

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

图书品牌新年好书剧透专场(上)

编辑开放麦:说说2025年的“心头书”

P9-11

专栏

书店倒闭潮,我们却开了50多家儿童书店!

P11

榜样团队

2024年度榜样团队征集 前沿创新团队大集结

P12

本期导读

今年的北京图书订货会刚刚落下帷幕,耳边依然是此起彼伏的“艰难”“躺平”之声。在突飞猛进的时代,出版机构也许无需太过“用心”,做内容就能跟随大势“起飞”,一旦市场节奏变缓、行情变差,或许才是真正考验出版机构内容力、策划力、传播力的时候。而此时,作为行业核心力量——编辑们,是时候拿出看家本领,耐心打磨好书,适应新媒体节奏去做传播了!因此,2025年的第一期《中国编客》,我们邀约出版机构旗下品牌的操盘手/资深编辑,来一次“纸上”开放麦,说说各自2025年的“心头书”,以及这本书有可能抵达读者的“路径”。话不多说,让我们开始吧。

图书品牌新年好书剧透专场(上)

编辑开放麦:说说2025年的“心头书”

中国出版传媒商报记者 孙珏

品牌名

未读·生活家

2025年“心头书”:《拥抱新的你:你需要了解的更年期的一切》[英]达维娜·麦考尔·娜奥米·波特著/北京联合出版公司/98.00元

品牌名

万有引力

2025年“心头书”:《陪伴也是一种疗愈:从家庭到现实世界的幼儿观察》[意]西莫内塔·M.G.阿达莫 [英]玛格丽特·拉斯廷著 方红译/广东人民出版社/89.00元

说书人

Cassie
(策划编辑)

我们一家三口去逛美术馆,刚好看到一幅母亲的油画,按照同样的姿势合照了一张。

说书人

嘉鱼
(文艺生活工作室编辑)

脱口秀说书 女性身上无形的枷锁太多了。在大家的共同努力下,打破“月经羞耻”取得了一些成绩,脱口秀舞台上、电影里都有大方的呈现。

但“更年期禁忌”在我们的社会舆论中仍然根深蒂固,广大女性(包括做书前的我)非常缺乏关于更年期的知识。明明是地球上人口必将经历的人生阶段,为什么我们对它一无所知呢?

有青春期教育、孕期教育,但没有更年期教育。《拥抱新的你》就是我们给自己补上的更年期教育课。这本书的作者之一达维娜是英国著名主持人,她在45岁时出现了盗汗、脑雾等不适,但是压根儿没考虑更年期的可能性,因为当时她仍有月经,甚至她的医生也觉得她“太年轻了,不可能”。她浪费了两年时间才确定自己进入了围绝经期。作为一个拥有很多社会资源的名人尚且如此,推己及人,她想到了必定有大量女性在沉默中独自受苦。

之后她投身于更年期科普,在社交媒体平台发声,鼓励广大女性说出自己的更年期故事。这些来信都非常动人,真实地反映了女性在更年期的各种遭遇,该书收录了其中的一部分。确切地说,这本书的出版也是作者更年期科普计划的一部分。达维娜邀请了妇科专家娜奥米医生撰写书中的医学知识,确保读者能获得科学、有效、前沿的信息。比如,女性更年期的症状远不止潮热、失眠健忘、情绪低落,还有很多意想不到或难以启齿的痛苦,如脱发、长痘、关节疼痛、耳鸣、尿路感染、阴道干涩……

很多人,甚至不够专业的医生,应对更年期的态度都是“忍一忍”“会过去的”。其实女性完全不需要忍受,治疗更年期的首选治疗方式是激素替代疗法(在我国名称是MHT,绝经激素治疗)。科学地使用激素治疗,不仅能缓解以上痛苦,而且在预防骨质疏松、心脑血管疾病方面都有益处,能大大改善女性的中老年生活质量。编完这本书后,我也成了更年期知识的宣传员,一有机会就跟朋友、同事念叨“更年期知识了解一下”。也许会遭遇不解,但管他的呢,大家需要知道。

从哪些渠道“连接”读者 除了常规宣传,目前打算多找一些女性大V发声,打算做一期或多期播客用于传播。

“心头书”情绪关键词 释然。这是每个女人的必经阶段,和青春、孕期一样,没什么好避讳的。振奋。发达的现代医学让女性拥有应对更年期不适的多种治疗方法,我们实在无须忍受痛苦,更何况绝经后的人生还长着呢。满足。看完这本书意味着我们掌握了一些其他人还不知道的重要知识,请广为传播,帮助他人会带来无与伦比的满足感。

脱口秀说书 2023年对我来说意义非凡,我在30岁这一年成了一位新手妈妈,在惊叹生命的神奇和伟大的同时,更多的时候我手忙脚乱又忐忑不安,不明白为什么吃饱又穿暖,我怀中的婴儿依旧哇哇大哭,害怕自己心智还是个小女孩不能让这个小生命幸福快乐。

这个时候,平台大数据开始给我推送很多深奥的心理学概念“依恋关系”“俄狄浦斯冲突”“母婴关系”,等等。回到工作岗位后,身为策划编辑的我想,也许对于孩子早期心理抚育有困惑的不仅仅是我,不如追本溯源,做一本研究幼儿心理发展的图书。

我选中了由心理学的发源地——精神分析重镇塔维斯托克编写的幼儿观察案例集,这本书的作者是儿童心理治疗行业的元老级人物,从这些细致的观察材料可以看见他们笔下2-5岁幼儿行为背后的逻辑和动机,探究幼儿的非言语表达。

不同于市面上大多数心理学书籍中大量深奥的理论堆砌,这案例集的阅读体验是轻松的,一共18个章节,每个章节对应一位幼儿的成长故事。这些小孩或者有喂养障碍不爱吃饭;或者刚上幼儿园就开始频繁生病不能适应;或者面临与父母分离十分焦虑,等等。做这本书时,我与书中记录的孩子同喜同悲:看到患慢性病幼儿那一章,我为汤姆病情的好转而欢喜,最后又为他的结局而难过,编完这个部分之后沉默回味了许久;看到家里二胎诞生时,作为姐姐的露西先是嫉妒不安,攻击弟弟和妈妈,后面慢慢接受和修复了与妈妈和弟弟的关系,同样身为家中长女

的我羡慕露西在这个成长的关键阶段得到的心理资源,钦佩她的勇气与灵活,同时也对自己成长过程中遭受过的不公待遇有了释怀。

从哪些渠道“连接”读者 因为这本书是精神分析师对于2-5岁幼儿的观察案例集,所以我们还是打算从精神分析师这个圈层去曝光和连接读者。目前邀请了伦敦大学学院儿童青少年精神分析心理治疗博士候选人严艺家老师为这本书作序,简单心理的推荐;后续还打算组织一些心理咨询师围绕这本书做一些讲书和播客输出。正如给这本书作序的严艺家老师所说,“观察”是种动人的工具,那意味着“我在你的眼睛与心里占有一席之地”,在某种程度上,那甚至非常浪漫。愿新的一年,我们可以更多地被爱的人“看见”,也更多地“看见”身边的人。

“心头书”情绪关键词 如果给这本书定3个情绪关键词,我会选“观察”“看见”“疗愈”。在敲定这本书的书名时,我与译者老师有一番讨论,这本书记录的孩子大多有这样或那样的成长困惑,甚至是问题。但是,这本书的案例记录见证了,当一个孩子感受到自己在被周围的人以合适的方式观察时,内心是怎样的体验。在这种温柔而无声的陪伴之下,这些孩子往往得到了疗愈,获得了成长的勇气。而作为家长,也可以体验从养育到治愈,从这些我们已经模糊了的记忆中,照见曾经的自己,思考自己是怎么成长起来的,是什么样的童年经历塑造了现在的自己。

(下转第10版)

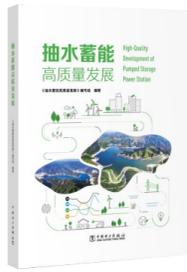
新书发布厅

首部阐释抽水蓄能与新型电力系统关系著作《抽水蓄能高质量发展》出版发行

中国出版传媒商报讯 为总结我国抽水蓄能高质量发展经验,国家电网有限公司抽水蓄能和新电源事业部与英大传媒投资集团有限公司共同策划《抽水蓄能高质量发展》编写出版工作。近日,该书现已由中国电力出版社出版,填补了抽水蓄能领域高端著述的出版空白和学术空白。

国网水新部组织国网新源集团、国网能源院、国网经研院、南瑞集团和中国电力建设集团北京设计院、华东院、中南设计院,哈电集团、东方电气集团等单位编写的《抽水蓄能高质量发展》一书,系统梳理了我国抽水蓄能发展历程,清晰认识抽水蓄能以新能源为主体的新型电力系统中所具有的功能定位,全面总结抽水蓄能项目开发建设和生产运维管理过程中的原创性成果经验和创新发展理念,解析当前抽水蓄能行业发展政策、电价政策和市场走向,以推动抽水蓄能行业高质量发展。

经过半个多世纪的发展,我国抽水蓄能产业实现了从无到有、从探索到蓬勃发展的历史性跨越,工程设备技术、建设技术、建设质量、建设管理等方面均取得了举世瞩目的成就。截至2024年底,我国在运、在建抽水蓄能电站装机容量达2.6亿千瓦,其中运行抽水蓄能电站48座(总装机容量达5847万千瓦),在建抽水蓄能电站150座(总装机容量2.01亿千瓦),在运和在建规模均位居世界第一。



构建新型电力系统是推动可持续发展、实现碳达峰碳中和目标的重要举措。抽水蓄能作为新型电力系统的重要组成部分,具有保障大电网安全、服务清洁能源消纳和促进电力系统优化运行三大作用,是目前技术最成熟、应用最广泛、经济性最优的灵活性调节电源,在能源清洁低碳转型发展过程中充当着重要角色。预计到2030年,我国风电、太阳能发电总装机容量将达到24亿千瓦以上。如此火热的可再生能源发展势头,必将进一步推高整个能源系统对于配置抽水蓄能的需求,并成就抽水蓄能产业这一全新的竞速赛道。未来10年,我国抽水蓄能市场将产生万亿元的新增投资规模。在各投资企业加速进入行业时期,国家电网公司分享自己的先进经验,引领行业的高质量发展,策划出版《抽水蓄能高质量》专著,恰逢其时。

(林致)

出版人访谈



创新图书品牌 创新营销方式

谭菁菁(湖南文艺出版社总编辑、总经理)

近年,细分领域竞争加剧。从2024年秋季学期起,深受政策影响的教辅市场,势必面临一次巨大的震动。一些此前有目录教辅板块的出版机构,其经营业绩可能会遭遇大幅下滑甚至腰斩,而在零售教辅领域,有市场号召力的名师和民营书企或重塑格局。

市场竞争日趋两极分化。一些大型出版集团,日渐形成资源、资本、市场、人力资源的绝对优势,其强大的市场竞争力不易被撼动;反观一些小的出版品牌或出版公司,不能盈利的情况越来越普遍,只能勉强维持,或最终结束营业。

文创产品日新月异。随着文创产业的升温,相较于图书,文创产品的利润率更高,且文创是基于内容的创新延展,是一个值得开拓的赛道,所以许多出版机构、实体书店等纷纷涉足文创领域,产品形式也越来越多元,文创产业化发展将是大势所趋。

工作室制与具体选题项目相结合,并根据不同时期、不同的战略任务,制定相应的编辑激励措施。例如,湖南文艺出版社的灯塔图书事业部是一个独立文化品牌,致力于内容孵化形成产、营、销的有效闭环。通过创新图书品牌,激发选题生成。《那个苹果也很好》获得第九届单向街书店文学奖年度旅行图书,《格里格外》上榜豆瓣2024年度绘本,线下在北京、上海、长沙、西安、青岛等地进行了签售分享,场场爆满。新成立的“有鹿”图书事业部,出版了“敦煌”IP系列产品,《“画”中有话:敦煌石窟百讲》登录樊登直播推荐,单场销售超1200册。艺术家蔡皋全新文集《人间任天真》在抖音上经张丹丹、李一诺等达人带货效果显著,单场直播销售均达1500册;联合百万粉丝级别的头部新媒体公司“新世相”,推出视频《赤脚去花园,天真过生活》和公众号文章,阅读量10万+。

在内容产品方面,提升选题策划能力。一方面聚焦编辑个人的策划能力培养,编辑被公认为是文化的“策划者”,应当培养在精神上与国家和社会同频共振的能力,了解国家大政方针,关注时政热点、社会民生问题,全力服务于时代主题;作者是原创出版的源头,打造培育高质量的作者队伍是出版企业的生命线,编辑要搭建自己的核心作者资源库,与一流的作家、作者建立长期稳定的合作关系;在新技术条件下,适应新的业态,强化创新驱动,可以通过新媒体创新、承接流量等方式,推进融合出版发展。另一方面要从出版社角度审视,将选题策划作为出版企业的核心业务活动,将整体策划能力的提升作为企业系统工程来对照。

在产品营销方面,编辑可以在创新营销方式上努力。如利用AI技术,创新图书营销方式,提高营销效率。重点了解不同渠道、不同平台特点,为不同品类的图书选择最合适的渠道、平台,或者达人。利用短视频与直播平台售书,打破传统营销空间限制。构建多元化营销渠道,如微信小程序、抖音、微博、豆瓣Club、B站等,形成营销矩阵。尤其是在出版社抖音店直播带货,可以通过运营团队优化、直播书品更新、直播形式创新、精细数据分析等措施来提升直播效益。

尝试破圈合作。灵活调动各方资源,进行线上与线下、图书与跨界等全方位立体营销。尝试跨界合作,如联名产品、跨领域联动等,拓宽营销边界。通过这些创新方式,可以更好地适应市场变化,满足读者需求,推动图书营销的发展。营销不仅是一个智力创意密集型工作,同时也是一个体力工作量密集型工作,只要我们舍得花时间、动脑筋、下苦功去投入去努力,一定会有收获。