

# 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

出版机构离职的编辑都去干什么了?(下)

P13-14

### 专栏

版权经理谈:我看好的合作项目与版权

P15

### 特训营精编

1个月发行2万册!《犯罪心理学》教材如何成为顶流?

P16

本期导读

近年,出版圈格外动荡,不少人离职,重新寻找出路。上期《中国出版传媒商报·中国编客》专题策划,征集了一波在出版行业从业,后又离开去寻找新职业路径的编辑、营销老师们,聊一聊自己在出版圈的经历、离职后的去向,以及对未来的打算。(链接:2024年11月1日2973期第13~14版《出版机构离职的编辑都去干什么了?(上)》)本期继续呈现从出版圈离职的人以及他们的最新情况。(应受访者要求,文中受访人均名为化名)

## 出版机构离职的编辑都去干什么了?(下)

中国出版传媒报 孙珏 采访/整理

### 蔡诚

#### 曾经供职的出版机构

民营图书策划公司。大学毕业后,在连锁书店干了2年,先做店员,然后做书店的杂志编辑,渐渐对图书行业产生了深度热爱。大概在2005年,我所在的书店倒闭,我去了一家民营文化公司,主要做家庭教育类图书出版。



### 裘道宏

#### 曾经供职的出版机构

民营图书策划公司

#### 离职时间

2021年离职,2024年年初又回到了图书行业。

## 离职后,我又回到出版行业

好久,就觉得还好,没有当时那么生气了。

#### ■离职后,回看出版业,给它一些评价?

我对出版行业的感情比较复杂。像现在网络上流行的一个热梗:图书行业很像东亚的父母,给你的爱不多也不少,刚刚好够你长大。其实也没啥好吐槽的,建立比较公平的竞争机制,把该落实的待遇给落实了,不要承诺得很好,该落实的时候翻脸不认账,这种就挺讨厌,也很打击从业人员的信心。

#### ■对想要进入出版行业的新人,有什么建议?

对于年轻人没有什么好建议的,欢迎来看看,也欢迎随时走,来去自由。就是薪资不太高,节省点还能养活自己,留下来的话请慎重考虑,确定要一辈子干这个再留下来——另外留下的话,薪资还是可以逐年增长的。

#### ■想对准备离职的圈内人说点什么?

离职后,我觉得你们也会想念出版行业的,因为我就是这样。

#### ■现在是待业阶段还是找到了新的工作?

我找到了新工作,在一个边缘的小图书公司做政府项目,交五险一金+清闲,剩下的时间自己疯狂接活。业务包括图书编辑加工、图书组稿、短剧编剧、回忆录和自传(包含企业传记)代写以及各种文案代写,还在Upwork(一个海外线上工作网站)做点自己能做的工作。

#### ■对未来有什么打算?

我算是已回到出版行业。对未来没有具体打算,工资能高点就行。(下转第14版)

## 到养老院做护工

#### ■在离职的图书公司干了多久?

在这家文化公司干了3年多,主要做图书编辑,从各大报刊、图书中找家庭教育的优秀案例进行改编,并联系当事人要照片、版权等。我在公司主要参与了“我是这样教育孩子的”系列的编辑工作,先后出版了4种图书,市场反响还可以。做这个系列的过程中,我学会了鉴别材料、编辑材料及编辑出版全流程运作。后来我又进了两家小型的图书出版公司,主要做文学及国学名著儿童版改编,规模都不大,但编辑出版各流程的工作能力得到了进一步的加强。

#### ■离职原因?

感觉出版行业2012年左右市场开始下滑。先是图书不好卖,馆配书也不那么好做,工资涨不动了。我图书编辑职业生涯最好的工资收入也就1万多元,我一直后悔没深度介入图书营销工作,特别是后来自媒体兴起,没好好学习,也没有及时换到平台更好的图书公司。2021年疫情期间,公司黄了,我被迫离开了图书行业。离职没拿到补偿金,只多发了1个月工资。

#### ■离职期间,情绪有没有很起伏?

离职期间心情非常焦虑。燕郊的房贷,孩子学费一时竟没了着落。而且,这时家庭有了变故,先是父亲病危,病故,然后夫妻感情也出现了问题,最后离婚了。一度想出家,网上还联系了一家寺庙,阴差阳错,没有遁入空门。2023年春天,一个朋友介绍我进入养老行业,说做护工可以暂时维持生计,就这样我到了北京丰台区一家养老院做起了护工。这没什么,1个月后就渐渐适应了,也乐于和老人打交道。

#### ■离职后,回看出版业,给它一些评价?

出版业其实挺适合喜欢文字又不擅长社交的人,虽然待遇未必很好。尽管快50岁了,有机会我还是想重回出版业。文化文明的传承离不开出版业,虽然高科技时代出版业看上去已沦为“边缘”产业,但还是需要务实且富于创意思维的人。

#### ■对想要进入出版行业的新人,有什么建议?

作为精神产品的生产者,出版行业需要正能量、敏感、坚守,不一定能挣很多钱,但成就感肯定满满。初入出版业应该学会选题策划、组稿、审稿加工、装帧设计、校对、印刷、发行等各个环节的基本知识和工作技能。在这个过程中,如遇上师友和好的企业文化,3年时间就能成长为出色的编辑人才。

#### ■现在是待业阶段还是找到了新的工作?

还没找到稳定的工作,主要靠打零工维持生计,做护工、送外卖等。一边艰难写作,有机会想出版2本书,《我在养老院做护工》《北漂故事集》。

#### ■对未来有什么打算?

期待还有进入出版业的机会,如果没有,自己在这几年多挣点钱,假以时日,自己创办一家文化公司或书店。我一直想离书更近一些,对我而言,天堂就是图书馆的模样。

#### ■在离职的这家公司干了多久?

算上目前这份工作,我在图书行业一共就就职过4家公司。在第一家公司做文字编辑和策划执行,书稿编辑加工还有一些协调工作,偶尔下印厂;策划执行是策划编辑签选题回来,除选题外的工作都由我联络落地。后面几家工作单位就是去做策划编辑,干的事情比较多,有时找不来写手,自己也组稿。我待过的公司里,其中有两家特别有名,参与的项目也特别有名,名字就不提了。收获还蛮多,最大的收获是几年前我从图书行业跑路+换城市,一位年长的行业前辈和我聊天,TA说:“不做图书行业了,也可以接点图书行业的活儿做做,不要彻底离开,这个行业挣不了大钱,但饿不死人,不要让自己手生,随时都可以回来。”

#### ■离职原因?

我离职的原因都与个人职业规划有关,再加上我自己脾气不好。第一次离职是因为转策划编辑不成功,我交了一个选题,那个选题后来在其他公司卖得挺好,但被当时的领导给否了,还说是垃圾选题,我挺生气;还有一次离职比较激烈,是因为受了不公平对待,该给我的奖金和待遇没有给,加之当时交往的对象在外地,打算结婚。其他两家公司的离职原因就是单纯不想干了,正常离职。

#### ■离职期间,情绪有没有很起伏?

情绪起伏还是有的。失望加愤怒比较多。在当时的我看来,前公司都在欺负人。不过现在时间过去了

## 企业行动

### 专家学者研讨人卫社出版智库高质量建设



中国出版传媒报 11月8日,人民卫生出版社出版智库高质量建设研讨会暨《相约健康百科丛书》专家研讨会在京召开。中国出版协会理事长郭书林,中国图书评论学会会长郭义强,韬奋基金会理事长刘伯根,中国出版协会常务副秘书长吴宝安,中国科协科普部副部长顾雁峰,中国科普研究所党委书记、所长王挺,中国新闻出版传媒集团党委书记、董事长马国仓,中国出版传媒社商报社执行董事(社长)、党委书记、总编辑宋强等专家,人卫社总经理、党委副书记李新华,副总编辑杨晋等30余人出席会议。会议由杨晋主持。

李新华代表人卫社致欢迎辞并作题为《新时期健康科普传播的创新实践——以“相约健康百科丛书”为例》的报告。他指出,2024年9月,人卫社入选国家新闻出版署“出版智库高质量建设计划重点培育单位”,是人卫社科研创新工作的新起点,人卫社将始终坚持正确的政治方向,建设高水平专家队伍,建实研究阵地,以高水平的出版研究支撑智库高质量建设。在健康科普出版工作方面,人卫社始终将健康科普作为大社之责,坚持围绕中心服务大局,把社会效益放在首位,培养高水平健康科普编辑团队,以“相约健

康百科丛书”这一大型健康科普出版项目为引领,以健康科普精品力作服务健康中国和文化强国建设。

人卫社人卫研究院负责人汇报了《关于落实出版智库高质量建设计划重点培育机构建设的工作方案》。人卫研究院将分阶段、突出重点,稳步推进出版智库高质量建设,力争在医药学标准出版和文化创新智库专家的指导和支持下,将人卫研究院建设成为行业亟须、特色鲜明、成果突出、引领发展的专业化智库。

会议研讨阶段,专家们从不同角度对出版智库及“相约健康百科丛书”建设进行深入交流。郭书林指出,“相约健康百科丛书”具有很高的政治站位,体现了“四个面向”的工作要求,发挥了权威专家的作用,积极拥抱现代技术,回答了大量人民群众关注的重点健康问题,取得了优良的双效益,丛书工作的理念、方法和组织形式值得总结和推广。希望丛书建设紧紧依靠专家长期坚持下去,及时找准和回应人民健康关切,线上线下联动,发挥出版的“发动机”作用,通过强大的传播力充分发挥丛书价值。出版智库建设要着眼互联网时代出版业的发展趋势和挑战,抓住人工智能技术带来的机遇,找准出版者在学术共同体中的定位和作用,为出版行业的未来发展提供有力研究支撑。

与会专家充分肯定人卫社出版智库和以“相约健康百科丛书”为代表的健康科普出版工作与出版业创新成效,并对出版智库聚焦问题提升质效、瞄准前沿谋划未来、突出特色引领发展,以及健康科普出版如何更好地“着眼于人、落脚于人”,进一步强化创新、拓展合作等方面提出了指导意见,为后续工作指明了方向、注入了活力。(张聪聪)

## 前沿探索

曾经图书出版被认为是在任何时代背景下都不过时的行业,然而伴随着移动数字传媒时代的来临,面对用户消费习惯和渠道的转变,传统出版业面临着前所未有的挑战与变局。纸质图书需求缩减、销售渠道多元化、利润空间不断挤压,盗版图书、达人带货……困扰着很多图书编辑和销售人员。在新的时代变革中,如何把握新机遇,创新产业模式,是海豚出版社不断探索与尝试的方向。

#### 以图书内容资源为根基,探索知识付费多模式转型。

在知识付费的赛道,出版业本身无疑是最具有优势的,但是知识付费产品的生产与营销,不仅需要应对市场需求的快速变化、产品研发的技术与人才投入,还要具备新渠道的营销经验,这些对传统出版机构都是巨大的挑战。

海豚出版社探索知识服务的发展路径势在必行。通过深入整合海豚社的图书资源,我们策划开发了“二十四节气”系列重点图书的融媒体课程,在图书基础上重新拓展知识服务内容,经过一年多策划制作的“二十四节气自然博物课”,以专业化、系统化科普节气的模式,吸引了大量学校、机构的关注。

经过一段时间的运营,该项目再次将知识服务升级,建立了“二十四节气自然学院”,深度打磨面向学校与机构的服务产品,形成“图书出版+科普讲座+自然实践+物候大赛+研发创新”的立体化服务系统,已与全国近10所中小学授牌合作。目前,更多节气相关课程仍在继续开发,例如:“细说七十二候”人文素课即将开发完成,将以轻松幽默的课程内容面向青少年传播传统文化知识。

此外,海豚社多种图书的知识付费产品也取得了极高的经营转化,例如:2023年在英文高考作文切中图书主题的契机下,我们依托外文绘本《中国传统修身故事》开发的“中国古代人物双语精讲课”,将16本英文绘本拓展出152节近10万字的音频课程,不到半年时间,实现销售额超50万元,利润率超过60%。让更多的小朋友用英文讲好中国故事,方能真正促进文明交流互鉴,传承发扬优秀传统文化。

除线上知识付费的尝试以外,近两年海豚社的“海豚儿童之家”阅读项目,将知识付费从线上拓展至线下,设计开发了多个系列活动课程,均以海豚社优秀图书内容为依托,如“二十四节气”“最美奋斗者”“生活万物极简史”……多品类图书实现了知识付费的线下转化模式,每年开展精品阅读活动超300场,已在多个街道上百家社区形成了极高的品牌赞誉,成为海豚社知识服务的创新模式。

拓宽出版新业态实现新赛道品效双赢。如果说知识付费可以作为出版新业态的1.0版,那么在大数据、人工智能等技术的牵引下,我们就不得不快速有效地构建起新业态的升级版。“海豚研学”新业态。依托专业少儿出版社的特性,海豚社在已有阅读体验活动的基础上开发了“我是小出版人”研学活动,通过策划更加具有知识性、趣味性、体验性的立体课程,让青少年儿童亲身体验一本书诞生的全过程,获得了不少读者的认可。该项目现在每年开展数十场,不仅全效提升了海豚社的品牌影响力,同时也实现了多条业务线的经营转化。随后,我们陆续开发出“我是小剧作家”“我是小特种兵”“我是小外交官”“国际传播小使者”等主题丰富的研学活动,主打“深度阅读+拓展研学”的独家特色,所有研学线路均以海豚社出版的图书为知识背景,通过深度阅读结合拓展研学,更直观有效地提升少年儿童综合素质能力,并逐步建立起“海豚研学”新业态,将“阅读+教育”深度融合。“亲子文化体验市集”新业态。为适应信息爆炸、体验升级的飞速变化,为“Z世代”打造出他们喜欢的文化产品和服务,海豚社继续创新文化传播新方式,策划举办了亲子文化体验市集。2024年中秋节,由海豚社匠心策划的“西游文化中秋游园会”在北京西便门人文艺术公园举办。为期3天的游园活动火爆全场,吸引了广大市民、中小學生、企事业单位以及海豚读者参与超5万人次,凭借“通关文牒”花式打卡闯关、高品质亲子体验活动、权威知识解读,活动好评如潮!(完整版请见“编客实验室”微信公众号)

## 海豚出版社探索新业态的多重路径

耿静(海豚出版社社活动部副主任)

