

《北上》同名电视剧热播——

文学作品IP转化需要过硬文本

□本报记者 李婧璇

3月3日，由第十届茅盾文学奖获奖作品《北上》改编的同名电视剧在央视一套黄金档正式播出，并在爱奇艺同步全网独播，甫一开播便跃居电视剧飙升榜第一名。

电视剧的热播，让长销书《北上》再度受到关注，《中国新闻出版广电报》记者在北京图书大厦看到相关图书专题推介。据现场工作人员李明慧介绍，不少读者表示，看了同名电视剧，便想着再来买原著，看看两者之间的差别。

多形式转化赋予作品更多内涵

电视剧原著《北上》由北京十月文艺出版社出版，先后荣获第十届茅盾文学奖、第十五届精神文明建设“五个一工程”优秀作品奖等，达成阿拉伯文、马来文、哈萨克斯坦文、意大利文等10余个语种版权合作。

从图书到音乐剧、话剧，再到电视剧，文学IP《北上》沿着运河一路生花。诚如作者徐则臣所言：“一部文学作品，它可以，也需要借助不同的艺术形式传播开去，甚至在一定程度上，可以增加它之前所没有的内涵和价值。”他谈到，在电视剧筹备期间，与总导演姚晓峰、编剧赵冬苓再次沿运河采风，又有新的收获。

为了让《北上》经得起推敲，徐则臣沿着这条千里大河来回走，走走写写，写写走走，读了六七十本书。在小说即将完稿时，徐则臣邀请北京十月文艺出版社总编辑韩敬群、运河文化专家陈喜波以及《北上》责任编辑陈玉成，前往小说的终点北京通州，又做了一次实地寻访。

“影视对优秀文学作品的改编，往往能给原著带来更多的社会关注，对于优秀写作者的创作是一种表彰、肯定与激发。”陈玉成表示，“一部好的文学作品的IP转化，其前提一定是来自扎实过硬的文本，其内核一定是对于时代和民心有所呼应，和这个国家的精神血脉紧密相连。”

文学IP改编领域积淀深厚

文学作品的影视化、将文学与其他多种艺术形式加以融合，使得文学作品艺术价值可以获得全方位的开发与拓展。北京十月文艺出版社多年来一直致力于此方面的探索，并收获了丰硕成果。

“十月”品牌在40多年的历史中，曾推出过众多优秀作家的作品，其中多部作品得到了影视或其他艺术门类创作者的重视并成功改编，例如早年的《高山下的花环》《没有纽扣的红衬衫》《渴望》《北京人在纽约》《少年天子》等。新时期以来，北京十月文艺出版社出版的《平凡的世界》《心居》以及《北上》等，均在出版后被改编为同名电视剧或电影，产生了广泛的社会影响。诚如韩敬群所说：“北京十月文艺出版社在中国当代原创文学作品的文学IP改编领域有着深厚的积淀。”

谈及文学IP的运营经验时，韩敬群表示，文学作品改编的影视剧可以延伸放大文学作品的影响力，而其影响力的大小则与多方面因素有关，如作品内容与社会热点的契合程度、作品题材、播出平台、节目档期、导演和编剧以及演员的阵容实力等。“另外，能否用心改编和呈现原著、能否有效地表现作品的艺术感染力也会影响影视作品对图书销售、传播推广的作用。”

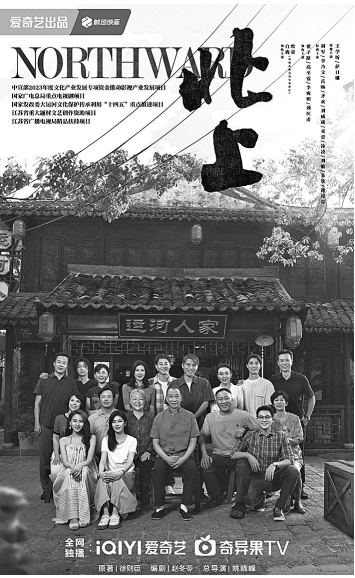
出版人要与作者同行共进

的确，纵观整个文学史与电影史，优秀的文学作品不一定都能改编成最成功的影视作品，成功的影视作品的来源也不一定是顶尖的文学作品。

如何挖掘更多适合衍生的文学作品、发挥好文学作为艺术母体的作用？韩敬群认为，重要的是要厘清“是执果求因，还是顺势而为”。他以影视改编为例，创作者是以迎合观众口味为出发点，还是从创作主体出发，坚持以高质量的内容吸引其他艺术门类的关注，这是两条截然不同的思路。

“从出版人的本位出发，先考虑影视开发，再进行文学创作，并不是一条最佳的路径。”在韩敬群看来，出版工作者应该承担起肩上的重任，一视同仁地为所有作家服务，成为一个全面发展的出版人。“我们要与作者同行共进，与作者讨论文本内容，一同提升文本质量，同时保护作者的权益，帮助作者判断作品是否适合改编为影视作品或其他艺术形式，并且在这个过程中给作者提供助力。”

身处新媒体蓬勃发展、新技术汹涌而来的时代，多样的媒介在为文学作品的推广带来机遇的同时，也带来了挑战。“我们既不能对其无动于衷，也不需要惊慌失措。”在韩敬群看来，新媒介与新技术可以帮助读者筛选出真正的写作者。“文学之所以为文学，是因为它是对他者的关切，能够设身处地为别的使用寿命着想。它有着人的骨血和灵魂，而这正是卓越的文学不可被取代、不可被复制的光辉宝藏。”



■出版热话

“三八”妇女节看女性主题图书出版趋势——

引进原创互促 细分市场多元

□本报记者 李婧璇 范燕莹

由未读策划、北京联合出版公司出版的《醒来的女性》全球销量突破2000万册，中文版在小红书有众多博主自发推荐；由果麦文化策划、天津人民出版社出版的新版《一间只属于自己的房间》不到一年发行量超36万册，借势《我的阿勒泰》剧集热播实现“破圈”；人民文学出版社《如雪如山》累计加印10余次，以“女性生命经验集”姿态成为现象级作品……女性主题图书细分市场呈现蓬勃发展活力。

过去一年，多部关于女性题材的影视大放异彩，如《热辣滚烫》《出走的决心》《好东西》《我的阿勒泰》《山花烂漫时》，进一步引发了关于女性主义的诸多话题的讨论。什么样的女性图书选题更受市场关注？女性主题图书呈现怎样的出版趋势？在今年“三八”妇女节期间，《中国新闻出版广电报》记者就此话题进行了深入采访。

自我成长类选题受关注

从当当图书热卖榜、豆瓣图书热门榜以及各大电商平台的图书热卖榜中不难发现，诸如《一间只属于自己的房间》《厌女》《素食者》等女性主义相关图书常常持续在榜。

“我们并不特别区分和刻意打造女性图书选题，但在遴选选题和出版过程中，一些优秀的女性视角和女性叙事的图书就自然而然地显现出来了。”北京十月文艺出版社副总编辑胡晓舟介绍说，该社近期出版的《太和》《白露春分》等图书，销售情况都不错，以入选“持微火者·女性文学好书榜”2024年度十大好书的《白露春分》的两场新书分享会为例，分别是37万看播、350万曝光，115万看播，超500万曝光。

人民文学出版社责任编辑欧阳婧怡介绍，青年作家张天翼继小说集《如雪如山》之后，再推新作《人鱼之间》，目前这两本书都在持续营销中。此外，她担任责编的青年作家、编剧艾尚的长篇小说《女字旁》也得到了很多读者的喜爱，豆瓣评分一直在8分以上。

以人文社科、科普生活等策划见长的未读，近年来聚焦女性议题的多元表达，推出了一系列兼具思想深度与市场反响的图书，代表作有《快乐上等》《醒来的女性》《初老的女人》等。未读营销编辑张晓帆介绍，近期，由未读策划、北京联合出版公司出版的《拥抱新的你：你需要了解的更年期的一切》值得关注，该书以科学角度和人文关怀重塑女性叙事。



记者在采访中注意到，有关女性主题的老书新作依然能够焕发活力。比如，《一间只属于自己的房间》是英国女作家弗吉尼亚·伍尔芙的经典之作，由果麦文化策划、天津人民出版社推出的新版本于去年5月上市，目前发行量已经超过36万册。果麦文化北京互联网产品部营销组刘子祎、刘冰盘点总结道，这本鼓励无数女性觉醒的经典之作，正好契合当下女性觉醒思潮，进一步助推图书热销。此外，由果麦文化策划、深圳出版社推出的《清算已毕：波伏瓦自传》，今年1月新版上市后，其总印量已经超越老版本。

欧阳婧怡认为，就文学类女性图书而言，更受市场关注的有以下几类：一是聚焦女性自我成长与突破困境。像《热辣滚烫》里的女孩实现自我蜕变，图书中也有很多类似讲述女性如何打破束缚，找到自我价值与人生方向的选题。《女字旁》在某种程度上也属于这类选题。另外，这类选题比较容易实现影视化改编，从而获得更多收益。二是探讨女性情感与关系的。如探讨不同年代女性之间的友情如何在时代变迁中坚守与变化，或是展现母女间复杂又深厚情感的选题，都能吸引读者的目光。《我的天才女友》就是其中的代表作。三是讲述底层女性真实生活的非虚构作品。如《阿包》《我的母亲做保洁》等。从读者层面来说，大家渴望了解那些普通人的默默奋斗、鲜少被关注的女性群体，她们的经历是生活最真实的写照，没有虚构的修饰，充满了烟火气与生活的厚重感。

采用品牌系列化策略

当下女性主题图书出版呈现怎样的整体发展趋势？中金易云行业研究中心副总经理莫琳怡分析认为，越来越多的作品开始深度聚焦日常，展现女性在现实生活以及职场中所面临的各类问题和成长历程，如《猫选中的人》《成为》《向前一步》等。同时选题方面还不断拓展社会议题的边界，涵盖了传统的性别平等严肃议题，以及女性在社会运动、政治领域中的处境和角色探讨，如《女性与权力》等。女性图书的体裁更加丰富，除了经典的理论著作、小说，还有纪实文学、传记、访谈录、漫画等等。此外，当下出版机构在女性主题图书的布局上，积极采用品牌系列化策略，如“睿睿·女性主义丛书”“读者·女性主义文库”等，有助于打造品牌影响力，吸引读者关注该系列的其他作品。

欧阳婧怡认为，总体感觉，社科知识类的女性图书比文学类女性图书更受关注，引进的女性主题图书比原创的女性图书更受关注。当下女性图书细分市场在类型上愈发多元化。除了传统的理论社科类和文学类，还细分到了职场励志、科普、历史文化等多个领域，另外，女性图书的内容深度也不断增加，不再只是简单呈现女性生活，而是深入剖析背后的社会文化因素。

据果麦杭州产品部产品经理王心妍观察，当下女性图书细分市场呈现出引进与原创两种类型蓬勃发展的趋势，二者是一种相互促进的关系。

诚如刘子祎所说，借由引进的作

品，我们会看到世界范围内的女性对自己的追问，比如《一间只属于自己的房间》中对精神自由的呼吁，以及《清算已毕：波伏瓦自传》中对主体性的探究。而在原创的《团圆记》中，那些消耗精神的琐事、那些不甘都得以书写，是相互托举、相互成就、相互理解的关系。

依托《如何成为你：和波伏瓦一起追求真实》和《初老的女人》，张晓帆以引进书的“本土化嫁接”和原创书的国际视野来形容当下女性主题图书引进和原创的关系。

“对编辑而言，从引进图书中，我们可以关注到国际上新兴的女性议题，提前布局相关选题。”欧阳婧怡表示，我们可以借鉴其营销推广经验，利用多元化的渠道进行宣传。

精准触达引发读者共鸣

记者在采访中了解到，从销售渠道来看，女性主题图书的销售渠道以网络零售为主（占比超七成），实体零售次之。因此，女性主题图书可以网络发行为主，重点主抓小红书、豆瓣、微博、知乎、垂类公众号等内容平台的“种草”与推广，尤其是小红书渠道，其在未来具有较大的增长潜力。

事实上，越来越多的出版单位选择通过在小红书上发布优质内容，吸引用户关注与互动，并有效推动销售转化。

欧阳婧怡担任责编的图书，如《如雪如山》《女字旁》在小红书上都有多篇爆款笔记。对此，她深有感触地说：“对于女性图书而言，我们更多会把营销重点放在小红书和豆瓣平台上，与读书文化达人深度合作，打磨文案，力求精准找到作品和读者的共鸣点，吸引更多读者关注。”

在新媒体营销上，像小红书、抖音、豆瓣等平台，其受众特征都不尽相同。以北京十月文艺出版社为例，胡晓舟介绍，在女性用户占比70%的小红书上，女作者的作品更容易受到关注。该社注重邀请女性向读书博主对新书进行推荐、赠书及短视频拍摄，从而加强宣传效果。针对豆瓣平台的社群属性，可以邀请作者入驻平台，或通过出版社官方账号与读者讨论书内容、分享创作背后的故事。

莫琳怡认为，在重视网络渠道的同时，实体渠道的拓展同样不容忽视。应着力加强与文学领域书店、女性主义书店等各类文化场所的合作。对此，刘冰深有感触：“要走到真实的用户中去。与她们进行深度且平等的沟通，收集她们对书籍、对推广的意见，对于后续的选题策划、营销推广很有帮助。”

■责编手记

不仅是文字搬运工，更是精神传承者

□许宁宁

在浩瀚无垠的历史长河中，总有一些人，他们犹如璀璨星辰，以其独特的光辉为后人照亮前行的道路。在中国共产党百年华诞之际，涌现出无数杰出的共产党员，他们的事迹感人肺腑，他们的精神熠熠生辉。作为《未来讲堂——讲述优秀共产党员的故事》编辑团队的一员，我有幸肩负起这一崇高而光荣的使命，以笔墨为媒介，镌刻出这些优秀人物的光辉形象，让他们的故事在青少年的心田生根、发芽，绽放出绚丽多彩的花朵。

该书入选“十四五”国家重点出版物出版规划项目，第一次参与如此重大的图书项目，尤其是有声书的制作，对我来说是一次全新的挑战。我从中学到了如何将历史故事与现代技术相结合，如何通过声音的力量让故事更加生动。这些经历让我更加坚信，作为编辑，我们不仅是文字的搬运工，更是精神的传承者。

初心萌动

一切的美好，皆源于对党的深情厚谊和对青少年的深切关爱。在中国共产党百年华诞之际，为深入贯彻习近平总书记关于青少年教育的重要论述精神，中国宋庆龄基金会携手中国广播电视社会组织联合会，共同推出了“未来讲堂——讲述优秀共产党员的故事”活动。这一活动如春风拂过大地，通过新华网、“学习强国”等权威平台广泛传播，深情讲述100位优秀共产党员的感人故事，引领青少年学习先进典型的崇高精神和高尚品德。活动的热烈反响与诸多殊荣，如涓涓细流汇聚成

海，激发了我们将这些动人故事集结出版的决心，让红色基因得以薪火相传。

筹备之路充满挑战。在众多优秀共产党员中遴选出100位具有代表性和教育意义的典型人物并非易事。为此，中国宋庆龄基金会的工作团队深入调研，精心策划。广泛查阅历史资料，征求有关专家的意见，力求每个故事都真实可信、撼动人心。同时，中国广播电视社会组织联合会特邀全国各地的100位艺术家，为每个人物录制音频，让青少年读者在倾听中领略优秀共产党员的风采。

匠心雕琢

创作之路荆棘满布。如何确保故事的真实性和准确性？如何将优秀共产党员的事迹转化为青少年喜闻乐见的语言？如何让故事更加引人入胜、扣人心弦？

创作团队历经多次修改与打磨，反复推敲细节，确保故事真实可信；不断调整语言风格，让故事贴近青少年阅读习惯；精心设计情节与对话，使内容生动有趣。期望读者在阅读中，能够感受到模范人物的伟大与崇高，从中汲取前行的力量与勇气。

同时注重创新讲述方式，运用多元化的表达手法，让优秀共产党员的形象更加鲜活、立体。特邀的100位艺术家用独特的声音和精湛的朗诵技巧，将每个故事演绎得淋漓尽致。他们的声音如同春风化雨，滋润着读者的心田。为了表现地域特点，使故事讲述更有共鸣感、代入感和感情色彩，一些篇目特别安排当地的艺术家进行讲述。

高校师生受邀共同为图书创作了



100幅精美插图，生动展现每位人物的形象与风采，增强了书籍的视觉冲击力和艺术感染力。此外，每篇文章后都设置了思考题，引导读者深入理解文章内容，并结合实际进行反思。文字、图画与声音的完美结合，让读者在阅读中能够更深入地理解、感受模范人物的故事与精神。

除了内容上的精心布局和创新，图书封面的设计也倾注了大量的心血。美编在设计书名时采用了象征中国共产党的中国红，字体经过特殊处理，呈现出斑驳与火焰的效果，烫上红金，不仅体现了历史的厚重感，更寓意着“星星之火可以燎原”。而“未来讲堂”的LOGO则烫上了金色，彰显庄重。腰封上的船形图案则巧妙地隐喻了一个伟大的党诞生于一艘小小的船的传奇历程。在选用封面用纸时，印制部的同事特地到印厂去现场查看，选用了有纹

理、暖色调的纸张，这不仅增强了书籍的历史感和年代感，更让读者在翻阅时能够感受到那份沉甸甸的历史责任。

笔墨传情

这本书精心挑选了100位优秀共产党员的故事，100位人物中有共和国勋章获得者8位、国家荣誉称号获得者19位、七一勋章获得者5位、八一勋章获得者3位、最美奋斗者70位。他们来自不同领域、不同历史时期，却拥有共同的信仰与追求。他们的故事如同一幅幅壮丽的画卷，描绘着共产党员人的光辉形象。

不仅是本书的读者能够深受触动，就连本书的创作者们，在精心雕琢这些优秀共产党员故事的过程中，心灵得到了极大的洗礼与升华。

尤其是参与插图创作的高校师生，他们中有几位也是共产党员，在创作本书插图的过程中，将个人的艺术才华与对党史以及优秀共产党员的深刻理解相结合，不仅增强了学生党员自身的责任感和使命感，也使得这本书的内容具有感染力和说服力。

指导老师史河说，通过参与此次图书插图创作，能够有效培养高校学生的爱国主义精神和社会责任感。参与创作的庞佳文、何磊晶、李伯佳等同学纷纷表示：“能够参与《未来讲堂——讲述优秀共产党员的故事》的插图创作，对于我来说不仅仅是一项工作任务，更是一次深刻的学习经历。”“这次经历让我认识到艺术的力量，它能够跨越语言和文化的障碍，直击人心，传递情感 and 思想。”

（作者单位：中国和平出版社）