

## 天津市古籍书店古文化街分店开业首日收购两旺

中国出版传媒商报讯 7月19日,天津古籍书店古文化街分店开业。该店毗邻天津古文化街玉皇阁,总面积700平方米,一楼经营各类古旧书、线装古籍、特价等图书,二楼举办读书讲座、书友交流等文化活动。各类旧书的销售和收购是该书店经营的最大特色。开业当天,该书店就以合理价位收购了一位中年女性读者带来的28本旧书刊。这位读者十分高兴地说:“我家还有不少旧书刊,今后就送到这家书店来交流”。81岁的许先生选购了一套商务印书馆1979年出版的四卷本《辞源》后,格外兴奋:“我23年前曾经从这家书店买了一本《古文观止》,为了购买这套《辞源》,我冒着高温酷暑从河西区赶来,前后跑了四趟,终于如

专业出版  
紧跟社会热点  
「软」科普能量巨大  
■中国出版传媒报记者 张晓丽

专业出版因为其目标受众相对明确,一直有着较为稳定的发展节奏。与此同时,因为专业出版专业性强、入门门槛高等特点,形成了目前专业出版社能够往综合出版品类拓展,而其他类型出版社涉足某一专业选题出版难度较大的现状。专业出版机构在纵深化的图书产品和数字产品开发等方面都占据先天优势。就图书选题情况来看,重视前沿技术和社会热点、重视科普是近年来专业图书选题呈现出的特点。

具体而言,专业图书出版的节奏更具有前瞻性。例如在5G、人工智能等话题引起社会关注之时,一批图书能够及时满足读者了解相关动态的需求。而医学、医药类专业图书、工程技术类等专业图书则通过不断更新以及及时与数字载体形成嫁接,来满足读者当前的需求革新。值得一提的是,专业出版板块,科普推广力度不断加大的同时,“软”科普这种受读者青睐的形式形成规模,以轻松幽默的方式呈现中医、中药、工程技术等高冷的专业知识及相关内容形成一股接地气的“软”科普潮流。



“百药图解·本草精华”系列,是著名中药鉴定学专家赵中振教授根据多年学习研究成果主编,既有内容的权威保障,也采用了浅显易懂的传达方式,受读者认可。新书首发式当天,即完成近8万码洋的成交额。

“百药图解·本草精华”系列丛书

## 以轻松幽默方式呈现中医药魅力

■王秋华 郭青丽(中国中医药出版社)

该系列丛书包括《百药图解》《百方图解》《百宝药箱》《百草皆药》《百药西来》《百毒不侵》《百草药科》《百病食疗》《百药栽培》9个分册,从中药的鉴别与应用、中药的栽种及方剂的配伍应用、中成药的合理应用、毒性药的应用、引进药用的应用等多方面对中药的相关知识做了系统而又精炼的介绍,是读者了解中药、掌握中药知识不可多得的参考读物。本书是香港浸会大学中医药学院讲座教授、著名中药鉴定学专家赵中振,根据自己多年的学习笔记和研究成果打造而成,采用图文并茂的形式,将自己的学习体会、研究成果用浅显易懂、轻松幽默的语言和表达方式呈现给读者,使读者在轻松、赏心悦目的感受下不知不觉领悟中医药的魅力所在。难得的是,书中所有资料都是赵教授亲自收集、整理的一手资料,内容丰富、实用,语言浅显易懂,形式多样。

该丛书的所有分册首次出版都是在中国香港,获得社会各界广泛关注后,先后翻译成英文版、德文版在海外发行。此次作者重新集结整理后,在大陆集中出版,希望能把这套书打造成中药文化的百科全书。当初在该书的封面设计时,编辑本来已经做了几套方案,但是作者都没有采纳,他坚持

“百药图解·本草精华”系列丛书  
赵中振主编/中国中医药出版社 2019年4月版/441.00元

《西学中,创中国新医学——西医院士的中西医结合观》是汤钊猷院士继“控癌三部曲”后,全新推出的又一部主要针对我国目前癌症防治现状的反思、求解之作。该书作者权威,内容话题性强,有反差感,易引起关注,同时装帧制作和定价都有利于推广销售,目前取得不错的销售效果。

汤钊猷院士是肿瘤外科学家,是小肝癌研究奠基人、中国工程院院士,是复旦大学肝癌研究所所长、教授、博士生导师,研究癌症50年,是一位真正的西医大家。《西学中,创中国新医学》是汤钊猷又一部针对我国目前癌症防治现状的反思、求解之作,即便在汤老眼里,这也是一部逆流之作、争议之作。“西学中”不仅得到了医学界专业人士关注,同样也成为普通大众关心的话题。书中,汤院士以自己和老伴李其松教授的中西医结合实践经验,结合自己对西医的客观认识,提出“创中国新医学”的见解,并认为其核心是中西医结合,关键是“西学中”,即西医学习中医和中华文明精髓。见解振聋发聩,极富启发意义。

为配合该宣传,我社联合上海中山医院召开《西学中,创中国新医学》新书座谈

## 《西学中,创中国新医学——西医院士的中西医结合观》 紧扣热点话题 多方调动读者兴趣

■石启武(上海科学技术出版社医学科普部副主任)

会,引起了强烈反响。今年,该书入选中央和国家机关“强素质·作表率”读书活动推荐书目,中央和国家机关读书活动办公室邀请汤院士,于6月22日上午在北京为中央和国家机关的司局处级领导,细致讲述自己在中西医结合方面的探索与实践。《西学中,创中国新医学——西医院士的中西医结合观》自2019年1月上市以来,销售喜人,除了惯常的出版座谈会、讲座签售、媒体发布书评、网店销售网页信息美化增补、微信群营销等各项营销活动推动以外,还与以下四个原因有关。

一是该书紧扣当前社会热点话题(中医西化严重、西学中式微),极易引起受众(特别是上了年纪的老中医专家、在世的西学中专家、对中医抱有强烈感情的社会大众)的共鸣,作者在国内各种学术报告、讲座上提及此书,受众乐于在微信群、朋友圈口碑传播,引起政府医药卫生主管部门、

中西医从业人员和社会大众的快速关注。

二是作者身份与书中内容领域的强烈反差,引起受众进一步阅读的兴趣。作者是一位资深西医院士,但作者相当推崇中医药,强调中西医结合,强调关键“西学中”,并身体力行获得疗效,且在家人中有正反两方面的实际病例,给受众很大震撼。

三是讲故事,可读性强,见真感情,读起来有大收获。书稿中穿插较多病例故事,特别是家人的病例,可读性强,内容皆为“干货”,是作者60年医教研工作的最深感悟和90岁人生智慧的凝练,是受众最想知道的、最真的“心里话”。

四是装帧制作较为合适。硬壳精装、彩色印刷上档次,定价适中,发行和销售方有一定的利润空间,有推销的积极性。

《西学中,创中国新医学——西医院士的中西医结合观》汤钊猷著/上海科学技术出版社 2019年1月版/68.00元

愿以偿了。”

尽管天气闷热,仍有很多“淘书迷”在旧书架上选购书籍,少则一本,多则几十本,不一会儿,书店的结算台就摆了一大摞旧书。“没想到读者购书这么踊跃,我原来预判开业当天销售码洋2000元左右,结果突破了5000元,真是开业大吉!”天津古籍书店经理王建敏禁不住喜形于色。天津古籍书店古文化街分店(文运堂)建于1984年,在京津地区的文化界和藏书界颇有影响。重新开业后,书店将继续发扬古籍书店老字号的品牌优势,借力古文化街旧书市场的资源,充分发扬古籍书店专业人员的特长,在服务读者的同时,将联合出版社和藏书界,开展旧书展销、藏书交流和读书讲座等文化活动,在古文化街这个文化旅游地域打响天津古籍书店的品牌。为庆祝开业,书店还专门制作了一帧具有古色古香特色的藏书票赠送读者。(樊国安)

# 最666 2019上半年新爆款

青少年图书市场中,名家切入增多、经典作品青少年版层出不穷等一直是值得关注的现象。在一片“红海”的市场中,名家名作少年版选题价值空间如何判断?还值得做吗?做起来有哪些难题?还有哪些值得做?浙江少年儿童出版社近期策划出版了“林清玄作品精选·少年版”。我们特别邀请其操盘手来复盘策划过程,展现名家名作青少年版策划应坚持的价值取向及其背后故事。

## 名家名作青少版一片“红海”,还有可做?如何做?

■受访人:陈小霞(浙江少年儿童出版社文教出版中心编辑)

□采访人:张晓丽(中国出版传媒报记者)

□此次作品策划出于怎样的初衷?出版社此前是否有相关产品线?

■浙少社多年来一直致力于名家名作、名家经典的青少年版本开发及推广,比如“名家文学读本”“中国现代作家系列”,精选了鲁迅、沈从文、老舍、汪曾祺、萧红等10位现代文学名家适合小学生阅读的篇目,以名师导读的形式呈现,目前总销量已超过300万册。在当代名家方面,我社有蔡志忠国学漫画、迟子建作品少年读本、张晓风散文精选等图书,都是高品质的常销图书。《迟子建作品少年读本》是茅盾文学奖得主迟子建第一套献给孩子的少年读本。该套图书自去年7月上市以来,得到了小读者及各地老师的热捧,目前销售已突破10万册。

此次策划出版“林清玄作品精选·少年版”4册图书,一是考虑到林清玄是中小学十大作家之一,他有4篇文章入选了小学语文课本,而入选各种小学阅读读本、小升初试卷、中考卷的篇目则有20多篇。这说明林清玄的散文是非常适合小学生阅读的。二是林清玄作为畅销国内近30年的著名作家,影响了一代又一代的中学生读者和成人读者。随着当下一代小学生阅读水平的提高,林清玄作品的读者定位也可以相应下移,作为给小学中高年级阅读的图书,完全没有问题。

□如何看待名家名作青少版产品的市场?有何选品准则?

■典范性和权威性是现在老师及家长给孩子推荐图书的重要标准,名家名作既有语言文字的示范作用,又有思想精神的引领意义。这种典范的文学文本既能让少年儿童获得精神的滋养,同时又能引导他们练习阅读表达,助力语文学习。小学阶段是阅读的黄金期,但一般都是浅阅读,比较容易上口;而升入初中以后,则要进入深度阅读及纯文学阅读。名家名作青少版是一种适合少年儿童阅读,且能为其进入纯文学作品提供过渡的“食品”。

在选品准则上,一方面要注意是否具有典范意义,是否能对孩子有高质量的书面语言输入和精神熏陶;另一方面要选择适合少年阅读的内容,那些贴近时代、贴近生活的正能量作品,才是适合孩子的。

□复盘下该书策划出版的过程?在一片“红海”中如何凸显其调性或辨识度?如何匹配青少年阅读能力和兴趣点?

■我是中国现当代文学专业出身,一直想从现当代文学名家中挖掘可以对接小学生读者的资源。林清玄图书选题策划在2015年3月我就有了雏形,但因为作者出版条件比较高,所以暂时搁置了。后做编辑的过程中,接触了很多阅读指导类图书,发现林清玄的文章入选各种小学阅读读本的文章非常多。他的文章短小精悍,情感表达细腻,又极具思辨色彩,非常容易出一些开放性的阅读题,训练小学生们的阅读能力和思维。而各种小学生寒假阅读书单中,很多都推荐了林清玄散文。这表明,林清玄散文是非常适合小学生的,也让我坚定了最初的想法。因此我花了几个月时间重新做市场调研,并买了30多本林清玄作品,做版本比较和分析,最终拟定编辑方案,辗转发送给作者本人。作者看了我的方案后,非常喜欢,很乐意跟浙少社合作,最终同意以条件让步来促成这套书的出版,并且以《桃花心木》《百合花开》两篇入选小学语文课本的篇名来做书名,以显示这是更适合小学生阅读的版本。

目前市面上林清玄散文青少版不少,大概有六七个版本,且销售都不错。但多以中学生为读者对象。而该系列则是少儿社在选题资源和出版条件方面,确实不如文艺社等成人出版社有优势。但开发青少年版本方面,少儿社的呈现方式会更加贴近青少年。在编辑方案和选文上,会更加注重少年儿童的阅读需求,选择与他们学习生活更加贴近的主题;在装帧设计上,会考虑童趣与典雅并重。在发行渠道方面,少儿社与中小学师生的联系更为紧密,读者目标更为清晰明确。

(上接第18版)

## 白马时光第一内容中心 以专业团队打造“黑马”作品

■王瑜(白马时光第一内容中心总监)

### 部门档案

白马时光第一内容中心成立于2015年,目前团队9个人。主要涉及的图书类型包括外国文学作品、原创青春文学作品和文艺、社科类作品三个板块。

2019年上半年,白马时光第一内容中心新书和老书合计创造码洋1亿多。新书完成码洋6000多万,老书完成码洋4000多万。其中,《摆渡人3无境之爱》发货量55万册,《少年的你,如此美丽》发货量30万册。

白马时光一直坚持精品理念意识,贵精不贵多,在出版品种数量偏低的情况下,创造高标准高单品种的产品。公司成立五年来,一直保持着非常高的出版效率,平均单品量也处于行业前列。针对每一个作品,都当做重点产品来打造,从前期的选题立项、内容定位,到中期包装设计、书名文案,再到后期的营销跟进,每个步骤都凝聚着编辑大量的心血和创造力,并且这些投入也会在后续的实际销售过程中得到体现。而我们最大的优势其实是策划出“黑马”作品,一些被大众忽视的、未发现其价值的作者和作品,通过我们专业团队的打造,能够迅速得到广大读者的喜欢和认可,成为畅销书。

在提高团队效能方面,首先,需要有意识地培养团队人员的专业能力。根据个人的喜好、擅长的领域、性格特质,为其确定好发展方向,将兴趣与工作有机结合

业少儿出版社打造的,专门给小学生读者的精选集,分为温情卷、励志卷、哲思卷、童真卷等,以图文并茂的形式呈现。名家名作一般是各家出版社争抢的热点资源,版本也比较多,如何做出新意和差异化,如何找到营销推广的薄弱点,是我们策划时应该注意的。

这套书我们将先采取社群团购营销的模式,在一些教育公号和妈妈群体中造势,抓住他们的教育痛点——孩子的阅读和写作能力提升问题,打响头炮。紧接着,会全面放开渠道,线上线下并行推广。利用林清玄在小学老师心目中的地位和影响力,通过书单推荐和上示范课等形式渗透到课堂与教学。

□还有哪些青少版值得出?文艺社等在名家资源上占优势,也不断开发青少年读本,少儿出版如何取长补短?

■中国现当代很多经典作家的散文、短篇小说作品都值得出版。鲁迅、老舍等现代名家,创作并非为了青少年读者,但现在已是中小学必读的经典。真正的名家文学、经典文学,是适合9~99岁读者阅读的。浙少社还将陆续出版铁凝、王安忆、鲍尔吉·原野等名家的名作青少版。

少儿社在选题资源和出版条件方面,确实不如文艺社等成人出版社有优势。但开发青少年版本方面,少儿社的呈现方式会更加贴近青少年。在编辑方案和选文上,会更加注重少年儿童的阅读需求,选择与他们学习生活更加贴近的主题;在装帧设计上,会考虑童趣与典雅并重。在发行渠道方面,少儿社与中小学师生的联系更为紧密,读者目标更为清晰明确。

合,可以达到事半功倍的效果。在此基础之上,有针对性的依据成员的工作能力进行指导和提升,充分发挥每个人的工作热情和创造力,让他们可以在短时间内提高专业能力。其次,部门合作需要协同能力,团队作战优势远大于单兵作战,所以增强部门成员之间的向心力、凝聚力也非常重要的。让所有人各司其职,人尽其用,就可以打造出一个具有战斗力的团队。

编辑的核心其实是发现与传递,发现优质的内容,将其精准定位包装,然后传递给大众读者。无论是传统编辑还是现代编辑,核心内容都是一样的。新媒体只是转换了传播的载体介质,而实际上读者依然是被内容所吸引。在此基础之上,需要编辑扩大视野,发现作者作品的平台更加多元化,很多媒体平台都涌现了大量的优质作品出来。同时,互联网的发展也让整个出版环境愈发国际化。以前单纯依靠几个大的国际书展来进行国内外的文化交流,但现在全球的信息都几乎可以同步,获取信息的能力越来越强,极大地提高了出版效率。其次是营销途径的多样化。公众号、微博、抖音等自媒体平台都让我们建立起创造性的营销思维,形式更加丰富。

进阶计划:下半年我们引进了几本外版作品,将作为年度重点书来进行操作,其中有刚刚上市的《甜豌豆》《小小人》,还有正在制作中的《灿若黎明》,以及《摆渡人》作者克莱儿·麦克福尔的新作《绿松石之约》,都是内容非常有张力有节奏的作品。