

产经视线

为进入蓝海的出版单位撑好船

——看数传集团如何打造出版行业抖音生态

□本报记者 张君成 李婧璇 见习记者 商小舟

近几年,兴趣电商迅速崛起,成为用户娱乐信息消费的主要根据地,当中最有代表性的当数抖音。据《2022抖音电商图书消费数据报告》显示,49%的消费者首次在抖音购买图书,成年后的“00后”成了在抖音买书的主力军,占据52%。

面对这片蓝海,不少出版单位跃跃欲试,有的单位也做出了亮眼的成绩,但更多的出版单位受到资源和理念的限制,在抖音的运用上举步维艰。为了帮助出版社在抖音开辟“根据地”,从今年上半年开始,武汉理工数字传播工程有限公司(数传集团)从现代纸书体系出发,提出了“出版行业抖音生态建设解决方案”。近日,数传集团执行总裁施其明在接受《中国新闻出版广电报》记者采访时表示,数传集团正在帮助出版社全面布局抖音,形成品牌建设、用户沉淀和产品销售的三大闭环,最终形成一个良性生态,为行业助力。

做到“授人以渔”,让出版社掌握抖音核心运营方法

对于出版单位来说,兴趣电商可以说是一个全新的领域。在施其明看来,出版社既没有专业的人员团队,也没有前期的实践经验,完全跟不上这样的快节奏。相关数据显示,截至2023年2月,入驻抖音的出版社已经超过300家,但在已经开通抖音账号的出版社中,粉丝数量、作品数量、点赞数量和作品质量都比较高的优质账号凤毛麟角。

数传集团推出了“出版行业抖音生态

建设解决方案”。该方案显示,数传集团从前期深度调研入手,为出版社出具详细的调研报告,基于团队、图书品类、销售渠道及未来预期对出版社的抖音生态建设进行详细规划,帮助出版社搭建属于自己的抖音团队,并进行抖音运营的基础设施建设,如指导硬件设备采购、设计直播间布景等。“同时,我们还为出版社提供抖音全流程的数据分析,为出版社实时追踪内容流量、互动成交等关键指标,帮助他们掌握短视频以及直播的数据分析方法与优化逻辑。”施其明补充道。

值得一提的是,该方案最核心理念就是“授人以渔”。施其明告诉记者,通过指导,出版社将掌握抖音核心运营方法,并拥有自己成熟的团队,能够独立自主地展开抖音运营,而帮助出版社搭建起成熟的项目团队后,数传集团就会逐渐退居幕后。“我们希望通过自己的专业能力,真正教会出版社核心技能,帮助他们培养复合型人才,建立一支属于自己的‘抖音生力军’。”施其明说道。

做好流量转化,为社内品牌建设注入更多生命力

互联网时代,流量是绕不开的话题。抖音门类众多,出版单位如何在流量沉淀上下功夫?对此,数传集团通过“现代纸书”上的智能二维码与出版社的抖音主页关联,借助纸书庞大的发行体系,将线下的“书粉”导流至线上,成为抖音主页的私域粉丝。“产品销售则是最后一环,我

们围绕‘人、货、场’三项核心关键点,针对每个出版社不同的基因,从人(直播团队的组建、主播、嘉宾的人设打造等)到货(销售货品的遴选、爆品的包装等)再到场(直播设备、直播场地的搭建等),形成了完整的服务链条,帮助出版社搭建起优质的项目团队,创造出优异的带货业绩。”施其明说。

获得流量是第一步,如何留住流量是第二步,这一步也尤为关键。对此,数传集团用品牌建设做了答案。施其明表示,在品牌建设方面,数传集团立足于对不同出版社专业特色与品牌定位的深度认知,结合对目标用户群的精准分析,从设计风格、内容题材、活动策划、上架商品等多方面切入。例如今年6月,数传集团与某出版社展开合作后,帮助他们搭建了自己的抖音团队,对图书产品进行了有针对性的推广策略,产品曝光量突破了千万级别,后台粉丝量飞速增长,转化销售金额达到32万元。今年7月,产品销售额更是突破了148万元,实现了172%的增长。

“总的来说,我们打造出具有出版社鲜明个性特征的抖音主页,在账号中充分传递出每个出版社的品牌价值主张,为社内品牌建设注入更多生命力与能量。”施其明说。

好生态有好未来,让出版单位在抖音生态中如鱼得水

当下抖音生态百花齐放,一些新的

玩法层出不穷,不少都可以成为赋能出版行业的新路径。对此,施其明表示,“出版行业抖音生态建设解决方案”还会有进一步发展,他们将根据出版社的不同特点来进行针对性的筹划设计,帮助出版社充分发挥自身优势,在抖音生态建设中如鱼得水。

如其核心产品 RAYS 出版融合云平台中,集聚了海量优质的在线课程,这些在线课程与纸质图书内容深度匹配,为图书做了很好的延展,也充分地契合了读者的深度知识服务需求。下一步,他们将整合这些优质的在线课程资源,放在出版社的抖音直播间进行售卖,当用户购买了这些在线课程之后,出版社将附赠整套图书,以增加用户购买图书的兴趣,反向带动纸质图书的销量。

此外,数传集团还将为出版社策划落地相关阅读活动,以丰富多彩的阅读活动为桥梁,建立起出版社与读者亲密接触的机会。如数传集团联合山东教育出版社、山东省教科院、山东教育电视台等机构联合打造了面向山东全省的青少年儿童阅读活动。在为期76天的活动中,实现了300多万的用户流量沉淀,依托这些用户流量,共销售图书2万多册,销售码洋74万元。

施其明表示:“我们在出版社的抖音主页同步进行活动展示,追踪活动全流程,引爆相关话题,吸引线下读者走入线上,实现流量沉淀,最终达到了流量变现,也实现了生态创新。”

时讯

电影《吾爱敦煌》展现和弘扬莫高精神

本报讯 (记者田野)记者11月15日从甘肃省电影局获悉,电影故事片《吾爱敦煌》自11月17日起将在全国公映。

该片以“文物保护杰出贡献者”国家荣誉称号获得者、敦煌研究院名誉院长樊锦诗以及“时代楷模”敦煌研究院文物保护利用群体的先进事迹为题材,不仅展现了世界文化遗产莫高窟文化艺术瑰宝,更弘扬了敦煌文化守护者“坚守大漠,甘于奉献,勇于担当,开拓进取”的莫高精神。

据介绍,《吾爱敦煌》以常书鸿、段文杰、李云鹤等为主要生活原型,以樊锦诗为主要人物,生动展现了一代代莫高窟人赍续接力,保护敦煌文物、潜心石窟考古研究,弘扬敦煌文化、创新构建“数字敦煌”的感人故事。

该片由四川、甘肃、江西、福建、江苏等五省省委宣传部和峨眉电影集团、甘肃风行影视文化有限公司、敦煌研究院联合摄制,峨眉电影集团、甘肃风行影视公司等出品。

《深圳:中国式未来》探讨深圳创新之道

本报讯 (记者范燕莹)中译出版社日前在深圳大学城图书馆举办了“深圳式创新与中国现代化”研讨会暨《深圳:中国式未来》新书发布会。

作者弗兰克·泽林在书面致辞中表示,深圳作为中国崛起的典型代表,凭借其独特的综合优势,已发展成为世界创新实验室及新的硅谷。在交通、建筑、可持续发展等方面,深圳为世界树立了典范,证明世界经济重心正逐渐向亚洲转移,而中国在这股潮流中发挥着引领作用。

专家们认为,该书具有全球视野、未来视角、独特的选点、显微镜式的观察、客观理性的态度和一手资料。作者用身临其境、直达现场的方式研究深圳,使得这本书具有很高的可信度。

专家研讨文学随笔集《一种模仿的精神生活》

本报讯 (记者李婧璇)由北京市文联、北京师范大学主办的“文学京彩季——北京作家2023精品研推工程第二期”近日在京举行。本次活动主要以《一种模仿的精神生活》为研讨对象,20余位学者、评论家、作家参会。

《一种模仿的精神生活》是杨庆祥最新的文学随笔集。杨庆祥在书中讲述了自己在国内外的所见所闻,书中既有异国他乡的风土人情,又有令人难以忘怀的自然之美。

在北京十月文艺出版社总编辑韩敬群看来,杨庆祥是一个时代精神生活非常敏锐的观察者,也是一个时代精神非常锐利的批判者。在某种意义上,他所思考的问题对于广大当代青年具有鲜明的标志性指向。

方正电子12个项目斩获王选新闻科学技术奖

本报讯 (记者李子木)“王选新闻科学技术奖”颁奖大会近日在海南海口举办。北京北大方正电子有限公司承建或参与建设的12个项目分别获得2023年王选新闻科学技术奖一、二、三等奖。

12个获奖项目包括福建日报社融媒体平台、襄阳日报融媒体宣传指挥调度平台、黑龙江日报报业集团媒体超融合平台建设项目等。

在主旨演讲环节,方正电子融媒体产品部总经理林存水认为,和以往技术革命不同,“告别铅与火、告别纸与笔”更重要和本质的革命是提高生产力和生产效率,而融媒技术革命是创造内容产品的新形态、新传播、新业态、新流程,是一场自我革命。

林存水介绍了全媒体采编、移动新媒体、音视频技术、融媒体云平台、数据和智能化技术在媒体深度融合中的支撑作用,并介绍了方正电子人工智能能力。

浙江卫视《奔跑吧·生态篇》18日开播

本报讯 (记者杨雯)户外真人秀《奔跑吧·生态篇》将于11月18日起每周六20:20在浙江卫视播出,并于20:50上线Z视介。

《奔跑吧·生态篇》围绕“生态”主题,把人与自然、人与社会和谐共生、全面发展作为核心表达,有机融合趣味性与公益性,为内容注入更多价值能量。

据悉,本季节目将走进祖国生态文明建设中的代表地区,邂逅杭州非遗,于西湖孤山上的西泠印社探索传统金石文化中蕴含的生态智慧;跑进云南昆明,见证滇池鸟类生物多样性之美。节目还将发起“奔跑吧,守护候鸟公益活动”等一系列活动。



徐慧/视觉中国

芒果四平台首次联合举办招商会

五大类180余档(部)精品内容集中发布

本报讯 (记者李国生)11月11日,湖南卫视、芒果TV、金鹰卡通与小芒电商组成的芒果四平台以“‘驷马难追’芒果和TA的朋友们建群大会”为主题首次联合举办招商会,现场发布芒果重点综艺100余档,重点电视剧80部以及动画、纪录片、晚会等内容。

湖南广播影视集团(湖南广播电视台)总经理、台长、总编辑龚政文围绕“新生态、新价值、新内容、新玩法”4个方面的“驷马要追”阐述时说,在新生态上,芒果四平台四剑合璧,是湖南广电

的核心资源;在新价值上,湖南广电要做价值型媒体,充分彰显新闻价值、宣传价值、社会价值、市场价值;在新内容上,芒果四平台要始终保持内容生产的大规模、高门槛、强创新;在新玩法上,未来四平台要以文化与科技的深度融合、主流媒体与社会力量的深度激荡、内容与商业的深度绑定、四平台商业模式的深度开发为重点,通过多屏联动、多域营销、多元融合,与新老朋友共同成长。

据介绍,2024年,芒果音综、竞演、迷综、情感、亲子等五大赛道持续发

力,《声声不息》《时光音乐会》《披荆斩棘》《乘风2024》《大侦探》《再见爱人》《爸爸当家》《花儿与少年》《全员加速中》《中餐厅》等王牌IP蓄势待发。《歌手2024》“国际版”也将在阔别3年后重磅回归。芒果将重点推出“艺人IP全链路新综艺”,包括0713成员自创自制的“朋综”《快乐老友记》,呈现优质男演员与朋友们真实生活场景的《小熊花园》,为科技达人设置全屋智能生活美学体验的《林中小屋》,热门剧集男女主极致富险旅行综艺《人生至少有一次》,以及主打朋

友间反差感的《你没事吧》等。竞演综艺板块,芒果将推出长短短视频结合的创新真人秀《中国村花》、全女性街舞生存竞技真人秀《舞蹈狂花》,以及青年动作演员成长秀《来者何人》等。

招商会现场,中视同成、獭獭文化共同参与发布“大片联创计划”的首部作品《水龙吟》。华策集团发布即将与芒果深度合作推出《国色芳华》《都是好时光》等大剧。《欢乐家长群》《另一种蓝》《我们的翻译官》《好团圆》等剧组主创演员也来到现场宣介。

电影《好像也没那么热血沸腾》创作研讨会举行

本报讯 (记者杨雯)由中国文联电影艺术中心主办的电影《好像也没那么热血沸腾》创作研讨会日前在京举行。

《好像也没那么热血沸腾》是2023年国庆档上映的喜剧片,影片讲述了大学篮球教练魏国铮机缘巧合执教心智障碍青少年(以下简称“心青年”)篮球队,与球员们在日复一日的磨合中建立起情感的羁绊,真正理解了运动的意义,而“心青年”球员们则感受到了关爱与尊重,获得了生活的勇气。

中央文史馆馆员仲呈祥说,以往作品多表现健全人对残障人士的照料,而《好像也没那么热血沸腾》做到平视残障人士,健全人反被“心青年”关爱,形象地

展示了我国的残疾人保障制度和关爱服务体系,表现了中国式现代化建设的成就,展现了新时代中华民族的精神风貌。

中国电影家协会副主席、中国文艺评论家协会副主席尹鸿认为,该影片为带有公益色彩的影片提供了崭新的创作思路,大胆将体育片特色、喜剧片优势与公益话题相结合,传达出一种新的公益理念,传递了对待残障人士的新的认知态度,形成了更好的大众传播效应。

中国电影制片人协会副理事长周建东表示,该影片大胆采用了喜剧形式与体育题材、残障题材相结合,取得了良好的效果,尤其在创作上不依赖政府社会扶持,而是走向市场且得到了观众和市场认可,

这种探索 and 创作态度尤为难得。

中国文艺评论家协会副主席、北京师范大学文艺学研究中心主任王一川认为,该影片剧作内容环环相扣,成功实现了对双重题旨的演绎,表面上是教练让“心青年”体会到了奋斗的乐趣,但更重要的是“心青年”让教练领悟了快乐人生的价值。对于广大观众而言,这种“反向暗示”格外具有心灵治愈的效果。

中国文联电影艺术中心常务副主任宋智勤认为,该影片从残障人士参与篮球竞技的主线出发,探讨了人生面对困难应该秉持什么样的态度这一难题,创作者们用强烈的现实关切、深刻的伦理思考、较好的类型定位,呈现出这部佳作。