

# BK 中国 编客

发现思想 传播智慧

投稿邮箱:4818208@qq.com 联系人:孙珏 微信:kinkimonkey

## 特别策划

2024春节假期编辑们打算怎么过?

——相亲?旅行?阅读?研究一项新技能?

P17~19

## 榜样团队

最前沿创新团队大集结

P20

# 2024春节假期编辑们打算怎么过?

## ——相亲?旅行?阅读?研究一项新技能?

中国出版传媒商报记者 孙珏

前不久,2024年的北京图书订货会结束,喧嚣归于平静。奋战在一线的编辑们,对2023年有哪些深切的感受,在会上有哪些新鲜的观察和体会?2024年的春节假期即将到来,

“才华横溢”的编辑们打算怎么过?有哪些好玩、有趣的跟阅读相关的事情会发生?另外,大家的年终奖打算怎么花?看看大家精彩的回答吧。



- Q1:**这次订货会的参展感受。比如,跟同行聊天及聚会,了解到哪些内幕?有哪些印象深刻的事件、细节?哪些振奋的消息或依然低迷的情绪?
- Q2:**今年过年准备读什么书?比如,存了好久没有机会读,一直想读的?
- Q3:**过年休假期间,有打算钻研下直播带货、制作短视频,或其他新技能吗?
- Q4:**有好玩的安排吗?比如,陪孩子阅读、打扫、去旅行、当铲屎官、陪父母干一件有趣的事情、相亲拒绝相亲……
- Q5:**过年期间,领导有安排跟工作相关的事情吗?
- Q6:**今年有发年终奖吗?打算用这笔钱来干什么?

### 安排了独自一人的德国旅行

金亚静(上海教育出版社心理与教育出版中心副主任)

**A1:**2023年听到最多的话题是“销量下降”“日子不好过”“书太难卖了”,感受到的常见状态是低沉、迷茫。这次全国出版社和各类编辑聚在首都,希望可以提振士气,让大家都有更清晰的方向。我和同事作为“心空间”图书品牌的代表,参加订货会系列活动——数据洞察与品牌发展研讨会(文学艺术&人文社科分会场),次日参加一年一度的北京订货会,重点观察了各个品牌展出的图书以及各个出版社的重点产品。会后有了一些粗浅感受:一是优质内容是王道,出版社要做内容提供商,依旧是所有人内在一致的理念。只是对于什么是优质内容,大家各自有判断。二是品牌更注重用户画像,营销更有针对性。头部品牌做营销的方法非常多样,背后有自己的方法论。三是头部品牌越来越凶猛,所占份额越来越大。四是普遍焦虑,其中民营小品牌可能最焦虑。订货会现场密密麻麻的图书,到处都是直播,竞争白热化,但感觉大家没有一个放弃,都在努力。

**A2:**2023年,在微信读书上读完了36本书,有100多本书待读……有一些书准备2024年读完。其中有韩炳哲的书,2023年年底读了他的《倦怠社会》,觉得他对当代社会颇有洞察,2024年想读完他的其他著作。还有余光中的《翻译乃大道》和一些讲述写作技巧的书,算是一种业务学习,可以更好地理解写作乃至如何改稿。此外,有一些小说或传记,如《我该走了吗》《一句顶一万句》《奥本海默传》等,都是之前放到书架上没读过的。

**A3:**过年期间,乃至整个2024年,想研究一下视频剪辑技术,让自己能完成写脚本、搜集素材和视频剪辑等工作。2023年述职的时候,本来希望可以将全年工作内容剪成一个短视频,结果因为素材不够(没注意收集)和剪辑水平不行,剪出来的视频不如人意,最后还是作了PPT汇报。希望再次述职时,可以用视频代我说话。

**A4:**春节期间准备一个人出行!已经申请到去德国的签证,要抛家弃子地出去玩了!过了很多个守在一起吃吃喝喝的春节,这次想过不一样的假期,给自己安排了独自一人的旅行。

**A5:**过年期间,对于工作,领导虽不会明示,但会暗示……

**A6:**今年应该有年终奖吧!不可能没有啊,如果没有,就……号啕大哭一场。哪能这样呢?不能又累还又穷呀,至少给点吧。拿到钱就用来玩,疗愈身心。

### 去浪漫的哈尔滨故地重游

董彦祖(北京新华先锋出版市场和营销负责人)

**A1:**订货会参展,和同行讨论最多的,还是市场的“畸形”化。特别是去年下半年以来,图书带货渠道涌现了很多非专业的读书博主,追求高佣金,制作浅显粗糙的内容。即便粉丝量不高,外联交流的时候也时常被对方“狮子大开口”,30%的佣金率都没有动力,动辄50%以上。确实很少有人愿意为爱发电,一直坚持图书的质量输出是比较困难的一件事,但好的产品需要通过优质解读才能真正对得起读者。本来现在阅读的时间就被压榨了,如果过分追求利益化,抵达读者手中的是价值含量低的产品,那么图书行业就会更加难做。

**A2:**去年过年是在董宇辉老师的指引下,阅读了历届茅奖作品。今年对古代诗词、大家传记兴趣浓厚,所以过年时候预计会读读辛弃疾、李清照等历史人物传记和诗词解读。

**A3:**图书的宣传销售近两年经历了视频、直播、图文等形式,下一个重大风口在哪里目前还没有显

著苗头,除了与众多达人、渠道外联,出版公司也不要忘记自己的团队也是重要生产力,休假期间或许会在拜访亲朋好友的过程中,聊聊他们阅读的渠道,对什么类型的图书宣传方式有兴趣。最后在脑子里消化一下,来年带团队找新的路子。

**A4:**在哈尔滨上大学的时候,班里有女孩非常漂亮。幸运的是,她现在是我的妻子,一个月前刚领证,现在东北太火了,过年准备回母校看看,算故地重游。谢谢这个成全了我浪漫的城市,又浪漫地接待了全国游客。

**A5:**常规工作还是有的,能自己处理的就自己处理,尽量不给手下员工添麻烦,大家忙碌了一整年,过年应该给她们充足的时间休息,陪家人、约好友;休息好,年后才有更好的凝聚力和战斗力。

**A6:**年终奖公司还在统计计算,应该很快就发了,这笔钱肯定要给家人添置东西,双方家长都要备一份新年礼物。(下转第18版)

## 信用监管十年成果回顾 首部《中国企业信用年鉴》新书发布会在京举办

中国出版传媒商报讯 1月18日,信用监管十年成果回顾暨首部《中国企业信用年鉴》出版发布会在北京举办。国家市场监督管理总局党组成员、副局长,国家认监委主任蒲淳出席并讲话。

《中国企业信用年鉴》编纂出版,是深入学习贯彻习近平总书记关于信用建设重要论述,进一步深刻领悟践行习近平新时代中国特色社会主义思想的具体体现,展示了中国特色信用制度的先进性和优越性。首部年鉴从信用监管视角,对2013年以来经营主体信用体系建设规律和根本性经验进行了全方位反映和展现,是认识和理解我国信用建设的重要工具书,为新时期我国信用建设提供理论铺垫和创新基础。

首部《中国企业信用年鉴》以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,充分体现新时代以来的信用监管创新成果,反映市场监管部门着力推动经营主体信用体系建设的改革实践。通过全方位展现信用监管在推动经营主体信用体系建设中的成效,充分反映企业综合信用状况,为社会各界理解支持经营主体信用体系建设、推进社会共治提供全面系统的资料信息服务,引导全社会关注信用建设,参与信用建设,提升全社

会的信用意识和信用水平,推动高质量发展。年鉴由中国工商出版社出版,共9编,合计93.5万字,共收录图片及表格108个。其中开设两个特色专题,分别收录了全国企业信用状况分析和中外企业信用监管制度比较研究。

信用是市场经济的基石、社会的通行证,关系经济社会高质量发展。出版方表示,要以首部《中国企业信用年鉴》出版为契机,进一步贯彻落实习近平总书记关于信用建设重要批示指示精神,着力推进新时代信用建设。要推动成果转化,进一步树立信用是更高水平更深层次高质量发展的理念,充分挖掘信用监管在提升市场效率、促进市场健康发展和资源有效配置中的作用,防范风险和维持市场秩序,提升国际竞争力,促进合作共赢,推动共建共治共享,在更大范围、更广领域、更高层次推动我国经济社会可持续和高质量发展。要加大宣传推广力度,进一步在全社会营造信用建设浓厚氛围。要不断提升编纂质量,进一步做好年鉴的持续出版工作。

市场监管总局有关司局、直属单位负责同志,信用领域专家学者和企业信用同盟企业代表参加发布会。(林致)

### 经典书复盘

2000年,英国女作家J.K.罗琳以超乎寻常的魔法想象为世界读者展开了一片叫作魔法世界的领地,在这片领地中,读者的阅读热情一次次被点燃,儿童文学的销售奇迹一次次被刷新,魔法飓风席卷全球。而今,当最初的小读者已经长大成人,他们却发现“呼神护卫”的咒语在成长中从未走远,更在每每重要的时刻,召唤他们重回魔法世界,被赋予爱与勇气的能量。20多年过去了,“哈利·波特”在以怎样的力量激活与点亮着阅读者的成长?

以童书之名为一生伏笔 几乎每个人的阅读都是由一本童话开启的。只是长大以后,再度回首那些曾经温暖与丰盛过我们童年的诸多读物,却唯有温存,唯有纪念。而“哈利·波特”却以对人生各个阶段的审视与参透力托举着我们一路成长。

第一,“哈利·波特”的故事由童年起步,但并未止于童年。魔法世界的故事是从婴儿期的小哈利被托孤开始的,在前三部中,他同任何一位同年龄的孩子一样,经历着进入小学、结交朋友、感受同学的善意与恶意、接受感兴趣和不感兴趣的课程……这一阶段的“哈利·波特”是名副其实的童书读物。当进入第四部,我们发现崭新的成长图景已然打开,在世界魁地奇球赛中感受恐惧、参加圣诞舞会所萌生出生异性意识、在三强争霸赛中见证死亡,以及亲历伏地魔的再次复辟,均为哈利·波特从童年走向成熟打下伏笔。在最后三部中,哈利·波特既完成了由见证使命、执行使命到最终完成使命的蜕变,更在斯内普、邓布利多等人的最终抉择中体悟了人性的复杂,在送孩子们踏上魔法之旅的九又四分之三站台上感受魔法的轮回……这时的“哈利·波特”也由儿童文学晋升至观照一生的纯文学经典佳作。

第二,“哈利·波特”的主要人物涵盖了各个年龄阶段,亦有各自的完整命运展示。魔法世界既写霍格沃茨的孩子,也写了人到中年的斯内普、卢平教授们,还有已至暮年的麦格、邓布利多,甚至还有依赖魔法石走过600多年的尼可·勒梅以及那些已经逝去的幽灵们。特别可贵的是,罗琳对这些人物的描摹并未停留在当下,而是以情节入手发起多维度的时空连接,串联起了到他们的完整命运轨迹。第三,“哈利·波特”的影响力需要用成长来更新。在哈利·波特文化对读者的诸多影响中,最深刻的莫非学院品质与人性认知。

用魔法想象演绎生活真相 罗琳讲述了一个我们再为熟悉不过的世界,而与此同时,这个世界因为魔法的介入而令人步步惊奇,叹为观止。正如儿童文学研究专家张国龙所言:罗琳用无限的魔法想象升华了有限的现实空间。

第一,魔法世界具有对现实的强大复制力。在纵贯线上,哈利·波特们纷纷经历了入学、考试、早恋、假期、恋爱、选择、奋斗;而在横贯线上,又引出了成长的烦恼、恋爱的纠结、家庭的矛盾、理想的抉择等等因素,这与现实世界中的经历别无二致。但是,孩子们收到录取通知书、购买学习用品、入学分班、学习课程、度过假期等等现实因素都是由猫头鹰、对角巷、魔杖、九又四分之三等魔法因素完成,赫敏在恋爱中的嫉妒心也可以被一句“万弹齐发”的咒语演绎得淋漓尽致。第二,魔法世界具有直击生命真相的力量。一部文学作品能够撼动人心,注定具有直视生命的勇气。罗琳打捞起人可能面临的最重要阻碍,即出身的不幸、内心的恐惧与外界的恶意,并用哈利的闪电疤痕所存储的爱力量对抗其孤儿的身世与不快乐的童年,将内心的恐惧、抑郁、懦弱等情绪以摄魂怪、卢平先生衣柜里的博格特等形象化解,更展示面对丽塔·斯基特、乌姆·里奇等人的恶意时应有的态度。第三,魔法世界具有对心灵的治愈力量。罗琳的魔法的可贵之处在于拥有温暖的治愈能力。人最无奈莫过于生命的消逝和亲人的逝去,而魔法世界以多种方式构建了与这些值得纪念的人们与时光再度相见的途径。

纯文学经典,亦是艺术大师集成之作 “哈利·波特”堪当纯文学经典,除去纯熟的写作技巧、深刻的道德力量与天马行空的想象之外,还在于它独创的文学性,许多西方经典文学如罗马史诗、希腊神话等代表性元素都创造性地“转化”为这部小说的组合物。作为一部书籍,强大的出版团队亦功不可没,以中文简体版本为例,拥有近50年编辑经验的中国著名童书编辑王瑞琴与代表作为“安妮·普鲁文集”的资深编辑担任责任编辑,翻译家马爱农担任译者,同时有中国著名插画家李旻绘制中国版封面,中国特色的再创作赋予了读者更舒适的审美与文化体验。

在文学领域之外,亦有诸多艺术大师共同托举起了“哈利·波特”的文化表达,无论是吉姆·凯的插画创作,还是斯蒂夫·科洛夫斯基的剧本创作,以及华纳兄弟影业公司的电影团队与环球影城设计者的智识,都为“哈利·波特”走向远方提供助力。

### 「哈利·波特」畅销24年之原因刍议

李然(人民文学出版社编辑)