

# 传统文化启蒙读物的出版实践与创新

## ——宋代词人传记美绘本策划

黄政

四川少年儿童出版社，四川 成都 210000

DOI: 10.61369/SDME.2025220046

**摘 要：** 在全球化与数字化背景下，传统文化启蒙读物面临传播方式与接受效果的双重挑战。本文以“宋代词人传记美绘本”系列为例，从市场定位、内容架构、视觉设计及营销策略等方面，系统探讨面向少儿的传统文化读物出版创新路径。该系列以“靖康之耻”为历史节点，通过陆游、辛弃疾、李清照三位词人的生平叙事，融合文学、历史与人格教育，构建“历史—生平—作品”三维一体的内容体系。出版实践表明，该系列不仅有效填补了9–14岁年龄段国学读物的市场空白，还通过多媒介联动与场景化营销实现了良好的社会效益与经济效益，为儿童人文类图书的出版提供了可复制的范式。

**关 键 词：** 儿童出版；传统文化启蒙；宋代词人；传记绘本；出版创新；市场策略

### Publication Practice and Innovation of Traditional Culture Enlightenment Readings — Planning of Picture Book Biographies of Song Dynasty Poets

Huang Zheng

Sichuan Juvenile and Children's Publishing House, Chengdu, Sichuan 210000

**Abstract：** In the context of globalization and digitalization, traditional cultural enlightenment books face dual challenges in terms of dissemination methods and reception effectiveness. Taking the "Illustrated Biographies of Ci Poets from the Song Dynasty" series as an example, this paper systematically explores innovative approaches to publishing traditional cultural books for children, focusing on market positioning, content structure, visual design, and marketing strategies. Centered on the historical milestone of the "Jingkang Incident," the series narrates the life stories of three ci poets—Lu You, Xin Qiji, and Li Qingzhao—integrating literature, history, and character education to construct a trinity framework of "history—life—works." Publishing practices demonstrate that the series not only effectively fills the market gap for traditional Chinese learning books targeting the 9–14 age group but also achieves significant social and economic benefits through multi-media synergy and scenario-based marketing, providing a replicable paradigm for the publication of children's humanities books.

**Keywords：** children's publishing; traditional culture enlightenment; Song Dynasty poets; biographical picture books; publication innovation; market strategy

## 引言

在全球化与数字化的双重冲击下，中国传统文化的赓续传承面临前所未有的挑战。作为少儿出版从业者，不得不思考一个现实命题：如何将厚重的历史转化为儿童喜闻乐见的精神食粮。

最近，由四川少年儿童出版社推出的“给孩子看的宋代词人传记美绘本”系列（《给孩子看的陆游传》《给孩子看的辛弃疾传》《给孩子看的李清照传》），正是对这一命题的深度回应。本系列以“靖康之变”为历史锚点，通过三位词人的人生轨迹，构建起理解宋文化的立体坐标系。

本文将从策划理念到市场实践，系统剖析这套图书的出版逻辑与创新价值。

## 一、市场洞察：填补空白的战略定位

### （一）少儿国学读物的结构性缺失

市场调研显示，面向少儿的国学读物存在明显断层：低龄段以《三字经》等蒙学读物为主；青少年段则直接跳入原文典籍。9-14岁群体缺乏衔接性读本，尤其缺少将“文学、历史与人格教育”有机融合的文本。

现有名人传记则呈现两极化倾向：或简化成故事集，缺失历史深度；或照搬成人学术体例，可读性薄弱。

据开卷数据，2024年国学启蒙类童书在9-14岁年龄段呈现两大特征：一是家长购买决策中“教材关联性”占比达73%（其中词人题材缺口率42%）；二是儿童自主选择时“插画吸引力”权重占68%。

这一发现让我萌生了做一套既关联教材、又可以延展阅读，且能满足小孩子“读图”愿望的图书，以“课标诗词延展阅读+创作者生平讲解+历史时代背景介绍”作为三核设计的策划初衷。

### （二）课程改革与家庭教育的双重需求

初衷既定，接下来便是选定历史年代和诗词名家。电影《长安三万里》的上映，带来了唐代诗人热。电影《满江红》的上映，让孩子们对宋朝的历史产生了浓厚兴趣。在反复调研和斟酌的基础上，我把历史上著名的“靖康之变”作为切入点，选取了三个与该时间节点有密切关联的宋代词坛顶流陆游、辛弃疾和李清照。

部编版语文教材中，陆游作品入选12首，李清照作品入选8首，辛弃疾作品入选10首。这三为名家在学生群体中的知晓度仅次于李白、杜甫和苏东坡。很多教师反映，学生们对于“位卑未敢忘忧国”“欲说还休”等词句的理解，因缺乏对作者生平和历史背景的完整了解，认知只流于浅层表面。

另外，某视频平台的数据显示，与古诗词相关的视频年播放量达178亿次，说明不仅是家长对情境化学习资源需求迫切，而且学生在其成长过程中，也对与诗词相关的延展知识有极大兴趣。

### （三）文化消费升级的启示

随着近年来央视《中华诗词大会》《经典咏流传》等节目的播出，陆游、辛弃疾和李清照及其作品，越来越频繁地进入大众视野。陈彼得在《经典咏流传》节目中演唱辛弃疾的《青玉案·元夕》上了热搜，也从另一个侧面印证现在的孩子对“英雄叙事”、“文人风骨”和“家国情怀”的天然共情。而李清照在社交媒体的“破圈效应”，更凸显公众对多元化历史角色的期待<sup>[1]</sup>。

## 二、策划定位：生平、历史和作品“三角支撑”的内容架构

### （一）历史语境的重构

这套书以发生在公元1127年的“靖康之变”为轴心，将三人命运编织成理解宋代的历史网络：“靖康之变”发生时，李清照年逾不惑，陆游才刚刚两岁，而辛弃疾则在“靖康之变”发生十三年后才出生。他们三人的命运，都跟“靖康之变”有斩不断的关系。

李清照在战乱中失去了丈夫、与父母遥隔，半生漂泊，终身

孤老；陆游还在蹒跚学步时就跟着家人躲避战乱，亲眼目睹了国破家亡的惨剧；辛弃疾虽然出生在金人占领区，但自幼受家庭熏陶，立志要赶走金人，光复国土。当他成年后，更是义无反顾地聚众起义，抗击金兵，尔后率队投奔南宋朝廷。

讲清楚了他们三人的生平，就讲清楚了那段历史，也定会帮助孩子们更好地读懂他们的作品。这种设计使孩子们在“对比阅读中形成历史全景认知”，理解个人命运与时代变革的深刻联系。

### （二）人格教育的具象化

作为人物传记，最忌讳的就是“神化”或“符号化”倾向，我在策划这套书时，不断查阅资料，搜寻典籍，与文字作者探讨这三位宋代词坛顶流的多维度人格，梳理出创作时需要紧扣的关键词<sup>[2]</sup>。

比如陆游的多维度人格：他既是天才少年，又是痴情男儿；既是刺虎勇士，也是柔情父亲。再如辛弃疾，他少年成名，“气吞万里如虎”，但人生的高光时刻异常短暂。他能文能武，有理论，重实践，成绩斐然却屡遭弹劾，仕途坎坷。

只有把他们当成一个个活生生的人去看待、去观照，甚至与他们易地而处，站在他们的角度去思考，才能写出生动立体的他们，才能让孩子们在阅读时感知到他们的鲜活。

## 三、内容创作：史学根基与儿童视角的融合

### （一）作者选择的决定性作用

这套书我最终邀请曾荣获“冰心儿童文学奖”“四川省五个一工程奖”“全国畅销书奖”等奖项得主陈磊老师担纲主笔。他人生阅历丰富，有二十多年的儿童文学创作经验，且跨界当过影视编剧，他对文字的精准把控力是我很认可的。

因为我知道，要胜任这套书的写作，必须在写作时实现三重平衡：首先是史料的严谨性。目前参考书籍虽多，但良莠不齐，需要作者反复查阅考证；其次是材料的取舍度。这三位名人经历丰富，要对他们漫长的人生中进行取舍，截取与主题有关、与塑造人物有关、与重大历史事件有关、与不同时期代表作有关的点面来讲；再有就是读者的预设感<sup>[3]</sup>。这套书的读者主要是孩子，所以在写作时要进行读者预设感思考，也就是说每写一段话，都要考虑到是否适合这个年龄段的读者？他们是否理解？如果不理解，需要作些什么补充解释？是否可以换一种更好的表达方式？

经过与陈磊老师的多次探讨、试稿，我们最终一致同意采用“类评书”的叙事风格来写这套书。所谓“类评书”风格是我的定义，就是用有别于精要准确严谨的书面用语，而是偏向口语化，适当带点幽默的叙事方式。

### （二）诗词解读的场景化创新

在这套书的创作过程中，我们刻意打破传统“原诗+注释+译文”的固定模式，将诗词与叙事有机地融合在一起，讲述诗人在什么样的环境里、目睹了怎样的景象、或者处于何种心态之下，创作了哪一首有名的诗词，其中涉及到哪些典故？又有哪些流传千古的句子，等等<sup>[4]</sup>。

这种“环境+处境+心态”的“三维解读框架”更能满足孩子们的阅读需求，既能拓展他们的知识，也能帮助他们理解诗词的深刻含义。

## 四、视觉艺术：古典美学的当代表达

### （一）插画风格的范式创新

“好马配好鞍”，好文自然也需要好图与之匹配，才能相得益彰。经过反复试稿，我最终邀请毕业于美院插画专业的青年画家李蓉为这套书配图，采用电脑+手绘模式，人物造型部分略带漫画感，构图保留传统中国画特色，疏密有致，小中窥大，给人以无限的想象力。既有工笔画的细腻，又有写意画的意境。色彩走淡雅清爽风。

### （二）封面设计的符号原则

在封面设计上，我们大胆采用了中国传统文化中具备“符号化”特征的扇面形式。一幅展开的扇面占了三分之一的面积，扇面上叠加人物造型和导语文字，扇面下是与图书主题密切相连的场景图。整个封面设计独特、稀有、视觉冲击力强，且与图书内容骨肉相连，融为一体<sup>[5]</sup>。

三本书的封面分别以蓝、橙、绿为主色调，统一中又有差异。让人一看到就有人不知拿起翻阅的冲动。

### （三）内文版式的清爽原则

作为全书视觉体系的一部分，这套书的内文装帧设计可以用几个关键词来概括：典雅、格调、清爽。字号适合儿童阅读，等线字体不易出现印刷缺陷。连缀其中的诗词变体、转色，字体和颜色都反复斟酌，既独特醒目，又不跳脱突兀。就像叙事河流中飘浮的叶片，既醒目了然，又浑为一体。

### （四）特殊工艺的出奇原则

封面印刷采用触感膜局部UV工艺，让主题人物更加吸睛。最具匠心的是，我们在图书的切口上独具匠心地做了喷绘效果，截取书中插图的局部，选择色彩与封面主色调相谐，图案简洁淡雅，给人新鲜感，令人看到便眼前一亮。

## 五、营销策略：全域触达的场景构建

### （一）知识付费导流模式

与头部教育博主王芳老师合作，实现直播专场销售转化率百分之二十以上，超行业均值8个百分点。更可喜的是，读者购买后好评率高居不下，重复购买比例也不断攀升。

### （二）编辑主播化的渠道革命

借助川少社自己的直播间进行带货，由责任编辑亲自出镜剖析图书亮点，文字作者到场讲解“腹有诗书气自华”的教子之法，插画师演示绘制过程，并现场制作手绘卡片当作赠品<sup>[6]</sup>。

### （三）教育系统渗透路径

通过馆配途径拉动市场，还可以结合“阅读推广”等形式到

学校搞讲座，提升这套书的知晓度。

### （四）随书赠品的巧思妙用

在这套书中，我们随机附赠插图书签和明信片。这一份小小的心意，可以让读者感受到增值服务的贵宾级享受。

## 六、出版成效与文化影响

### （一）市场数据的突破性表现

首印策略：这套书开机印刷8000套，不到一月便加印3000套，三个月内再次加印5000套。预计2025年内累计销量可以突破三万套。

通过口碑传播和后续宣推，带动长尾效应，让这套书从短期热销品，自然转化为长销品，让其生命周期延展至36个月甚至更长。

### （二）行业标杆的树立

这套书被送评“图书装帧设计大奖”，其中的一本还被送评“2025年中国好书奖”。

这套书的策划制作模式，将被复制用于“唐代诗人系列”的开发，形成“品牌矩阵效应”。

我们还将利用各种书展推介这套书，力争实现版权输出。

## 七、结束语：走向未来的儿童人文出版

这套宋代词人传记美绘本的成功，本质是出版理念的范式转型——从知识传递转向文化基因的激活。其核心经验可提炼为三点：

第一，史学底色的儿童表达革命。将“靖康之变”等宏大历史事件转化为儿童可感的人物成长叙事，让抽象概念获得生命温度。

第二，跨媒介的传统文化解构。借力短视频的唐宋诗词和历史英雄热点，将词人形象从文学符号还原为立体生命。

第三，出版链路的生态重构。编辑和作者从幕后走向台前，化身知识主播；装帧从载体升华为叙事本体；销售终端转型为文化体验空间。

当下，我们正将这方法延伸于“唐代诗人系列”的开发。我们坚信，扇面轻展处，千年宋韵跃然纸上。当孩子们拿起这套书，并充满好奇地将它翻开，中华文化基因的传承已在指尖悄然发生。这不仅是出版者的专业使命，更是文化守护者的历史责任。

## 参考文献

- [1] 东方童·唐诗童画典：彩图注音版[M]. 中国友谊出版公司，2020。  
[2] 上疆村民·宋词三百首[M]. 中州古籍出版社，2012。  
[3] 陈才俊·中华蒙学精粹[M]. 海潮出版社，2007。  
[4] 王值西·宋词三百首（儿童注音版）（附光盘1张）[7-10岁][M]. 浙江少年儿童出版社，2008。  
[5] 郭瑞龙·浅谈传统启蒙读物在幼儿园教育中的应用[J]. 新课程（教研版），2017。  
[6] 刘克庄，孙玉华，李子林等注·千家诗·南唐二主词——中国古代诗文经典选本[M]. 华夏出版社，1998。