

好书也得靠“吆喝”——

一个图书编辑的“带货直播”

文化焦点



的图书编辑侯文斐(左图)和同事一起,亲自上阵,直播卖书。

图书编辑亲自上阵卖书

“3月25日,予非姐姐将在当当网和当当网天猫旗舰店同步线上直播,和小读者以及家人们互动,畅聊与阅读有关的话题,讨论提高阅读效率的妙招,分享大作家的经典名作。抓住开学前的宝贵时间,为孩子找到优秀的课外阅读书籍吧!”

当山东教育出版社的微信公众号发出这则预告消息时,予非姐姐侯文斐和同事们既轻松又紧张。轻松的是,心中期待已久的事总算落地了。紧张的是,她以前最多只是作为阅读推广活动的主持人和孩子们进行过现场互动,开播后有没有人来?忘词怎么办?弹幕怎么回应?可供筹备的时间并不太多。25日14:00,在山东教育出版社办公楼的一间会议室里,连上平台,打好光,直播正式开始了。

“《梁晓声童话》是著名作家、第十届茅盾文学奖获得者梁晓声先生首次创作的一套儿童文学作品。”

“少年海子因养鸽子体味到了前所未有的惦念、喜悦,却因意外丢失鸽子倍感烦恼和悲伤,怎样找回心爱的鸽子?《有鸽子的夏天》是一本有关成长的小说,曾获得2019年度中国版协30本好书,2019年度桂冠童书儿童文学类。”

一段段介绍过来,侯文斐还不时刷一下弹幕回应观众的提问。

“我是主讲。我自己参与编辑的书介绍起来比较熟悉,另外几套书,相关的图书编辑都提前准备了大量的资料,并且同事们都在直播间‘坐镇’,给我吃了‘定心丸’,万一直播中我忘词或者忘记介绍一些要点,他们也只好现场提醒我。”侯文斐说,出版社负责与当当网联系的同事也在现场。

“可以说,我们临时拉起了一个直播团队。”侯文斐说。由于之前对于直播选品比较上心,准备相对充分,再加上推荐的图书都比较适合家

长和孩子购买,推荐精准,因此首场直播收效不错:一个小时左右的直播中,有1万多个ID登录观看,观众根据侯文斐的推荐点击加购,购买的“引流”数据也非常不错。

“要知道,我们这场直播是在周三下午两点进行的,并不是直播的黄金时间。能取得这样的成绩,当当网营销部门都认为非常难得。”

直播拉近了和读者的距离

“第一次在卖场做直播,挺有压力的。”在侯文斐看来,做直播对图书编辑来说无疑是挑战。由于不是专业人员,侯文斐提前观摩了淘宝的网红主播们是怎么做直播的,发现他们和自己不同:网红主播们都有固定的粉丝群,所以娓娓道来维持住粉丝就好了。但自己第一次上阵,总体上就要比较“激情”一些,和平时埋头伏案的编辑工作相比,风格上还是挺“分裂”的。

平时在策划图书推广活动时,侯文斐由于形象好,毕业于播音主持专业,经常被出版社“推”出来做主持人,但她觉得这和直播是两码事。现场做活动,针对的是少年儿童,用孩子的语言,语速也慢。但在卖场做线上直播,语速一定要快,要有一定的煽动性,有激情。

“我学过播音主持,知道镜头很挑人,会把一个人的精神状态从100分拉低到30分,所以直播过程中我真的像打了鸡血一样,一个多小时的直播结束后整个人都累惨了。”

同事们提前准备了大量的文字资料,提供给侯文斐,她根据资料准备了一个发言提纲,自己私下排练过好几次。“我重点介绍图书内容,与读者的互动不多,毕竟在这方面的经验很少,也不是强项。”

整场直播的观看总人数超过1万人,对于这个数据,侯文斐认为非常好。“文化类直播的受众较美妆、服饰等行业而言会小一些,但对于爱书人而言是有需求的。以前大家是通过图书简介来了解一本书,会比较局限和片面,如今直播这种形式拉近了读者和书本的距离,拉近了读者和幕后作者,编辑的距离,对于图书传播而言

是有利的。”

早有想法,疫情期间发现更有必要

为何想到“直播售书”?侯文斐说,这是整个出版社策划的结果。线上购物很火,实体书店在夹缝中生存,这次疫情更加助推了线上购物的火爆,出版社一直尝试拥抱这种新方式。而疫情期间,通过线上直播为图书销售“引流”,对于出版社和实体书店来说,都不失为一种自救。

恰好,山东教育出版社营销人员在与当当网联系的过程中得知有直播活动,双方一拍即合,3月25日的直播水到渠成。出版社还把一间大会议室腾出来用作了直播场地。

“加强新产品的推介发布,开展专题营销,场景营销;强化网络营销渠道建设,加大网络营销力度,联合当当、京东等平台做好预售及直播,山东教育出版社早就有这样的打算,但疫情确实让我们的脚步加快了,感到更有必要了。”山东教育出版社社长刘东杰说。

山东教育出版社共有10个编辑室,但并不是每个编辑室策划的图书都适合“直播”的方式。刘东杰介绍,教材、教辅类图书,学术类、教育理论类图书,这些图书就不适合线上直播。“适合直播带货的书,首先必须是面向市场的书,我们认为主要受众是家长和孩子,这样的图书比较容易在直播间‘引流’。”

刘东杰认为,读书不仅是获得知识,精美的装帧、文字语言的熏陶,印刷质量、选纸对视觉的影响……这些都应该是家长考虑的要素。通过直播,能把一本书更丰富的内容展现给读者。

不过,刘东杰也认为,对于图书编辑线上直播带货这种销售新模式,更多的应该是积极尝试。虽然图书编辑平时更多的是和作者、书本、文字打交道,欠缺直播的专业经验,但需要有转型的魄力和试错的勇气。

3月29日,应当网邀请,山东教育出版社还将进行第二场直播卖书,侯文斐笑着说,这一次,她一定吸取第一次直播的“教训”,第一时间打开“美颜”镜头。

“孔子旅游使者”计划全新上线 跟着小麒麟 “云游”孔子家乡



□记者 于国鸣 报道

本报济南讯 2020年全球新冠肺炎疫情给世界旅游业带来重创。疫情暂时阻碍了我们游览世界的脚步,但阻挡不了我们终将走向远方的决心。山东省文化和旅游厅与孔子学院总部合作,在网络孔子学院慕课平台开设了关于孔子家乡曲阜和啤酒之都青岛的慕课课程。这些慕课课程以动漫形象“小麒麟云游中华”为主题,让全球在家学习中文的海外学生,以云游览的方式深入了解山东文化和旅游。

山东省文化和旅游厅还将面向全球中国文化爱好者招募20000名孔子旅游使者,让更多的人通过了解孔子的家乡山东,了解中国;从爱上山东开始,爱上中国。

今年,山东省文化和旅游厅将借助“汉语桥世界中文大赛”这一具有世界影响力的中外文化友好沟通桥梁,充分利用其移动端官方APP“汉语桥俱乐部”以及汉语桥官方网站,介绍山东省文化旅游资源。全球近千万在线汉语学习者可以通过汉语桥俱乐部官方APP、网络孔子学院官方网站以及全球孔子学院慕课平台,线上学习山东文旅知识、普及文章和视频课程,了解中国文化,感受魅力山东,为“做客”山东作准备。山东省文化和旅游厅为海外广大汉语学习者和中国文化爱好者打开了一扇“云游魅力山东,乐享中华文化”之窗;也为即将正式开启的孔子旅游使者招募做好了充分准备。

电视剧行业有序复工复产

抗疫脱贫为今年重点题材

据新华社北京电 象山影视城、上海影视乐园、横店影视城相继开园,长三角国际影视中心项目年中将开工;上海约50%影视企业复工;浙江17个剧组开拍,3个剧组正取景;江苏42家主要影视企业90%以上有限复工;首都广播电视节目制作业协会155家会员单位90%以上有限复工……

受疫情影响沉寂数月的电视剧行业,正在有序推进复工复产。广电总局电视剧司司长高长力27日透露,因电视剧生产制作分工较细、链条较长,剧组工作聚集性、流动性较强,部分地方从业人员自由流动仍未恢复,创作生产活动尚未完全恢复;今年电视剧创作扶持的重点是抗击疫情和脱贫攻坚题材。

为推动广播电视行业有序复工复产,广电总局3月13日印发通知,推出了争取资金支持、开展网上服务、跟踪重点项目、鼓励主题创作、调整节展举办等12条措施。电视剧司已召开在线会议,推动抗击疫情题材时代报告剧《在一起》、脱贫攻坚主题时代报告剧《脱贫难》、庆祝建党100周年系列单元剧《我们的新时代》以及“一带一路”主题电视剧的创作。

其中,《在一起》计划筹拍20集,每2集1个独立故事,由一位编剧和一位导演主创,均由真人真事改编。《脱贫难》计划筹拍20集,采用纪实风格,围绕脱贫“十大难点”反映扶贫政策取得实效的艰难过程,讴歌290万扶贫干部的奉献精神。《我们的新时代》初步设计由6个短剧组成,每个短剧6至8集,主要讲述青年党员的故事。

另据介绍,各地主管部门也推出措施推动电视剧复工复产。北京、上海江苏等地加强重点创作跟踪指导,建立台账管理机制;浙江局梳理出数十个“三重大”题材电视剧并加强组织实施;江苏局制订“剧美江苏”电视剧3年行动计划,并计划联合省文联举办首届“电视剧剧本创意大赛”;广东等地积极挖掘先进典型事迹,策划抗击疫情主题剧目创作。

都市爱情剧《爱情的开关》

3月30日开播



□记者 陈巨惠 报道

本报讯 由杨玄执导,熊梓淇、赖雨濛、董力领衔主演的都市解压爱情剧《爱情的开关》将于3月30日起,每周一至周三晚在湖南卫视“青春进行时”剧场播出。

该剧改编自作者匪我思存同名小说,主要讲述了周衍照与周小萌青梅竹马,后接连遭遇家庭变故,彼此误会伤害,几经波折与考验,两人终重归于好的爱情故事。剧中,熊梓淇饰演的总裁周衍照面冷心热,是一位立志独自打拼,绝不依靠父亲的“创二代”;赖雨濛饰演的周小萌是一位至纯至善,即使遭遇母亲车祸、好友背叛等重创,依旧不改初心,始终善良的少女;董力饰演的富少蒋泽虽桀骜不驯,却明辨是非,正义感强烈甚至不惜与父亲为敌;还有职场精英孙凌希,她的人生轨迹完美诠释了“小人物”崛起后都市逐流的现实百态。

□ 本报记者 赵琳

提到直播,许多人第一时间想到的是时尚主播在镜头前介绍各种化妆品、服装、食品等。近日,记者发现,山东一些出版社尝试“直播卖书”的售书模式,出版社的图书编辑亲自上阵,在网络直播间推介图书,为疫情之后的图书市场博眼球、拉人气。

3月25日下午,山东教育出版社进行了一场一个多小时的网络直播,基础教育读物编辑室

“潍武不屈 我在潍坊祝福武汉”
 清 郑板桥晴窗墨兰图

“潍武不屈 武汉加油”
 清 彩粉祥云纹 李琴瓶

“潍武不屈 我在潍坊祝福武汉”
 清 青花珊瑚红描金 云纹纹李琴瓶

“瓶”安是福
 山河相望千里远,何妨手足心连心。
 “潍”武不屈终将胜,“瓶”安福满又人间。

涅槃重生
 百鸟之中凤为王,涅槃重生乃赤凰。牡丹独占花中魁,历经沧桑色彩香。悠悠岁月中华章,从来多难兴国邦。今看英雄浴战火,空手托起天下康。

没有任何添加剂,传承两次传统发酵工艺,8小时“出炉”。做饼就是做良心,要想饼好吃,就不能掺一点假,也不能偷一点懒

乳山喜饼:吃的就是这个“老味道”

非遗传承

□ 本报记者 彭辉
 本报通讯员 王嘉



和面、揉面、压面、发酵……3月28日凌晨两点多钟,乳山喜饼代表性非遗传承人于彬就已经在工作间里忙活赶制喜饼。

“客户都认我家饼的味道,一年四季就没有闲的时候。”有20多年制作乳山喜饼经验的于彬说,做饼就是做良心,要想饼好吃,就不能掺一点假,也不能偷一点懒。

寓意团圆美满的传统美食

“抬新娘,送新娘,俯首弄眉理红妆。揭开喜盒相大礼,首饰喜饼一箩筐。”这首在胶东口口相传的民谣,不仅重现了乳山人传统婚嫁的场景,也生动阐述了乳山喜饼的饮食文化。随着时代的变迁,旧时婚俗多已消失,但在乳山,结婚时制作并分发喜饼的风俗一直保留到了现在。

乳山喜饼最早用于婚嫁喜事,而且多为女家准备,因此也常被称作“媳妇饼”。因外形大而圆,乳山喜饼象征着团圆美满,有厚度代表着

左图:于彬将烙熟的饼从锅中取出。

右图:顾客在于彬店里扫描喜饼包装上的二维码。

好,洞房饼也叫体己饼,专门给新郎新娘吃。跑街饼则是赠给亲朋好友和街坊邻居的。

2011年12月,乳山喜饼的制作技艺入选了威海市非物质文化遗产代表性项目名录。如今,乳山喜饼已经成为了一种美好精神寓意的传统民俗食品。孩子出生、考试中榜、生日庆典、亲戚走动等喜庆活动都要烙制大喜饼。

“虽然周边地区也做喜饼,但都比乳山喜饼小得多。”于彬说,很早以前粮食产量低,麦子面粉金贵,谁家喜饼烙得大会得到亲友的赞扬。乳

山人淳朴豪爽,热情好客,喜主们为博得好名声,便把喜饼做得非常大。

网上订单不断 8成以上是省外客户

眼下,各行各业正有序复工复产,于彬的生意也是一天比一天好。“客户基本都是回头客,北京、天津、河北还有新疆的,8成以上都是省外客户。”于彬说,虽然受疫情影响,很多新人都推迟了婚期,大宗喜饼的订单也基本排到了五一之后,但每天他微信上的订单还是源源不断。

说话间,于彬掰开了一个刚出锅的喜饼,递过来:“乳山喜饼趁热吃有绵和香的口感,凉透了吃又是脆和甜的特殊风味。”又因使用的发酵引子不同,制作过程中的发酵时间、馅料添加、火候把握等环节上各家各有一套,乳山喜饼是一家一个味,一次一个味。

但在于彬眼中,他始终坚守着“做饼就是做良心”的信念,喜饼不添加任何添加剂,传承两次传统发酵工艺,8小时“出炉”。“其实,用4个小时也能做出喜饼,但为什么我要用8个小时呢,因为两次发酵做出的喜饼有发酵的香味,醇香气大,而不是添加剂发酵出来的那种香味,一次发酵时间短,没有发酵的香味,就给乳山喜饼打了大大的折扣。”于彬说,虽然时间长,但是保留了乳山喜饼的口味,吃的就是这个“老味道”。