上海童书展将有哪些"热门"书?

■中国出版传媒商报记者 张聪聪 采写/整理

2024中国上海国际童书展来临,少儿出版机构将带去哪些"看家书"或重磅新品,哪些产品有望成为书展"热门"产品?

● 关 注

2024年进入尾声,产品打 造和销售拓展冲刺期,如何发力?

朱雁峰:这几年销售渠道日 益多元,每个渠道都有其优势。 天地社是一家综合性出版社,产 品类型丰富,我们会对每类产品 尽可能地精细化运作,一书一 策,分析不同产品线更适合以哪 类渠道为主要发力点。

例如,我们和新华翰墨联合 策划的年度重点书——郭德纲 《活得明白》即将上市。作者影 响力大,考虑到市场上其在销作 品较多,全面铺开销售渠道会分 流,难以做出爆款效应。我们选 择先在短视频平台推广,热度起 来后再全渠道放开。

少儿类重点品,比如《口袋 里的超级坦克》《小品一家人》 等,读者受众主要是小学生,小 学生自己买书的场景是学校附 近的校边店,我们就重点抓校 边店的铺货和陈列、促销,也会 通过作家进校园、阅读分享活 动等扩大影响力。而家长们给 孩子买书主要在平台电商,这 类IP项目在平台电商有搜索 词,我们也很看重平台电商的 推广。因此,这类少儿产品我 们采取"平台电商+实体店"为 主的推广策略。

2024年进入尾声,我们仍 然采取稳扎稳打的方式,站在每 本书都效益最大化的角度进行 渠道匹配。每本书的出版上市 都来之不易,背后是众人的辛苦 工作,我们不会急功近利,为了 所谓冲刺而做伤害到作品应有 的长久表现的促销手段。当然, "双11"和即将到来的"双12"、年 货节等时间节点,我们也相继开 展主题营销活动,给读者提供福 利产品,提升销量。

向丽萍:海豚传媒以25年 积累的国际优质童书资源为依 托,率先推出行业内首款阅读 机等智能硬件产品,以"内容+ 技术+硬件终端"的形式赋能 儿童智慧阅读与学习。

营销拓展上,我们围绕 "人、货、场"的重构,从生产者 主导到消费者主导,从商品到 服务全方位体验式消费的过 程,从线下到"线上线下"、店内 店外融合三方面帮助客户找到 新的行之有效的营销之道。

线下主要是会销和豚小蒙 儿童智慧阅读项目说明会,助力 客户构建智慧阅读的应用场景, 提供数智时代下的儿童阅读新 路径。线上主要是直播和伴学 营,聚焦当下孩子学习成长所 需问题,策划丰富多样的伴学 内容,引领家长提升科学育儿 理念,让更多孩子养成良好的 阅读习惯。

目前我们在湖南、江苏、山 东、河南、江西等地成功打造多 个样板项目,且正在快速复制 和裂变中,欢迎更多有志于儿 童教育的伙伴和我们一起开创 儿童智慧阅读新篇章。

朱丽君:渠道拓展方面,上 少社发行团队重点依托"十万 个为什么""上下五千年""三 毛"等品牌优势,根据线上线下 的不同需求来规划产品线,包 括定制、买书配有声书配课件、 图书与文创的捆绑销售等多种 形式来拓展销售渠道。

年底在"双11""双12"大促 期间,针对垂直电商、平台电商、 短视频电商各自不同的粉丝特 性来匹配营销资源,鼓励平台拼 服务、拼营销、拼私域,而不是拼

二十一世纪出版社集团

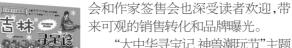
主题馆+互动游戏,"大中华寻宝系列"继续引爆

■二十一世纪出版社相关负责人

参展阵容及创意 今年,二十一 世纪出版社集团邀请孙家裕、彭学 军、杨鹏、彭懿等10余位嘉宾开展22 场图书活动。在3E06独立展位,特 别设置"大中华寻宝记神兽潮玩节" 主题馆,将开展有奖集章打卡、大中 华寻宝记主题游戏等活动。

"热门"书预测:"大中华寻宝系列"

"大中华寻宝系列"一定是书展上备受瞩 目的"热门"书之一,由该系列图书衍生的"大 中华寻宝记"IP文创产品也将在童书展集中 亮相。京鼎动漫打造、二十一世纪社出版的 "大中华寻宝系列"现已形成包括10大产品 板块,70多个图书品种、100余款文创的产品 矩阵,单本书印量最高超300万册,成为年销 千万册、年发货码洋过亿元的超级畅销图书 IP。今年8月,该系列首印100万册的新书 《吉林寻宝记》出版,在上海书展和南国书香 节一上架就售罄,"大中华寻宝记"阅读分享



"大中华寻宝记神兽潮玩节"主题 馆为专业观众和大众读者打造一个融入 IP元素、阅读服务和互动游戏的主题空 间,集中展示"大中华寻宝记"IP产品和 神兽形象,让观众能够深入了解IP,获 得丰富有趣的参展体验。

营销策划 二十一世纪社特别邀请漫 画家、"大中华寻宝系列"之父孙家裕来到 童书展,在11月16日开展"与'宁'相约,快 乐至'吉'——《大中华寻宝记》作者见面 会",孙家裕将分享创作故事,并剧透"大中 华寻宝记"新书进展。另外,活动还将发布 "顶呱呱"游学营的寒假旅程。

此外,还有3场针对"大中华寻宝系列" 不同产品板块的主题营销活动,编辑将分 享系列图书精彩内容,通过知识竞赛、有奖 问答等与读者积极互动。

天地出版社 主推少儿优质IP

唐

诗人

■朱雁峰(天地出版社社长助理兼营销管理中心总经理)

参展阵容及创意 今年,天地社 精选300余种优质童书参展。借鉴往 年参展经验,天地社将更加注重少儿 优质IP项目的展示与销售,采用更加 开放的展陈设计,营造浓厚书香氛 围。为增强读者的参与感和体验感, 天地社的展区将举办一系列丰富多 彩的互动活动,如"汪汪队儿童安全 救援知识大比拼""王蓝莓校园解压大作战" "大数据图解大唐诗人"等。

"热门"书预测:《大唐诗人信息图》

《大唐诗人信息图》今年6月一上市就 受到热烈追捧,3月4刷,一跃成为一匹销售 黑马。该书形式新颖、视角独到,其创意和 文本的独特性在图书市场中显得十分稀 缺。因此,吸引了渠道及市场的关注,比如 在"王芳好书节"上做新书首发,首发当天 就销售了6000余册,随后该书的定制版成

了王芳直播间的"长销品"。随后,天 地社的营销小伙伴也联系众多新媒 体达人、大V,在抖音、小红书、B站 掀起一波又一波的营销推广,接续有 力的营销节奏让这本书的销售更具

营销策划 小品一家人"系列是 成都原创动漫IP,天地社近期推出其 系列新作《小品一家人爆笑漫画之神龙再 现》,正是基于对市场需求的精准把握和对 优质内容的深耕打磨。11月16日在H1馆 舞台区,将举办别开生面的"小品一家人" 小学霸大闯关主题活动。活动分为"找不 同大闯关""脑筋急转弯大闯关""错别字大 闯关""成语大闯关"四个关卡。每个关卡8 道题,只要参与闯关的选手均可获得一份 "小品一家人"周边礼品。"小品一家人"的 主创人员,将为小朋友讲述背后故事。

海豚传媒

多元融合,创意赋能

■向丽萍(海豚传媒股份有限公司市场总监)

-

参展阵容及创意 海豚传媒-直是多元业务融合发展,本次书展四 大产品阵容齐上阵,包括海豚优质童 书,智能硬件产品——豚小蒙双语阅 读机、点读笔、熏听机、故事机、听力 宝,豚小蒙玩具,还有豚小蒙APP。

会上我们有个创意陈列:在展台 大门位置布置一整面卡墙,将豚小蒙SVIP 体验卡粘贴其上,读者跨入展位大门打卡 即可免费获得一张体验卡,该创意将"通往 知识的大门"具象化呈现,让大家能感受这 个全球教育资源集成的阅读APP。

另一个创意是在展会上搭建一个豚小 蒙儿童智慧阅读体验馆。该项目目前正在 全国范围推广,是我们重塑人、货、场营销模 式的一个样板。以海豚多品类、多场景、多 模态的智慧阅读产品生态,打造数字时代下 的儿童智慧阅读空间,赋能经销商从传统书



业向儿童智慧阅读新路径转型。

"热门"书预测:《中国山河游·全 景视觉大发现》

该书上市虽然才2个月,但日销 可达300+册。这套书中甄选全中国 28大美丽地域,展现唯美四季变幻, 足不出户就可探索感受祖国的自然

之美与文化之韵。这套书还有三大亮点: 契合当下的"文旅热",小朋友借助图书做 旅行攻略;藏匿400+视觉挑战和150+科普 知识点,激发孩子敏锐洞察力,培养专注 力;可点读,配套音源丰富。

营销策划 今年童书展,我们围绕《牛津 英语小飞鼠》《培生启明星英语分级阅读》两套 重磅英语读物策划了新书发布会,邀请牛津大 学出版社、培生集团和英语教育专家、KOL 等,共同探讨新教材下的英语学习突围,以及 更适合中国孩子的英语启蒙解决方案。

少年儿童出版社

让经典IP焕发新活力

365

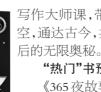
夜故事

■朱丽君(少年儿童出版社营销部副主任)

参展阵容及创意 上少社以经 典品牌365夜系列为主题,展位设计 到营销活动、文创产品都围绕这一主 题展开。《365夜故事》是上少社的超 级畅销书,总销量超700万册。秦文 君、戴萦袅、张慰军、杨筱艳等多位名 家将亮相童书展,带来15场图书分 享及签售活动。

由长篇童话《夜明桥上的小石狮》改 编的儿童舞台剧《嗨!小石狮》近期在马 兰花剧场连演8场,场场爆满,图书持续 热销中。原著作者杨紫汐将在童书展和 大家分享创作心得。上少社文创品牌 "小园地"将亮相书展,带来第一批文创 产品。

本次书展,上少社还为大家带来创意



写作大师课,带领小记者们穿越时 空,通达古今,共同探索创意写作背

"热门"书预测:《365 夜故事》

《365夜故事》是上少社经典IP, 今年"365夜"系列全新改版和升级, 包括《365 夜故事》《365 夜儿歌》《365 夜谜语》。这套适合3~8岁儿童亲子阅读的

故事集,从古今中外的世界文学名篇中精 选适宜当代孩子阅读的内容,还精选了老 舍、圣野、陈伯吹、任大霖、金波、张之路等 名家的经典作品。

营销策划 儿童文学作家周锐、郑春华 将亲临现场为《365夜故事》新书发布助 阵。"上少小记者"将朗诵书中的儿歌和故 事。读者现场还能买到主题文创产品。

接力出版社

童书创作黄金组合彭懿、田宇新书亮相

参展阵容及创意 今年,接力社将 携千余种精品图书亮相,还将邀请艾 曼纽尔·玛丽、宝拉、彭懿、阿甲、雷欧 幻像、聂峻、田宇、吴淼、段张取艺等20 余位儿童文学作家、画家、出版人、阅 读推广人莅临现场,开展10余场活动。

"热门"书预测:《右脚那只球鞋逃 走了》

继《老奶奶捡到了十二只小老虎猫》之 后,童书创作黄金组合彭懿、田宇带来全新图 像故事书"呜里哇啦叔叔"系列第二册《右脚 那只球鞋逃走了》。该书故事荒诞、幽默又充

满人生的隐喻,图画松弛、夸张,同时充满丰



富的细节和彩蛋,出走的背后,是渴望 被看见、被理解的心。

营销策划"娃娃龙原创图画书系 列"是接力社自2012年开始策划的原创 图画书品牌,已出版94种图书,发行287 万册,发货码洋1.31亿。"彭懿图画书系 列"是"娃娃龙原创图画书系列"的重要 组成部分,其中24种由彭懿创作,累计

发货册数超过100万册。11月16日,"幽默的 智慧——彭懿图画书系列分享会"将在童书展 H1 馆舞台区举办,分享会前,还将在接力社展 位活动区举办"彭懿图画书系列"粉丝签售会, 彭懿和田宇将携新书与读者见面。

小猛犸童书

自建直播间助力重点品推广

■温 婷(电子工业出版社少儿出版分社社长)

参展阵容及创意 本届童书展 小猛犸精选200多个新品重点品展示。 "热门"书预测: "DK儿童数学分级

阅读" "DK儿童数学分级阅读"是DK

首套进入中国市场的儿童数学分级产

品。全套6个系列对标国内小学全阶

段的数学学习内容,具体分系列涵盖 不同年龄段数学知识点。多种解决数学问题的 实际方法,能够让孩子们对数学概念和原理有 全面和适应性理解,使得孩子们更容易将知识

应用于不同的场景,而不依赖记忆或死记硬背。 营销策划 围绕"DK儿童数学分级阅



读",我们专门建立了小猛犸童书分 级阅读抖音直播间,进行重点推广。 小猛犸分级阅读直播间的组建参考 了专业的渠道平台,目前直播团队有 1~2个专业主播、1个助播和1个选品 人员。在直播间的组建上,电子社始 终坚信"用专业的人做专业的事",除

了聘请专业的主播和助播人员之外,

在选品方面,则由"DK儿童数学分级阅读"的 营销编辑、策划编辑和美术编辑共同参与其 中,团队还有专门的辅助人员进行流量监测 等工作。现在小猛犸分级阅读直播间日均销 售码洋1万元,最高日销售码洋可达10万元。

江苏凤凰少年儿童出版社

关注AI科技与儿童生活的连接

■江苏凤凰少年儿童出版社相关负责人

"热门"书预测:《极地穿梭》

本届童书展,苏少社最新推出黄蓓 佳全新原创科幻小说《极地穿梭》,将当 下儿童生活与AI科技巧妙结合,作家 通过巧妙的设定,在充分书写儿童现实 生活的基础上,开创性地加载了一个奇 幻的世界,让作品形成一种"当下一远 方"的巧妙对应。接下来的寒假研学活

动中,我们将积极与机构联系,争取跨界合作, 还将举办首发式和试读分享活动。此外, 苏少 社还重点推出原创儿童科普绘本"文化中国•神 兽的秘密"系列。

营销策划 中国少儿原创科幻系列小说"恐 龙人",巧妙融入量子技术、合成生物学、人工智能等



童书展,创意写作教授将与"恐龙人"系列作 者麦然,探讨中华优秀传统文化对少儿科幻 创作的滋养与激发。同时,将举办智利出版 社的版权输出和舞台剧改编的签约仪式。 引进版"音乐启蒙绘本"系列共5

元素,构建起神秘独特的恐龙人世界。本届

册,让绘画与故事变成看得见的"音 乐",给孩子"听"懂图画、"看"懂音乐

的艺术启蒙。思路文化CEO、中意出版文化 协会副主席王韶华将分享意大利音乐绘本的 创作故事,全国阿卡贝拉推广工作坊讲师、上 海音乐家协会会员朵拉老师将带领小朋友读 "音乐启蒙绘本"、玩音乐,用音乐的方式来读 书,创作属于自己的绘本主题歌。

明天出版社

汇聚多位作家的"初心之作"

■孟丽丽(明天出版社少儿文学图书出版中心主任)

"热门"书预测:"初心文丛"

"初心文丛"是明天社2024年 重点打造的经典原创儿童文学系列 图书。该系列选取中国原创儿童文 学领域中最具影响力、号召力和创 造力的老中青三代作家最初开始文 学创作时的作品,成规模、成系列地

推出;所选作品创作的时间跨度从上世纪八九 十年代直至新世纪儿童文学的黄金10年期 间,力求为读者呈现出中国原创儿童文学事业 生生不息的力量,立体再现改革开放40多年 来中国原创儿童文学承前启后、弦歌不断、薪



火相传的发展历程。

目前,"初心文丛"已出版张之 路《丢失的影子》、黄蓓佳《小戏 迷》、沈石溪《母狼白莎》、常新港 《鱼一样生活》等12部作品。"最初 的文学理想、心中的童年光芒"是 我们为这套书提炼的宣传语,这套

书收入多位作家的"初心之作",既承载作者 对儿童文学创作的最初的质朴理解,也体现 着他们对童年生命的真诚尊重。"初心文丛" 是一个开放书系,也是一次一路芬芳的文学

关注新时代科学教育之新

■郭小平(乐乐趣品牌部总监)

参展阵容及创意 今年上海国际 童书展,乐乐趣将参与"童游寻宝集" 打卡活动、插画师生存角大师分享课 等,也将带来《小猪佩奇自然拼读分 级绘本》《米吴科学漫画》《莉莉兰的 小虫虫》《橡树林的故事》《侃侃闪闪 的科学大冒险》等新书,举办12场新 书发布会及故事分享会等活动。我 们还有幸邀请乐乐趣绘本立体书《我的情绪 小怪兽》作者安娜·耶纳斯,到中国与读者 们见面。

"热门"书预测:《米吴科学漫画》

《米吴科学漫画》自上市以来受到了很



多小读者的好评,出版1年半以来,前 16册销量已经突破400万册。这套追 剧式的系列科普漫画图书,创作团队 用精彩的冒险、推理故事包裹课本中 的科学知识,知识点紧贴《义务教育科 学课程标准》,很好地链接了课堂内外 的科学教育,启蒙物理、化学、生物、地 理等学科。

营销策划 在童书展主舞台区,以《米吴科 学漫画》为核心,乐乐趣将举办"AI时代如何提 升孩子的科学素养——米吴科学论坛暨米吴新 书发布会"。多位嘉宾将就相关议题结合自身 阅历,畅谈新时代科学教育的新特点和新方向。