

# 科普出版再次崛起,市场成熟尚待时日

编者按 2023年全国科普日活动将于9月17日~23日在全国各地集中开展,今年的主题为“提升全民科学素质,助力科技自立自强”。2023科普日来临之际,商报特别推出科普出版专题报道,聚焦近年来这一冉冉升起的出版板块新秀,讲述不断涌现和持续“翻新”的新老科普出版品牌的故事。通过采访多家出版机构负责人,挖掘科普出版市场新趋势,分享各家选题策划、品牌强化、加速融合等推动科普出版高质量发展的经验。

## 从丛书到文库,聚焦生态文化推动科普出版进阶

■傅梅(江苏凤凰科学技术出版社党委书记、社长)

江苏凤凰科学技术出版社(以下简称“苏科社”)从建社以来,就有良好的科普出版传统。近年来,国家相继出台了一系列文件,鼓励和支持科普发展。苏科社围绕科普出版精品化生产和品牌化建设,立足优势领域,抢抓优质资源,挖掘原创选题,坚持走垂直化、专业化、市场化的高端精品出版之路。

目前,苏科社科普出版板块取得了一些成绩,如在2019~2022年,连续4年有科普图书入选年度“中国好书”;策划出版的科普图书荣获各类国家级大奖,包括国家科学技术进步二等奖、中国出版政府奖、中华优秀出版物奖、国家图书馆文津奖、中国科普作家协会科普图书奖、全国优秀科普作品、中国“最美的书”等。在市场表现上,根据北京开卷的数据,苏科社科普板块的零售开卷市场跃居前三名。

以此为基础,为适应时代所需,我们以一流品质为目标,创新融合发展思路,推出“青鸟新知”科普品牌及新媒体矩阵,助力科普出版更上一层楼。

说起“青鸟新知”,就不得不提苏科社在21世纪初打造的一套科普丛书——“青鸟文丛”。“青鸟文丛”主要聚焦生态文化,以关爱生命、绿色环保为主题,共推出39种图书,其中引进版30种,原创9种。“青鸟文丛”的定位是高端成人科普,在当时极具新锐之气。文丛所收录的都是一流科学家的科普佳作,其中不乏

世界级科普大家的代表作品,如史蒂芬·杰·古尔德的《生命的壮阔》、理查德·道金斯的《祖先的故事》等作品,即便到现在,这些作品都耳熟能详。而文丛中所收录的几部原创作品,作者都是各领域的顶级专家,如中国科学院周志炎院士、“大熊猫之父”胡锦矗、滇金丝猴研究专家龙勇诚、“鹤爸”吕士成等,他们“大家写小书”的科普作品,也引领了风气之先。这套文丛塑造了以“传播科学新知”为理念的“青鸟”科普品牌,启蒙了一代读者,获得了普遍的肯定与赞赏,至今仍时有回响。

近年来,科普出版进入了新的发展时代。苏科社决定赓续承载深厚人文思想的“青鸟文丛”,推出旨在交汇科学与人文的人文科普文库“青鸟新知”,注重科学思辨、人文思考、文学表达与审美呈现,以交汇“科学·人文·艺术”为特点,着力打造具有“思想·思考·启迪”价值的科普内容,感受人类为认识世界而不断进行探索与自我反思的精神力量。在产品规划上,原创与引进并举;在产品设计与视觉呈现上,突出科学与人文交汇的气质,做大美且有温度的科普。

“青鸟新知”在原创产品策划上,将人文与艺术完美结合,出版了一系列双效收益的高端精品好书。如《嘉卉:百年中国植物科学画》入选2019年度“中国好书”。



书”、第五届中国出版政府奖装帧设计奖、2022年全国优秀科普作品、2019年中国“最美的书”、2020年英国D&AD黄铅笔奖等;《山川纪行——臧穆野外日记》入选2021年度“中国好书”、第十七届文津图书奖、第七届中国科普作家协会科普图书特别奖、“典赞·2022科普中国”年度科普作品、2022年全国优秀科普作品等;《遗世独立:珍稀濒危植物手绘观察笔记》荣获第六届中国科普作家协会优秀科普作品奖(图书奖)银奖等。

陆续推出的“青鸟新知”科普文库2023~2024年计划出版近20种图书,首批推出的图书包括《大自然的恋人:玛丽安娜·诺斯的画旅人生》《植物艺术画的瑰宝》《风中的丹顶鹤——相伴湿地仙子的日子》《归来的呼啸——东北虎调查纪实》《寻踪国宝——走近大熊猫家族》等。

2024年,“青鸟新知”将重点推出一批反映自然博物之美、探寻珍稀动物、彰显科学精神的精品力作,如《一生一事:为自然画像——曾孝濂自述》《道仙草》《万物逆旅:环球植物考察的演化笔记》《探秘喀斯特精灵——白头叶猴科考实录》《遗落的鲸灵——长江瑰宝白鱀豚》《守望雪山精灵——滇金丝猴科考手记》《森林不寂静》《恐龙的遗产》《章鱼的心灵》《詹姆斯·索尔比:启蒙时代的博物学家》等。

(聂慧超 采写/整理)

“立足当代科学前沿,彰显当代科技名家,绍介当代科学思潮,激扬科技创新精神”是上海科技教育出版社(以下简称“科教社”)品牌竞争力所在。自1990年代开始,科教社将科普出版作为重点产品线,经过30余年的不断积累,在科普出版领域形成了自己的品牌和特色,推出“哲人石”“数学桥”“改变世界的科学”等诸多时代感强、感染力深的科普精品,取得了良好的社会效益和经济效益,荣获中国出版政府奖、中华优秀出版物奖、“中国好书”、中国科普作协全国优秀科普作品奖(图书奖)金奖、上海市科技进步奖二等奖、上海图书奖特等奖、文津图书奖等众多重大奖项。

多年来,科教社历任社长都十分重视科普板块,始终在“大教育”的背景下看待科普出版,专注而持续地做好“打造科普精品”这项工作。

在机制保障方面,通过建章立制,为科普项目尤其是大型重点项目的运



作提供充分保障,在编辑部门年度工作目标的制定、部门两个效益的考核、个人的工作绩效考核中,将原创占比逐步加大,对于列入重点图书项目的品种给予项目补贴,并给予基金申请和报奖优先考虑,不断激励编辑出好书。

以《科学编年史》一书为例。该出版项目主编为科学史大家、中国科学院院士席泽宗先生。项目2004年启动,不同学科领域的多位专家学者任该书编委,撰写则由各领域的一线学者和科普专家担纲,作者逾百人。该项目由社领导总体负责,从不同编辑部门抽调编辑骨干组成出版小组,分学科跟踪进度和完成审稿、编辑加工、读样等工作。本项目投入的文字编辑、美术编辑、审稿人员多达40人。

在产品线定位方面,致力做好重点项目规划,关注国家各项发展战略,对作者和选题资源持续进行挖掘和跟踪,做好资源储备。近年来,在持续引进国外高水平科普佳作的同时,我社进一步加大了原创选题的培育和开拓,努力提炼品牌特色,提出原创科学人文读物要体现“科学之美,人文之思”,青少年科普读物要突出“乐享阅读,酷玩科学”,并围绕这一定位组织和策划一批相关选题。我们约请多位兼具高深科研学术水准和丰富科普创作经验的优秀科普作家,并与多个科普机构保持密切合作,为打造原创精品奠定良好基础。

在队伍建设方面。一方面,关注国内外科学前沿进展和重大科普活动,积极挖掘优秀作者资源。利用研讨会、专业书展等方式和平台,努力为编辑和作者建立沟通交流的渠道。另一方面,通过专业培训、业务交流、项目合作等方式,不断提高人才队伍素质,逐步建立了一支具有专业性、前瞻性、科学性、创新性和能动性的复合型编辑人才队伍。

我们始终坚持内容质量第一,正确处理质量与规模的关系,基本保持和控制年度出版规模品种;始终坚守、继承和发扬多年来形成的出版特色,并将特色适时地扩展延伸;形成了从引进为主逐步到引进和原创并重,从成人中高端科普图书到成人与青少年科普图书并重的出版格局。

除了根据时代需要和市场需要主动策划外,我们还愿意花时间等待作者创作出高质量作品,有“十年磨一剑”的恒心。好作品的出现,除了作者的创作水准高以外,编辑也往往为此付出了非同一般的努力,帮助作者提炼作品更多的价值,使作品更符合大众阅读趣味。

2023年2月习近平总书记在主持中共中央政治局第三次集体学习时强调,“要加强国家科普能力建设,深入实施全民科学素质提升行动,线上线下多渠道传播科学知识、展示科技成就,树立热爱科学、崇尚科学的社会风尚。”国家战略为科普出版的蓬勃发展提供了大环境,在这样的大势之下,必将有更多出版社涉足科普出版领域,形成百花齐放的大好局面。

科教社将在科普出版领域继续努力进取,精耕细作。例如,重点开发“哲人石·科学四方书系”这一原创科学人文精品系列以及做好“数学桥”品牌的开发和推广工作;对重磅品种作融合出版开发,如《全媒体青少年科技教育活动资源大全》已上线,《青少年创新思维培养》《科学家讲科学》丛书将开发线上课程,《哲人石丛书(珍藏版)》及《院士带你去探索》系列绘本正在录制名家音频解读等。

(聂慧超 采写/整理)

在大教育背景下做好科普出版  
王世平(上海科技教育出版社总编辑)

## 内外兼修,多维构建科普出版新生态

■申永刚(中国科学技术出版社副总编辑)

务交流合作,推动中国科普作品的国际化。日常工作中,我社第一时间挖掘学界新动向,力求策划内容紧跟当代科技发展的趋势,将最新最快的科普知识提供给读者。

积累选题的过程中,需要广泛涉猎。我社的科普作品涉及多个方面,除了热门的医学、太空、互联网新技术等选题,还包含数学、物理、农业等相对小众的选题,从宏观到微观,都是我们选题积累的来源。在将产品打造成精品的过程中,我们注重科学与人文的统一,将科学的深邃尽可能转化为人文的表达,让普通大众能够有机会读懂。这也是科普工作者的长期奋斗目标,是“让公众理解科学”工作的重要组成部分。

我社产品方向不仅包括面向大众的通识性科普知识,也包括面向科技工作者的专业科技知识的普及。从科普发展需求来说,科技知识、科学教育、科学生活、科学精神的普及更符合国家战略与时代需求。出版人要坚守职责使命,从顶层设计出发,筛选前沿性题材,不但要满足普适性更广的科学常识的介绍需要,同时以当今世界科技前沿问题为重点,着重加强对高科技知识的宣传普及同样重要。只要选题及后续工作得当,此类选题通常都会收到良好的效果。

随着人们受教育水平不断提高,认知能力也在不断提高,我们还需要打造出真正通俗易懂、活泼有趣的科普图书,比如我社出版的《谁找到了薛定谔的猫?》

作为介绍较为高深的量子力学的科普类选题读物,就因其通俗易懂的举例和深入浅出的原理讲解,受到了读者朋友的广泛喜爱。

普及科学知识,其表现形式在科普图书内容制作方面有着举足轻重的作用。科普产品讲述的道理不能是枯燥晦涩的,如果语言表达缺乏可读性、趣味性,就不能吸引读者。我认为,创新和多样的表现形式有利于科普图书的普及和传播。图书版式结构、语言的风趣幽默、艺术与文字的结合、图书内容的设计、图表漫画的综合运用等方面,都是编辑团队施展多样化创新的“用武之地”。我社原创产品《小学生超喜爱的漫画科学(全4册)》作为趣味知识型漫画,一经上市就反响热烈,在开卷公布的2022年少儿类图书总榜中位居第一。

接下来,我社将积极拓展弘扬科学家精神的重要选题出版工作;继续完善自然博物类板块,加强原创博物产品开发;完善“工业革命”系列图书,打造国内优秀的展现工业革命历程和借鉴意义的系列出版物;完善“国家公园”“国家自然保护区”系列图书和著名科学家人物著作系列等图书。除此之外,我社也会稳步推进数字产品建设,注重形式多样,充分发挥新媒体重要作用,创造更多优秀的科普作品。

(聂慧超 采写/整理)



技工作者的创作理念和能力。在资源体系建设方面,我们除了与各个科普主管部门及科研单位建立长期合作关系,还建设了数字化的互动科普平台,希望今后能够形成更加立体的科普资源服务体系,更好地支持科普创作和科学阅读。我们也十分注重编辑的素质提升,通过培训和项目实践,帮助编辑在与作者的沟通过程中可以更好地把握定位和引导风格,兼顾科学性与可读性。

此外,在推动科普工作研究和科普人才培养方面,我社还组织出版了《中国科学传播报告》、《中国科普互联网数据报告》、《科学传播研究》等系列科普工作研究成果及“科技工作者科学传播译丛”、“科学传播人才培养译丛”、“科普演讲,你准备好了吗”等一系列指导科技工作者做好科学传播的图书,希望有助于我国科普事业夯实基础。

作为中国科学院的出版单位以及国家最大的科技出版机构,我们深感科普工作责任重大。2023年,我们会继续推动“科学与未来:院士科普丛书”“科学走近公众:院士科普丛书”“大学科普丛书”“国防科普大家小书系列”“科学与人生:中国科学院院士传记丛书”“中国工程院院士传记丛书”“贪玩的人类系列”“混沌沿岸”“生命奥秘丛书”“大学科普丛书”“科学与未来:院士科普丛书”“中国科普图书史丛书”,等等。出版科普图书上千种,动销品种始终在100种以上,既有百万册以上的畅销品种,也有不少10万册以上的长销品种。

在作者队伍和资源体系建设方面,我们非常重视创作能力的培养和系列化项目的策划组织。例如,我们积极参与各部委及相关单位组织的科普培训工作,从编辑的角度提出创作建议;承办中国科普作家协会等单位主办的科普创作培训班,培养青年创作人才;通过对原创科普作品的反复打磨和沟通,帮助提升科

## 倡导新科普,让科普品牌历久弥新

■侯俊琳(科学出版社科学人文分社社长)

科学出版社的前身可以追溯到1930年成立的龙门书局,1954年与中国科学院编译局合并成立科学出版社,因此在科技出版及科普出版方面都有悠久的历史。20世纪70年代末,全国科学大会之后,学习科学技术成为风行全国的热潮,但当时与科学技术相关的学习材料十分匮乏。科学出版社义不容辞地承担起出版优秀科技作品的责任,不仅积极组织专家撰写各类科普图书,还开创性地翻译出版了一大批世界著名科普作品,形成新中国科普出版的第一个高峰,影响了几代人的成长。

在严济慈、钱三强、陆学善、钱临照、周培源、谢希德等老一辈物理学家的关心和支持下,科学出版社1978年开始组织出版的“物理学基础知识丛书”,凝聚了一大批优秀的物理学家,至1992年共出版了《漫谈物理学和计算机》《相变和临界现象》等22种物理科普图书,加上单独出版的《物候学》等一批原创科普作品,在社会各界产生了持续而广泛的影响。同时,科学出版社还先后翻译出版了《从一到无穷大》《物理世界奇遇记》《黑猩猩在召唤》《寂静的春天》《科学研究的艺术》《双螺旋》《飞向月球》《自私的基因》《最初三分钟》等一大批世界级的优秀科普作品,掀起了科学阅读的热潮。时至今日,这些科普著作仍是公认的经典,很多科学工作者感叹,当年就是因为读了科学出版社的科普图书而立志走上了科学道路。

多年来,我社始终非常重视科普工作,支持鼓励全社所有学科编辑参与,越来越多的编辑积极策划出

版科普图书,特别是以我社科学人文分社为代表的出版部门,长期以来坚持不懈,策划出版了多个系列项目,以原创科普为主、以成人科普为主、以科学家科普为主,形成了我社科普出版的鲜明特色。

我社还结合自身实际情况,高度重视社会效益,将畅销书、基金会书、获奖书等项目都纳入了社会效益考核。在持续耕耘下,社里曾荣获几乎所有科普图书相关荣誉,如多次荣获国家科技进步奖、中国出版政府奖图书奖、中华优秀出版物奖、全国优秀科普作品奖、向全国青少年推荐的百种优秀出版物等,有的甚至得过数十次。

21世纪以来,我们一直倡导新科普,即科普图书应该超越传统的知识科普,更加强调科学知识与历史、哲学、艺术、社会等内容的融合。目前,我社已培育出一大批科普系列品牌,例如“20世纪科普经典特藏丛书”“物理改变世界丛书”“好玩的数学丛书”“贪玩的人类系列”“混沌沿岸”“生命奥秘丛书”“大学科普丛书”“科学与未来:院士科普丛书”“中国科普图书史丛书”,等等。出版科普图书上千种,动销品种始终在100种以上,既有百万册以上的畅销品种,也有不少10万册以上的长销品种。

在作者队伍和资源体系建设方面,我们非常重视创作能力的培养和系列化项目的策划组织。例如,我们积极参与各部委及相关单位组织的科普培训工作,从编辑的角度提出创作建议;承办中国科普作家协会等单位主办的科普创作培训班,培养青年创作人才;通过对原创科普作品的反复打磨和沟通,帮助提升科

技工作者的创作理念和能力。在资源体系建设方面,我们除了与各个科普主管部门及科研单位建立长期合作关系,还建设了数字化的互动科普平台,希望今后能够形成更加立体的科普资源服务体系,更好地支持科普创作和科学阅读。我们也十分注重编辑的素质提升,通过培训和项目实践,帮助编辑在与作者的沟通过程中可以更好地把握定位和引导风格,兼顾科学性与可读性。

此外,在推动科普工作研究和科普人才培养方面,我社还组织出版了《中国科学传播报告》、《中国科普互联网数据报告》、《科学传播研究》等系列科普工作研究成果及“科技工作者科学传播译丛”、“科学传播人才培养译丛”、“科普演讲,你准备好了吗”等一系列指导科技工作者做好科学传播的图书,希望有助于我国科普事业夯实基础。

作为中国科学院的出版单位以及国家最大的科技出版机构,我们深感科普工作责任重大。2023年,我们会继续推动“科学与未来:院士科普丛书”“科学走近公众:院士科普丛书”“大学科普丛书”“国防科普大家小书系列”“科学与人生:中国科学院院士传记丛书”“中国工程院院士传记丛书”“贪玩的人类系列”“中国科普图书史丛书”等重点系列的出版工作。未来,我们将更好地整合社内外优质资源,建设更加立体多元的科学传播平台,为我国全民科学素质的提升、为中国式现代化建设作出更大贡献。

(聂慧超 采写/整理)

(下转第18版)