

(上接第18版)

# 4·23读书日,编辑的“遗珠”之书(下)

一本小众却彻底改变  
自己认知的书



《emo咨询室:  
烦恼为什么会找上你》  
贵州人民出版社  
2025年1月版



一句话毒评:心理咨询太贵?这本书把诊费打成骨折价,边听八卦边给自己“开药”。

爱上这本书的阅读体验过程:这本书是一场“非典型”的自我救赎。作者于铁群在人生低谷踏上世界顶级徒步路线安纳普尔纳大环线(ACT),却在行走中劈开了三条叙事路径。行者的独白:46篇徒步日记,讲述了作者在这次徒步中力求摆脱抑郁、克服习气、改变旧有价值观,与自我重逢的心路历程。父亲的书信:另46篇以美术史为载体的家书,用伦勃朗的光影、高更的逃离、弗里达的疼痛,教女儿理解生命的不完美,探讨人生与自我成长。旅者的攻略:详尽的徒步地图与行程指南,甚至标注了在哪个地点可以开始眺望。全书由三条叙事线交织而成,同时观照到了失意中年人和懵懂青少年的精神生活与内心世界。

读这本书时,我常在两种状态间横跳:有时读到作者刀锋般的句子,仿佛自己正攀爬海拔5416米的陀罗垭口;而翻看他写给女儿的信,又突然理解了父爱的另一种形态——作为一个也在成长中的中年人,他给孩子最好的力量不是托举,而是教会孩子如何获得人生坠落时的从容。“女儿,

## 这本书成了一位母亲的“救命稻草”

■Houmusa(编辑)

**爱上这本书的阅读体验过程:**初次看到这本书的时候,它已在日本取得了上万册的销量,作者是长年传播神经医学知识的日本名医。近年,精神问题在国内日渐凸显且备受关注,各医院的精神科等待大厅人满为患,我身边也出现了越来越多讨论抑郁和压力话题的人……在外部环境的影响下,好奇心驱使我:“不如看一看?”

拿到书稿后,说实话我没有抱多高的期待。但在阅读过程中,作者巧妙的组织能力和娴熟的叙事能力打消了我的疑虑。内文脉络十分清晰:第一步是认识和理解烦恼,带我们做到“知己”之后才开始讲方法,从而鼓励行动。同时,在循序渐进的讲述中,作者还穿插了很多网友向他咨询过的大大小小的烦恼,一个一个素未谋面的人物清晰起来,一则一则熟悉的案例也将我和大家联系了起来。在倍感亲近的氛围里,我开始放下先前的戒备,尝试运用中立思维思考问题、遇事多想一个角度、但和我想象中不同的是,那位母亲没有任

何焦急之情,她很平静。我看到她把手中的书放回了包里,然后戴上墨镜,消失在了夜色里。看着她的背影,我的心情极其复杂,也许这就是我在最初审读时寻找的意义,也许这就是出版一本好书的意义。但除却书本身,我好像更希望那位母亲找回“妈妈”的意义。

**阅读场景:带着这本书走过哪些地方?**

上个月,作者因私人行程来京,敏锐的BD同事与版权部同事合作,成功策划了一场小型的对谈活动。那是个工作日晚上,在自愿到来的读者中有位母亲。她坐在最靠近作者的塑料凳上,手掌中攥着《emo咨询室》近一小时,其间没有打搅任何人,直到活动结束。她径直走向作者和翻译,坦诚地讲出了她的困惑。据她所说,她的女儿不愿出门,把自己关在家里好几个月。最初,她尝试和女儿交流,但效果甚微;后来,她带着女儿去医院接受诊治,开了一些药;再之后,女儿拒绝去医院,她只好只身去取药、反馈和安慰(自己和女儿)。我站在一旁,观察到她还是紧紧拿着这本书,仿佛那一刻,这本书真的成了一根“稻草”。

**冷门书拆解:有哪些“补救”措施,让这本书为更多人知晓?**

说实话,我认为这本书值得更高的销量和更好的表现。虽然我们已经在主书名中增加了“emo”这样年轻化、网络化的标签,能吸引到年轻一代的读者群体,但也容易让追求严肃读物的读者误以为是“轻心理”或鸡汤书,导致核心受众(真正需要心理自助的人)流失。关于“补救”,我想可以首先强化副书名“烦恼为什么会找上你”,更直击痛点,其次增加权威背书,联系国内有名的心理等专家推荐,给核心读者增强购买意愿。营销方面,比如将书中金句做

成“心理急救梗图”,加深烦恼和心理学的联系(新颖的盲点),投放在小红书或抖音等社群媒体传播。设计互动工具,如附赠“情绪拆解手账本”,读者可打卡书中的练习,晒图参与话题,让读者主动传播。

**给这本冷门书增加一些周边,会有哪些可能?**

说回活动当天,合作的场地方老师做了一个和封面(粉色沙滩椅)相似度80%的椅子放在现场,马上吸引了作者的目光。所以我想,如果有可能的话,或许我们可以好好利用这个好看的封面!比如在书展、展览等线下,摆一圈可以坐下的椅子,供逛累的读者休息。同时摆一个小型扭蛋机,每个扭蛋里藏有一个具体的烦恼场景(例如“领导总是刁难我”“不想和婆婆住一起”),对应书中解决方案的小卡片,提供一个可以解压的捏捏乐。此外,可以制作一些低成本的贴纸、书签、钥匙扣或手账本,同样选择大部分人会遇到的烦恼,如“和同事关系不好”,然后配上“此烦恼估值≤5分钟”,将烦恼弱化,增加趣味性。

## 这本书是一场“非典型”的自我救赎

■杨静(漓江出版社北京分公司文化生活部主任)

**爱上这本书的阅读体验过程:**不要停下来等待公平。压根儿就没有那么一个仲裁人。怨言的生起就是为了干扰自己、阻止自己、拖住自己。你不能中了奸计,让你在等待公平的时候荒废自己。”

**阅读场景:带着这本书走过哪些地方?**

之前在咖啡厅等朋友的时候,我正在读“我”不是个实在人这一章,其实这一章主要讨论的是比较形而上或者说定义上的“我”的问题,但是因为左页的摄影图太吸睛,朋友看到的时候只是说:“原来你也知道啊。”也是令人哭笑不得。

**冷门书拆解:有哪些“补救”措施,让这本书为更多人知晓?**

这本书创新性地将哲学思辨体系与亲子教育理念以及徒步行程进行深度融合,这种跨学科创作模式虽形成独特价值,却造成市场分类困境,使传统书店分类体系难以有效匹配读者需求。

另外,在“作者IP即流量入口”的出版

市场环境下,作为新的创作者,尽管具备深厚的学术积淀与跨领域知识储备,但因缺乏有效的个人品牌运营策略,导致在读者认知层面存在显著辨识度缺口。

此外,之前的营销传播手段过于单一,没有在上市初期形成密集的营销矩阵,传播节奏也不够紧凑。

总之,《喜马拉雅山脊下》的市场表现未达理想状态,主要原因在于前期营销策略的精准性和爆发力不足,应通过精准切割读者精神刚需(如中年自救、非功利美育),用场景化产品逻辑替代传统图书分类思维。

若作为策划编辑,建议可以从以下方向调整:精准分类与场景化陈列,比如联合独立书店设置“心灵探索+户外”专区,与《旅行之木》《存在主义咖啡馆》等书并置。营销上可以做短视频拆解:将46篇徒步日记转化为“每日一剂心灵止疼片”短图文,

在知乎、小红书做相关话题的密集推送。或者进行利他性强化:提取徒步攻略中的徒步指南,结合心理方向的文字并置。

尝试激发作者IP,传播作者的“斜杠中年”属性,通过播客等形式讲述作者的多重身份经历,分享从至暗时刻到环球骑行者的真实故事。或向文化类播客定向投放“中年男性失控独白”书摘音频,触发知识阶层共鸣。

**给这本冷门书增加一些周边,会有哪些可能?**

未寄出的信笺:12封空白信,印有浅色的旅行攻略路线图或者作者的摄影作品,供父母和孩子给彼此书写自己的“人生课”。作者摄影的半透明书签。给徒步者的“心理自愈包”(一定要轻量化)——可以在岩片上书写的粉笔、铅笔与随行手账本(内页穿插印制徒步攻略)。

一本小众却彻底改变  
自己认知的书



《喜马拉雅山脊下》  
漓江出版社  
2024年1月版

一本小众却彻底改变  
自己认知的书

晰地呈现给读者,形成一个“钩子”,调动读者的阅读兴趣和思考,将看似“缺点”的部分调整为“优点”。

**给这本冷门书增加一些周边,会有哪些可能?**

捏捏? 玩偶? 抱枕? 其实这本书已经有很多周边了,包括吧唧、透卡、钥匙扣、书签、贴纸、文身贴等多种形式。漫画周边是非常棒的“破次元”好物,能穿越纸张的限制,在现实中带给读者日常的陪伴与安慰。如果(可以完全自由地)不考虑成本限制,我觉得《手上有毒的猫》非常适合做一些摸起来毛茸茸的,让人看着就想抱抱贴的周边——柔软的抱枕,可以握在手心的毛绒玩偶、和猫毒的白床单形似的毛绒披风……漫画里猫毒好奇“和人紧紧拥抱的感觉”,如果能用周边完成它的小小心愿,无负担地和猫猫亲密接触,应该会很棒、很治愈吧!

一本小众却彻底改变  
自己认知的书



《手上有毒的猫》  
未读 | 四川美术出版社  
2025年3月版



一句话毒评:“手上有毒”的小猫,无法牵手拥抱,却“挠动”了我的内心深处。

## 做一款让人看着就想抱抱贴的周边

■山之子(未读编辑)

**爱上这本书的阅读体验过程:**一开始是被这本书高饱和的配色吸引,封面上那只披着白色床单的流泪猫猫让人不禁遐想,它会有什么故事呢?腰封上“厚着脸皮活下去”的文案也很直白,和一只可爱猫猫放在一起,形成的反差让人好奇加倍。一共有13个故事,加3篇小小的番外,淡淡的日式哀愁、幽默与治愈被包裹在鲜艳的色彩之下,每一个故事都有让我内心为之一动的部分。啊,可爱猫猫唤醒了疲惫都市打工人的内心褶皱,让人忍不住眼泛红。但作者并没有让这种情绪泛滥,每一个故事都收得恰到好处,《后记》中娓娓道来“厚着脸皮活下去”的哲学,让人会心一笑。我看过了一个读者评论,说猫毒是“一个30分钟能看完,但想

看30遍的故事”,深以为然。

**阅读场景:带着这本书走过哪些地方?**

这本书我最初是在工位上读完的,一开始就很喜欢!我从小就非常喜欢重读漫画书,非常喜欢在重读的过程中发现作者的小小巧思,就像解谜一般有趣!这本书也是一样。

在重读过程中,我发现了好多第一次阅读时忽略的细节,比如作者在两个画格中间插入了一个很可爱的角色小表情——好像在对其他画格作评论?有一页的画面突然变得高清了——是想表达人物当时轻松愉悦的心情吗?主要猫猫角色的脸都好圆呀——好可爱,又好好笑……重读的过程感觉对作者的表达理解得更多了,也和猫猫产生了更深的连接。

**冷门书拆解:有哪些“补救”措施,让这本书为更多人知晓?**

书中“猫毒”这个角色非常有魅力,很适合往IP方向走,目前在这方面还可以再发一发力,增加相关赠品周边的露出,特别是可以考虑让周边多多出现在读者的现实生活空间里,增加可玩性和互动性。基于其二次元的属性,也可以争取一些在漫展等场景出镜的机会,多多曝光。

另外,营销方面也可以多强调本书的“遗珠”属性,突出其价值。从评价来看,这本书带给了很多读者深深的共鸣,但这共情是更加向内的,是阅读后在读者的进一步自我看见和自我觉察中深化的。作为做书人,可以做的也许是进一步发掘文本内容,将这种更“内在”的共鸣点更清

一本小众却彻底改变  
自己认知的书



《某〈小仓日记〉传》  
人民文学出版社  
2025年1月版

一本小众却彻底改变  
自己认知的书

一本小众却彻底改变  
自己认知的书