

进击原创“99 童书”新帅孙玉虎上任

中国出版传媒商报讯 11月13日,由人民文学出版社、上海九久读书人共同主办的“进击原创——‘99童书’品牌推广会”在上海国际童书展举行。梅子涵、徐德霞、孙建江等知名出版人、作家、阅读推广人应邀出席活动。活动上,上海九久读书人总经理黄育海宣布,全国优秀儿童文学奖得主、资深童书编辑孙玉虎加盟九久读书人,担任副总编辑并执掌“99童书”大旗。孙玉虎是青年童书编辑中的佼佼者,2014年获“中国好编辑”称号。

孙玉虎介绍了九久读书人和“99童书”的品牌图书和出版理念。他表示,“99童书”将维护

(上接第1版)

大数据时代少儿出版再定义

渠道营销再定位

曾经的发行是以新华书店总发为主渠道,之后,各地的新华书店或以省或以地区,甚至以门店为单位可以独立进货。再之后,民营批发、零售、连锁销售渠道也发展壮大,成为重要的发行渠道。随着互联网的发展,当当、京东传统电商和以淘宝、天猫为代表的自营渠道发展壮大,社群电商、短视频平台等新零售渠道后来居上,销售渠道更加立体化、多元化、网络化。



接力社总编辑白冰向记者透露,近年该社销售渠道占比数据有较大变化。从发货码洋上看,近3年,B端客户(包括地面店、传统电商平台)的发货码洋占比从2018年的94.3%下降到85.3%;C端客户(包括社群抖音、天猫旗舰店)的发货码洋占比逐渐上升,从5.7%上升到14.7%。其中,地面店的发货码洋占比在持续下降,且受疫情影响,2020年下降幅度明显,从2018年45.1%下滑至2020年的23.8%。天猫经销商和自营店铺的发货码洋在持续上升,网上书店的码洋占比达到76.2%。2020年,当当的发货码洋占比(32%)已经超过了地面店(23.8%),成为发货码洋占比最高的渠道。

从销售收入上来看,近3年,B端客户的销售收入占比从91.4%缓慢下滑至82.4%,C端客户的销售收入占比从8.6%上升至17.6%,且趋势愈加明显。白冰表示,尽管实体书店销售收入持续下降,网络书店的销售收入却在持续上升。2020年,实体书店销售从2018年的49.5%下滑至17.4%。当当、天猫经销商的销售收入在接力社一般图书的销售收入占比中,已超过了实体书店的销售收入总额,占接力社一般图书销售收入的50%以上。其中,当当占比31.2%,天猫经销商占比22.7%。

事实上,接力社两年前就感觉到了大数据时代销售网络的变化,为了这一变化,强化线上营销,2018年底,社里对发行部进行改革,一分为三,发行一部负责实体书店,发行二部负责传统电商和社群电商,发行三部负责天猫旗舰店和天猫渠道。2020年,接力社又增设发行四部,将天猫渠道从发行三部中剥离出来,独立运营,旨在强化天猫渠道和天猫旗舰店的增长,以及强化发行三部的社群电商业务的增长。由于反应快、掉头快,在疫情之年,接力社一般图书发货码洋6.32亿,同比下降1.7%,但是一般图书净发实洋同比增长17.9%,销售收入同比增长13.8%。该社一般图书和教材教辅合计仍然有近10个亿的盘子。

二十一出版社集团线上销售起步较早,去年线上和线下的销售比是7:3,在疫情中实体渠道普遍受挫的情况下,该社受到的影响较小。记者获悉,该社今年迅速成立了网络营销小组,设置在发行公司,主要对接抖音、快手等短视频与直播平台,并积极联系网红大V,拓展线上宣传销售渠道和平台。二十一世纪出版社集团社长刘凯军提到他十分重视的微信小程序读者服务号,“营销和编辑人员入驻,实现随时随地回答读者提问,提供延伸知识服务,成为与读者沟通的桥梁,聚集粉丝的入口。”目前,已搭建运行4个项目,初步形成了网络营销矩阵,逐步释放出效应。

近年,四川少年儿童出版社也一直在积极探索线上营销推广模式,依靠线上平台来提升传播力,疏通渠道,寻求突破。截至目前,“四川少年儿童出版社”微信公号的关注数已超12万,最高阅读人次达1.8万以上。短视频营销如火如荼,今年4月川少社在抖音上开设了官方账号,尝试短视频营销,寻求线上新增流量。

新品发布厅

“美慧树英文版”探索情景化智能教育

中国出版传媒商报讯 2020年,秉承“儿童为本”的出版理念,华东师大出版社携手睿泰集团爱英语的全球顶尖教育资源,打造了基于中国传统文化浸润丰富情境的原创英语学习资源——“美慧树英文版”Wonderful Minds,在2020上海国际童书展上首发,推动优质教育资源“走出去”。

华东师范大学出版社董事长、社长王焰,华东师范大学出版社副社长龚海燕,睿泰集团董事长、总裁艾顺刚,华东师范大学教授周兢,宁波诺丁汉大学教育与英语系首席教授金立贤,英国华威大学应用语言学中心客座教授马丁等出席首发式。

曹文轩“人文大课堂”受孩子热捧

中国出版传媒商报讯 11月14日,明天出版社主办的“语文学习与人文素养提升——曹文轩‘人文大课堂’系列分享会”吸引了众多孩子的目光。“人文大课堂”丛书涵盖了多个领域,是曹文轩数十年的阅读记忆和价值认可,从千万文本中精挑细选而成,是人类思维之果中经得起反复咀嚼、富有营养的部分。“人文大课堂”主编曹文轩为在场的小读者们做了一

据川少社社长常青介绍,社里尝试了短视频创意:编辑荐书、小读者荐书、利用抖音“合拍”功能与KOL的视频互动、小科普、编辑答读者问等。“新号初建,困惑不少,我们遇到了账号冷启动的常见问题,比如内容风格和账号定位不明晰、粉丝增长缓慢等。”但她知道新账号有试错过程,经过一段时间摸索后,最终找到稳定的风格和定位,将官方账号定位于与儿童阅读相关的知识类账号。

最近该社还开通了小店,接下来将尝试销售转化。在川少社绘本新品牌“熊猫绘本馆”新品推广中,与山西文艺广播电台开发的小程序“欢乐配音秀”合作,推出“熊猫欢乐颂”绘本配音大赛,万余人参与。电商直播也成为该社日常工作。《漫话国宝》作者杜莹的直播销售转化率高达11%;与抖音达人“洪帮主”合作图书直播,单场销售实洋超30万元。

IP 孕育开发

IP化运作图书,以内容为抓手,以原始用户为基础,以满足用户多元化需求为目标,打通产业链,实现内容文化影响、社会影响的最大化,实现利润最大化。

近年,现象级IP“网红”小猪佩奇风靡国内。小猪佩奇从娱乐壹英国有限公司的幼儿动画片孕育出来,由安少社出版了“小猪佩奇双语故事纸板书”“小猪佩奇动画故事书”“小猪佩奇主题绘本”等多种图书,然后与知名大牌合作生产出生产出各式各样的衍生品,它的正版衍生品和授权已经超过800项。2016年,eOne公司在微信上推出小猪佩奇表情包,依托微信、微博、美拍、抖音等不同平台宣传推广,佩奇的形象在社交网络2周内下载量就超过100万次,累计发送总量达525万次。2020年小猪佩奇衍生品的零售额达到130亿元人民币。

此外,诸如宫西达也的恐龙IP,不仅出版了绘本,还与影视公司合作制作大电影,筹备实景舞台剧,授权有声版权和文具等周边衍生品。原创IP比如由常怡创作的《故宫里的大怪兽》正在与腾讯合作开发网络大电影。

“当出版完成了对内容版权的占有和控制,我们实际要做的就是实现内容版权的价值转化。”冯杰说。以往的版权输出绝大部分仅限于出版领域,版权的转化能力有限。近年,上少社的版权输出涉足影视、舞台剧、动画、音频、互联网教育、少儿科普主题馆、家纺以及日用品周边等。值得一提的是,2017年获得“五个工程”奖的长篇童话《布罗镇的邮递员》,2018年9月售出影视版权,2019年成立的蓝星人工作室已经成功售出两部影视版权,其中包括经典图书品牌《上下五千年》,两年不到时间,仅影视版权收入就超过百万元。

川少社在音频平台兴起初期便开始尝试合作。如与作家北猫一起,将《米小圈上学记》改编为同名广

华东师大社精心耕耘近十年打造了“美慧树优质教育资源”,让全国数千所幼儿园的孩子们在“美慧树下共赏美图美文,享受阅读带来的乐趣。”“美慧树”既是代表着当前国内较高水准的信息化幼儿园课程品牌,同时也是国内知名的原创儿童绘本阅读品牌。而睿泰集团爱英语拥有的稳健的E-learning学习技术、成熟的英语双师课堂解决方案,将使得“美慧树英文版”不仅助推师幼互动,让孩子们在情景化互动式的场景中享受英语学习的乐趣,更让原创英语绘本阅读在家在园都能有效利用、高质量地传递教育价值。

(林 致)

场精彩的阅读分享。曹文轩表示,他编著的“大语文”系列是从语文教学角度出发、与语文教科书相对接的,而要成为一个完整的、完美的、完善的人,只做到语文能力好还不够,还需要深厚的人文素养。曹文轩幽默地说,“人文大课堂”对他而言曾是“看到却没有飞进来的林子”,但在今年他终于“飞进来了”。现场慕名而来的小学生都争相索要曹文轩签名本。

(林 致)

和巩固好以托美·扬松姆咪故事全集为代表的引进板块,并继续追踪国际大奖作家和畅销书作家的最新作品。同时,“99童书”将进一步开拓和加强原创板块,目前已签下知名小说家荆歌、三届陈伯吹国际儿童文学奖得主顾抒、第一位入选统编版语文教材的90后作家慈琪的多部原创书稿,并签下了小学语文老师曹虹蚓的非虚构处女作《从憨憨到敢敢》。“99童书”还将在X板块探索原创童书的新玩法。在X板块中,孙玉虎重点介绍了特级教师周益民编著的“民间文学里的中国”系列,该系列是专为孩子编写的、从民间文学角度解读中国人精神密码的有趣尝试。未来,“99童书”还将创办一本MOOK,将儿童文学的相关热点以主题的形式集中呈现。

(林 致)

第五届《儿童文学》金近奖颁奖

中国出版传媒商报讯 11月12日,第五届《儿童文学》金近奖颁奖典礼在上虞区崧厦镇金近小学举行。本届《儿童文学》金近奖由中国儿童文学研究会副会长徐德霞、著名儿童文学研究专家汤锐、中国寓言文学研究会会长孙建江、北京师范大学文学院教授张国龙、太原师范学院文学院教授、儿童文学博士崔昕平等7位专家学者担任评委,在经过认真审读及慎重投票后,评委们从2018~2019两个年度内发表在《儿童文学》杂志上的500余篇原创作品中,评出了7篇小说、5篇童话、3篇散文、2首诗歌、1篇报告文学及2篇文学新苗作品,并从2000余幅插画、48个封面、50余位画手中,评出了最佳插画5幅、最佳封面1幅、最佳画手1名。

评委们以视频的形式表达了对获奖作品的高度认可,他们认为本届《儿童文学》金近奖质量齐整,尤其是小说题材丰富、表现手法多样,既具有历史的纵深感,又具有当下的时代感,体现了现实主义精神与儿童性相结合的美学趣味。本次金近奖评选出的童话类作品艺术品质同样上乘,不少作品积极探索童话的新境界,具有较强的实验性。

又讯 11月14日,上海国际童书展期间,中国少年儿童新闻出版总社有限公司(以下简称“中少总社”)打造了一场“古今经典汇聚 国际大奖加持——‘九神鹿绘本馆’少儿艺术启蒙秘钥沙龙”活动,著名绘本作家于大武携手新生代绘本作家周子源,以其代表作《一条大河》和《清明上河图 十三郎》为例,就少儿艺术启蒙的话题展开了深度的交流与分享。中少总社“九神鹿绘本馆”自2014年推出第一本绘本开始,平均每年以两三本的“慢”速度,现已成功出版了18本精品佳作,并陆续斩获多项国内外大奖。目前,为了更好地保护品牌发展,中少总社“九神鹿绘本馆”已成功注册了商标。

截至目前,“九神鹿绘本馆”旗下绘本的版权已输出至美国、乌克兰、马来西亚、印尼、尼泊尔、中国台湾、中国香港等地。该品牌当中,《一辆自行车》《高山流水》《十面埋伏》等版权输出美国后反响尤其不错。

沙龙上,两位艺术家分别以自己的作品为例,从少儿艺术启蒙的角度出发,同读者热情分享了应如何在绘本阅读中敲开艺术世界的大门,如何在绘本中感受并欣赏传统绘画的魅力等心得与方法。

(林 致)

“阳光姐姐明星故事” 倡导快乐阅读

中国出版传媒商报讯 11月14日,著名儿童文学作家伍美珍携“阳光姐姐明星故事”系列新书亮相上海国际童书展。活动现场,“阳光姐姐”伍美珍以“快乐学习,轻松写作”为主题,和小读者分享了自己阅读的趣事和写作的经验。她认为,爱读书比读什么书更重要,还提出,家长要给孩子阅读的空间和自由,保护他们的阅读兴趣,相信孩子通过阅读能够建立自己的阅读书单。孩子喜欢读什么就读什么,只有这样才能做到快乐阅读,进而培养阅读的习惯和兴趣。

据了解,该系列图书是伍美珍根据上海淘米动画有限公司的知名动画片《小花仙》《赛尔号》改编而成,书中精美的动画原彩插画带孩子绝伦精彩的视觉体验,丰富的阅读延伸栏目又能帮助孩子提升阅读能力、拓展知识面,让孩子在梦幻般的文学体验中迸发出丰富的想象力、非凡的智慧和超人的勇气。另悉,11月16日,“阳光姐姐”伍美珍赴上海市打虎山路第一小学开展了关于阅读与写作的精彩讲座。

(王 茜)

“剑桥英语百科分级阅读” 聚焦探索思考创新

中国出版传媒商报讯 11月14日,“剑桥英语百科分级阅读”新书发布会亮相上海国际童书展。活动以“面向未来的英语阅读:探索 思考 创新”为主题,由中国和平出版社主办,英国剑桥大学出版社、北京品众未来教育科技有限公司协办。

“剑桥英语百科分级阅读”是中国和平出版社与剑桥大学出版社首次合作的重量级产品,定位为科普百科类英语课外分级阅读用书。活动现场,该社长助理胡刚表示:“和平社一直致力于把世界上优质的阅读资源引进到中国,进一步对其进行开拓和研发,也因此出版了少儿英语和科普百科品类相结合的‘剑桥英语百科分级阅读’。希望热爱英语学习的读者能够喜欢,也希望优秀的版权人、阅读推广人、科技开发者联合起来,为孩子打造更多的精品力作。”

北京品众未来教育科技有限公司是“剑桥英语百科分级阅读”系列图书的重要引进参与方,其营销总监杨鱼亚在新书分享时介绍,该套图书是非虚构类英语阅读系列,分为3辑94册,涵盖自然现象、野生动物、科学实验、人体机能等话题,紧密契合英语课程标准中关于“人与自然”“人与社会”“人与自我”的主题;8个难度级别,适合小学中高年级至高中生阅读,是剑桥通用五级考试(MSE)备考用书;1200多分钟的音频,配套有相应的教师指导用书,全方位助力孩子掌握地道英语。

(林 致)