

## 《中国恐龙地图》:给中国孩子专属的恐龙宝典

中国出版传媒商报 7月29日晚,2022年“科学之夜”分会场活动在中国古动物馆拉开序幕。该活动由科技部人才与科普司、中科院科学传播局联合主办、中国古动物馆承办。中国科学院传播局副局长王秀全、科技部国外人才研究中心副主任熊德义、中国古动物馆馆长王原,中国古动物馆原副馆长金海月、中央美院教师董亚楠等嘉宾出席了本次活动。

《中国恐龙地图》的推介活动被安排在了第一场,北京禹田文化知否编辑部主编韩青宁向在场观众介绍了中国的恐龙分布,并与在座观众分享了《中国恐龙地图》背后的创作故事。“三年磨

一书”,主创们从2019年7月底在北京自然博物馆,听了王原馆长的一场有关中国恐龙的讲座开始,花费三年的时间完成了资料收集、地图制作审核、手绘300多只恐龙、排版等细节庞大而琐碎的难题,最终为大家呈现了一场精致丰富的“中国恐龙大餐”。

据悉,《中国恐龙地图》一书精选了9家中国恐龙博物馆,并制作了4条恐龙博物馆游学路线,有恐龙寻踪之旅、侏罗纪恐龙之旅、白垩纪恐龙探索之旅、恐龙乐园之旅等。韩青宁表示,中国恐龙是一个很大的IP,截至2022年4月,中国已经根据骨骼化石命名了338种恐龙,不仅数量居世界第一,种类也非常丰富有趣,希望更多同行能投入到中国恐龙的图书、影视、周边等产品的开发中。

(伊尹)

# 出版机构筑造军事题材新高地

关键词 战争纪实 军事文学 军事科普

中国出版传媒商报记者 聂慧超

编者按 今年是中国人民解放军建军95周年,为了宣传正能量、弘扬主旋律,营造良好的双拥氛围,各图书馆、新华书店、出版社、网上购书平台纷纷举办了“军事主题图书”专题活动。近年来,出版机构对军事题材深度开掘,军事图书的发展可圈可点,军事IP在荧屏上占据了一席之地,军事剧本杀也成为年轻人争相追捧的游戏。



### 军事纪实:擦亮历史沉淀的“参考系”

战争纪实类图书在市场上长销不衰,离不开其史料价值,不少精品书籍以独家视角重现战争场景,反映英雄烈士、功勋人物精神事迹,深入浅出地分析了战争本质以及战略、战术思想,给读者以深刻印象与启迪。

“这是一段隐秘的家国往事,也是一段不应该被遗忘的家国记忆。”今年1月,北京十月文艺出版社、山东文艺出版社联合出版《烈火芳菲》,将300多位乳娘为八路军、解放军抚养革命后代的故事挖掘出来,这一抢救式的创作充满浓郁的胶东色彩,生动谱写了山东革命的尘封往事。2月初,由人民文学出版社和花城出版社联合出版的《乌江引》,面世后迅速荣登“中国好书”等十几个权威月榜或季榜,首印高达5万册,既是长征密电全新解密,也是史诗叙事的文体创新,在主题、结构、叙事、人称和语言诸方面的现代性探索弥足称道。4月由四川人民出版社出版的《黄金团》一书,通过叙写山东莱州湾三山岛海底金矿的建设历程,揭开中国“黄金部队”的神秘面纱,具有极强的代入感。

在文学版图上,出版业对英雄精神和红色血脉的书写永不停歇,军事题材图书凭借其独有的“硬核魅力”,为一段段独特的历史增添了革命性与创新性的注脚,释放出强大的精神力量,持续激发着读者对军事的热爱。

### 图书产品线:丰富军事出版的内涵

为了抓住读者市场这一持续走强的阅读热点,出版更多读者喜闻乐见的军事类图书,出版社在选题策划、品类拓展、形式创新、宣传推广等方面持续发力——根据自身资源特色,不断挖掘文化市场热点,丰富、完善、构建各具特色与出版理念的产品线。

近年来,北京出版集团立足北京特色、聚焦时代主题,重点推出《远去的白马》《烈火芳菲》《长津湖》《北平抗战的红色脊梁》《小学生革命传统教育读本》等军事题材主题出版物近百种,涵盖党史军史研究、军事理论专著、军旅文学、青少年国防教育、军事美术摄影等诸多品类。据相关负责人介绍,下一步,北京出版集团还将陆续推出“北平抗日斗争历史丛书”“中国军事专家文库”“百战成钢——人民军队征战纪实”等一系列优质文学产品。

军事纪实题材已经成为中国出版集团旗下现代出版社比较成熟的细分领域。据现代出版社社科编辑部部长张震介绍,战争纪实、人物传记、军事文学三大类型构成了该社军事纪实题材产品布局。战争纪实主要包括中国、世界近现代史上(以中国为主)具有非凡意义的战役纪实作品,如“晚清帝国风云”(3种)、《血战天下:湘军征战史》、《中原大战》、《血战长津湖》、“太平洋战争系列”、“日本大败局系列”等。军事人物传记类包括《赵声将军》《战神粟裕》《彭大将军》《谋帅刘伯承》《战将薛岳》《孙立人大传》《张作霖大传》《大授衔》等。军事纪实文学作品有《铁血军魂:一八〇师在朝鲜》《历史的回音:一八〇师战史》,今年即将推出《西线军事观察笔记》。

该社将军事纪实题材的产品线定位为畅销书,从最早的《战神粟裕》《铁血军魂:一八〇师在朝鲜》《虎部队》到《血战长津湖》,产品线日渐成熟。随着这一系列图书不断加印,该产品线也越来越有畅销潜质,并且已经取得了不错的销售“战绩”:《决战朝鲜》近两年内多次加印,发行近15万册,总计20万册;《血战长津湖》去年10月上市,到去年12月底,发行量近10万;《战神粟裕》两个版本的发行量也在20万册左右;“太平洋战争系列”已出版8种,每种都有2万册左右的发行量。

结合建军95周年主题宣传,出版机构纷纷加大军事类图书的渠道宣传和推广,同时,在文化拥军方面也表现不俗。如北京出版集团将拥军爱军与出版业良好融合,在今年7月8日召开的北京市首届社会化拥军成果展会上,被授予首批“2021~2024年度首都社会化拥军成员单位”称号。相关负责人介绍,北京出版集团先后组织多次多批精品图书捐赠活动,先后走进航天工程大学、拉萨市退役军人事务局、乌鲁木齐市退役军人事务局等多家高等军事院校和相关单位,为学子、官兵们送去图书;还积极联系园区企业“想心书店”,为现役及退役军人提供购书五折优惠。

中华书局出版的《热血长城:写给年轻人的解放军史》,北京出版社的《北平抗战的红色脊梁》,四川人民出版社的《上甘岭:攻不破的东方壁垒》,江苏人民出版社的《中国战争史(全4卷)》,从战争的不同侧面切入,帮助新一代读者重新审视了历史战争。

偏重于口述历史性质的战争纪实类作品,凭借真实性的历史回顾,激发读者持久的关注度和认可度。如辽宁人民出版社的“将军自述丛书”、现代出版社的《我在美国航母当大兵》与《我在伏龙芝学军事》。在张震看来,史料来源丰富是出版一本经典著作的重要条件,特别是运用好口述史料,不仅在内容方面有独占性的优势,也更接地气,给读者以更多的历史细节方面的思考。

军事人物传记类图书作为传记类图书的一个重要组成部分,在市场上始终拥有着一批忠实读者。中央编译出版社的《将帅传奇人物纪事·十大将军(修订版)》,现代出版社的《风范:共和国开国将帅的故事》,人民日报出版社的《新中国首批女飞行员》等,让读者窥见军事任务的艰巨性、复杂性,彰显了我国军事人才身上的人性光辉。

最具市场效应的首推军事文学。但相比其他大众出版市场,军事文学市场显得落寞很多,存在纪实文学作品多,原创文学作品少;历史题材多,反映时代风貌的作品少;创作基数大,优秀作品少等问题。总的来看,我国军事类图书市场相对小众,给人的印象是畅销书少,常销书多,平稳发展,波澜不惊。

### 军事科普:让孩子探秘硬核军事知识

言兵者不止兵家,论兵者不止兵书。军事题材的一大显著优点是击破年龄壁垒,适合全年龄段受众,与其他喊着努力“破圈”的题材相比,具有很强的出圈优势。

随着国防教育的全民化以及走进中小课堂

的趋势升温,读者尤其是青少年对于军事题材图书的需求越来越大。少儿科普成为军事题材出版的重要板块,也是多家少儿社重点耕耘的领域。如中国大百科全书出版社的《中国儿童军事百科全书》,接力出版社的“儿童爆笑军事漫画系列”,浙江少年儿童出版社的《青少年爱国主义军事科普系列·我是一个兵》,以及北京科学技术出版社的《海陆空联合力量·少儿国防科普绘本》等,立足于军事专业性和学龄儿童适宜的接受度,全方位展现军事领域的最新知识,不少图书在形式上,还注入动画、视频等因素,进一步提升小读者的乐趣和探索欲。

湖南少年儿童出版社先后策划出版了《中国蓝盔》《国防教育AR动漫书系》等多种“双效”丰收的军事题材少儿科普图书,为青少年读输送了兼具知识性、实用性、趣味性的出版产品。该社大视野科普出版社编辑钟小艳分析了军事题材在少儿出版中的价值意义:“近年来,在少儿图书市场结构中,反映时代风貌的纪实类、现实题材文学作品极为稀缺。军事题材文学作品对弘扬社会主义核心价值观和爱国主义精神有着积极的促进作用,因此凸显时代主题和国家精神的报告文学作品在少儿出版领域弥足珍贵。”

青岛出版社2021年5月出版的《了不起的中国军事》是一套写给孩子的军事历史普及书,短短几个月就实现了小众题材的突围,也引发编辑们对少儿军事科普题材的进一步思考。该书责编、青岛出版社济南分社童书编辑魏宁宁表示,少儿军事科普类图书已成为童书市场上成长性良好的一个板块,这些“硬核”童书的出现,一方面体现了社会主流价值取向对于前几年流量偶像文化的担忧,由此激发孩子强健骨骼与精神的强烈需求,另一方面反映了出版人对于纵贯千年的中国力量的探寻,以及引领孩子汲取和传承东方智慧的热望。相比各类刚需性童书,少儿军事科普书可能仍将长期处于相对小众的位置,但它会跟随百科类童书的大盘一起奔跑,在属于自己的赛道上书写非一般的精彩。

成人军事科普书一直以来都是内容高地,逐步形成了以70后、80后为主的、偏男性化的内容消费氛围。如机械工业出版社的《军事图鉴系列·世界特种部队图鉴》、辽宁美术出版社的《军迷·武器爱好者丛书·步枪与机枪》、化学工业出版社的《DK武器大百科:一部兵器与装甲的视觉史》。

随着优秀的军事内容创作者纷纷入驻社交媒体平台,新一代短视频军事迷正在崛起。军事类内容严肃且专业的调性与音视频平台相契合,已成为内容平台上用户粘性最高的内容垂类之一。出版机构也适时布局军事题材新媒体矩阵,如现代出版社除了在视频号、抖音号与大V账号合作加强推广,还在喜马拉雅有声书平台不断做强“现代军吧”账号,目前该账号拥有45万粉丝,总播放量达1.5亿次。出版机构将优质军事内容与年轻人聚集的流量平台嫁接,打破圈层讲好新时代强军故事。

## 编辑说

### 《血战长津湖》畅销缘由

张震(现代出版社社科编辑部主任)

成为战争史上引起许多唏嘘感叹的经典战例。

其次,与我们多年深耕军事纪实题材,对该领域市场具有较高敏锐度密切相关。我们一直将军事纪实题材作为我们的长线甚至是主线产品线来运营。主要基于以下几个方面的考量。

从选题角度看,在中国人追逐“中国梦”、实现民族复兴的伟大时代背景下,军事战争题材能唤醒人们奋发向上、积极进取的斗志。另一方面,在和平年代,人们对战争这一特殊、极端环境中的人类生存状态、精神状态具有探究兴趣,战争史、军事纪实作为历史的一个重要截面,对于人们探求历史真相,从历史中寻找为人处世、治国安邦之道,提升思考深度,也都具有重要意义。《血战长津湖》这部作品最大特点在于它的纪实性,参加过长津湖之战的28名志愿军老兵的口述实录,记载了丰富的历史细节,有着特别珍贵的意义,为爱国主义宣传提供了鲜活的历史资料和感人细节,极大地引发读者共鸣。

从受众角度看,这类作品的受众较为成熟,购买力也很强,对纸质图书的偏好性明显,受网络阅读冲击也小,可替代性弱。

当然如果要实现军事纪实题材图书从畅销到畅销的突破,除了要深入体察和研究把握读者情绪和社会文化心理,抓住时间节点进行立体化营销之外,尽可能放大军事纪实类图书的传播性和社会效益,也是不可或缺的因素。

(下转第9版)

## 专访

剧本杀是目前最为火热的线下娱乐之一,艾媒咨询《2022-2023年中国剧本杀行业发展现状及消费行为调研分析报告》显示,中国剧本杀行业2021年的市场规模达170.2亿元。

今年6月27日,文化和旅游部等五部门正式印发《关于加强剧本娱乐经营场所管理的通知》(下文简称《通知》),首次在全国范围内将剧本杀、密室等新业态纳入管理。全国人大代表、重庆出版集团副总编辑别必亮在今年全国两会上提交了《关于对“剧本杀”强化监管与规范引导的建议》。他认为,受疫情影响,2022年截至目前,剧本杀发展略显受挫;对规范经营的企业来说,五部委《通知》的出台是重大利好消息,剧本娱乐产业增长空间依然很大。随着疫情清零后的商业恢复和国家政策的监督扶持,未来的剧本杀行业还会有一个加速升级的过程。“在这样的剧本杀市场背景下,开发红色主题剧本杀,将爱国主义、主旋律的教育寓于受青年人青睐的剧本杀游戏,是个很好的契机。”别必亮告诉记者。

厦门海峡枪神馆推出“军旅剧本杀”活动,通过“沉浸式”国防教育让年轻人体验国防特种部队的军旅生活;火箭军某部各营区以革命英烈故事为主线创作剧本,让官兵切身悟地下工作者们的崇高信仰与革命情怀。红色主题剧本杀在市场上很受年轻人欢迎,2021年市场新秀红色剧本杀《兵临城下》以真实抗日历史事件改编,通过情节设计和情感沉浸将家国历史与可玩性相结合,让玩家感受到真实历史人物的抉择,在剧本杀的带动下,《兵临城下》一书的销量达8000册。图书与剧本杀的相互促进是二者实现跨界融合的原因之一,并且从本质上来说,剧本杀和图书出版都是以优质内容为核心的文化传播。剧本杀的内容是用户选择的关键,而出版业最不缺的就是优质内容,二者结合是逻辑使然。

别必亮认为,剧本杀市场从无到有、从野蛮生长期到规范性、理性化发展期,国家和行业的引导及监管将发挥更大的作用,社会及用户也会对剧本杀提出更高的价值要求,因此,剧本杀行业中最稀缺的资源还是优质内容。重庆出版集团在这方面已经早有准备,比如以西南服务团为背景的长篇谍战小说《峥嵘》、解放初期重庆反特题材的长篇小说《重庆往事》、围绕红岩烈士陈然的生命与成长经历创作的长篇小说《挺进者陈然》等,都是开发红色剧本杀的上好题材,它既能实现文化产品立德树人的教化功能,又符合当下年轻人接受主旋律教育的形式。别必亮表示,针对这些红色主题出版物,重庆出版集团将采取IP授权改编的模式来与剧本杀行业谋求融合。

改编剧本杀实际上是一个再度创作的过程,是一项非常专业的事情,这也是其操作层面的难度之所在。重庆出版集团在IP授权与剧本杀改编方面有较为成功的经验。据别必亮介绍,2021年,重庆出版集团旗下的北京华章同人公司,以IP授权的方式,与剧本杀行业的“推理大师”合作开发了悬疑作家雷米的作品《心理罪·教化场》剧本杀,如今,该剧本杀已获得了中国文化产业行业协会的审核备案号,即将投放市场。合作运营方式上,《心理罪·教化场》剧本杀采用的是出版方进行IP授权,由运营方创作和发行,双方共同营销的模式。该产品将在全国剧本杀核心城市与核心商圈的2000家门店进行投放。

别必亮认为,将已出版图书改编为剧本杀,既是一种新型的图书营销方式,也是一种版权运营变现的途径。与此同时,剧本杀行业之所以愿意选择有市场影响力的图书来改编剧本杀,也是看中了图书的IP影响力。今年6月12日,子夜推理工作室官宣获得《风声》原著小说的官方授权,并得到了麦家的认可与支持。图书不只改编剧本杀,还改编影视、动漫、有声书等不同形式,每一种形式的转化都有IP价值放大的效应,也都能成为剧本杀的宣传渠道。

据艾媒咨询数据显示,随着剧本杀行业体系逐渐完善与成熟,剧本创作者、发行商、演员、门店商家、垂直平台等主体的参与将会推动产业规模不断扩张,预计到2025年,中国剧本杀行业市场规模将增至448.1亿元。别必亮表示,相信在未来,随着剧本杀行业的逐渐成熟稳定,图书与剧本杀两个行业之间会不断探索出更多机会,融合双方优势,成为彼此的增量。“或许某一天剧本杀也会像电子书阅读一样衰落、式微甚至退场,但我仍然鼓励我的团队积极拥抱新生物,因为开放也正是出版业得以与时俱进、永续生存的法外之一。”

## 军旅题材剧本杀 图书营销新思路

中国出版传媒商报记者 张馨宇