

被信任是一种快乐

在来到中国出版传媒商报时间中,自己真正感受到做记者带来的新奇感与快乐,尤其是被信任的快乐。“我们8月份书城重装开业,你有什么好的创意,可以给我们提供建议吗?”山东新华书店集团济南分公司营销部副主任袁雪问我。“双双,最近你们营销的选题有哪些,我们可以配合参与。”化学工业出版社市场营销中心张蓉在聊天时谈到。每每此时,我都是开心的,这说明我们的报道、我们的观点,被业界认可。还有什么比被用户信任更快乐的事情!信任是相互的,遇到选题的困惑时,自己也会向一线营销人员求证。比如,南京凤凰国际书城

(上接第66版)

商报20书

60·20

同行篇

中国出版传媒商报纪念特刊

《果壳中的宇宙》

没有多少人能读懂,却仍有好多人在读

2000年,湖南科学技术出版社前社长汪华在参加德国法兰克福书展时,得知霍金又有新著出版。回国后,他把这个信息告知了编辑孙桂均。宜早不宜迟,孙桂均随即开始着手版权和翻译事宜,经过与多家大社的激烈竞争,湘科社最终拿下了《果壳中的宇宙》的版权。2002年,国际数学大会在京召开,霍金亲临会场。这对宣传推广霍金著作是个千载难逢的好机会。出版方及时抓住这一时机,拟定了与之相应的全国宣传营销方案:在产品策路上,他们抢在国际数学大会之前,推出了《时间简史》姊妹篇《果壳中的宇宙》以及插图本《时间简史》;在营销策路上,他们赶在霍金来华前后,在各地书店开展购买霍金著作优惠活动,并派专人去霍金演讲地杭州组织宣传活动,在演讲现场向霍金赠送他的中文版图书等,强大的宣传攻势掀起了一股“霍金”旋风,使得滞销10年的中文版《时间简史》当年销量将近15万册,从此开启国内阅读霍金热潮。这是事件营销在图书营销中成功运用的典型案例。现如今,《果壳中的宇宙》销量已突破60万册,《时间简史》销量已突破100万册。

《我们仨》

没有营销,只有一个学者家庭的温情故事

生活·读书·新知三联书店前总经理董秀玉与杨绛先生的往来最早可追溯至上世纪80年代初,自此之后,董秀玉与杨绛因工作结下友缘。杨绛的《干校六记》《将饮茶》《洗澡》都是董秀玉责编的。《我们仨》是董秀玉自香港三联回到北京主持三联后重新操作杨绛作品的第一本书。“原打算由三个人来共同完成这部书稿,钱瑗写了7篇,但当时钱先生已经住院无法完成书稿,后来钱瑗和钱先生相继驾鹤西去,余下部分的书稿由杨先生一个人完成。”董玉秀回忆说。2003年,《我们仨》甫一面世,就成了读书界的热点,并很快成为畅销书,至今已销售200万册。与一般的畅销书不同的是,《我们仨》没有任何营销策划和宣传推广,有的只是一个学者家庭的温情故事和作者朴实感人的文字,正是这种朴实和温情,引发读者的广泛关注和争相阅读。董秀玉透露,杨绛是一位出了书都不让宣传的作者,“她说怕误导读者,让本来不打算买她书的人买了她的书”。

“淘气包马小跳”

在中国创造了发行奇迹的童书

2003年7月,接力出版社出版“淘气包马小跳”系列,首批推出《贪玩老爸》《轰隆隆老师》《笨女孩安琪儿》3本。自2003年7月至2009年1月,6年时间,“淘气包马小跳”系列图书出版20种,举办各类营销推广活动百余场。一直以来,“淘气包马小跳”

帮助过很多人,2008年6月接力出版社捐赠1万册“淘气包马小跳”系列图书给四川地震灾区。该系列获取的各类图书奖项26种。版权输出到法国、美国、英国等5个国家和地区,其中,2008年法国菲利普·比其耶出版社出版法语版《贪玩老爸》《轰隆隆老师》《笨女孩安琪儿》;2007年美国哈珀·柯林斯集团购买了“淘气包马小跳”系列在全球出版发行的多语种版权;2008年韩国艺林堂出版社购买了“淘气包马小跳”系列的汉语版权。目前,该系列接力版总销量2600万册,销售码洋达3.6亿。

《细节决定成败》

单位领导最喜欢给员工推荐的书

该书总策划人朱新跃认为,《细节决定成败》对中国社会的影响,已经不仅在企业理念方面,更影响了社会的思想行为模式。这本书之所以大受欢迎,是因为踩到了社会发展的痛点——该书契合中国社会从粗放式经济发展的道路向精细化转型的时代背景,提出社会需要精细化发展之道这一解决方案。汪中求当年在全国受邀作了140多场面向企业和政府机关的讲座,并在媒体传播下,很快销售过百万册。

在《细节决定成败》出版前,作者汪中求出版了《营销人的自我营销》,其中一节叫“把小事做细,把细事做透”。可以说,《细节决定成败》是对这一理念的延伸和深入诠释。该书出版后,2个月内加印了6次,因很多企事业单位和学校团购,很快第二版加了“治大国若烹小鲜”一章。该书在大受欢迎的同时,也有很多人提出质疑——除了细节之外,难道战略、人才、资金、团队等元素对做成大事不重要吗?朱新跃提出,正是因为中国社会太不注重细节,因此该书以矫枉过正的方式提出“关注细节、精益求精”这一话题,经由该书,衍伸出多部精细管理系列作品,影响中国社会。

《狼图腾》

没有“金三角”组合,这本书顶多发行一万册

很少有一部作品能给人精神上的震颤,让你惧怕些什么,尊重些什么,小说《狼图腾》做到了。该书策划人安波舜在忆及该书策划始末时,提及他拿到书稿后,一气熬夜读到天明,当他在晨曦中合上书稿,便判定,这部他从来没有遇到过过的作品,必将是一本大书、一本好书、一本畅销书。

正如其判断,《狼图腾》自2004年面世以来,当年即爆红;2014年,《狼图腾》10周年纪念版面世;2015年2月,由阿诺导演执导的电影《狼图腾》火热大银幕,继续带动图书销售,至今该书销售过500万册。《狼图



腾》是一部以狼为叙述主体的小说,姜戎以近乎自传体的叙事视角,引领读者进入狼的世界。为了推广该书,金丽红、黎波、安波舜“金三角”组合请提倡“与狼共舞必先为狼”的海尔张瑞敏、以末位淘汰管理著称的潘石屹写推荐信,并邀请诸多名人试读,前期筹备了3个月,才确定了该书宣传点。在市场经济竞争日趋激化之际,在商战中,发扬狼的精神,重塑团队、企业和民族文化,是该书在企业和管理者等广大读者中引起巨大反响和争论的热点之一。

《蓝海战略》

给企业家带来“新蛋糕”

“《蓝海战略》是2005年商务印书馆与哈佛商学院出版社签署合作出版协议后引进的首部重量级图书。”商务印书馆学术出版中心经管编辑室主任范海燕介绍说。该书给中国商业界带来了“红海”和“蓝海”两个名词,紧扣企业发展的时代脉搏,即在最初的快钱被瓜分完毕之后,无数企业家希望寻求在激烈竞争中胜出并创造属于自己的独有市场的道路。该书一经推出,就为中国企业管理界带来一股“蓝海”浪潮,成为十年之中影响中国管理思想界最重要的图书之一。该书的译者是作者的学生,作为翻译这本书的不二人选,捧出了一部高质量的译作;作者也亲临中国开展系列讲座,并登台央视《对话》节目,令图书销售呈井喷式上升,迄今销量已超过60万册。这在经管类图书的销售史上可称为“现象级”。商务印书馆以此为契机进军经管图书市场,并成功占有一席之地。在国家提倡创新驱动增长和实行“互联网+”战略的今天,“蓝海战略”所提出的理念依然具有强大的生命力,为国家的技术创新、文化创新提供着重要借鉴。

《万历十五年》

学术书都能做成这样有多震惊

黄仁宇在大陆的广为人知,自《万历十五年》始。他在书中抨击中国传统官僚制度的弊端,书写庞大的帝国如何走向衰落。它接续了《史记》的叙事传统,而这种传统在大陆史学家失传已久,因此,按该书责编中华书局徐卫东语,该书如一匹黑马一样闯入教条色彩严重的文史界,无论是历史观,还是叙事技巧,都让很多学者震惊。

《万历十五年》在大陆有3个版本。中华书局在1982年推出单行本后,生活·读书·新知三联书店1992年开始推出黄仁宇作品系列,1997年收入该书。中华书局于2006年与黄仁宇之子重新签订出版合同,继续以单行本形式推出“增订纪念本”和“增订本”这两个版本。前者全面校订文字,增加黄仁宇《1619年的辽东战役》等四篇新文章,插入多幅彩色历史图片和作者照片;后者保留了所有的文字增订内容,仅去掉图片部分,但增加黄仁宇手迹一帧,是平装性质的普及本。

自1982年中华版《万历十五年》出版后,到2006年之前,20多年来各版发行数约30多万册。自2006年《万历十五年》(增订纪念本)问世后,这本书的发行量呈节节增高之势,不到10年,已有120万册。目前,大陆该书各种版本的发行总数近160万册。

《激荡三十年》

近距离观察30年中国企业

该书是著名财经作家吴晓波用4年时间精心创作的,一部描写改革开放30年中国企业曲折发展历程的作品。据该书作者也是出版策划人吴晓波介绍,这本书创作动机是他在哈佛大学当访问学者时萌生

的,描述中国改革开放短短30年时间,却花费了比他之后的作品《激荡一百年》和《浩荡两千年》长得多的时间。一方面是因为吴晓波描绘中国企业在改革开放年代走向市场、走向世界的成长、发展之路;另一方面也因为作为当代史,作者能够接触到书中论及到的不少人,因而更需要严谨细致。

当然,作为一名新人,采访中被“质疑”的情况也有发生。比如,中国人民大学财政金融学院副院长赵锡军谈到,支持文化产业发展的方式很多,文化金融不能涵盖所有行为。可以说,这些被访者对我的“纠错”,让我不断学习与成长。

(王双双)

的,描述中国改革开放短短30年时间,却花费了比他之后的作品《激荡一百年》和《浩荡两千年》长得多的时间。一方面是因为吴晓波描绘中国企业在改革开放年代走向市场、走向世界的成长、发展之路;另一方面也因为作为当代史,作者能够接触到书中论及到的不少人,因而更需要严谨细致。

《激荡三十年》出版当年,被评为“2008年《新周刊》新锐榜之年度图书”,至今累积销量已经超过百万册。目前,《激荡三十年》已被翻译成繁体字版和英、德、法、日、韩、西班牙语、意大利和阿拉伯等国语言出版。

《三体》

当年在国内有点超前,现在绝对是经典

该书是讲述一个文明世界的毁灭与重生的硬科幻作品。2003年,中国科幻图书市场十分萧条,作为科幻世界中的一分子,也是《三体》策划人兼责编,《科幻世界杂志社》主编姚海军想要为中国的科幻大厦寻找一些石料,便推出了“中国科幻基石丛书”,《三体》是其中一本。

《三体》的出现既让姚海军看到希望又让他苦恼不已:这样好的一本书,怎样才能让更多的人看见。若是普通出版,《三体》无疑会沉落茫茫书海中。姚海军想到,何不让《三体》先在《科幻世界杂志社》进行连载,拥有一批忠实的读者之后再出版,影响力会大大提高。

2007年,《三体》开始在《科幻世界杂志社》连载,这是杂志社自上世纪90年代后第二次连载篇幅较长的小说。半年后《三体》正式由重庆出版社推出,科幻迷如获珍宝,口口相传,即使这样销量还是没过10万册。姚海军说:“《三体》不像其他系列书第一本最经典,《三体》是一本比一本强,销量亦是。”如今,《三体》每本书的平均销量都在60万册以上。

《好妈妈胜过好老师》

能超级畅销是因为“捡了漏”?

《好妈妈胜过好老师》之所以如此受欢迎,是因为它在家教类图书中首次提出令人耳目一新的家庭教育原则,使父母在教育孩子的时候有章可循。并且给出许多简单实用的操作办法,使父母们不仅立刻获得许多有效的经验,教育意识也随之改善。同时更是开创了中国家庭教育研究和写作的新时代。

其实在这部书稿交到责编郑建华手里之前,尹建莉已经先后去过10余个出版社投稿,且都遭到了退稿。能拿到这部书稿,郑建华笑称是机缘巧合,是偶遇,是“捡漏”。尹建莉去作家社投稿那天,郑建华正好外出没在办公室。在同事的指引下,尹建莉将书稿放在郑建华的办公桌上。初睹书稿,郑建华如获至宝。虽说这部书稿对于郑建华而言好像是天上掉馅饼,但为了做好这部书稿,郑建华付出了巨大的努力。历时8个月精心打磨,光书名就想了一百余个,定版的书名真可谓百里挑一。对于宣传推广和营销,郑建华表示,书名是第一广告,宣传应该做在编辑中。经过郑建华的精心打磨和大力推广,该书在家教书低谷期脱颖而出,成为超级畅销书。至今该书的总销量已经突破600万册,并且还在以每个月10万册的销量稳定增长,版权也已经输出到韩国、越南和我国的台湾地区。

《皮皮鲁传》

郑渊洁一个人的传奇

《皮皮鲁传》汇聚了“童话大王”郑渊洁作品中的明星人物皮皮鲁的传奇经历,故事精彩不断,想象力天马行空。

2005年10月,二十一世纪出版社与郑渊洁签约,开创了国内“一个作家所有作品只在一家出版社出版”的先例。从2006年1月开始,“皮皮鲁总动员”陆续推出新作品,目前销量累计三千多万册,成为民族自主创新出版品牌的代表。考虑到这个系列的品牌影响力,2012年4月,二十一世纪出版社延长产品线,推出了该系列的新概念版,《皮皮鲁传》即是其中“四大名传”系列中的一册。《皮皮鲁传》的作品在此之前虽在四川少年儿童出版社、学苑出版社出版过,但是凭借“皮皮鲁总动员”的品牌影响力,上市三年来销售了七十多万册,深受小读者喜爱。

《大数据时代》

大众开启上帝模式?

该书是国外大数据研究的先河之作,作者维克托·迈尔·舍恩伯格被誉为“大数据商业应用第一人”。据该书策划编辑董寰介绍,在2012年国人对大数据知之甚少时,湛庐文化就以对趋势前沿的敏锐判断率先引进了《大数据时代》一书。董寰还记得最初书名不叫“大数据时代”,而是“让数据说话”,由国内最年轻的大数据研究专家周涛教授担纲译者。为了能让这本书在2012年12月的大数据会议上准时面市,团队一起加班,从编辑到出版只用了16天时间,而当时英文版还没有正式出版,该书中文版创下了先于英文版半年上市的书业记录。图书上市后,《人民日报》连续三次对《大数据时代》进行系列报道,央视财经频道高端谈话节目《对话》专门邀请作者舍恩伯格做客直播间,共同探讨“谁在引爆大数据”的话题。一时间“大数据”成为社会热点。可以说,一本百万级畅销书开启了一个时代,引领了一场思维的大变革。

《中国历史故事集》

30多年一直畅销

20世纪60年代初,中国少年儿童出版社邀请擅长写通俗读物的林汉达出版一套给少年读者看的历史书,起名为《中国历史故事集》。1962年,前三本《春秋故事》《战国故事》《西汉故事》陆续出版。第四本《东汉故事》也完成了,但由于“文化大革命”直到1978年才得以出版,而林汉达在1972年不幸去世。

1978年,担任这套书的责编雪岗,出版了前四本后,又在林汉达近50万字的《三国故事新编》的遗稿基础上,缩编改写了《三国故事》。该书在1982年曾获全国优秀少儿读物一等奖。自此,雪岗成为续写《中国历史故事集》的不二人选,但工作繁忙,续写被延迟。

此后的30多年里,这5本书一版再版,累计销量几百万册。这是因为该书的历史故事着重说明历史发展进程,比较尊重历史事实;另外该书在书写时十分注重口语化,阅读起来很顺畅。所以这不仅仅是一部优秀的历史读物,还是一部优秀的语文读物。

近年来,已经退休的雪岗花费几年工夫,写出了《晋朝南北朝故事》《隋唐故事》《宋元故事》《明朝故事》《清朝故事》5种续书。《中国历史故事集》10册书在在历经50多年后,终于完整了。

