

刘墉《人生便利店》:为读者开一家店消解人生所有不便

中国出版传媒报 2022年8月,刘墉在自己的首部励志作品出版50周年之际,推出新书《人生便利店》,由接力出版社出版。

自1972年至今,刘墉先后创作出版了几十本励志作品。《人生便利店》有别于他往日的行事作风,呈现出一个时而内敛、时而慈爱、时而时髦、时而深思的刘墉,他将自己丰富的人生阅历和所见所闻凝练成一篇篇不足300字的文章,将其幽默地称之为“灵感小条”。这有赖于刘墉每日午饭后习惯:和妻子并排坐在沙发上聊天,刷刷短视频,浏览新媒体等。该书回答了诸多人无法绕开的热难点问题,读者可以随时进行心灵自救。一篇篇

短文涵盖了近200个热门话题和处事金句,简简单单却直指人心,策划团队反复研读后将该书的关键词定为便捷。作者要传递的精神补给是随时随地、信手拈来和细致入微的,带着刘墉独特的人间烟火气。

这本书就像是一间开在巷口的人生便利店。内容上分为“生活区”“工作区”。把所有内容按个人、情感、生活琐事等分门别类,安排在个人养护、婚恋果脯、家庭百货、处事味素、思维盲盒、社交罐头、情绪五金、行动饮料8个货架中,读者阅读就是体验逛便利店的过程。

“用一家便利店消解人生所有不便利”。出版方还为读者准备了一张隐藏版封面。当读者不经意地打开外封时,一幅真实的便利店场景将映入眼底,像在暗夜的某个转角处为读者守候的一个心灵避难所。(张聪颖)

一部心理学经典巨著是如何“出圈”的?

■ 聂政(人民邮电出版社普华公司总编辑)

2022年6月,《津巴多普通心理学》(第8版)一经上市就引起了心理学研究者、学习者、爱好者的热烈关注;上市7天主渠道点击量63万次,3周点击量近100万次;豆瓣评分9.9分,在2个月的时间里,发行已近3万册,发货码洋近600万,市场表现和读者口碑俱佳。这样一本比小说还好看的心理学术入门经典是如何“出圈”的?

用双栏排版,图表和文字交替呈现,读来不觉枯燥乏味。此外,我们还随书附赠了两个小册子:《心理学核心概念学习手册》《十大心理学知识应用手册》。

全网预售,科学营销,达人齐推荐

《津巴多普通心理学》(第8版)的营销颇具“天时、地利、人和”。为庆祝第8版中文版的上市,作者津巴多博士为该书中文版专门作序,并录制两段视频。强大的译者阵容在图书上市后的推广阶段也发挥了积极作用,进行了多场主题演讲和直播连线活动。

“6·18”营销活动中,我们认真筹划全网预售,制订计划、准备素材。5月16日预售启动,首先通过自媒体矩阵和社群等资源打通私域流量,进行新书上市预告、短视频首发;在营销端通过微博矩阵、头条MCN等进行话题预热,一周内快速达到2000万的曝光;在渠道端通过京东图书、文轩网、凤凰新华书店等官方微博、微信公众号进行转发赠书、新书预告等活动预热。整合优势资源,利用KOL直播、短视频带货助力“出圈”,并实现销售转化。6月9日相关微博开始推荐,当日转化1000多册,渠道搜索明显放量;并在接下来几天中对此微博多次转发加热。

6月16日,人邮社、普华文化联合有书平台,举办了线上新书发布会,在29个账号同步直播,总观看量达50万,渠道搜索量达到高峰。发布会当天,樊登在直播间重点推荐了这本书,当晚带货销量4000多册。随后,该书在各平台资源位上线持续加热,并在京东“6.18”战中夺得巅峰28小时社科类最受欢迎电子书榜第3。7月18日,读书博主都靓短视频推荐,24小时带货2000多册,将当日销售排名拉升至新书热卖榜心理学第1名、24小时新书热卖总榜第2名。

目前,《津巴多普通心理学》(第8版)不仅获得了不错的销售业绩,还各方好评不断,豆瓣评分达到9.9分。

团队合作,环环相扣,不是一个人在战斗

归根结底,《津巴多普通心理学》(第8版)的成功是团队间高效合作的结果。出版,从来不是一个人在战斗,需历经版权-作者-译者-编辑-质量保障-印制-市场-营销等一系列的长链条,需要所有人通力合作,环环相扣,众志成城。希望《津巴多普通心理学》能够进一步充实心理学知识探索者、应用者、爱好者的精神世界,能够给大家带来愉悦、有深度的阅读体验,帮助大家建立起对心理学的全景式认知,用心理学知识破除思想迷惘,收获精神力量,汲取新知、感悟与智慧。

跨界营销

1000本纸质书+5万个杯套,读客和茶百道都“杀疯了”

■ 丛卓如(读客文化编辑)

北京日报出版社出版的《小王子的情书集》可以说是全球小王子粉丝的“集结号”!《小王子》中的小王子和玫瑰是作者圣·埃克苏佩里和康苏爱萝的化身,但此前康苏爱萝很少被提及。《小王子的情书集》是首次从他们的情书手稿遗物中整理出来和公开出版的,正是这些信件地发现,终结了双方继承人长达几十年的遗产纠纷,也为我们展现了《小王子》背后不可撼动的爱情传奇。

这本书最初于2021年5月在法国上市,受到《快报》《费加罗报》《法国新闻周刊》等数十家法国权威媒体的报道,读者随即谈下中文版版权。也就是在这样的契机下,我们发行部的同事在和朋友聊天时提到了这本书的爱情细节,而这位朋友正是茶百道在品牌营销方面的负责人。那时七夕将至,用小王子和玫瑰原型,做最有爱的奶茶,不失为一种双赢的营销策略。

我们营销部伙伴牵头,和设计师讨论活动方案、宣传文案、设计图,并与茶百道沟通确认,我作为策划编辑则一起承担杯套和海报的设计任务。在设计和撰写文案之前,我们敲定了几个关键信息:狂送1000本书;使用可撕开的杯套设计;消费者可以进店对暗号享优惠。最终的杯套设计方案是以小王子和玫瑰的形象为中心,和喜爱小王子的消费者达成沟通;用“感受比《小王子》更动人的爱情传奇”打造七夕氛围感,同时突出了新书的关键点;杯套上可撕开的地方做成书封,里面印上我们精心挑选的内文金句,相当于《小王子的情书集》这本书的试用装。此外,进店享优惠的暗号 and 小红书平台的话题就是书名本身,也让我们的书有了线上二次传播的机会。

这样的推广方案遵循了读客方法中“文化母体”“超

编辑讲书

我从小对文史类书籍有较浓的兴趣,但对一个问题一直不解:历史是实人实事,为什么同一个历史人物的形象在不同史书中会千差万别、甚至截然不同呢?

随着阅历和知识的增长,我知道了史学与文学著作一样,都是作者观点的表达,但我仍一直希望有人对其原因给出更为系统的说法。直至读了张昭军教授所著《中国文化史学的历史与理论》(人民出版社2022年1月版),才让我豁然开朗。

同书名一样,这是一部专业性很强的学术著作。作者写作花费了15年时间,全书的布局和编辑别有用心,左图右史,内容并不难解。上编讲史学史,下编讲史学理论,即探讨中国史学是如何写成的,为什么研究文化史,今后如何研究文化史。最吸引我的是上编所写的五个人物:梁启超、胡适、章太炎、柳诒徵和钱穆。

读罢该书可知,中国文化虽有四五千年历史,但现代意义上的文化史著作是从1902年梁启超发动的“史界革命”开始的,距今不过120年。今天世人对中国文化的认识和整体印象也并非直接来自古代,而是近代的产物。其中,上述五位历史学家筚路蓝缕,发挥了不可替代的作用。

梁启超是一个百科全书式的人物,开风气之先。20世纪初,他发动“史界革命”,重新研究和书写中国历史。作为改良主义的启蒙思想家,他批判中国古代的政治和社会,主张学习西方和日本,写人民大众的文化史,今天中国人的一些历史常识就是由他较早提出和传播的。

胡适的贡献是将西方的社会科学方法引入中国文化史研究。不过,他虽然推进了中国文化史的现代化和世界化,但用西方的理论方法研究中国文化,一定程度上导致了“西化”,割裂了中国文化的精神。

章太炎是著名的国学大师,对中国文化的优缺点有清醒的判断。他认为梁启超、胡适等人对于中国文化的整体评价过于负面,从而提出“依自不依他”,强调各民族的历史和文化传统各有其合理性,不能舍己之长,失去自身的立足点。

柳诒徵所著《中国文化史》被胡适称为中国第一部系统的文化史著作,直至今日仍在畅销。他将中国传统文化的内容与新史学的形式结合在一起,提出中国文化的根本在“礼”,中国人以礼立国,以礼为教,其观点在新文化运动时期有纠偏的意义,也受到当下国学爱好者的重视。

钱穆是著名的国史大家,著有《中国文化史导论》和《国史大纲》,站在民族文化的立场上,强调中国文化具有历史悠久、可大可久、重视和平、生生不息等优秀传统。当时抗战处于最为艰难的时期,这两本书消除了国人消极、悲观的情绪,振奋民族精神,增强抗战必胜的信念。

《中国文化史学的历史与理论》出版后受到学术界广泛重视,对于像我这样的普通读者来说,它帮助我深入认识中国文化,知其所以然,感觉收获良多。

到后厨,看史家如何制作文化史

■ 吴晶(中译出版社编辑)



党的十九大报告指出,心理健康是当代中国重要的公共卫生问题,社会心理服务体系是推进国家治理体系和治理能力现代化的重要内容。《津巴多普通心理学》(第8版)正是在此大背景下应运而生,是我们为提升全民心理健康而策划出版的优质选题;不仅能全面反映当代心理学的新理论、新方法和新成果,更能为中国读者解读当下生活中的各种心理现象和精神困惑。

厚积薄发,精诚合作,彼此成就

《津巴多普通心理学》畅销全球几十年,内容结构设计精巧,有料有趣、兼具科学性和大众性,为心理学教育和发展做出重大贡献。该书英文版由美国培生教育集团出品,与人民邮电出版社的合作历史悠久。作为人邮社旗下的一个品牌,普华心理凭借近10年的不断积累和出色业绩,一举获得《津巴多普通心理学》(第8版)的简体中文版权。在出版过程中,培生教育公司提供了专业指导、资源支持以及国外出版的成功经验和案例供我们参考实践。

强强联手,精耕细作,著译编俱佳

著:菲利普·津巴多博士是美国著名心理学家,现为斯坦福大学心理学系荣誉退休教授。《津巴多普通心理学》是全球心理学初学者的首选用书和全球各国高校心理学专业参考书。津巴多教授精心选择了目前心理学界前沿乃至具有一定争议性的研究发

现加入到新版中,更新、修正,增加了近50%的内容,力图用平易近人的方式引导读者批判性思考现实问题。

译:为保证翻译品质,我们邀请了中国科学院心理研究所所长、中国科学院大学心理学系主任傅小兰研究员领衔翻译,组织国内十几位来自知名高校和研究机构的顶尖心理学研究者加入翻译团队。经过一年字斟句酌地精心打磨,中文版译文深蕴原文精髓,“信达雅”兼具,语言生动有趣,质量上乘。

编:编辑团队和译者团队在成立之初就建立了编译工作微信群,保证随时沟通探讨。每位译者在翻译和统改完自己负责的章节后,还会审校本章的前后两章,以保证全书专有名词统一和承前启后。译者交稿后,编辑们精益求精,除了核对原版英文,还尽量避免译文与前几版的中文简体版雷同,整个三审三校环节持续了半年多,才成就了高品质的翻译作品。

融合发展,增值创新,提升阅读体验

《津巴多普通心理学》(第8版)紧跟融合出版发展趋势。例如考虑到现代读者的阅读需求与习惯,每章都配上了相应译者的视频与文字导读,还配有电子版教学课件、部分图表、中文术语表和原书参考文献,读者用手机扫描书中二维码就能观看。

为了让读者了解和获得最新知识,《津巴多普通心理学》(第8版)文前增加了16页彩插,其中大多是与大脑区域的分布图、脑部扫描图。版式设计采

编辑与作者

做书这件事,心爱是根本

■ 陈丽杰(北京时代华文书局副总编辑)

策划缘起:心爱是根本

2020年初疫情期期间,我无意间看到《梁老师的爱情课》,被60多岁的梁老师讲课时的天真、真诚和真心所打动,萌生了给他出本书的想法。

念念不忘,必有回响。2020年底的12月11日,在韦娜老师牵线下,我顺利和梁永安联系上。梁老师具有深厚的人文背景,主要研究比较文学、现代城市文化、青年文化、现代电影等等,他拥有丰富的跨学科知识和见解,知识密度足够,可以保证出书的品质。12月16日,策划案出炉。

为保证书稿顺利完成,只策划大纲我们就反复修改了不止五六版本,时间跨度近3个月,从开始定位文学课到青年人关注的15个问题,整个团队共同参与,调研收集青年人关注的问题,目录细化至三级标题。

当时梁老师还没像现在这么红。如今梁永安教授是B站拥有超80万粉丝的明星博主,单集视频播放超400万,全网累计破亿,被称为互联网宝藏老师、人间清醒、精神之光、最懂年轻人的50后……中小出版单位很少能签约到这么高质量的作者,一是版权条件,二是整体运营也不如行业TOP10。所以,签作者要趁早,心爱是根本,也在考验中小出版单位编辑是否具有敏锐的编辑眼光。但遇到好作者和好作品是编辑的幸运,他们是一部作品能走得更远的力量。

做一本书,与见多识广的人交友

做书是和见识更深、阅历更广的人交朋友,虽然做书的过程不轻松,但在书籍和作者的滋养下,我们编辑也修正成为更合情合理和稳定的人。

在推进该书的项目过程中,我们和梁老师在上海和北京各见过一次面。老师的淳朴、简单、热忱、开放、谦逊、好奇、接纳、涵容、理想主义和温情又实质的性格深深地打动着我。

在上海见面时,他谈及年轻人抱怨工作的问题:不喜欢是因为没有做到专业性,专业的高度是



做艺术,会达到一种个人的释放。他形容余华的新小说:像《荷马史诗》一样有古老心怀,有寻找的主题。寻找是为了实现人的伦理,找到一种真正与自然相融的关系。一个整天看吐槽大会的社会没有长情,只有一次性消费,是樱花式瞬间的生存,年轻人要有理想主义又要脚踏实地。这也正是我信仰的观念。

在北京见面时,梁老师带我的同事一起见了他的老同学《解放军报》原总编辑谭健将军。席间,谭总编谈起自己退休前日理万机,当日的稿子都当日看完,经常工作至凌晨,几十年工作中没有出现任何纰漏,压力极大;可见,我们图书编辑要更加努力和及时回复作者来稿意见以及三审工作意见才行。

印前工作

作为管理者,尤其是编辑,不能只指挥不参与,而是要做更多和更细致的工作。印前,我再一次审读书稿。最让我心动的是梁老师讲爱情一瞬,其实无论是对人还是对事,一瞬间的热爱是生命豁然起点。梁老师常常强调的“胸怀自由、脚踏实地”就是眺望远方,做在当下。人之为人,还是要有理想主义和丰富的感受力的。

梁老师说:年轻人拥有未来。他对年轻人有着乐观、包容和热切的盼望,自己也总是那么谦逊和热忱。书正式面市的5月13日,梁老师接受青年TALK的采访时说:“我永远永远是大学一年级,永远学习,和大家一起学习。愿我们也能面对5年、10年或者20年后的自己来学习和探索。”出老师的书,就是希望能让更多的人获得能量和滋养,找到自己的信念和方向,通过热爱把人生过得更单纯,永远保持对世界的好奇和探索,不设限不设防。

愿这本书能带更多人带去对世界依然好奇、依然欣赏的态度,依然建设而非一味抱怨的信念。在这个不确定的世界,有可能确定的就是如何做“确定的自己”吧。