

# 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

### 专题策划

编辑/博主说:全民阅读周,我干了些什么?(上)

P17

### 专栏

肖风华:出版机构不能再做表演型改革!

P18

### 特别策划

一个“说书人”的漂流与内容进化

P19

## 编辑/博主说:全民阅读周,我干了些什么?(上)

中国出版传媒商报记者 孙珏 采访/整理

自2026年起,每年4月的第4周为“全民阅读活动周”。今年的全民阅读周可谓书业的“高光时刻”,作为编辑(策划编辑、营销编辑)/读书博主,从哪天正式进入“阅读周模式”?参与了什么特别“活动”?本期我们呈现部分编辑、博主的阅读周有趣经历,下期将推出更多精彩内容。

### 台前幕后:编辑、读书博主的“阅读周”

这次阅读周,南京大学出版社·守望者营销编辑宋思洋和市场部的同事提前近1个月商讨规划,将各方资源充分利用起来。宋思洋参与了豆瓣4·23共读活动、小红书趣味互动、江苏广播·大蓝鲸的“声音书房”、南京景枫中心“户外图书馆”选书、“壹心理”平台的读书日心理学书单、联邦走马的“散装麻雀计划”,还自己筹备了阅读书单和鲍曼私藏书单等。这么“卷”的活动节奏,宋思洋似乎并不担心活动灵感的“枯竭”。“大多来自团队讨论,并且日常就在某些平台做运营,正好借这个节点策划几场有趣的重点活动,再通过图文、视频、线下活动、跨界合作等多种形式,扩大整体影响力。”宋思洋说。

与宋思洋全职编辑的身份不同,哈迪最开始是一家游戏媒体机核网的内容编辑,上了7年的班,离职后开始自己做独立博主,在微信有35万粉丝,但都与游戏相关。近两年,她开始与出版社合作推书,2年间,一共推了近100种书。当接到未读联系她参加“人间精神便利店”全民阅读快闪活动时,是以读书博主身份邀约,而非游戏博主,这让哈迪顿感打开了新世界的大门。“首次拥有自己的图书摊位,能和大家一起玩,还可以展示自己的藏书,挺爽的。”

这次阅读周中,让宋思洋印象最深的是与江苏广播·大蓝鲸合作的“声音书房”——一档阅读周特别策划的系列节目,以编辑对谈形式向大家推荐好书。前期团队和主持人一起开会,确定每一期的主题,再召集编辑们集中讨论。最终敲定3期对谈,主题定为“在阅读、食物与日常之间”。第一期“与书为伴——阅读如何塑造我们的生活”,介绍的是阿尔维托·曼古埃尔的《想象的生活:与阿尔维托·曼古埃尔对谈》。第二期“人间至味——春日美食里的记忆与温情”,聊的是美食作家徐永清的《酥头令:淮扬风味》,书中既有食物特色和风俗传统,也盛满了与吃有关的记忆,从饮食切入文化,又从文化反观人生。第三期“流动时代——我们如何理解这个世界”,探讨社会学家齐格蒙特·鲍曼的对谈录《我们如何理解这个世界:与齐格蒙特·鲍曼对谈》,这是鲍曼与他的得意门生写给现代人的“清醒生存指南”,从多个侧面回应了时代浪潮中个体的困惑。这档活动最终会产出视频和播客两种宣传形式,南大社计划联合“大蓝鲸APP”共同发布。前期准备结束后,宋思洋参与了一期录制。因为时间紧张,先由责编拟好问题发给媒体方审核,对方返回提纲后,大概只有1天时间来准备回答和访谈。宋思洋在拿到对谈提纲后,根据时间节奏和说话习惯,花了一上午时间编写对谈词,然后开始记稿。“工作间隙里反复默念,在脑海中模拟录制的场景,好在最后录制时一切顺利。”

哈迪主要展出的是与游戏文化相关、珍藏多年的好书,也有一些近两年在包装、设计或内容上有特色的书。由于此次“人间精神便利店”全民阅读快闪活动地点在书店/办公园区,周边有很多居民楼,能接触到很多居住在附近的学生,还有年龄更大的读者,这些人本身不在哈迪的受众范围内,却意外让她发现:不少人对她私藏有浓厚兴趣。谈及阅读周的收获,哈迪特别提到,有一套藏书《童话往事》讲的是国产译制片,大部分是70后、80后的儿时回忆,而来到摊位前的10后小学生居然可以指出封面上的卡通人物。还有一位年纪估摸50多岁的男士,居然拿起一本《JOJO》单行漫画问她多少钱,无需太多解释,很快成交。

### 打开编辑、读书博主的“话匣子”

#### 在哪些细节上花了最多心思?

宋思洋:我筹备了一期齐格蒙特·鲍曼的私藏书单推文。这个书单以鲍曼的新书《我们如何理解这个世界:与齐格蒙特·鲍曼对谈》为线索,串起他个人的一份阅读清单。鲍曼是21世纪重要的社会学家,其《工作、消费主义和新穷人》引进国内后,引发一阵“鲍曼热”。守望者也出版了一系列鲍曼的访谈录:2023年的《将熟悉变为陌生》、2024年的《自我》,以及今年的《我们如何理解这个世界》。该系列很受读者欢迎,前两种在豆瓣的评分一直保持在8.7分左右,最新一种从开分起就一直维持在9.3分以上。我想,这样一份鲍曼本人的阅读书单,应该也会对大家有吸引力。于是我和责编从访谈内容中选出合适的书,再联络这些书的出版方,希望联合大家发布,扩大影响力。最后确定了6种书、4家出版方,从各位编辑那里收集来图书资料,做了一份海报版书单发布在小红书、豆瓣、微博等平台,又整理了一份详细的文字版,发布在公众号上。

哈迪:我与其他博主摊位不同的是,在宣传上我并没有加特别多的title,就写了一句话,“喜欢推游戏玩家爱看的书的好博主”。重点是摊位上书的摆放。起初我只是单纯将带去的书平放在桌子上。后面几天,我将大家翻阅最多的书,放在最显眼的位置,结合客流进行调整。又如,将定价在几十元、体量稍小一些的书,放在更醒目的位置,让读者减少消费压力。

#### 哪个瞬间让你觉得,当编辑/读书博主真不错?

宋思洋:我在读者群和大家做互动游戏——根据书的封面碎片猜书名,第一个猜中的读者可以获得小奖励。这个游戏没办法通过百度的方式查答案,本来以为对读者来说比较难,毕竟谁会记住那么多书的封面呢?结果非常出乎我的意料,刚发出去十几秒,就有读者报出正确答案,出了五六道题,无一例外。惊讶之余我也非常感动——有这么多真诚的读者朋友,仅仅通过封面一角就能认出是哪本书,可见他们对我们出版的书有多熟悉。这种时刻会觉得,当编辑真的很有幸福。

哈迪:我摊位边上是知名作家绿茶老师的摊位,他要比我更受欢迎,很多爱他的读者、朋友都过去捧场,买他制作的小文创周边,这些产品也很便宜,5元、10元。有时觉得,内容创作者似乎天生就不太会挣钱,包括这次现场的“离线阅读一小时活动”,也是市集中最受欢迎的活动,一天送出200本书,纯赔本生意,但真的有很多出版机构参与,希望大家放下手机,安安静静坐在草坪上读读书。这时候,能感受到一种脱离物质、纯粹分享精神生活的诉求和快乐。

#### 推荐好书时,有没有读者马上下单?

宋思洋:有的。我有读者群,也有相熟的读书博主群,大部分时候只是单纯分享新书信息。但有时也会忍不住在群里说一两句对某本书的真诚推荐,或是感慨这么好的书却销量平平,这种时候总会有人被勾起兴趣。比如我们1月出版的心理学小词典《自尊与自忘》,我个人非常喜欢。这是一位心理学资深临床专家写的词条式小散文,每一条都经得起反复咀嚼。在内耗、焦虑的时刻,可以带给人抚平心灵的温暖感。我当时在群里大力推荐,说这是过年阅读的不二之选——经过一年的疲惫消耗,这样的书能帮我们补充能量。很多朋友听了我的推荐都忍不住想去读一读,有些特别爱书的博主甚至会自费购买。这种时候,能感受到爱书人之间那种惺惺相惜。

哈迪:当然,问得最多的还是我的藏书。其中有一本《童话往事》是我众筹买的,当下,在闲鱼平台价格已经炒到一本400元。被翻得最多的是《拳皇终极历史》,虽然市面上有卖,但逛展的人很少见过,翻阅后就能感受到这套书的精美和厉害之处。有个小伙子翻完立马就买了。书展快结束时,还有人来寻问,但我只能真诚推荐他们去出版社官方平台购买了。

#### 观察到读者阅读喜好有什么新变化吗?

宋思洋:通过每年市集的销售情况,能比较直观地看出读者的阅读喜好。近年,读者更喜欢哲学、社

科类较硬核的作品。比如让·波德里亚的《拟像与拟真》、齐格蒙特·鲍曼的《我们如何理解这个世界》,是近几个月我们销售和口碑最好的书。再往前,马克·费舍的《资本主义现实主义》、鲍曼的《自我》和《将熟悉变为陌生》,比较好卖。大家对时代与社会、个人与情绪相关的话题,普遍比较感兴趣。

哈迪:读者的偏好从来不限于“畅销书”,反而是出版社跟我反馈并不好卖的书,拿到市集上也可以动销。比如,《任天堂哲学》这本书对于游戏圈死忠粉丝来说,是不可能不知道的传奇佳作,但逛市集的人不一定玩游戏,却知道“任天堂”这三个字,细看它其实是一本财经书,经过我的介绍,他们很容易产生兴趣,在泛群体中产生销量。所以,将垂类书带到大众群体,给书新的曝光机会,或许是图书市集的意义所在。

#### 后续有什么新的工作想法或计划?

宋思洋:现在在做营销,最直观的感受就是艰难——流量越来越分散,愿意买单的读者越来越少,甚至深度阅读的人群也在不断收缩。这种情况下,我们只能从小事做起,一点一滴地推进。比如书单的阅读量比单本书高,我们就多策划主题书单;在图文之外,增加视频、直播等宣传形式;找合适的合作方,不断拓展读者群体。

哈迪:不同平台有不同特性,需要做适合不同平台的内容。个人而言,在身份上可能还有一些新的突破。

### 热点聚焦

## 北京中关村街道阅读联盟成立 中国科学院幼儿园阅读季系列活动启幕

中国出版传媒商报讯 4月19日,“当科学遇上阅读——中关村街道阅读联盟成立暨中国科学院幼儿园阅读季系列活动”在中国科学院第三幼儿园举行开幕式与首场对外公众开放体验活动。活动同步开启“十亩林的故事”线上直播,线上线下近3000人共赴这场科学与阅读相遇的文化盛宴。

此次活动秉持“把最好的阅读和最好的科学带给孩子”的理念,打破传统阅读活动的单一形态,联合教育界、科普界、出版界、阅读界四大领域资源,构建起“专家引领、创作互动、沉浸体验、户外探究”四位一体的科学阅读新生态。从跨界专家讲座到绘本作者见面会,从儿童原创作品展

演到文化创意市集,从沉浸式体验活动到户外自然探究,让孩子们在阅读中发现科学之美,在探究中感受阅读之乐。

北京中关村街道办事处副主任黄宇玲、中国科学院行政管理局科学教育研究中心主任张晓虎、中国科学院行政管理局科技人才服务中心主任任何有华、海淀区教委学前教育科科长刘海英、海淀区教师进修学校学前教育研究室主任李峰、全国家庭亲子阅读推广大使李一慢、中国科学院幼儿园总园长王学军,以及中关村街道辖区近10所高校、出版社、企业代表,与中国科学院幼儿园近百名教师和小朋友共同参加开幕式现场活动。首场对外开放活动吸引了700余组家庭参与。(林致)

### 实战手记

2024年中国建设科技出版社有限责任公司(原中国建材工业出版社)申报的“矿物复合新材料系列丛书”(第一辑)成功入选国家出版基金资助项目,近期该书顺利出版,引发行业内关注。我深刻感受到,出版一本专业科技领域好书,从来没有捷径可走,更不能靠碰运气。想要做出精品,成功申报国家出版基金项目,必须紧扣国家发展需求精准选题,深入行业筛选顶尖专家作者,并以严谨态度严把出版的全流程。

王萌萌(中国建设科技出版社有限责任公司)  
路径一:紧扣政策,找准图书策划方向。优质科技出版选题,必须依托出版社专业优势,紧跟国家重大战略,这也是基金项目立项的核心前提。中国建设科技出版社有限责任公司是原国家建筑材料工业局创立的中央级出版社,深耕建材、新材料领域多年,材料类科技图书的策划、编辑与出版,一直是出版社的核心专长。找准选题,离不开对国家政策的深度研读。2016年,工业和信息化部等四部委出台《新材料产业发展指南》,明确重点发展先进基础材料、关键战略材料和前沿新材料。2021年,《中共中央国务院关于完整准确全面贯彻新发展理念做好碳达峰碳中和工作的意见》要求加快发展新材料等战略性新兴产业,全面推广绿色低碳建材,推动建筑材料循环利用。我们结合政策要求,提炼出绿色低碳、循环利用、前沿创新等核心关键词,逐步缩小选题范围,最终锁定矿物复合新材料领域。这一学科是矿物学、材料学、环境学等多领域交叉融合的产物,紧密关联矿产资源利用、新能源、生态保护、循环经济等国家重大需求,实用价值与战略意义突出。凭借优异性能,矿物复合新材料打破了传统材料的应用局限,在固废利用、生态修复、新能源等领域应用广泛,已然成为各国重点布局的战略性新兴产业。立足这一选题,既贴合出版社专业优势,又契合国家战略需求,具备较高的出版价值和立项潜力。

路径二:遴选队伍,精挑细组建者团队。确定选题后,遴选权威作者团队成为关键。只有深耕该领域、掌握前沿成果的专家,才能打造出顶尖精品力作,提升基金申报成功率。为此,笔者花费大量时间梳理全国相关领域专家,经过多方考察,中国地质大学(北京)张以河教授团队成为最佳人选。该团队深耕铁尾矿等固废资源化利用、矿物复合材料研发20余年,学术功底扎实,实践经验丰富,且当时正与中国建设科技出版社合作,沟通顺畅、配合默契。深入交流后得知,该团队在石墨矿、玄武岩等矿物深加工领域,积累了系统完整的研究成果,技术覆盖矿产利用、新材料研发、新产品落地全产业链,形成了成熟的资源循环利用技术体系,完全贴合绿色低碳政策导向。依托这支顶尖团队,“矿物复合新材料系列丛书”正式敲定,为后续基金申报筑牢了内容根基。

路径三:做细申报,扎实做好基金申报各项工作。出版基金申报是一项严谨细致、环环相扣的工作,对策划编辑的专业能力、统筹能力是极大考验。申报期间,编辑不仅要吃透国家政策,找准选题与政策的契合点,还要吃透书稿内容,用精炼专业的语言,阐明图书的出版价值、学术创新与社会意义,拿出充足的立项理由。提交材料后,审核周期近1年,这段时间绝不能松懈。编辑要持续与作者保持沟通,督促其完善书稿、反复打磨内容、精益求精。提前完成书稿完善工作,能在立项结果公布后立刻启动出版,避免仓促出书影响质量,也能保障出版时效,让优质科技成果早日面世。

总而言之,成功的出版基金资助项目,从来不是碰运气碰来的,而是靠精准的选题判断、优质的内容支撑、严谨的流程把控和全身心的付出换来的。立足专业、紧跟政策、深耕内容、全力以赴,才能做出经得起检验的精品图书,拿下重量级出版项目。