

(上接第1版)



会上,中国出版协会副理事长兼秘书长王利明、中国出版协会常务副秘书长吴宝安向少年儿童阅读指导组委员代表,儿童文学作家、接力出版社名誉总编辑白冰,武汉大学出版研究院院长、教授、博士生导师方卿颁发委员聘书。

年会由中国出版协会少年儿童读物工作委员会主任,中国少年儿童新闻出版总社有限公司党委书记、董事长曾锐主持。

主题演讲环节,白冰、方卿和浙江少年儿童出版社有限公司社长郑重,湖南少年儿童出版社有限责任公司党总支书记、董事(社长)刘星保,人民教育出版社有限公司副总编辑谭永平,海峡出版发行集团副总经理兼总编辑陈远,围绕“AI技术与应用,产业链重构、营销业态创新、国际化发展等议题进行主旨分享。

白冰提到,出版质量是长期主义的基石和长远发展的关键,如果放弃质量,追求短期的体量、数量、流量,就会丢了出版的灵魂。唯有把质量当作立社之本,以精品经典传世,才能构建核心竞争力,让各社体现独特的品牌效应。

围绕“AI与编辑:谁是故事的最终讲述者”这一主题,方卿表示,作者贡献灵魂,AI贡献表达,编辑在此过程中,与当年的为人作嫁衣不一样,两个都有贡献。

从“编印发”到“平台+生态”,郑重结合浙少社的实践探讨了少儿出版产业链的重组与价值重塑这一话题。他提到,AI时代的来临,意味着未来10年所有用户终端的流量入口要重新洗牌。AI的本质是内容驱动,而出版业处在内容产业前端,有条件用核心的内容版权资源,来开发一系列诸如解决细分阅读需求的AI智能体,积极拥抱AI,有所作为。

以“从中国童书到世界童书——文化出海与全球化表达的本土初心”为主题,刘星保分享了湘少社在国际出版方面的探索模式。他特别提到,蔡皋获得国际童书界的最高荣誉——国际安徒生奖插画家奖,是整个中国出版业特别是中国少儿出版业的荣誉。蔡皋的版权作品输出欧亚非等数十个国家,翻译成多语种作品出版,进入了一些国家的主流教材、主流渠道。湘少社也在准备成立蔡皋国际版权运营中心,将其IP推向世界。

谭永平就少儿出版的服务化转型,从方法移植、科研先导、实践落地等方面分享了人教社的新探索。

陈远围绕“向善的技术和有光的童年——AI在少儿出版中的伦理边界和价值守护”这一主题,就人工智能时代少儿出版的创新发展和责任担当展开分享。他认为,在创新和责任之中,要找到平衡点。少儿出版人有责任有能力建立一套以人类责任为核心,以透明化实践为路径,以儿童价值守护为底线的AI应用伦理规范。

会上,全国少儿出版社社长、总编辑还就各自的探索现状、经验思考和现实困惑等进行了座谈交流。

# 从幕后编书到台前“种草” 童书编辑如何在小红书荐书?

■中国出版传媒商报记者 张聪聪

当下,越来越多编辑在小红书等平台开设账号,分享编辑工作日常,推荐好书。编辑们一般如何在小红书给大家“种草”童书?各自有怎样的节奏和技巧?这个“六一”,会首选哪本书,给家长和孩子“种草”?

## 账号垂类深耕,打造差异化内容

近几年,小红书已成为家长甄选童书的核心参考阵地,也成为童书出版新媒体营销的重要赛道。伴随着自媒体生态成熟,越来越多童书编辑,以个人账号、官方垂类账号为载体,凭借专业编书积淀、亲子共情视角,在小红书为家长精准“种草”优质童书。

接力出版社幼儿启蒙编辑部副主任海梦雪运营的“童书海海”便是编辑个人账号代表。该账号已拥有2.3万粉丝,她表示,账号初期主要分享个人喜爱的绘本、儿童文学,以及相关理论书籍。偶然分享图书制作过程后,收获不少读者关注,便顺势新增出版跟进阶(云监工)内容。形式也从最初以视频为主,转为现阶段侧重图文笔记、偶尔更新视频的节奏,适配小红书用户碎片化阅读习惯。日常选书则以个人审美与孩子阅读喜好为准,兼顾大众小众,但并不会刻意迎合流量趋势。

“小猛犸童书”“T小队的宿舍”等小红书账号则是官方垂类账号的不同类型代表。“小猛犸童书”为品牌同名账号,电子工业出版社少儿出版分社社长温婷介绍,该账号聚焦3—12岁儿童阅读推广,面向重视孩子审美培养、文化启蒙与品质阅读的家长群体。账号内容覆盖优质童书推荐、编辑日常与选书逻辑、亲子阅读方法干货三大板块,以高清实拍、内页细节翻页、场景化阅读展示为主要呈现形式,直观凸显童书核心价值,降低家长选书决策成本。选书层面,“小猛犸童书”坚持以“原创精品+优质引进”为核心,推荐具有较高阅读价值的图书,兼顾孩子阅读兴趣与家长教育诉求。

“T小队的宿舍”是浙江少年儿童出版社《我是一个兵》《航天少年》编辑部官号,是军事儿童文学作家八路个人IP与图书IP的联动推广阵地。编辑王莉娜介绍,账号围绕少儿军事科普与成长阅读展开,内容聚焦三大方向:硬核儿童军事科普知识、作家八路的线上线下活动资讯、系列图书亮点与阅读价值深度解读。该账号依托主理人小编姐姐、凯杰哥哥真诚的陪伴式风格和粉丝互动,与小军迷们打成一片。“孩子们遇到生活中的小烦恼和父母产生小矛盾、期中期末备考的心情、手绘书中人物人设的作品、生日喜悦等各类日常点滴,都会主动私信和我们分享,形成了较强的粉丝黏性和情感信任度。”

华东师范大学出版社童书编辑胡瑞颖在小红书平台则坚持小众精品路线,账号专注绘本、童诗垂直赛道。日常分享中,经典的、拿过国际大奖的、有自身独一无二亮点的作品,会比较容易受到关注。

## 洞察用户需求,厘清种草底层逻辑

什么样的童书更易获得小红书家长关注、实现种草转化,是编辑运营账号、输出内容的主要关注点。海梦雪从用户、博主以及编辑的多重视角观察发现,家长选购童书更偏向实用刚需品类,绘本书单、儿童文学合集、小学生书单、书籍开箱这类内容数据表现亮眼,长尾效应更好,能够切实为选购提供参考。其账号中,早期儿童文学书单类内容流量表现突出,后续“好忙好忙小镇”系列出版“云监工”

内容热度较高。这套书籍从版权敲定到正式上市历时8个月,海梦雪在个人账号全程发布笔记,和网友分享原版本籍、引进官宣、纸张挑选、封面设计、故事内容解读、项目进度、书籍预售、正式发售等,该套书目前累计销量超10万套,整体码洋突破5500万元。

受访编辑普遍认为,编辑在运营账号、输出内容时需要把握好专业价值输出与说教式推广之间的度。温婷提到,打动家长、实现高效转化的种草核心逻辑,在于先共情再传递价值,摒弃说教式推广,用阅读场景与细腻画面戳中家长痛点。用一句话提炼适读年龄、阅读收获等核心亮点。以不同的场景拍摄、童书细节打造视觉冲击。依托编辑专业视角、权威奖项认证、真实读者反馈建立信任。

王莉娜也认同,摒弃说教感、贴合用户视角是核心逻辑。在她看来,过度的“编辑味”,是童书“种草”最大的雷区。生硬科普、刻板说教、强行安利,很容易让家长产生抵触心理。从家长、孩子感兴趣的话题和角度切入,用生活化、共情式的表达娓娓道来,带领读者沉浸式感受书籍的亮点和价值,自然而然能让用户认可内容、愿意主动下单。“T小队的宿舍”这一账号依托热点、IP人设、粉丝情感共鸣也沉淀出一些高曝光、高互动的优质种草笔记。例如,结合作家八路受邀参与“主持人王芳”的好书节活动,发布“百灵鸟唱歌预告”“T小队微信群聊”“直播现场捕获小粉丝”“直播小花絮:原来86也是学过就忘,那我就放心了”等笔记,全方位、轻量化拆解直播活动。依托去年底京津冀普降初雪在各大平台的话题热度,结合《我是一个兵》高人气IP人设“华南虎”,产出《你那里下雪了吗?初雪快乐》温情笔记。捕捉线下见面会温情瞬间,笔记“签不完——卷王,八路叔叔,无疑了”,突出八路真诚宠粉、勤勉用心的“卷王”人设。

笔记“工业味”太浓,缺乏思考,照搬图书简介,同样是童书“种草”的雷区。作为编辑,容易陷入对内容的执着,希望更多展示内容的优点,这也恰恰使得编辑需要注意避免内容堆砌。胡瑞颖认为,打动家长的底层逻辑,是给家长和孩子都带来切切实实的价值。做好“翻译”的工作,从家长的角度出发换位思考去构思荐书内容是需要首要考虑的问题。比如这本书给家长和孩子从未有过的启发,给孩子带来既感兴趣又正好对认知发展有帮助的内容。尽管绘本博主较小众冷门,胡瑞颖也运营出了一些还算不错的案例。比如,自己在家办微绘本展的笔记,收获超8000观看量,超400点赞收藏。解读绘本《小黑鱼》的笔记,也收获超8000观看量和超300点赞收藏。

对于“雷区”,温婷的总结是:杜绝过度营销、夸大功效、制造育儿焦虑;拒绝冗长无重点、不接地气的文案;摒弃模糊杂乱、缺乏质感的图片;不做只重销售、忽略阅读价值的冰冷推广,始终坚守内容温度。相应的,坚持真实推荐,不夸大、不盲从,守护儿童成长、不贩卖育儿焦虑,这些也是编辑需要坚守的底线。

## 编辑营销思维重塑:人人皆是传播主体

结合编辑们的探索,可以总结出,小红书上的

童书“种草”,核心不在于硬推书籍,而在于借热点、抓细节、造共情、立人设。过去,传统出版长期存在“只生孩子不养孩子”的行业痛点。当下,内容电商成为图书宣推的主阵地,营销正式迈入内容驱动、用户驱动时代。编辑必须完成从“单纯审稿人”到“复合型内容经理”的转型,将营销思维贯穿图书策划、编辑制作、宣发运营的全流程。而自媒体账号运营或者内容输出,成为必不可少的功课。王莉娜提到,在人人皆是传播主体的时代,每位编辑都是独立的营销账号,不再是被动的内容生产者,而是主动的内容创造者、品牌传播者、用户运营者。

“我自己做账号时就需要不断适应视角与立场的转变。”海梦雪坦言,在小红书推荐童书,内容要具备利他价值。身为编辑,则常会沉浸在个人偏好里,撰写文案、提炼卖点时容易自顾自表达,欠缺用户思维。现在,通过运营账号能直接和读者交流,及时收到反馈,得以跳出固有编辑思维打磨选题、文案与卖点,这个转变过程依旧颇具挑战。

一些出版机构已经掀起全员自媒体浪潮,小红书已不再是编辑个人试水的副业阵地,更成为童书品牌破圈、精准触达亲子家庭的核心营销端口。坚持常态化数据分析、精准迭代内容,搭建粉丝运营体系、拉新固粉双向赋能,保持高频稳定更新、获取平台流量扶持……这些是王莉娜运营“T小队的宿舍”账号总结的一些心得。

当下行业自媒体赛道竞争日趋激烈,不少从业者纷纷投身其中,大家切实体会到流量数据带来的压力,这也是海梦雪最初做账号时的切身感受。当然,这同样蕴藏着全新机遇,她所在的接力社就有多项成功案例,比如近期“荒岛机器人”系列就在小红书收获不错的“种草”效果。看到越来越多同事和自己一样,渐渐从幕后走向台前,尝试转变身份与工作模式。“这对大家来说都是新的体验。我觉得,还挺好玩的。”海梦雪说。

除了自媒体掀起的浪潮,对于出版行业而言,AI浪潮更是影响着每个环节的从业者。胡瑞颖也正在学习和尝试用AI生成图或者视频的方式,对好玩的童书进行二创演绎。“比如一本关于古生物的绘本,如果能让这些史前生物动起来,还原生物演化的过程,应该会更好玩,对图书宣传也会形成更多助力。”

## 实操技巧分享

温婷:运营层面,定位清晰,做懂书、有审美的专业编辑,而非单纯销售;主页统一,保持封面风格、色调、排版一致,强化品牌辨识度;稳定更新,每周至少更新7篇内容,新书推荐、阅读干货穿插发布,维持账号活跃度。内容层面,标题直击痛点,文案短平快,3—5行讲清童书亮点;图片追求质感,采用自然光拍摄、平铺展示、细节特写;互动保持真诚,认真回复家长评论,长期积累信任。

胡瑞颖:内容在精不在多,笔记封面要好看。此外,一点点普通的经验分享给大家:一是差异化标题,以真实情感开篇。二是输出干货,笔记内容扎实,挖掘价值点。三是科普结合现实,跳出浅层分享,往深度分析。四是用朴实的话语传递温暖坚定的能量,提升笔记质感。

## 历时3年,重达数斤,孩子为何还需要这套中国地理百科?

■张瑜(中国地图出版社集团有限公司编辑)

当重达数斤的《中国地理百科全书》样书摆在案头,指尖划过书页,一种难以言喻的自豪感油然而生。这不仅是一本图书的物理重量,更凝结着我们少儿图书编辑沉甸甸的心血与期许。在快节奏的碎片化阅读时代,我们希望它能化作一座精神灯塔,照亮当代青少年“读懂家乡,热爱祖国”的成长之路。

千锤百炼出精品 历时3年,从选题策划的图书定位,到311个主题内容的反复推敲,再到上百幅三维高精立体地图设计、数百个信息图表制作,350多个页面设计的精细打磨,我们编辑团队始终在回答一个问题:在信息触手可及的今天,孩子们为什么还需要这样一本大部头的中国地理百科?

策划之初,我们调研了市面上众多的地理类童书。我们发现,一些图书以话题为切入点,门类视角和时间尺度比较大,其内容专业性较强,门槛较高,青少年读起来有些枯燥。还有一些以中国地理为主题的套书,一般以地理分区来划分章节,从地形、气候、资源等角度对中国地理的内容进行了比较全面的介绍,但内容呈现方式比较传统,大多采用大段落文字描述和常规的图文串排形式,缺乏新意,难以激发青少年的阅读热情。在充分讨论的基础上,我们决定跳出传统框架,尝试一种全新的编排思路,以“全国总览”与“分省详解”的双维视角,从宏观的中国在世界的位置、自然环境、资源禀赋、发展成就,到34个省级行政区独特的自然地理、人文特色,构建一幅全景而立体的中国地理图谱。我们希望,当青少年翻开这本书,他们看

到的不再是枯燥的文字,而是一幅幅鲜活的祖国山河图谱,在“读懂家乡”的基础上,自然而然地“读懂中国”。

为精准呈现地理信息,我们邀请了地图制图专家与视觉设计师团队联手打造了100余幅三维立体地图和700余幅信息图表。这种方式不是简单的配图,而是对内容的深度解析与重构。将宏大的地理区域以三维立体效果呈现,让青少年一眼看尽大地肌理与山河空间格局;将大段文字陈述分解为信息图表,让青少年一眼看懂事物之间的核心关联。一张好图胜过千言万语。书中上千幅高清图,每一张都经过多次筛选。我们力求在科学严谨的前提下,展现极致的视觉冲击力。因为我们相信,只有当青少年被祖国山河的壮美所震撼时,那颗名为“热爱”的种子,才会真正在心中生根发芽。

立足传承绘山河 该书编撰中,我们特别注重挖掘34个省级行政区的人文地理特色:不仅告诉青少年“这里有什么”,更解释了“为什么有”。从黄土高原的窑洞到江南水乡的粉墙黛瓦,从西北的绿洲农业到东南沿海的经济繁荣,我们试图通过深度挖掘事物背后的地理原理与历史故事,展现山河风

貌与文明演进的紧密交织。这种“以地理为径的文明溯源”,旨在唤醒深植于中华民族血脉中的文化记忆。当青少年看到祖国广袤土地上的资源分布、看到交通网络的日新月异、看到生态保护取得的举世成就,他们会为国家发展更具象的感知。我们希望通过这本书,引导青少年将个人成长融入国家发展大局,让文化自信不再是空洞的口号,而是建立在对地理、中国成就深刻认知基础上的底气与自豪。

当前,青少年群体处于信息爆炸和价值观多元的复杂环境,正需要一套权威、系统、生动的国情读本,帮助他们深刻理解脚下这片土地的历史纵深与时代脉搏。《中国地理百科全书》以“多元一体”中华文化格局为理念,将新时代发展融入地理空间与人文叙事之中。它不仅普及知识,更是国家版图意识教育、国情发展认知、民族精神传承和爱国主义教育的核心载体。我们希望它能帮助广大青少年培养起系统的地理思维,学会用地理视角去解读世界、解读祖国。山河为证,岁月为名。读懂江河,读懂中国。

### 六一首推好书

六一国际儿童节即将到来,选一种书“种草”给家长和孩子,会选哪种?为什么?

### 海梦雪:“六一”是孩子们的节日,我会优先推荐趣味玩具书,让孩子感受阅读与玩乐的乐趣。

如《跑跑镇绘本碰撞表演剧场》礼盒,适合亲子共同阅读,孩子可以用故事演绎短剧、哼唱歌谣,互动体验感十足。若是偏爱交通工具类读物,尤斯伯恩的轨道发声书也很合适,既能学习消防车相关知识,了解消防救援故事,还能沉浸式模拟救援场景。

### 温婷:《鼓点里的中国·岭南醒狮》

这是第22届中国动漫金龙奖“解码中国”类获奖作品,围绕岭南文化瑰宝“醒狮”,将激荡人心的奇幻冒险、澎湃热血的少年成长与深邃悠远的本土文化交织融合,铺展出一幅独属于岭南大地的“奇境画卷”。

### 王莉娜:想给家长、小朋友种草军事儿童文学作家八路的新作《漫画版我是一个兵》

包括《少年特种兵》《少年装甲兵》《少年空降兵》《少年航空兵》4册。一本一个兵种,书里藏着很多硬核军事科普,每本书后还有幽默小剧场,购买套装还随机赠送陆海空军军事装备3D立体拼图。

### 胡瑞颖:《一个仙桃冲上天》

这是一本鼓励孩子勇敢想象,勇敢做自己,勇敢创造属于自己未来的故事:一颗普通的小桃子如愿飞到了宇宙中。希望孩子们也像这颗小桃子,不断如愿超越自己。

