

■ 责编手记

找寻吉光片羽
以乐跨越山海

□周融融

《丝绸之路音乐文化之旅》(中国唱片(上海)有限公司)融媒体出版项目由中国音乐家协会名誉主席、作曲家赵季平担任艺术顾问,遴选收录丝绸之路主题音乐佳作,集结实力强大创演阵容,从音乐和文化两个视角,向听众和读者展现了丝绸之路多姿多彩的文明交流图景,诠释“一带一路”的文化内涵和重要意义。此前,项目在策划阶段已入选“十四五”国家重点出版物出版规划,今年上半年,我们又收到项目获得2024年度国家出版基金资助的喜悦。受此鼓舞,我们马不停蹄地策划出版了《丝绸之路音乐文化之旅》黑胶唱片,分为歌曲与交响两篇,以期用多样的载体形式,进一步延展项目影响力。在又一个“一带一路”倡议周年纪念的时刻,谨以这篇手记,分享《丝绸之路音乐文化之旅》的制作始末。

选题的由来与筹备:
厚积薄发,水到渠成

“一带一路”倡议提出的10余年间,中国音乐界不断有丝路主题名曲佳作诞生,无论是数量、质量,还是题材、体裁,都很充分,很有特色。而以丝绸之路为主题的出版项目,我们酝酿已久,积累多年。其间,我们始终保持对该主题原创作品的关注,与各大艺术院团、知名音乐家、演奏家广泛联络,通过多种方式寻找丝绸之路主题优秀原创音乐作品。可以说,在此基础上整理筛选选多年来积累的“一带一路”主题音乐作品并集中出版,是水到渠成的。

主题出版是中国唱片(上海)有限公司的传统优势和特色,编辑部门历年都会下一番功夫进行策划制作。2019年以来,公司成立了主题出版中心,制作大型项目的综合能力得到进一步加强,连续推出的《情系武汉 大爱中国》《信仰》《伟大的远征》《领航新时代》等融媒体出版项目,在中宣部主题出版重点出版物选题、“十四五”国家重点出版物出版规划以及属地出版基金上屡有斩获,得到了较好的社会评价。这些经验都为《丝绸之路音乐文化之旅》选题的制作奠定了良好基础。

编辑思路的确定:
音乐与历史的美妙碰撞

《丝绸之路音乐文化之旅》清晰概括了项目想呈现的主要内容,以及要承载的核心价值。围绕丝绸之路这个主题,我们从音乐与历史两个方面解构,同时强调旅程的概念与体验。文化,是10余年间有代表性的丝路主题歌曲、器乐作品,这些优秀作品来自活跃在当代乐坛的作词作曲家的创作和实力歌唱家、演奏家、乐团的演绎。文化,是传递古今丝绸之路一脉相承的精神内核,通过讲述生动通俗的丝路历史,将丝绸之路穿越古今的不朽文化魅力展现在听众面前。旅程,结合了时间和空间两个维度:时间上,从张骞出使西域的西汉开始,到丝路黄金时代的盛唐,再到海上丝绸之路发展兴盛的宋元;空间上,将视角对准古丝路重要节点城市西安、敦煌、广州、泉州等地区。

在选题框架的搭建上,我们做了几方面的考虑。首先是载体,我们希望听众拿到一部综合视听的融媒体出版物,可听可看可收藏。因此,它的载体形式必须丰富,包括CD、DVD、黑胶唱片等,另加入二维码,实现数字音乐扫码聆听,同时配有一本图文并茂的音乐读本。

其次是在既定主题下选什么样的作品,用哪个版本。在这方面,我们通过以往主题出版项目积累了一定的经验。作品的创作演出阵容、入选重要奖项情况、是否登上大型晚会活动、在大众中的熟悉度和传唱度等,都纳入考量标准。

再次是音乐作品以怎样的逻辑和思路进行编排。为此,在正式投入选题制作前,我们做了充足的功课。一方面重点学习“一带一路”倡议提出以来重要的讲话、新闻报道以及评论性文章,另一方面翻阅丝绸之路主题下从不同视角展开的通史、专门史及文化类书籍。结合丰富多样的音乐作品题材和体裁,我们用《大道致远》《海纳百川》《万里同行》等7个篇章带领听众开启丝路音乐之旅。

丝路小史的构思:
从历史文化视角回答

音乐部分尘埃落定,我们继续勾勒项目的文化部分。如果说所选的音乐作品是当代的,是从千年后的今天去看千年前的丝路,去寻找寻古与“一带一路”倡议间的联结,那么我们想要在文化部分呈现的,则是历史视角下的丝绸之路。我们试图通过《何以丝路——丝绸之路文化小史》一文带领读者踏上穿越时空的丝路之旅,在这趟旅程中回答“丝绸之路如何形成,名称何来,又何以成为一条联通中西、文明交流之路”这些问题。

搜集梳理史料,确定章节标题,罗列提纲,寻找插图,每一环节都需要耗费大量的时间与精力。由此形成的《何以丝路——丝绸之路文化小史》一文,以中国古典诗词为引,围绕古代丝绸之路重要节点城市展开,通过相关史料与文物的呈现,探寻丝绸之路从形成、发展到繁荣背后的历史,向读者讲述张骞的“凿空”之旅,商旅络绎不绝的长安西市,辉煌灿烂的敦煌文化,珠江岸边山楼与奠定广州“天子南库”地位的市舶制度,张骞声中万国商埠的泉州刺桐港等,以此展现丝绸之路在我国古代对外交流史上发挥的重要作用。

在项目制作过程中,主题出版中心成员们以编辑的身份与丝路历史相遇,找寻联结古今的吉光片羽,并借此项目为听众和读者们抛砖引玉。同时,大家也对“一带一路”倡议既植根于历史,又面向未来有了更深的体会。两千多年来,东西方的交通方式发生了巨大变化,但丝绸之路这一美好的名字始终作为中西友好往来的象征为人称道。丝绸之路留下的珍贵精神遗产,融入“一带一路”倡议,不断启发和指引着当代中国与世界各国的交往之道。我们期待,世界各国继续以“一带一路”为纽带,跨越山海,共谱新的繁荣乐章。

【作者单位:中国唱片(上海)有限公司】

■ 出版子品牌说

开栏的话 随着市场化运作的提升,越来越多的出版机构开始设立与本刊调性匹配的出版子品牌,对内激发人员积极性,对外强化品牌IP。为此,《出版周刊》特开设《出版子品牌说》栏目,对经过时间和市场检验的子品牌运作之道予以充分报道。

让科学与人相遇的实验

——中国科学技术出版社“中科书院”品牌叙事

□杜凡如 刘畅

中国科学技术出版社在中国科协的指示下,于2019年年末,引进业内人才,组建技术经济分社,建立“中科书院”品牌(CSP BOOKS)。时光荏苒,自品牌创立之初,已近五载。经营业绩从1400万码洋、4000万码洋,直至近3年年均突破1.2亿码洋。成长的路上,“中科书院”品牌从“3个工位”起步,一路汇聚了一批才干出众的专业出版人才,收获了一批学养深厚的专家学者,并与广大读者一起接触到了更广阔的世界。

截至2024年8月,“中科书院”已出版图书790种。这些书籍在多个领域内引起了广泛关注,多部作品荣登专业图书榜单,更有多部图书荣获组织部党员教育中心、自然资源部、央视网等颁发的“年度好书”荣誉。

5年的历程是一段对科学服务于国家、服务于社会的探索,同时也是让科学与人相遇的实验。这其中对人的关切,始终贯穿在品牌建设与发展转型的路径上。

组建多学科背景专业队伍

中国科学技术出版社历来以专业科学书籍和科普类图书为主要出版方向。作为出版社新军的“中科书院”,基于中国科协 and 总社的定位和自身特长,设定了“进入科技、经济主战场”的理念,与传统的经济管理类和科技类图书品牌不同,“中科书院”图书致力于沿着科学与现代技术建构相互作用的5条路径,构建了“科技与发展”“技术与应用”“技术与人文”“经济与管理”“生活与提升”5条产品线,用来自交叉学科的专业编辑队伍,开发和引进国内外的优秀选题。

科学的选题要由专业的人才来策划,技经分社在近5年时间里组建了一支具有多学科背景、专业素质极高且紧密协作的团队。团队中90%的成员拥有硕士及以上学历,50%为海归人才,他们分别来自清华大学、北京大学、复旦大学等国内知名高校,以及约翰·霍普金斯大学等世界顶级学府。这些年轻的编辑具有国际视野,同时具备强大的综合分析判断能力,英文、韩文、日文等成为他们日常工作必备的语言。

科学性的选题源自对前沿学科与先进应用的不解挖掘,在团队的努力下,品牌出版了一系列精品图书:如与中央



广播电视总台合作出版的《信物百年:红色财经》,入选第六届全国党员教育培训优秀推荐阅读;由360集团创始人周鸿祎执笔的《数字网络安全战》将数字安全从技术层面提高到了战略高度;《未来黑科技通史》获得自然资源部颁发的“2023年自然资源优秀科普图书”。

出版精准的细分产品

科学与人文关怀相结合的出版,仍需要以每一本书为读者提供一个思考的切口,在当下出版越来越小众的背景下,面对思想市场上的精准细分产品和有延展性的产品线是品牌运营的关键。

“中科书院”从成立时就开始规划的“科技哲学”图书产品线,陆续推出了以《未来技术》《未来道德》为代表的“未来系列”,以及《机器如人:通往人类智慧之路》《AI向善:以人为中心的人工智能》等书。近期出版的《十二字经:过去、偏见和未来》,不聚限于某个特定学科领域,而是落脚在人类拥有爱的能力上,得到很多赞誉。

现代世界诞生,全新世界来临时的国家和个人,同样也是品牌的出版方向之一。《经济制裁:封锁、遏制与对抗的历史》讨论了全球化和自给自足经济的博弈。《世界文明中的作物迁徙》则从文化和意义层面的转变,探究由植物变为作物的过程对人的影响,代表了科学人文图书的一个重要创作方向。

正如《文明的比较》作者艾伦·麦克法兰在一本书中说的:“历史并不走向一个注定的目的地,世上也不存在一

列我们必须攀爬的必然阶梯。”对于现代生活的思考和关怀是“中科书院”持续关注重点。

搭建全域营销体系

面对图书消费和销售市场的变化,结合“中科书院”的图书产品线,营销团队积极搭建全域营销体系。所谓全域,不仅是在全媒体平台布局营销账号,而且还联合线上线下、社区种草、达人带货,打通私域和公域,整合多渠道资源。

《经济巨擘:思想碰撞与传承》是今年的畅销新书之一,目前发行量已超3万册。这本书是对历代经济学大师经典思想的详细解读,以妙趣横生而又严谨的表达方式展现了各经济学派思想的碰撞与传承。图书付印前,“中科书院”营销发行团队就图书内容开始与相匹配的带货达人进行首轮沟通,最终和抖音达人吴主任达成深度合作。图书上市后,吴主任以视频和直播讲解的方式推荐本书,不到两个月,销量即突破万册。同时,营销团队持续在“中科书院”媒体矩阵进行内容宣传,在全国范围内精选重点书店进行码堆展陈,并着重在豆瓣、小红书平台联系书评人和博主进行持续的约评与“种草”。线上线下双循环和多元形态的多渠道、多平台联合模式,使得《经济巨擘》成为今年全域营销的代表图书。

目前,“中科书院”营销团队已在微信公众号、视频号、新浪微博、今日头条、豆瓣、小红书、抖音、快手、B

站等平台上开设了“中科书院”“中科管理”“中科书院大众心理”“科技有得聊”等15个自媒体账号。针对不同媒体平台的人群偏好,团队结合已出版图书的内容,有重点、有偏向地采用文字、视频或直播等形式进行内容传播,同时也通过这些渠道获得读者反馈,积极调整营销策略,并将其作为后续图书产品策划的重要参考依据。

从小红书、抖音平台发布的年度消费者人群画像数据分析可知,“内卷而下沉的职场”倒逼打工人持续自我充电学习。因此在“中科书院”的“生活与提升”产品线中,策划团队深挖本土作者,寻找选题,试图帮助当代职场打工人找到科学高效的学习方法。

《了不起的学习力》就是一本具有代表性的关于学习力的本土原创图书。当策划编辑了解到作者沈文婷的选题意向时,深感她的作品既有深度,又有市场推广的潜力。一方面,沈文婷本身就是终身学习者,具有丰富的实践经验;另一方面,她已经与印象笔记平台合作,打磨出了优质课程。在经过一番讨论后,策划团队决定将这门课程转化为图书形式,并与印象笔记课程平台以及写作“智囊团”秋叶团队合作,共同推广这部作品。为了脱颖而出,策划团队在保留干货内容的同时,强化了沈文婷的文风,增加了情绪价值的供给。

这本书着重阐述了一个核心观点:学习是值得尊敬的,只要运用科学的方法,学习其实并不累。这一观点触动了众多读者的心弦。图书上市后,“中科书院”团队、作者、印象笔记平台和“秋叶”智囊团四方联手,在京东、微博、小红书等多个平台同步展开宣传。非常欣喜的是,图书上市第二天便荣获京东励志与成功日榜、新书热卖榜双榜第一,并实现了短短9天内的加印。

在图书营销的过程中,整个编辑团队不仅关注销售数据的转化,更将重心放在内容价值的广泛传播上。自今年开始,分社积极响应中国科协做好科普内容传播的号召,持续向科普中国、科创中国等平台推荐科技类、心理类等优质大众科普图书。团队通过专业科普团队的精心二次制作与加工,将深入浅出的科普知识以更加生动、易懂的形式呈现给广大读者,力求在普及科学知识的同时,也提升公众的科学素养与兴趣。

(作者系“中科书院”品牌联合创始人)

■ 出版背后

18轮编校55万字驻村日记

□本报记者 章红雨

一场别开生面的新书发布会,近日在河南省信阳市息县路口乡弯柳树村召开。将新书发布会安排在村子里举行,这在出版界少见。中华书局总编辑尹涛在发布会现场说:“这本《宋瑞驻村日记:2012—2022》是我们找寻多年的传统文化在乡村落地的故事。”

《宋瑞驻村日记》的作者宋瑞是国家统计局河南调查总队驻信阳市息县弯柳树村驻村第一书记,这是她12年工作的原始记录。找寻这样的选题不易,将其出版同样不易。关于《宋瑞驻村日记》,其策划编辑李猛向《中国新闻出版广电报》记者讲述了该书出版的前前后后。

11年前约稿被婉拒

据李猛介绍,《宋瑞驻村日记》选题来自11年前他参加的一个论坛。李猛说:“2013年秋天,我应邀到山东济南市参加一个传统文化论坛,在众多分享的嘉宾中,一眼我就记住了在河南基层一线扎扎实实做事的宋瑞书记。当时已是处级干部的宋瑞,毅然放下大城市优越的生活,深入到省级贫困村弯柳树村为老百姓做实事,其毅力与担当,对我来说是个不小的冲击。”

令李猛印象深刻的还有,那次宋瑞分享的主题是《我能为人民做些什么?》,讲述了她在弯柳树村运用中华优秀传统文化中的德孝文化治理弯柳树村的体会和做法。“这个题目带有强大的正能量,她在乡村扎扎实实做的实践,令人感动。从她作的报告中能看出,她不仅是这么说的,而且也是这么身体力行的,一切都是那么自然与真实。”李猛说。

会后,李猛主动向宋瑞发出邀约,希望以此为题出版一本书。可是,宋瑞婉拒了约稿要求,直言自己做得远远不够,虽然找到了治村的方向,但远没有做出让自己满意的成绩,尚不到出书的时候。

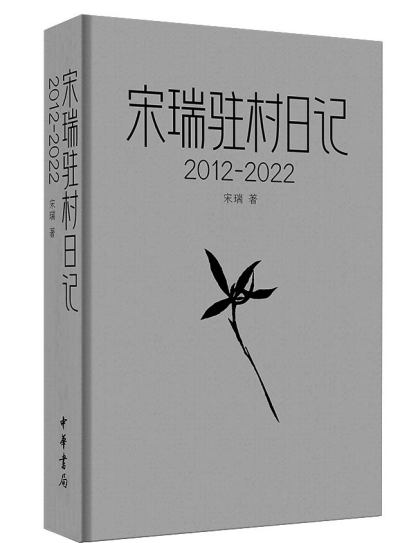
虽然宋瑞没有同意出书,但是李猛并没有气馁。“我告诉自己这个选题不能放弃,必须一直跟踪关注,直至她认为时机成熟。”李猛说。

李猛加了宋瑞的微信,时常关注她的朋友圈。“如此,过了一年又一年,我看到了宋瑞书记和她所在的弯柳树村日渐发生变化,她和弯柳树村获得的荣誉越来越多,可圈可点的素材也越来越丰富,想起来我就问问她出书的事。她仍没有出书意思,每每回答我都是德行不够,积累不够,没有可写的地方,怕浪费纸张之类的话,这些话反复说了好些年,我因此也等了好些年。”

转机来自孜孜以求

2020年,李猛的约稿愿望终于有了实现的转机。当年4月,李猛注意到有媒体在报道中引用了一些宋瑞日记的原文,他转换思路提出要出版宋瑞的驻村日记,并请宋瑞注意整理。近一年后,就在2021年3月,李猛无意中看到一本描写弯柳树村脱贫攻坚的纪实作品出版并入选好书榜,便立即联系宋瑞。李猛说:“由于宋瑞书记日常工作非常忙碌,要求她去创作实在不现实,于是我把注意力全部放在整理她的驻村日记上,她不再坚持,将这桩事答应下来。”

“在2023年6月底的一次选题会上,我向尹涛总编辑汇报此选题,尹总



十分认可,交代我迅速拟订合同,带着合同样本来弯柳树村,务必把这个选题签下,并撻下一句玩笑话,‘合同签订,你就别回来了。’”李猛说,7月10日,他带着中华书局盖章后的合同,来到了弯柳树村,经过焦急的等待和细致的沟通,终于在次日傍晚签下了这份让他等待了10年的出版合同。“这让我感慨万端,心里也乐开了花。第二天一大早,我把日记原件带到息县县城的复印社,一直忙到晚上9点多才完成全部日记的复印。”李猛说,回忆当初,可以用10个字来表达自己的心情,“十年等待,如约而至,值得!”

协同作战保质保量

签约后,宋瑞把两箱28册的日记全部翻出来。李猛将宋瑞的日记带回中

华书局后,确保日记的完整和保质保量成为重中之重。第一步,录入整理。李猛请录入公司把2017—2022年的日记录入,请编校部同仁核校一过,并从头到尾做了一遍梳理与初步加工。因日记内容有漏,宋瑞一边工作一边抽空补录,补齐了2012—2016年内容。10年日记定稿30余万字。

第二步,协同作战。因为出版任务重时间紧,经过尹涛协调,又加入中华书局编辑李若彬协助李猛一同做编辑加工,协力推进。今年4月7日,尹涛委托中华书局近代史(主题出版)编辑部主任欧阳红做三审,对全稿再做一次编辑加工。5月23日,宋瑞应邀来中华书局,李若彬将各审读环节提出的疑问标注在书稿上,请宋瑞现场答疑。之前宋瑞看了日记校样后,发现仍有大量内容缺漏。此次来中华书局,她带来了重新整理打印的书稿,内容有大量扩充,总字数近50万字。

第三步,出版环节。6月初,由于宋瑞新送到的书稿需要重新审读加工,尹涛委托欧阳红全权负责《宋瑞驻村日记》的编辑出版事宜,承接接下来的编辑工作,定于八九月份出版。为了保质保量保进度,欧阳红将编辑部经验丰富的张莹国也拉入责编队伍。7月底书稿通读时,宋瑞再次补充了一些遗漏的内容,书稿最终定稿为55万字。

经过数月的奋战,在编辑团队密切协作下,书稿经过18轮的编校与通读,9月终于如期面世。面对散发清新书香的《宋瑞驻村日记》,编辑们深深地松了一口气。宋瑞也深深地松了一口气,如她在《宋瑞驻村日记》后记中所写:“一部书稿,12年驻村,11年约稿,10年记录,虽经曲折,终不负你我。”