

银发经济崛起下的出版新机遇

□张曼

随着中国老龄化进程的加速和银发经济的蓬勃发展,银龄群体成为消费市场不可忽视的重要力量。面对老龄化、少子化的双重压力,养老成为备受关注的社会话题,从个人养老金计划,到自媒体上的各种养老话题;提前退休、养老规划、养老理财等,这一人群的多层次需求为出版行业带来了新的市场机遇。银龄主题图书作为满足银龄群体心理调适、知识获取、健康管理、兴趣培养、休闲娱乐等方面需求的重要载体,其市场潜力正在逐步释放。如何把握银龄群体的阅读需求与阅读偏好,创新银龄主题图书形式,寻找适配渠道,成为出版机构抢占市场蓝海的关键。

银龄主题图书市场观察

近年来,多家出版机构已经在探索和出版银龄主题的图书。市面上银龄主题的图书主要聚焦在生活规划、心理调适、理财规划、文化与兴趣等几个方向。各个出版方向都涌现出一些颇具特色的图书产品,以满足不同读者的阅读需求。

如生活规划类图书《老后无忧》带领读者重新认识退休,提出退休规划和心理健康指南,让退休成为人生新起点;《百岁人生》讲解长寿时代的变革,对长寿话题进行充分解读,让读者了解为此应做的准备;理财规划类图书《攒多少钱才能安心养老》《轻松攒够退休金》等,从理财规划的角度切入,解答关于养老钱的各种问题;心理调适类图书《60岁,幸福才刚刚开始》,分别从自我认知、夫妻模式、身体机能、社会关系、人际关系的改变等几个方面,引导读者安稳地度过自己退休后的生活;家居设计类图书《打造退休后身心舒畅的住宅》,探讨如何改造现有家居空间,打造养老的理想居所,等等。

银龄主题图书破局策略

与图书市场上各个竞争白热化的赛道相比,银龄主题图书目前还处于相对蓝海的状态。前文列举的银龄主题图书,大部分为引进图书,以日本引进及美国引进为主,本土原创图书有较大发展空间。日本社会老龄化程度较高,有不少关于银龄主题的纪实文学、经管、社会学类别图书,部分被引进国内出版,如《孤舟》《老后破产》《退休后:50岁之后该如何生活和老去》等,呈现了日本社会银龄群体的生活图景,其中不乏名家作品。美国引进的银龄主题图书也有一定知名度,如《照护》《最好的告别》:关于衰老与死亡,你必须知道的常识》等书,引发读者思考关于衰老与生死等晚年话题。中国本土原创的关于银龄群体的大众读物尚且不多,主要集中在理财规划这一实操性较高的门类,银龄主题图书的更多细分门类值得探索。

针对目前的银龄主题图书市场空白,在内容维度、形式创新上,皆可破局。

在内容维度上,目前尚有一些空白领域,如就业指导类图书,这类图书可以启发银龄群体打开思路,为他们退休后的再就业需求提供指导和帮助;兴趣培养类图书,如钓鱼、摄影、养宠物等,有助于丰富银龄群体的晚年生活;独居高龄老人专项指南类图书,面临未来数量庞大的独居老人,为其提供专项指南,将在一定程度上缓解养老的压力。

在形式创新上,目前缺乏代际共读产品,如银龄群体与子女共读共虑的对话类图书,很多子女不知道如何与父母探讨退休后的生活规划等问题,这类图书可以成为两代人之间的桥梁;专门写给子女的关于父母退休后子女该做什么的图书,也是全新的视角。另外,银龄主题图书产品的数字化资源尚不充分,更多图书可以尝试配音课程、视频课程等,让读者获得更丰富的信息资源,将一本书做透、做厚。

促进银龄主题图书创新升级

针对当今图书市场上银龄主题图书缺乏本土原创图书产品的现状,今年1月,化学工业出版社出版图书《规划退休后的第二人生》。本书就多个问题展开探讨,比如,什么时候开始进行退休规划?如何制定稳中向好的退休理财计划?退休后如何保持与家人之间的良好关系?等等。作者蒋瞰就这些话题采访了多位退休人士和养老产业工作者,提供专业建议,并呈现多个积极而精彩的生活纪实故事。本书从生活、财务、心理等方面帮助退休人士及准退休人士有所准备,助其拥抱退休后的黄金年代,享受舒心自洽的退休生活。

今年3月,中信出版社出版图书《养老人生》。这是北京大学中文系教授钱理群先生晚年沉思之作。迈向90岁的钱理群先生用自己辽阔的人生视野和丰富的个人经验,在书中对生命意义进行了终极追问:如何看待自己老去的生命?迈向90岁的人生还有怎样的可能性?钱理群先生在书中提出养老人生的总体设想,养老生活的“五大回归”:回归日常生活、回归童年、回归自然、回归家庭、回归内心。

银发经济的蓬勃发展为银龄主题图书市场注入了新的活力,也对出版机构提出了更高的要求。更多有深度、广度、思考性、实用性的银龄主题图书将会涌现,出版界应从读者的不同需求出发,努力尝试银龄板块不同主题的图书出版。未来,银龄主题图书市场的竞争将不仅仅停留在内容层面,更需结合银龄群体的生活方式偏好,紧跟银发经济产业的发展,从服务的角度出发,以用户思维为导向,深挖产品形态的创新和服务模式的升级,切实为银龄群体生活品质的提升贡献力量,把握银发经济崛起下的出版新机遇。

(作者单位:化学工业出版社)

聚焦大美育,开拓工美出版事业内涵式发展新路

□夏中南

进入移动数字时代,以纸媒为主的传统出版行业正在经历一场深刻的变革。开卷数据显示:2024年,美术类图书在零售市场码洋占比仅1.22%,同比下降0.28个百分点;实洋占比1.25%,下降0.32个百分点。

对于北京工艺美术出版社(以下简称工美社)这样的专业社而言,转型发展路在何方?在实践中,工美社通过深入理解市场,精准把握行业变化,探索出了聚焦大美育出版,推动内涵式发展,实现双效提升的一条出版突围之路。

深耕大美育出版

实现“以美育人、以文化人”

习近平总书记指出:“要全面加强和改进学校美育,坚持以美育人、以文化人,提高学生审美和人文素养。”虽然这是就学校教育而言,但对于成年读者来说同样适用。美育不仅有助于塑造人的健全人格,提升审美素养,还能潜移默化地提高人的情感、气质和胸襟。

工美社作为全国唯一一家工艺美术专业出版社,已经建社40周年。据统计,近5年出版图书1323种,其中工艺美术类861种,占三分之二强。包括传统工美技术、传统图谱、非遗类图书画册、美术传记、史论,以及书法、碑帖等,涵盖了工艺美术的各个门类 and 领域。其中,《京剧服装纹样》《中国书画装裱要略》属于填补空白的,《手工艺诀和行话》是对传统艺术抢救性挖掘的,有些书是传统理论创新转化的,如“玉文化丛书”、《榫卯里的中国智慧》等。

在残酷的市场经营压力下,“出版什么书”已经不是一个策划选题的业务问题,而成为一个生存还是死亡的灵魂之问。传统工艺美术图书虽然符合工美社出版定位,但读者面过于狭窄,市场太小。工美社运用大数据分析的方式,梳理了近年美术类畅销图书、美联体同业的泛美术类图书榜单以及天猫、京东、拼多多等平台电商的图书销售、人气指数,明确了立足自身定位,深耕“大美育”产品线的基本方针。

所谓大美育,就是与美育相关的书法、绘画、篆刻等选题,既包括理论,也包括技法、碑帖等,产品涵盖中小学

核心阅读

所谓大美育,就是与美育相关的书法、绘画、篆刻等选题,既包括理论,也包括技法、碑帖等,产品涵盖中小学课外学习、成年人自学、老年课堂等应用场景。大美育出版就要通过系统性知识建构与审美引导,将知识出版拓展为审美教育实践,增加读者黏性、增大读者群体、增厚出版利润,从而实现双效提升。

课外学习、成年人自学、老年课堂等应用场景。大美育出版就要通过系统性知识建构与审美引导,将知识出版拓展为审美教育实践,增加读者黏性、增大读者群体、增厚出版利润,从而实现双效提升。

明确了目标,工美社持续加强书画理论、技法等图书开发和投入,将“大众美育新教程”作为年度重点选题,举全社会之力倾力打造。年初推出的《中国书法之美》是由北京大学书法教育方建勋执笔的一部通俗书法理论读物。该书从美学角度梳理中国书法史审美流变,如数家珍地讲述了中国书法发展的历程,并通过800多张珍贵的高清碑帖图片展现了历代书法艺术的万千姿态。不仅受到广大书法爱好者的欢迎,还先后登上2025年“中国好书”、“京华好书”等月度权威榜单。自2025年初上市以来,销售额已超百万元,上市刚几个月就开始加印。

在美育理论之外,工美社还先后推出了技法系列,包括“超易上手国画课”花鸟、草虫等5个分册,“超易上手的碑帖篇”篆、隶、楷、行、草五体20册经典碑帖。图书还附赠名家视频课,深受读者喜爱。这些美育教材,构建起了从入门到进阶的系统学习路径,深刻展现了中华传统书画艺术的魅力,构建起结构化学习体系,显著降低了自学的门槛。

创新大美育出版

弘扬中华优秀传统文化精髓

人的全面发展,不能只有知识、道

德和体质,还要有情感的培育和情绪的熏陶。只有把美育纳入其中,才能形成比较完整的教育。蔡元培先生曾提倡“以美育代替宗教”,主张通过非功利的美术教育,培养健全的世界观和高尚的道德情操。

中国的书画讲究临摹,碑帖在中国文化中具有不可替代的地位。它们不仅是书法艺术的重要载体,也是历史的见证,是传统文化的珍贵遗产。工美社的大美育出版就是立足新时代文化使命,自觉担当中华优秀传统文化传承发展的时代责任。一方面,通过数字化开发、视频化展示,以及技艺的现场互动,使书法、绘画、篆刻等非物质文化遗产从二维变成立体,突破时空限制,从平面走向鲜活,实现滋养心灵、提升美学品位的的目的。另一方面,不是浮在书画的技艺层面,更是深入其中的传统文化内涵。比如,“超易上手的碑帖篇”对所有碑帖都进行了繁简字转换,同时对整篇文章重新进行句读、分段,并进行现代文注释。在“超易上手系列”新书分享会现场,几位资深的书法爱好者感言,自己研习《石门颂》《兰亭集序》《颜勤礼碑》等多年,对碑帖的笔法、墨法和篇章、布白都已经非常熟稔,但总有个别繁体字认不出,一些段落读不懂。如今,不但能观其形,还能知其意,在临摹中逐步通达文意,更深入领悟了文化精髓。

在一篇篇纤薄的宣纸中体悟艺术的精妙,在一点一滴的笔墨间感受文化灵魂,在日复一日的美育实践中增添对传统文化的敬畏,这正是美育出版的魅力所在。

坚守大美育出版

对抗AI时代的艺术消解浪潮

文化评论家瓦尔特·本雅明在《机械复制时代的艺术作品》提出,现代科技通过无限复制使艺术作品失去了传统“灵韵”。几十年过去了,有人说,艺术已经进入数码复制时代,随着艺术的无穷复制,艺术本体消失,艺术跌下高坛沦为一种产品,没有价值只有价格。而在AI异军突起的当下,在AI合成“艺术”真假难辨、无所不能的强力冲击下,艺术之美何去何从?如何重塑观众对复制艺术的理性批判,如何在算法狂欢面前保留艺术与美的尊严,美育无疑责无旁贷。

历史总是在二律背反中曲折前进。生活中的一些现象也很耐人寻味:一方面,“一键生成”式的AI合成书法、绘画、短视频广受追捧;另一方面,从中小学课堂、老年大学,到线上直播课堂,书法、绘画、篆刻等传统艺术的热度也节节攀升。在海外社交媒体油管上,一条中国书法视频频曾引起数百万人的围观点赞,很多国外网友被这种艺术形式所吸引,有人甚至留言因此爱上中文。这种看似难解的艺术悖论,揭示的是当代受众对复制艺术的真实态度:既新鲜、着迷,又对它的价值半信半疑。

有学者提出,艺术个性和真实的艺术体验是判断艺术价值的试金石。美育通过引导读者笔墨挥洒、凿刻金石,用纯个性的表达来获得艺术创作的独特体验。作品或许线条不完美,或许构图有这样那样的缺憾,或许还会身体酸疼,但艰辛之后,面对体现自己“人的本质力量对象化”的作品,总能纾解工作压力,疗愈精神内卷,得到真正的松弛。

美育不仅能修身养性,更能提升精神境界。艺术最高的境界并非遥不可及,而就在日用起居中。“生活的艺术化”是中华文化的一个显著特征。春日登高、雨夜听风、踏雪寻梅,都能让人发现诗和远方。在美育中寻求滋养,和AI艺术无孔不入的碎片化感官刺激保持距离,在鲜活的艺术体验中观照自我,这是中华优秀传统文化的正确打开方式,是美育带给我们的最大启示,也是大美育出版事业的价值所在。

(作者为北京工艺美术出版社社长)

弘扬新时代中国精神,推动文学期刊出版

□季亚妮

近年来,习近平总书记多次就文化与文学事业作出部署和发表讲话。2014年10月《在文艺工作座谈会上的讲话》是系列论述的起源,内容丰富、思想精深。《讲话》指出“中国精神是社会主义文艺的灵魂”,为新时代文学期刊出版的内容生产定调、指航。

在新的历史方位里理解和认识中国精神

当今中国进入了新时代。时代的变化渗透在日常生活之中,正深刻地改变中国人的心灵与情感。我们可以清晰感受到,党的十八大以来,中国人的文化自信越来越强,自我意识正在发生具有历史意义的变化。《十月》2024年“全球首发:从中文启航”的活动,曾这样描述这个变化:

百余年来,中国新文学,在世界文学的参照系里,我们似乎始终身处于“时间差”的另一端,读者们和作家们一直在追赶世界文学潮流,去提供普遍意义上的“中国经验”。经过几代翻译家、出版家的不懈努力,中文的阅读和书写姿态,终于发生了变化,相比前代人的“到世界去”,此刻我们比从前更深切意识到“在世界之中”。

近代以来,中国人以“落后者”“追赶者”的心态面对西方国家与文化,我们的知识、情感以及问题意识等皆基于此。伴随着国人文化自信的增强,我们不仅可以更加从容地面对西方文化,而且需要重新审视近代以来的知识系统,在新的问题意识之中,重构我们的思维与感觉结构,描绘新的世界图景。因而当下谈论中国精神,就是在这个历史方位里谈论,在古老东方文明浴火重生、中华文明伟大复兴的意义中谈论。也正因此,我们要突出“中华性”文化立场,彰显“民族性”审美风范,完成中国精神的当代书写,赋予中国精神以新时代的内涵与形式。

2021年、2022年,《十月》的李敬泽“正典”专栏,在“坚守中华文化立

核心阅读

改革开放以来,国外文学作品和理论大量引入,对拓展中国文学视野产生过积极作用。但如今中国文学若还是“追赶”和“引进”,已经不够。如果离开国外理论和叙事技巧就下不去笔,那只能说明我们没有找到自己的声音,没有发现自己的故事,没有建立起足够强大的文化自信和美学自信,写作就容易流于模仿与跟风,就不可能书写好中华民族的新史诗。

场,传承中华文化基因,展现中华审美风貌”方面有积极探索。专栏第一篇《〈黍离〉——它的作者,这伟大的正典诗人》写道:“在《黍离》中,华夏文明第一次在超越的层面上把灾难、毁灭收入意识和情感。《黍离》这苍茫的咏叹标记出对此身与世界更为复杂、更为成熟强韧的意识,这悲叹是记忆,是回望,亦是向着黄金时代复归的不屈信念。”《黍离》获得当年扬子江文学排行榜散文榜榜首,第四届琦君散文奖的授奖词称:“他的散文写作一直在起源处辨认中华文明的内在根性与外在风度。这一次,他从文明史的角度重读诗歌经典,以黍离讲述‘华夏自觉’的发端与存续。”

习近平总书记在文化传承发展座谈会上强调的“国土不可分、国家不可乱、民族不可散、文明不可断的共同信念”,作家赋予这种信念以当代审美形式,办刊者则应收集、呈现和传播这些关于中国精神的当代书写。

扎根中华文化沃土构建自己的“文学辨识度”

改革开放以来,国外文学作品和理论大量引入,对拓展中国文学视野产生过积极作用。但如今中国文学若还是“追赶”和“引进”,已经不够。如果离

开国外理论和叙事技巧就下不去笔,那只能说明我们没有找到自己的声音,没有发现自己的故事,没有建立起足够强大的文化自信和美学自信,写作就容易流于模仿与跟风,就不可能书写好中华民族的新史诗。

作家徐则臣近些年的写作脉络可以清楚地看到这一点。他曾这样交代自己的写作来源,我们是喝狼奶长大的。现代小说是个舶来品,针对世道与人心的现代性,西方有一整套极为成熟的技巧和理论,拿过来就能用。而中国传统文学,现代性恰恰是其缺失的环节,直接从传统文学中寻找可资利用的叙事资源,难度极大,接不上头。但用汉字,写中国,背离传统无论如何需要反省、深思,也因此,在当下的写作中如何实现传统的现代性转化,是他在写作中迫切考虑的问题。近些年他的小说《虞公山》文化怀古系列、《玛雅人面具》海外叙事系列,开始大量借鉴中国传统小说如《聊斋志异》《阅微草堂笔记》的叙事手法,用陶渊明和蒲松龄的方式讲述玛雅人和金字塔。当我们用这样的形式完成叙述,体现的是这一代写作者所怀有的中国可以成为世界、中国怎样成为世界的自信。

把你借来的笔还给你。徐则臣这一代写作者在写作中确立自己的艺术风格,不满足于老调重弹,构建起自己的

文学辨识度。

在交流互鉴中推动中华优秀传统文化传承与创新

在文化的交流互鉴中思考中国当代文学,是《十月》自创刊以来就在做的事。20世纪80年代的《学习与借鉴》栏目,当年的编辑们要在与世界文学的联系里重新定义和构建当代文学。进入新时代,《十月》在推动中国文学的国际交流中走得更远:2018年,《十月》主办“北京·国际文学期刊高峰论坛”,这是国内文学期刊与世界其他国家、语种的主要文学期刊首次集中交流,并同步开设“世界文学期刊概览”专栏,介绍世界各国重要文学期刊,受到业界高度关注。2019年,《十月》增设《译界》栏目,邀请各语种一流学者翻译、介绍活跃在国际诗坛的重要诗人作品。2023年,《十月》设计《全球首发》栏目,邀请各语种最具代表性的世界知名作家,将其新作以中文形式在全球首次发表,一举解决了中文写作与世界文学的“时间差”问题。并通过“从中文启航”“在世界的田野上”等主题论坛,首度实现了中国文学期刊与外国当代作家之间的直接对话和同步互动。

除了文明的交流和互鉴,文化传承发展更需要对中华优秀传统文化的回望。《十月》杂志近年推出了李敬泽、西川、李劫等作家对《春秋》《左传》《红楼梦》等中华经典著作的再解读,深受广大读者喜爱。2024年推出《中国经典》栏目,邀请国内知名古典文学、文化研究专家、作家,对先秦诸子以降的“中国经典”著作进行再解读,以当代眼光回望经典,重建与古人的精神联系和审美谱系。中文文脉生生不息,在新时代,文学期刊出版应有“为往圣继绝学”的勇气,创造出我们这个时代的“盛唐气象”,推出无愧于时代和人民的新经典,《十月》将为此贡献绵薄之力。

(作者为《十月》杂志主编)