

(上接第10版)

《米吴趣味百科·生物卷》(12册) 发货码洋超1240万

■梁姿敏(新世纪出版社科普读物出版中心主任)

2025年1-6月,卖得最好的新书

《米吴趣味百科·生物卷》(12册)
定价:24.80元(册);297.60元(套)
出版社(策划方):新世纪出版社
出版日期:2025年3月



图书销量:发行量:50万册(上半年),发货码洋:超1240万。

一句话总结这是一本什么书?这是一套专为4-8岁孩子设计,紧密贴合义务教育课标知识体系,以四格漫画形式呈现的儿童科普读物,用爆笑漫画解锁硬核科普,让孩子在笑声中爱上科学探索的生物启蒙百科!

这本书是怎么卖起来的?

截至2024年12月,科普自媒体账号“这不科学啊”的全网粉丝数已突破6000万人次,视频累计播放量超过300亿次,具有较高的优质内容,以及极高的粉丝黏性和忠诚度,通过以科学实验为核心的短视频内容分享科学知识,幽默风趣的科普形式得到了众多青少年及其家长的关注和喜爱,具有广泛的粉丝基础和影响力,已出版“米吴科学漫画·奇妙万象篇”系列,销量已突破700万册。“米吴”作为核心人物已成为现象级童书IP,米吴趣味百科作为该系列的Q版形象,天然承接了主IP流量,降低市场的认知成本。产品矩阵构建IP生态闭环,多形态产品线相互引流,主系列涵盖了“米吴科学漫画·奇妙万象篇”“米吴科学大冒险·地理篇”“米吴趣味百科·生物卷”,每个套系聚焦不同场景,持续刺激复购,书中内容交叉联动,加速曝光。

脑洞大开的动物生活场景,结合Q萌画风,用搞笑场景降低思考压力,内容设计更贴合儿童心理需求,跟着“米吴”一起生物闯关大冒险串

联各个不同种类的生物,搭配“游戏化益智”属性,随书附赠生物卡牌为每个生物标注“攻击值”+“防御值”,并搭配生物闯关小徽章,让孩子边玩边看。衍生品开发持续放大IP价值,除去随书附赠生物贴纸、卡牌之外,套盒还附赠有明信片、动物身份证、动物亚克力砖等赠品,增强互动性,通过孩子之间的口碑裂变+场景渗透,增加社交属性,实现“内容+体验”的转化。

“探索生物,体验科学”米吴趣味科学秀已走访了潮州、新塘、番禺、广州、南京、无锡、苏州、海门、上海、厦门等28座城市,完成130场科学秀,累计覆盖学生超40万人,通过进校园活动、书店亲子互动、图书馆演出等形式,搭配液氮、干冰、酸碱指示剂等科学实验用品,将神奇的科学实验现象直观地展示给孩子们,也将“米吴科学”中可爱的IP动物形象以及背后有趣的科学知识带去孩子们的身边,深受孩子们的喜爱。

通过“图书+文创”双线驱动模式,构建“知识消费+场景体验”的立体化运营体系,实现IP价值的深度释放。内容需“去功利化”,将知识嵌入娱乐,比直接说教更有效;IP需“生态化”,单一图书形态难持续,需通过短视频、活动等构建体验闭环;用户需“参与化”,让孩子从读者变“传播者”,才是低成本增长的关键。我们也希望这次的成功案例可以进一步提炼经验,形成一条可复制化的路径,建立优质的科普漫画图书品牌。

“IP类图书”前景看好

■郭剑楠(天天出版社知识读物中心编辑)

今年上半年,天天出版社销量比较突出的是《只此青绿·艺术设定集》和《傲德来了:数学思维世界》两种。前者作为一本舞台剧艺术类书籍,销量已过万,后者是数学漫画类,目前销量已经超过5万套、25万册。

这两种图书都属于“IP类图书”,也是天天出版社从去年年底到上半年重点开发的两种新品。在目前出版领域低迷的市场环境下,新书很难突出重围,而IP类图书因为自身有一定的受众积累,不管是跨领域还是同领域,可以在出版物上市之际先收获一部分消费者的认可,取得第一波销量。

《只此青绿》舞剧已经火遍大江南北,成为中国现代舞剧的标志性符号。除了精彩绝伦的舞台演绎,本剧还有大量的剧照、舞台设计、剧本设计等内容,尤其是剧照,将诗意的舞台定格,传递出东方美学的独特美感。编辑团队用大量时间进行物料整理与版式设计,最终为此舞剧的爱好者们打造出了精美的设定集,也收获了众多读者和观众的好评。

《傲德来了:数学思维世界》又是另一种情况,本书的作者已经是一位数学名师,学生遍布全国,自身在新媒体平台已经拥有了一大批粉丝,属于个人类的IP。《数学思维世界》套书顺应当下“用漫画讲知识”的趋势,将枯燥的数学理论改编为穿越时空的科幻数学故事,一上市就备受傲德老师学生家长们的追捧。

所以不管是文化类IP还是个人类IP,这两种书都是天天出版社跨领域选题的新尝试,实践也证明在如今不甚景气的环境下,利用现有的成熟消费群体进行跨领域IP出版物开发是一条可行之路。

《只此青绿·艺术设定集》本身具有IP独特性,我们拥有剧照、剧本、舞台设计手稿等素材的独家出



版资源,因此本书的设计初衷就是将全面的舞剧背后故事献给观众。除了丰富的内容之外,我们补充了《只此青绿》舞剧年表拉页,在版式设计上让数据更具有艺术性。

《傲德来了:数学思维世界》乍一看与市面上的漫画书很像,在几乎已经饱和的漫画类书籍领域,我们用清晰的年龄定位和高效的阅读体验作为亮点进行打磨,力求让读者摆脱“看书做题”的旧套路,而是“看书领悟思维”,真正让漫画书发挥自身优势助力小读者的学科知识掌握。

《只此青绿·艺术设定集》我们将营销重点放在3位优秀的主演老师身上,随书附赠主演老师亲笔签名明信片,同时在举办新书发布会时邀请主演分享演艺心得。线下活动一度一票难求,本书也获得了读者的认证好评。

《傲德来了:数学思维世界》上市伊始,我们与傲德老师在图书库房举办了多场专场直播,预售第一天销量就突破了1万套。直播活动结束后,我们又邀请傲德老师进行全国图书巡讲,在各地书城举行读者见面会,线下活动场场爆满,帮助本套图书持续畅销。

在当前的市场环境下,出版社在选题开发和营销重点选择上需要更加谨慎和精准。在读者很难“信任新书”的情况下,经典类和大IP类的图书往往能拥有更稳定的市场反馈。而为了让精心准备的新书获得市场曝光,营销需要集中力气进行尽可能多的曝光,尤其是线上的持续发力至关重要。

《教育家精神:伟大心灵的时代回响》 上市3个月销售5万余册

■尹紫薇(上海教育出版社发行部主任)

2025年1-6月,卖得最好的新书

《教育家精神:伟大心灵的时代回响》
定价:65.00元
出版社(策划方):上海教育出版社美文工作室
出版日期:2025年1月



图书销量:2025年2月17日上市,截至当前,销售5.7万册。

一句话总结这是一本什么书?这是一本以教育家精神之光,树立新时代教师精神标杆,唱响立德树人教师之歌,照亮新时代教师前行道路,引领普通教师以平凡成就不凡的时代之书。

这本书是怎么卖起来的?

《教育家精神》一书于今年2月17日首发,截至6月已实现5.7万册销量,得此佳绩离不开多部门、多渠道的共同努力。

这本书是在2024年中共中央、国务院《关于弘扬教育家精神加强新时代高素质专业化教师队伍建设的意见》颁布后,紧跟国家政策要求与时代刚需,结合“教育家精神”全国巡回宣讲的热点和当前市场上阐释、解读、践行教育家精神理念及实操指导类图书空白契机,美文工作室主动策划。当代教育名家成尚荣先生多年潜心研究教育家群像的成果,形成“理论建构+实践指导+专家解读”的内容创作闭环体系,涵盖:教育家精神如何落地、如何用教育家精神重塑课堂、如何成为“教育家型教师”,给一线教师群体以抓手的同时给予职业精神的情感共鸣,实现从“理念传播”到“行动指南”的价值跨越。

专家领航、名师矩阵共筑高地。本书作者成尚荣先生是江苏省教育科学研究院研究员,教育部基础教育课程改革指导组专家、中小学教材审查专家,明远教育书院学术委员会委员,香港中文大学(深圳)当代教育研究所高级研究员。首发当日,邀请了数十位权威名家、教育学者及全国各地一线教育名师,以“名家推荐”“阅读感悟笔记”形式进行矩阵式推荐,形成“专家引领+一线呼应”的传播势

能,迅速在教师群体中建立起强有力的护城河。

“编、营、发”全链路互通渗透。本书上市后,前后合计发布14篇原创推文、22条短视频,当天全网浏览量快速过万,1周内围绕新书的阅读量破百万,全面搭建全媒体传播网,集中投放各大主流媒体、销售平台,起到聚合效应,形成“图文解读+短视频场景化”的传播组合拳,短时间内引爆传播声量。

与此同时,由编辑策划发起的“教师享读会”第16期共读活动、《中国教育报》“给老师的读书会”第22期共读会、“弘扬教育家精神——照亮教师生命自觉”主题研讨会等主题研讨及教师培训活动持续开展,将活动生态搭建嵌入教师专业发展的学习场景,成为该书销售拉动的强有力助推势能。

发行部精准承接营销传播声浪与编辑策划活动,以多维度推广渠道实现内容价值的最大化传播。线上严格控价,由专业控价公司每日监控全平台价格,用规范化管理手段为线下创造更优环境与拓展机遇。线下深度渗透浙江、福建、云南、广西、广东、深圳、湖北、湖南、重庆、山东、辽宁、内蒙古、甘肃等新华发行集团,并进入重点图书、教师书单推荐征订;一线业务更下沉至三明、漳州、湛江、无锡、泰州、宜兴等地级市及县级市,通过教育局、教师发展中心牵头组织教师共读活动,激发教师自发购买图书;并联动馆配商与教师读物地推商,形成B端推广、C端消费的双向拉动。

一本畅销书的成功并非偶然,而是“内容+定位+营销”的系统工程。精练的内容(适读性)+精准的选题(时代共鸣)+强力的推广(多渠道曝光)构成了核心路径,三者驱动形成新书破圈的关键密钥,才能在图书红海中开辟出自己的专属航道。

《屁屁侦探》 新书上市销量破10万套

■刘亚萍(北京蒲蒲兰营业部部长)

2025年1-6月,卖得最好的新书

《屁屁侦探 招财猫落到了谁手上?》《屁屁侦探 屁屁侦探恋爱了?》
定价:35.00元(册)
出版社(策划方):三环出版社(蒲蒲兰绘本馆)
出版日期:2025年1月



图书销量:超过10万套。

一句话总结这是一本什么书?亚洲超人气童书IP屁屁侦探,一上新就霸占当当、京东等电商平台新书榜及畅销榜。独特且极具魅力的角色加上趣味爆笑的侦探故事,并巧妙融合穿插走迷宫、找不同、找屁屁等益智游戏,让这套书成为数十万个儿童痴迷的床头书。

这本书是怎么卖起来的?

品牌与IP基础:蒲蒲兰本身在绘本领域具有较高的知名度和良好的口碑,出版的绘本质量有保障,渠道发行和营销也较为成熟。屁屁侦探系列此前已推出绘本版,且原书在日本销量超千万,屁屁侦探形象还进入了动画领域,如日本NHK播出的屁屁侦探动画,进一步提升了IP的知名度和影响力,这些都为桥梁版的销售奠定了品牌基础;精准定位:2019年,蒲蒲兰调研市场,期望针对4-7岁儿童推出“桥梁书”,填补从绘本到文字书的过渡需求。为此,2021年蒲蒲兰引进《屁屁侦探》桥梁版,在中国销量达数十万册,赢得了超高人气。装帧与定价也十分考究,精装的设计便于多

次翻页,合理的价格也符合当下家长的图书消费区间。

全渠道精准营销组合。线上引爆:新书两册依然延续前9册的营销思路,通过母婴KOL(如“丹妈读童书”等)深度种草,小红书笔记强调“侦探故事+思维训练”双重价值;除了私域引爆,蒲蒲兰也将流量的长线承接给了当当、京东等电商平台。这些网站里屁屁侦探相关书籍的销量和评论数量都相当可观。长线的优良口碑,让这套书长年霸占电商平台畅销榜,且新书也因为热度而24小时攀升新书榜第一。

线下联动:在全国蒲蒲兰合作绘本馆设置主题展台,故事会,提高新书曝光率;并携手西西弗书店,在各大商场以小型解谜活动与大人偶见面,展开超百人亲子活动,大范围曝光IP;社群裂变:通过直播间抽奖、新书赠送等打卡活动,带动家长自发传播,提高社群复购率。

附加增值与长尾运营。特别推出限量版屁屁侦探作业本,新的促销形式赋予新书新的附加服务价值;2025年与线下西西弗书店共同合作开发“屁屁侦探解谜活动”,进一步拓展IP商业场景。

重点关注

《中国科技之魂 江河筑梦 潘家铮》新书发布会举办

中国出版传媒商报讯 近日,英大传媒集团中国电力出版社在京举行《中国科技之魂 江河筑梦 潘家铮》新书发布会,进一步弘扬科学家精神,持续激发创造活力。中国编辑学会会长郝振省,英大传媒集团董事长、党委书记孙盛鹏,该书作者、山西省作家协会副主席鲁顺民,潘家铮院士原秘书李永立等出席发布会。

2024年中宣部主题出版重点出版物《中国科技之魂 江河筑梦 潘家铮》是一部反映我国水电行业杰出科学家潘家铮院士的传记体著作,旨在深切缅怀潘家铮院士对我国水电事业作出的巨大贡献,传播潘家铮院士的科学家精神、崇高品质和浓厚家国情怀。

郝振省讲述了“中国科技之魂”丛书策划初衷及出版历程。他表示,“中国科技之魂”丛书系统介绍了我国各领域泰斗级科学家,充分展现了中国共产党人的精神谱系,以形成新时代背景下可传承、发扬并鼓舞人心的精神力量。希望中国电力出版社以本书的出版为契机,继续推出精品力作,在服务国家电力事业高质量发展和传播电力知识等方面作出新贡献。

孙盛鹏在致辞中表示,英大传媒集团高度重视《中国科技之魂 江河筑梦 潘家铮》的编辑出版工作,组建高效率专业团队,邀请高水平作者加盟,联络全行业收集资料,高质量策划创作。中国电力出版社将全力出版好、发行好、推广好这本重磅传记,总结经验成果,培育专业队伍,赓续电力精神,传承电力文化,为建设能源强国和科技强国贡献力量。

“写这本书时,我始终心怀敬畏。”该书作者鲁顺民分享了创作心路。在写作过程中,他查阅了大量文献,走访了众多资料提供者,从中真切感受到潘家铮院士严谨的治学精神和对科学技术孜孜不倦的探索精神。(林致)

“一本读书会·北京站” 首场开讲暨联合书店· 紫荆文化阅读馆开幕

中国出版传媒商报讯 值香港回归祖国纪念日前夕,香港联合出版集团旗下“一本读书会·北京站”首场读书会正式开讲,“联合书店·紫荆文化阅读馆”同步揭幕。

活动以一段“京港悦读·文润亦城”回顾视频拉开序幕,以影像为桥,将京港两地在阅读推广中的点滴记忆串联,为现场铺陈出温暖的“文化前奏”。

“在数字化阅读盛行的今天,我们依然坚信,纸质书籍的温度,书店空间的感染力,以及人与人之间因阅读产生的情感共鸣,是不可替代的。”香港联合出版集团副董事长兼总裁李济平在致辞中强调。作为香港综合性出版传媒集团,集团旗下出版社和文化机构扎根香港超过110年,致力于推广阅读、服务社会,“一本读书会”受到社会各界欢迎。联合书店·紫荆文化阅读馆是集团践行“以文化人,以书立社”宗旨的重要举措。期待通过“一本读书会”北京站与阅读馆,深化京港文化交流,让阅读成为连接不同读者的纽带,营造“以书会友”的精神家园。

经开区作为科技创新高地,正积极推动“科文融合”,打造“书香亦城”品牌。北京经开区宣传部副部长闫英指出,联合书店·紫荆文化阅读馆的落地,是京港全民阅读合作的标志性成果,更是两地人文精神的双向奔赴。“我们期待与香港联合出版集团携手,将紫荆文化阅读馆打造为京港文化交融的示范地,希望这间承载着港风气息的书店,成为两地人文精神的交汇点,未来更能成为京港青年心灵共振的新的起点。”(林致)

“千手观音”邵丽华 《妈妈的日记》 新书全国首发

中国出版传媒商报讯 6月21日,由中国外文局海豚出版社主办的《妈妈的日记》全国新书首发会在北京国谊宾馆隆重举行。《妈妈的日记》由著名艺术家邵丽华倾情创作,活动现场汇聚了来自多个领域的重要嘉宾,共同见证这部融合艺术与教育的亲子力作问世。

中国残疾人艺术团团长邵丽华曾以《千手观音》的经典演绎家喻户晓。在此次新书发布会现场,邵丽华深情分享创作心路:那些浸润着家人温情的珍贵时光,舞蹈艺术生涯向母亲角色的优雅蜕变,以及与爱子步步在岁月中相互理解、共同成长点滴,都被一一化作书中真挚的文字。这些源于生活的真实记录,不仅是她对育儿经验的真诚分享,更饱含着对生命的深刻感悟。邵丽华表示,书籍是特殊家庭融入社会生活的桥梁,能够通过自己的文字为更多家庭带来温暖与力量,让她倍感欣慰与自豪。(林致)