

从基层发掘选题富矿

□龙仕林

当前，不少分析人士认为，出版行业面临前所未有的生存挑战，从而导致编辑的职业生涯也同样举步维艰。是躺平还是奋起？作为出版社的一名老编辑，我真心实意地建议大家，面对困境，要化危为机，乘势而上，开创出自己职业生涯的一片新天地。

回归出版常识

出版界长期以来以做重点书、畅销书、长销书为荣，以做教辅和辅助性教材为荣，以做系统销售的定制书为荣。我认为，这完全把自己职业生涯的立足点、关注点、发力点搞错了。我们必须尽快挣脱这种无形的束缚，心甘情愿地做一名为普通大众服务的普通编辑，要从身边、从基层、从普通百姓中发现选题资源，开拓出版市场，创造自己的生存空间和发展机会。

出版的常识就是为作者提供书稿出版平台，为市场提供源源不断的图书商品，为读者提供阅读服务和精神食粮，为社会提供文化积累和文化传承的图书产品。出版社一个普通编辑所要追求的常识，就是要有作者可联系、有选题可思考、有书稿可编辑，不要出现作者荒、选题荒、书稿荒，整天无所事事。因此，回归到一个编辑的思维和职业常识，从普通作者、普通选题、普通书稿入手，坐上七八年甚至十年冷板凳，把基本功练扎实。当自己的职业生涯达到一定境界后，所谓重点书、畅销书、长销书、定制书等等，就会水到渠成、自然而然地降临到你的头上。

准备规范文本

如果把我们职业生涯的发力点放在社会基层和普通作者上，那么一个最基础性的工作，就是要把各种具有可操作性的文本准备好了。

文本主要包括两类。一是各类不同书稿的写作方案。基层普通作者不同于大家名家，大都没有创作经验，我们准备的写作方案，就是要帮助他们顺利地完成书稿创作。如回忆录的写作方案、人物传记的写作方案、年谱的写作方案、文集的编辑方案等。二是图书销售方案。作者大致分为三类：一类是扩散型。希望自己的图书出版后，能迅速地传播开来。针对这类作者，我们要有一个翔实的图书推广方案，包括图书馆馆配方案和线上平台销售方案等。一类是交流型。希望自己的图书出版以后，仅用于朋友之间的交流和家人之间的赠予，针对这类作者，我们一定要有一个特殊的方案，要把主要精力集中在图书的编排制作上，一定要想方设法满足作者的一些特殊要求。一类是兼容型。这类作品一般按编辑的意见办理。如遇这类作者，编辑一定要尽力给作者一个最合理也最能扩大图书影响力的方法。

我们只有把这些文本方案准备好了，才有可能与作者保持良好的沟通，才能获得作者的信任与支持，才能使自己的职业生涯永远立于不败之地。

找准目标作者

一个普通编辑要立足于基层出版，联系普通作者，出版大众图书。在这样的定位下，如何找到自己的目标作者群呢？根据我几十年的从业经验，要找准出版刚需群体，我认为要重点开发以下4个基层作者群：

一是基层公务员群。一个真正有出版刚需的就是基层公务员群体，尤其是已退休的公务员群体。他们有丰富的人生阅历——有经验可供总结，有大把的时间用来创作书稿。这类作者群，近年来我一共出版了10余种图书。例如，2024年我策划推出《安化革命老区红色故事集锦》，这本图书的作者伍远思，是湖南省司法厅一位离休干部，他已94岁高龄，这本图书是他10年心血撰写而成的，是一定要出版并留存于世的，这就是我所说的出版刚需。又如，2025年我正在出版常宁市原广电局局长、电视台台长方富贵的散文集《问道山水》一书。这位作者刚刚退居二线，同时又是衡阳市山水文化研究会的会长，有一系列的出版计划。

二是基层理论工作者群。在基层一线有许多理论工作者，通过一辈子的学习和研究，积累了许多优秀的理论成果，但一辈子也从未获得过出版机会，现在退出了工作岗位，一心一意要把自己的研究成果转化为固定的图书，让它们能流传下去。2023年我出版了澧县县委原党校校长邢修凤编写的《读懂汉字》，这是他几乎以毕生努力积累研究的一种学术成果，出版后获得了良好的社会反响。2025年我正在出版澧县县委原副校长郭绍清的《心品旧述》一书，这部书稿记录了她一生的成长经历，是一个催人奋进的励志故事，编辑加工过程中，自己也深受启发和鼓舞。

三是基层专业工作者群。在基层尤其在地市级、县级城市，有许多专业人士在自己各自不同的领域一辈子苦心钻研，取得了丰硕的科研成果，这是一个十分庞大的图书出版的刚需市场。2024年我编辑出版了株洲市原卫生健康委副主任、名老中医颜进取的《中医看诊备忘录》，这本专著对他一生总结提炼出的120多个医方进行了详细诠释。2025年我正在出版株洲市疾控中心的《无疾侠大战十大病魔：传染病防疫奇遇记》，本书以漫画形式描述了十大传染病的传播途径和防治方法，是一本很有价值的科普读物。

四是基层文艺工作者群。在基层尤其在广大的城市和乡村，有大批人士都在进行专业的或业余的文艺创作。他们创作的无论是小说、散文、诗歌、戏剧作品，还是绘画、摄影、书法、篆刻作品，其中有许多质量是上乘的，完全达到了出版要求。比如，近年来我出版了向本贵的《向本贵文集》共8卷，这个文集包括他获“五个一工程”奖、少数民族文学创作骏马奖的作品共480余万字。

以上仅是我个人的一些基本经验，不能完全涵盖广大基层的作者群体。我的最大体会是，只要我们拥有一双专业的慧眼，就会发现处处都有丰富的作者资源、选题资源、出版资源。只要我们两眼向下，紧盯周围和基层，我们就一定能创造出自己职业生涯崭新的明天。

（作者为湖南人民出版社编审）

扎根中国大地

——大学出版社共绘“十五五”发展新蓝图

□本报记者 范燕莹

出版热话

2025年是“十四五”规划收官之年，也是“十五五”规划谋划布局之年。服务于教育强国、科技强国，正是大学出版社践行使命、参与文化强国建设的路径。近日在浙江杭州举办的中国大学出版社协会2025年年会上，中国人民大学出版社、北京大学出版社、清华大学出版社、北京师范大学出版社集团、浙江大学出版社相关负责人分别作大学出版社“十五五”发展规划专题报告，共绘“十五五”发展蓝图。他们探讨的，不仅是“怎么做”策略，更是“为什么而做”的使命。

守正创新：坚守初心与拥抱变革

中国大学出版社协会理事长，中国人民大学出版社党委书记、董事长李永强谈道，回顾“十四五”，在中宣部、教育部指导下，大学出版社坚持正确导向，深化改革创新，优化出版结构，提升出版质量，在多个领域取得重要进展：精品出版与教材建设成果丰硕，多家出版社项目入选“十四五”国家重点出版物规划，并获得国家出版基金等支持；学术与行业服务能力增强，通过举办各类研讨交流活动，推动出版社在管理、队伍、技术等方面的能力建设；融合发展与社会责任扎实推进，积极探索数字出版路径，开展公益捐赠、全民阅读等活动；版权保护与行业治理持续完善，开展著作权维权调研，为会员单位提供参考，并优化协会治理结构；行业调研、人才培养与平台建设不断深化，大学出版社整体影响力与凝聚力显著提升。

在回顾成就、坚定信心的同时，大家也清醒地意识到，当前大学出版社依然面临着多项现实难题。北京师范大学出版社集团党委书记、董事长朱雷生在发言中谈道，大学出版社既要承担文化传承使命，又要服务大学发展，更面临市场化压力。

大学出版社在市场化与数字化浪潮中，明晰“我是谁”“为了谁”，是应对一切挑战的前提。

清华大学出版社社长赵鑫对此感受颇深。他回忆去年刚到任时，学校领导在谈话中抛出一个关键问题：“出版社如何更好地契合清华大学的国际化战略与一流大学建设目标？”这一问题紧扣

出版社的战略定位。“我们提出了‘建设世界一流的大学出版社’的目标，”赵鑫说，“它意味着我们必须同时履行好服务教育强国、科技强国、文化强国战略的三重使命，在立德树人、科技自立自强、文化传承创新中，找到自己不可替代的坐标。”

机遇与挑战并存，是与会者的普遍共识。

李永强谈道，国家战略驱动为高质量出版开辟了广阔空间，人工智能、大数据为流程优化与融合创新注入了新动能。全民阅读与终身学习社会的构建，推动产品需求向个性化、精准化演进。同时，“高水平开放”为中国学术走出去创造了历史性窗口。

然而，挑战同样严峻。意识形态领域的风险随着交流的频繁而更加复杂，守好出版阵地的任务愈加艰巨。传统图书市场增长放缓，新兴业态与跨界竞争者不断涌入。传统出版与新技术融合的广度与深度依然不足，成熟的盈利模式仍在探索之中。

此外，复合型、创新型、国际化人才的普遍短缺，以及现有体制机制对市场敏捷反应的某些束缚，都制约着出版社的转型步伐。

正是在这种背景下，“守正创新”成为大学出版人的共同信念。赵鑫强调，对标牛津、剑桥等国际知名大学出版社，并非为了简单模仿，而是学习其国际化路径与一流大学出版社建设经验。我们更需要扎根中国大地，走出中国特色、中国风格和中国气派的发展道路。

路径分化：各展所长的“十五五”战略聚焦

面对“十五五”这一关键规划期，各家大学出版社并未追求同一模式，而是结合自身母体大学的特色、资源积累与市场判断，绘制出各自侧重的发展蓝图，其核心战略呈现出清晰的差异化聚焦。

中国人民大学出版社以“筑牢政治根基与学术根基”为双核，在巩固传统教材与主题出版优势的同时，明确将资源向“构建中国自主知识体系”的哲学社会科学前沿出版倾斜，并系统规划融合创新与国际化传播路径。

北京师范大学出版集团的战略凸显“教育服务”的转型深度。他们从观念、人才、数字基建三大保障体系入手，全力推动业务从“教材出版”向“教育服务”跃迁，核心在于构建融合数字资源、教师培训、教学评估的立体

迈向世界一流

的学科生态系统。未来，合作能否超越单一项目层面，建立更深的机制？出版社能否从“科研后端记录者”转变为“前端设计者与过程参与者”，成为大学重大战略的“学术合伙人”？甚至通过前瞻性的出版策划，反向激发新的科研课题、塑造新兴交叉学科方向？这种“超融合”关系，正是大学出版独一无二的活力与优势所在。

二问：深度融合需要巨大投入，如何实现可持续的经济效益与社会效益？融合发展已是共识，但持续的技术与内容投入之后，如何构建健康的商业闭环，确保模式可复制、可持续？这要求业界重新定义“成功”的指标。

吴晨谈道，是更应关注对出版流程的效率提升、对精准用户的长期价值维系、对机构（B端）服务的稳定开拓，还是更看重技术的炫酷表象与短期流量爆发？当数字产品演进为面向行业的定制化解决方案平台时，其价值评估体系必须进行深刻革新。建立一套超越传统“码洋思维”、符合融合出版规律的社会经济效益综合评估范式，并配套相应的内部激励与考核机制，是下一阶段需要协同攻关的难点。

三问：如何依托大学版协平台实现“抱团发展”？面对激烈的全球传播竞争与复杂的国内新形势，单打独斗已显得势单力薄。北京大学出版社总编辑汲传波提到，当前学术出版面临的盗版猖獗、阅读习惯变迁、低价倾销等多重冲击。此外，部分高校在学术评价中降低大学出版社等级权重、市场低折扣乱象等问题，也严重制约了高质量发展。

面对不确定的环境，更需团结协作，大学版协将带领成员社在以下层面加强协作：在基础设施层，探索共建共享智能编校垂直模型、国际学术传播影响力分析平台等技术中台；在内容产品层，围绕国家重大主题联合策划，发挥各自学科优势，打造具有全球影响力的中国学术出版矩阵；在市场渠道层，以集体力量与国际学术数据库、主流发行渠道进行战略谈判，提升议价能力；在行业维权层，共同应对盗版、知识产权纠纷等共性问题，维护行业整体声誉与利益。

“问题是时代的声音，也是前进的路标。”会场中的这句结语，余音绕梁。眺望“十五五”乃至更远的2035年，围绕“建设世界一流大学出版社”目标，中国大学出版社正迈向新征程，书写扎根中国、融通世界的出版新篇。

■纪念抗战胜利80周年主题图书出版背后

军事纪实文学《我家有烈士》：

十六载寻访之旅终成正果

□袁子茵

现代出版社出版的《我家有烈士》一书，入选2025年第五期“中国出版集团好书榜”主题出版类图书榜单，印证了红色题材创作的时代感染力与精神穿透力。这部军事纪实文学的诞生，不仅承载着对英烈的深切缅怀、对历史真实的坚定坚守，更肩负起民族精神代代相传的责任担当。

在宏大历史中打捞个体记忆

《我家有烈士》的选题策划源于对历史叙事的深度思考：在纪念抗战胜利80周年的历史节点上，如何让无名英雄从“集体符号”蜕变为“具体生命”？

当作者刘霞向我们讲述她多年走访烈士家属后人，收集整理了近500万字的珍贵口述资料时，编辑团队的灵感如火花般瞬间迸发，决心用心打造一本突破传统军事纪实文学宏大框架的书——以“家事即国史”为核心，从烈士家族与家庭的微观视角切入，讲述那些淹没在宏大叙事中的个体传奇。

策划阶段，编辑团队与作者反复研讨，《我家有烈士》的选题思路逐渐清晰、鲜活生动起来，通过“小家”故事折射“大国”历史，去触摸历史长河中跳动的生命浪花，感受个体命运与国家命运的紧密交织。

精选15个故事收录书稿

刘霞坦言，《我家有烈士》一书的出版，对她而言，既是命运的安排，更是绝境中的一束璀璨光芒。凭借媒体人特有的坚韧精神，她开启了一段历时16年的艰辛寻访之旅，足迹遍布祖国



大江南北，远赴缅甸、泰国、马来西亚等地，累计寻访了上千位抗战老兵和阵亡将士家属。每一个故事的背后，都凝聚着采编团队数十次的往返采访、烈士家属口述史料的精心收集整理，以及经过时间沉淀后的匠心编写，才得以最终呈现在读者面前。

在创作过程中，刘霞有意识地打破刻板的英雄叙事，致力于展现烈士作为普通人的多元面貌，精心挑选了15个浸透热泪、心血与深情的故事收录于书中。既有冲锋陷阵的战斗英雄，也有从事地下工作的隐秘战士；既有重返战场的实业家，也有弃医从戎的军医。这些故事涉及淞沪会战、血战台儿庄、保卫抗战、淮海战役、血战长津湖等中国现代史上的重要战役。那些在历史长河中一笔带过的战役，在家族记忆里却是血

肉至亲的生死诀别。褪去光环后的英烈，是有喜怒哀乐、有亲情牵挂的普通人。“一支钢笔”“百封家书”“阵亡组照”等遗物，并非冰冷的文物，而是英烈有血有肉的生命印记，带着滚烫的生命温度。书中还记录了利用基因鉴定、颅面复原等现代技术寻亲的案例，让长眠的英烈得以“回家”，展现了烈士家族数代人执着的寻亲之旅，引发当代读者对“何为英雄”的深层思考。

以匠心守护历史温度

编辑团队致力于挖掘和还原真实可触的历史细节，在审校阶段重点攻克了三大难题：一是口述史料的准确性考证，对涉及战役时间、地点、人物身份的千余处细节，参照权威文献逐一核实，确保“家事”与“国史”的严丝合缝；二是情感表达的克制与张力平衡，在保留亲属口述原始质感的同时，对多年寻亲的过度煽情段落进行理性化处理；三是在确保出版质量的前提下，加速《我家有烈士》的出版进程，以便在9月3日抗战胜利80周年纪念日之际，作为献礼新书上市。

在装帧设计方面，主色调采用高饱和度的正红色作为封面底色，构建红色题材的视觉基因，奠定庄重肃穆的情感基底，色彩语义与主题高度同构。以烈士持枪行进剪影为核心视觉形象，搭配纷飞的火光素材，通过明暗层次模拟战场硝烟动态，既强化场景氛围感，又以具象视觉符号深化英雄形象的史诗质感。内文精选百余幅珍贵历史图片，包含烈士遗照、战场旧址、家族遗物等珍贵影像，辅以图注揭示文物背后的故事，让静态

史料化为情感触媒，使宏大历史变得具体而温暖，带给读者直击心灵的震撼。

让英烈故事从图书走进心间

《我家有烈士》出版后，迅速在社会上引发强烈反响，许多烈士家属捧着这本书热泪盈眶，他们说，终于看到亲人的故事被完整讲述，那些沉睡的记忆仿佛重新苏醒。

线上营销以直播和短视频为核心发力点，构建多维传播矩阵。作者率先携新书亮相腾讯平台“久久公益节”直播，进行主题演讲，受到腾讯公益的持续重点关注，带动后续作者自媒体视频号内容爆发——相关视频上线一周播放量突破百万，“我家有烈士”等话题在评论区掀起高频互动热潮，部分直播精彩片段经二次剪辑后在短视频平台持续扩散，形成“直播引爆+短视频发酵”的线上传播闭环。

线下营销承接线上热度，实现价值落地与延伸。编辑、发行团队与作者联动推进多重落地活动：开展向中国人民抗日战争纪念馆捐赠图书《我家有烈士》的公益活动，推出“当书页拂过硝烟，让记忆照亮山河”等系列主题的新书分享会，作者携书走进湖南、云南等地的多所高校开展宣讲，结合线上热议话题与直播片段，与青年学子品读英雄的平凡与伟大。这种“线上直播+短视频聚势—线下活动扎根”的模式，让图书从传播载体升级为红色教育纽带，使红色基因通过跨场景传播焕发新生，最终完成从“一本书的营销”到“一种精神延续”的升华。

（作者单位：现代出版社）