

策划编辑的市场营销意识必不可少

□范祥镇

核心阅读

当下推广和销售渠道逐渐扁平化,读者也更加重视产品的情感价值,希望通过产品有更多的互动感、参与感、共鸣感。编辑必须在策划时从后端思考,明确图书的读者定位:一是明确读者的广度;二是明确读者的需求层次。

近年来,图书推广和销售渠道发生了巨大变化,传统地面店甚至传统电商的市场份额下滑,读者获取新书资讯的方式也更多元化,线上流量逐渐分散。图书编辑面对这样的形势变化,需要不断提升自身能力,以适应新时代的要求。编辑职业发展至今,虽然按照项目的处理环节分工,已经分出策划编辑、文字编辑、营销编辑等具体岗位,但不少中小型出版社的编辑还是需要管控图书出版的全流程,即便是设有专职营销编辑的大型出版社,策划编辑的市场营销意识也必不可少。

销售环境变化 倒推编辑转变策划思路

在2023年之初,面对可预见的发展挑战和机遇,中译出版社领导就提出今年是“营销之年”。对编辑而言,也提出了新的要求,即树立图书全流程的营销思维,贯穿编、印、发环节。可见,编辑早已不是业外人士传统观念里“每天看稿子”,必须要从纸面文字中脱离出来,走出编辑部,了解渠道、了解行业、了解读者、了解大众。

编辑因为工作的思维惯性,常常从内容角度出发,亦即产品的前端策划其卖点。然而,当下推广和销售渠道逐渐扁平化,读者也更加重视产品的情感价值,希望通过产品有更多的互动感、参与感、共鸣感。编辑必须在策划时从后端思考,明确图书的读者定位:一是明确读者的广度,包括读者的年龄、性别、收入水平、地理区位等;二是明确读者的需求层次。

在明确读者画像后,编辑就要考虑提炼图书的卖点,时刻问自己:读者的痛点是什么?我的选题和其他选题的区别点是什么?我能增加什么?在此过程中,可以从几个维度提炼策划营销点:一是内容,譬如教辅可以增强它的实用性,小说可以宣传它的情节和风格等;二是作者,突出作者的知名度、讨论度,或者业界的权威性、获奖情况;三是话题,需要提炼出当下读者关注的讨论方向;四是时点,寻找本书适合出版的契机,例如公版名家作品常常推出周年纪念版。

走出编辑部 在不同场景收获策划思路

营销导向型编辑在明确策划维度的同时,必须离开办公桌,走出编辑部,通过各种方式获取策划灵感。

第一,销售渠道调研。销售渠道包括线下渠道,即书店、展览馆等;线上更加多元化,包括各类新媒体平台,以及传统电商平台。线下渠道的调研有三大优势:一是现在大部分编辑依然负责出版纸质图书,同类书的大小、用纸、装帧、设计等在线下渠道更加直观;二是不受数据算法推送的限制,更容易开阔思路;三是与一线销售人员、客户甚至读者可以面对面沟通,做简单的市场抽样调查。线上平台有自身的调研优势,一方面可以根据同类书的偏好推荐深入调研某个品类的图书;另一方面传统电商平台的分类细化榜单多样,销售情况一目了然。

第二,参与行业活动,与专家聊天。行业活动包括线上讲座、线下会议、专业展会等。这里的“行业”是两个维度的:一个是编辑长期出版深耕的领域,另一个是出版行业。编辑不仅是审稿时的“杂家”,更是研究某个领域内容出版的“专家”,这意味着编辑对自身专长领域的行业动态、行业活动、行业新成果、行业专家如数家珍。与深耕领域的专家聊天,能够激发出新的选题思路或方向,甚至能立刻收获选题,专家对编辑的认可度也会提高。特别是参加一些行业活动、会议,从业者云集,在这样的场所介绍已经出版的图书,既可以向专业读者推广图书,还可以寻找合适的新作者。与出版同行沟通,则能够帮助编辑了解市场动态,学习优秀的出版经验。

第三,直接与读者建立沟通,总结读者反馈。2023年一季度,短视频电商依然保持正向增长,其他渠道均同比下降。可见,新媒体平台依然是出版社重点发力的战场,不少出版机构也孵化出自己的新媒体矩阵,与读者沟通更直接。自媒体矩阵、读书社区平台、读者社群等工具或渠道,不仅让编辑直面读者变成可能,更成为必须。即便有专职的营销编辑,策划编辑、文字编辑也应该不定期参与直播等营销活动,既能与读者分享更多图书背后的故事,又能接收读者的一手反馈。

第四,监测各平台话题,了解大众的关注趋势。不同的平台有不同的调性,聚集的人群也不尽相同。根据图书读者画像,可以在相应人群较多的平台调研讨论的热点话题、采用的高频字词和高频句式、关注平台的搜索指数等。最终的调研结果,也会反哺到营销关键句的提炼。

编辑是一份需要创意和灵感的工作。编辑从生活出发,从沟通的经验出发,从开阔的视野出发,才能与大众同呼吸、与读者共情,把握时代脉搏,最终满足人民的精神需求,实现一名出版人的价值。相信每一位编辑在入职时,都抱有一定的出版理想和文化追求。如何在经历多年工作之后,一直保有最初的热情,是编辑工作永恒的课题。

(作者单位:中译出版社)

党建出版中传统文化图书出版探索

□郝英明

传统文化是中国人的精神家园,是中国人的文化识别符号。党的十八大以来,以习近平同志为核心的党中央高度重视中华优秀传统文化。习近平总书记在党的二十大报告中强调,坚持和发展马克思主义,必须同中华优秀传统文化相结合。弘扬优秀传统文化的前提是普及优秀传统文化。只有全体大众准确全面深入地了解优秀传统文化,才能认同传统文化、尊重传统文化,文化自信才能有更广泛的群众基础。出版单位作为重要的文化阵地,担负着普及中华优秀传统文化的重要职责。近年来,党建读物出版社精准研判历史文化图书市场特点,找准自身优势,把党员干部作为目标读者,聚焦优秀传统吏治文化策划选题,形成独具特色、符合党员干部阅读特点的通俗历史文化丛书“史鉴:中国传统文化与现代治理体系”(以下简称史鉴系列丛书)。该丛书被纳入“十四五”国家重点出版物出版规划,在非传统古籍出版社如何更好普及弘扬历史文化方面探索出了新路。

精准研判图书市场特点, 找准自身优势

经过长期的积累沉淀,出版界特别是以传统古籍出版为优势特色的出版单位,在普及优秀历史文化领域有着深厚的积累,取得了丰硕成果。比如,在经史子集经典文献出版方面,以“四书五经”“十三经”等为代表的儒家经典,以“二十四史”《资治通鉴》等为代表的史学经典,以《老子》《庄子》《韩非子》等为代表的诸子著作,以《曾国藩家书》《传习录》等为代表的士大夫文集,这些经典文献在整理、注释、译文等方面取得了显著成就,形成了一系列权威出版物,占据目前整个传统历史文化图书市场的主体地位。

党建读物出版社作为非传统古籍类出版单位,在历史文化选题上,如何突出自身特色、避免与传统古籍类出版单位同质化竞争,是首要思考和解决的问题。作为服务全国党员干部的重要出版阵地,党建读物出版社在30余年出版实践中,长期与党员干部打交道,深入了解党员干部的阅读特点;注重结合组织工作职能,久久为功策划精品历史文化类图书,前期出版的《中国史部研究》《中国古代文官制度》等图书荣获中国出版政府奖等重要奖项,积累了一批历史文化领域高端作者资源,这些资源优势为进一步策划出版史鉴系列丛书打下了坚实基础。史鉴系列丛书突出以史为鉴,抓住党员干部这一阅读群体,解决写谁读的问题;结合组织部门的职责,解决写什么的问题;突出古为今

核心阅读

当下,出版物日益丰富,竞争日益激烈,读者个性化阅读需求日益增强。只有把握住读者的需求,图书产品才能有出路。以往大水漫灌式的粗放型出版方式显然不符合当下的出版形势。细化目标读者,抓住某一核心阅读群体,做深做细做精,为其提供“定制”产品,已成为当下出版界的重要共识。

用、富有特色、准确权威, 解决怎么写的问题。这样的出版思路, 充分体现了 党建读物出版社关于历史文化类图书的 出版特色和定位。

细化目标读者, 把握党员干部的阅读需求

当下,出版物日益丰富,竞争日益激烈,读者个性化阅读需求日益增强。只有把握住读者的需求,图书产品才能有出路。以往大水漫灌式的粗放型出版方式显然不符合当下的出版形势。细化目标读者,抓住某一核心阅读群体,做深做细做精,为其提供“定制”产品,已成为当下出版界的重要共识。

党建读物出版社主要服务对象是全国的党员干部。在策划历史文化类图书时,注重深入分析党员干部这一阅读群体的特点。首先,相当一部分党员干部不具备历史文化相关专业的学科背景,他们的阅读需求不同于专业读者,图书不能过于专业化、学术化。其次,与其他非专业的大众读者相比,他们更加关注一些务实、管用,与自身工作职能相关的内容,特别是领导干部学习历史文化并不是简单地掌握一些知识,而是要把历史文化作为教科书、营养剂,汲取历史经验教训,树立历史思维、提高治理能力水平。最后,这一群体的学识相对较高,其中很多领导干部具有深厚的理论基础和实践经验,阅读面广、思考程度深。针对党员干部以上阅读特点,史鉴系列丛书注重与学术类历史文化图书相区别,强调通俗可读,突出借鉴意义,追求学理高度和思想深度,力争在思想上给党员干部启发和触动。

找准选题点, 聚焦优秀传统吏治文化策划选题

历史文化知识浩如烟海,历史文化书籍汗牛充栋。在细化目标读者的基础

上,对于某一特定读者群体而言,出版者要呈现给他们哪些内容,怎样把其中蕴含的信念、智慧内化于读者的血液之中,是需要重点考虑的问题。纵观中华民族漫长的历史进程,吏治在国家治理中起着核心作用,关系国家的兴衰成败。历代英主名臣、先贤圣哲都关注吏治,提出独到见解,开出治病良方,形成了系统的官箴文化。这些都是中华优秀传统文化的重要组成部分,为策划史鉴系列丛书提供了丰富材料和思想源泉。

围绕中国古代深厚的吏治思想谋划选题,吏治思想是指导吏治实践的基础和关键。为适应传统社会官僚制这种国家行政管理方式,把优秀的人才选拔出来,教育管理使用好这支队伍,古人从不同角度提出了许多难能可贵的吏治思想,这些古代吏治思想与当代选贤任能的原则息息相通,其蕴含的智慧精华对当代仍有积极借鉴意义。史鉴系列丛书跳出常规选题思路,打破对古代用人思想从宏观和理论上进行阐释的传统做法,聚焦具有实践经验、有丰富史料支撑的康雍乾三帝和宋代名相司马光的用人思想,策划出版了《朱批——康雍乾用人与治吏》《通鉴——司马光评史》。《通鉴》选取了“臣光曰”中的史论精华,这些史料鲜活地展现了一代明主贤臣深邃的用人思想及实践经验。

围绕中国古代优秀官箴文化开展选题策划。官箴是一种给予从政者有益规劝与告诫的文体,是古人在从政实践中总结的为官理念,其内容着眼于官吏修齐治平的内省自觉,对官员的为政之德、为政之术、为政之责进行归纳总结。官箴文化蕴含着中国古代政治文化的思想精华,是中华优秀传统文化的重要组成部分。史鉴系列丛书在古代众多官箴书中选取了最具代表性的《从政遗规》《为官须知》,策划出版了《官箴——〈从政遗规〉选译》《官箴——〈为官须知〉中的从政镜鉴》,通过翻译、点评、释读等形式,展现官箴文化的核心要义。

创新写作方式, 形成独具特色的丛书风格

史鉴系列从书坚持问题意识、坚持学理性和通俗性相统一、坚持读经典原著,形成了突出当代价值、做到权威可谈、感悟经典魅力的丛书风格。

坚持问题意识,突出当代价值。当今遇到的很多事情都可以在历史上找到影子,历史上很多的问题也可以作为今天的镜鉴。对历史文化的解读关键在于赋予其新时代内涵,实现创造性转化和创新性发展。史鉴系列从书结合组织部门职能职责谋划选题,以领导干部的历史关怀和现实关怀为切入点,选取对当今仍有一定借鉴意义的内容,突出问题意识和当代价值。比如,《官箴》重点选取官箴书中廉洁自律、勤政爱民等加强道德修养方面的内容,不再选取钱粮、刑名等落后于时代或当今已不复存在的内容。

坚持学理性和通俗性相统一,做到权威可谈。通俗类历史文化图书在写作方式上应避免两个极端:一是庸俗的通俗化,把历史文化变成左右逢源的方便法门,任意解释,随意发挥,迎合时尚;二是做象牙塔里的学问,过于学术化、专业化。大众需要的历史文化著作应是学理性与通俗性相统一的普及读物。要有学理高度、思想深度,做到文笔通俗优美,把历史文化讲得深入浅出、引人入胜、耐人寻味,在尽情享受阅读乐趣的同时,体会历史文化的魅力。史鉴系列丛书邀请历史文化领域诸多学养深厚、权威知名学者担任作者,他们不但理论功底深厚,能以最小的篇幅准确提炼出经典作品的核心要义、精髓义理;而且文笔通俗精练,善于把长期研究积累的学术成果转化为与领导干部知识水平相适应、适合领导干部阅读的通俗表述,既有理论高度、历史深度,又通俗易懂、深入浅出,做到了权威可谈。

坚持读经典原著,感悟经典魅力。学习历史文化要注重经典原著的学习。经典是历史文化的重要物质载体,是本源,是最有价值的著作。意大利作家卡尔维诺有句名言,任何一本解释经典的书都比不上原著本身。史鉴系列丛书只做优秀历史文化的“搬运工”,在保持经典原文的基础上,通过对经典文献中涉及的古代人名、地名、职官名、历史地理、典章制度等专业性较强的名词做注释,对原文做今译,对内容做解读,增写人物评传等简单“加工”方式,扫除阅读障碍,更多保留经典文本的味道,以此帮助领导干部读懂经典原文,领略经典风采。

(作者单位:党建读物出版社)

浅谈如何做好新时代科技主题出版

□成丽丽

随着主题出版的繁荣发展,科技主题出版图书也越来越受到关注,日益成为构建我国社会主流意识形态和提升国家文化自信的重要力量。本文结合笔者的经验和体会,从以下几方面浅谈如何做好新时代科技主题出版。

加强顶层设计 健全体制机制保障

第一,科技主题出版选题多涉及行业领域的重大事件、重要成果、重点人物等,完成难度大、周期长,要提前策划、重点培育,应由社领导牵头负责,配备精干编辑力量,组成专项工作组,建立全社统筹、部门协同的强有力工作和保障机制,并采取倒排时间工期方式加以推进,确保按时保质出版。第二,以主动引导和激励机制为驱动,推动授权审批、绩效考核、奖惩制度的革新,通过将主题出版工作纳入考核方案、设立奖励基金等激励编辑重视并积极参与,最大限度地发挥编辑的主观能动性。第三,出版社可以成立专职部门,主要负责主题出版工作,专职专责,工作力度更强。

人民卫生出版社每年明确主题出版方向,建立“自上而下”和“自下而上”选题策划机制。经过多年的实践,在指标体系中不断增加对主题出版工作的考核比重,并将主题出版物视同国家项目,加强全流程的支持。同时,成立服务卫生健康中心工作的编辑部门,集中力量服务主题出版工作。

深入挖掘选题 为出版精品注入源头活水

选题策划是多出优秀科技主题出版

核心阅读

科技出版社应围绕国家宣传工作要求,坚守自己的定位,深入挖掘和提炼行业资源,大力推进优质科技主题出版选题,唱响主旋律、传播正能量,为推动党和国家科技事业发展提供思想保证和精神动力。

物的源头活水,大多科技出版社在各自专业领域深耕,有相对固定的定位与特色,对主题出版理解的局限性会造成选题研发上的乏力与滞后或选题的跟风模仿,缺乏打造精品的原创基础。

科技主题出版物具有显著的特点和价值,聚焦前沿技术领域、重要科技成果,体现科技支撑民生改善,展现时代创新风采。科技出版社应围绕国家宣传工作要求,坚守自己的定位,深入挖掘和提炼行业资源,大力推进优质科技主题出版选题,策划出版一批服务创新驱动发展、制造强国、网络强国、健康中国等国家重大战略和反映我国社会主义现代化建设伟大成就的精品读物,全面反映、热情讴歌我们国家在实现高水平科技自立自强,打赢关键核心技术攻坚战过程中的关键节点、重要事件和核心人物,唱响主旋律、传播正能量,为推动党和国家科技事业发展提供思想保证和精神动力。

人民卫生出版社紧扣新时代卫生健康中心工作,在阐述和宣传健康中国、积极应对人口老龄化、乡村振兴等国家战略方面;在卫生健康领域取得重大实践成就、重大卫生成果、重大健康福祉

方面;在聚焦聚力健康促进和健康知识普及、医疗体制改革、医药学学术创新、中医药传统文化繁荣方面;在弘扬医德医风、宣传医者仁心、树立大医精诚形象、传播医学志愿精神方面;在充分展示真实立体全面的中国卫生健康实力、我国卫生健康的国际影响力方面,策划出版了一批科技主题出版作品,取得了良好的社会效益。

如琢如磨 坚持精品意识

科技主题出版物要坚持精品意识,坚守质量第一,从大纲设计、内容编写、编辑过程都要进行反复推敲,多次论证,从各个环节保证精品之“精”。

深入浅出,春风化雨。科技主题出版要用普通民众接受的大众化方式,“转译”国家科技领域的新思想、新发展、新成果,将科技领域内容大众化、通俗化和时代化,才能引发共鸣。科技主题图书的内容编写与设计要既有厚重感又要接地气。2022年中宣部主题出版重点出版物《小故事 大事业——中国基层卫生发展回眸》以亲历者说的形

式,讲述重要历史事件和典型人物;用讲故事的方式增强文章可读性,创新党史学习教育材料呈现方式,非专业读者也能从中感受到我国基层医疗卫生机构从极度匮乏到逐步健全、医疗卫生人员从少到多、服务能力从弱到强的发展变化,深刻领会党始终坚持人民至上的执政理念。

把好导向,注重质量。出版社首先要坚持正确的出版方向和政治导向,落实重大选题备案工作的有关规定。其次要以提高图书质量为生命线,防止出现违背史实、编校粗糙等问题,要努力推出能在历史上打下烙印的主题出版精品力作。人民卫生出版社组织编写的“大医”系列主题出版项目图书均属于重大选题备案范畴,涉及大量历史事件和人物,在组稿和编辑加工中突出强调把好政治方向关和意识形态关的重要要求,并通过几个环节做好把关工作。第一,在社内遴选优秀审稿编辑组成审稿队伍,并组织审稿人员集中专题培训,强化把关意识和责任意识;第二,为审稿编辑配备一套国家领导人年谱等权威参考资料,以备核对和查阅,保证史实客观准确;第三,在三审三校的基础上,增加四审、五审,或重复流程,进行多轮次的三审三校工作;第四,请外审专家,弥补社内审稿编辑在相关专业知识方面的不足,并请图书主人公家属、工作单位等从不同角度对内容进行审读把关,力争最大程度客观还原“大医”的人生和塑造其精神;第五,在做好以上几点的基础上,严格按照国家重大选题备案的规定和要求进行送审和修改。

(作者单位:人民卫生出版社有限公司)