过日期的同时铭记我国的立法成就和点点滴滴。内容精选我国的立法制度、立法权限、立法程序等方面的知识,按月份划分内容板块,每日为读者提供一个立法方面的知识点,不仅简单易懂而且可读性强,为读者奠定扎实的知识基础,有助于更好地履职和为人民服务。

外观设计上,该产品采用布面装

帧,裸背裱布便于翻阅;采用烫银工艺,封面设计形似飘扬的旗帜,红与银交相呼应,庄重典雅且时尚新颖;开本小巧、便于携带,并附赠有与封面同色系的书签,兼具实用性和收藏价值。

该产品计划每年持续推出,去年的《人民代表大会知识2024》是第一种,反响良好。今年该系列更名为“人大天天读”,名称更简练,主题更突出,在抓住已有客户的同时凭借口碑持续扩大影响力。

强化品牌特色 外观设计上跳出人大系统较为严肃的固有思维,设计更加时尚、更具视觉冲击力的封面,选择更具质感的纸张,同时保留受欢迎的设计元素,简而言之就是扬长避短;内容上依旧精选与人大系统相关的知识,紧密围绕“立足人大工作,服务民主法制”这一主题,保持、增进与各级人民代表大会的密切联系。

营销举措 产品受众群体主要存在于各级人大,因此我们主要面向各级人大系统发布征订单、联络去年购买过日历书的客户精准宣传,针对性地向客户寄送样书,通过出版社公众号、抖音和小红书等社交媒体宣传,通过直播进行推广。

拓展

日历书编辑都关注哪些同行产品?

梁五童:《故宫日历》已是一个常销系列,《山西文物日历》因为《黑神话·悟空》的火爆,成为话题,销售火爆。

邹贵虎:2025年日历书市场仍旧十分饱和,各种竞品争相上市,市场竞争激烈异常。《故宫日历》以其独家内容和精美装帧,具有很强的竞争力。

吴思:2025年日历书在形式和内容上更加多样,头部日历还是传统文化类日历书,如《故宫日历》《敦煌日历》。《山西文物日历》《云冈石窟日历》也颇受读者青睐,相信借助《黑神话·悟空》的热度和影响力,《山西文物日历》的知名度和品牌形象会进一步提升。

焦菲:今年的日历书市场整体向

好,特别是文旅相关的主题。我自己9月也早早买了一本《2025山西文物日历》。山西今年确实很火,我对文物主题也比较感兴趣,所以对《敦煌日历》《国博日历》《故宫日历》也都比较关注和推荐。

韩继隆:2025年日历书市场依然有较大潜力,随着人们对生活品质追求提高,对兼具实用性和文化、艺术观赏性的日历书需求增多,同时个性化定制也成为趋势。中国民主与法制出版社今年还推出另一款日历书《无规矩不成法·2025》,设计精美、材质上乘、内容实用,在法律从业者中有良好口碑,也是一般读者学习法律知识的好选择。