

出版印记



■张宏

出版人、阅读者、一介书生

“一切，都在于编辑能否成为公关高手，是否善于整合营销。”

现在我们怎样做编辑(下)

现在做编辑，如果我们的脑子够好使，我们够灵活聪明，反应够快，应该把自己训练成公关高手。这个简直太重要了，因为作为编辑我们需要至少做好面向两个方向甚至更多方向的公关工作。第一个方向当然是作者。做编辑，手头没有一支作者队伍，或者不善于发现作者，不能从那些名字便是码洋保证的作者那里组到稿子，那干脆就别做编辑了。而现在的作者不好找。成名的，身价高，谱儿大，编辑们趋之若鹜；没名的，风险大，用心培育，书做出来了，一不留神就大亏特亏。找到合适的作者，倘若他交来的书稿质量却还有不小的差距，可以累得编辑吐血。除此之外，书还要经过书店或网络才能够让读者看到、知道，所以免不了还要花些精气神儿去跟市场网点渠道等打交道。差不多的书那么多，人家凭什么卖这本而不卖那本呢？读者很多时候选书是跟风的，不是凭自己的判断而是看媒体、书店的介绍。所以，编辑要会公关，或者说营

销——跟作者，跟市场，跟读者。

最厉害的编辑，善于发掘利用各类人脉关系资源，善于组合并且将国情文化政策用足，表现在能够进行成功的政府公关，然后做成几个出版项目，这样就有红头文件给这些出版物做免费广告和推销及征订，有的甚至进入了系统发行或者教材发行目录。到那个时候，总之那位编辑肯定大发了，出版社自然也发了。一切，都在于编辑能否成为公关高手，是否善于整合营销。

这中间，编辑还需要学会做个成本精算师才好，要对印制也做到内行。试想，当编辑虽然心中怀想着社会效益的职业道义追求，却又为出版社的经济效益考核以及自身收入养家之需而被压力着、督促着，自然不得不为所做每一种书稿进行从头到脚的投入产出考量，以至于必须算清楚，市场调研、寻访作者、请客吃饭、稿费计算、制作成本、发行费用、宣传投入、差旅花费，种种需要几何，而最终销售所得几何，巨亏、大亏、小亏、持平、小赚、中赚、大

赚、巨赚之类，均需了然于心，或者借用一句“不做假账”也可。

除此之外，在当今网络无处不在、数字技术无孔不入而对出版日益冲击的形势下，现在做编辑，还需要懂得一点技术，或者至少成为技术层面上的“三脚猫”。比如做教材，如果还是老样子的书、一本教辅、一盒磁带的书，这样的东西寿命是不会长久的，编辑的成果也会大受影响。于是需要网络、光盘、电子教案之类，或者连教辅也要配上一个以游戏为主有吸引力的辅助网站，让那些电脑根本玩不过他们的小学生子女的父母在买来一堆教辅书要望子成龙、望女成凤时，却不知道同时培养出了孩子的网瘾来。这主意可能是编辑或其他人策划出来的，当然有助于图书的销售，于编辑、于出版者大概利多于失，至于对读者或者学生们影响如何，暂且不去管它。

最后要说的一点是，不管现在做编辑是否真的需要具备上面写的那些能耐，但简而言之，感觉最最要紧的，可能已经不是沉潜

于书稿内容的推敲、文字质量的提升，或者做一切能够让书的内容属性彰显本真，从人文、学术、经典、精致、优质等诸方面给予保证的功夫了，而是为了生存，为了利润，去尽力地做大家都在倡导的“创新”：如何创新出一个主意，如何创新出一本畅销书，如何创新出一片市场，如何创新出一堆丰盈的码洋来。

现在这个时候做编辑，其他的都可以放到边上去。出版社都企业了，从领导到员工，包括编辑们，岂能不为生计计？呜呼！现在我们做编辑，大概可以不做编辑了罢。更主要的可能是做书贾，要把书卖出去，或者让书被卖出去，所以出版社已经变成出版商了，编辑是否也要改成编商呢？

文章写到这个份儿上，我再无话可说。手头桌上堆着一份书稿和一份校样，忽然自问：这个样子，就是叫在做编辑了吗？

(2009年10月31日星期六于静气斋)

握紧永恒经典 再现缤纷时尚 追溯多变潮流

2010年接力社新品名作重拳出击

2009年，接力社不断创新，继续保持持续增长。近日，在首次全国经营性图书出版单位等级评估中，接力社荣获“全国百佳图书出版单位”称号。2010年新春将至，接力社将推出一大批名作新品，凸显经典、时尚、潮流的特点。

接力：握紧永恒的经典

接力社一直秉承“追求卓越”的出版理念，在低幼板块推出了一批优秀的经典图书，如《活了一百万次的猫》、“小波系列翻翻书”系列、“第一次发现”系列等，深受家长和读者的喜爱。2010年，接力社还将在经典低幼读物方面重拳出击。

“巴巴爸爸”经典再现：法国经典动画片“巴巴爸爸”是“80后”读者共同的童年记忆，讲述了巴巴爸爸一家幸福的生活和他们共同经历的稀奇古怪的幽默故事。“巴巴爸爸”的同名系列图书全球销量超过1亿册，被译成30多种语言，动画片在103个国家播出。接力社即推出“巴巴爸爸”系列中文简体版五本，分别是：《巴巴爸爸回到地球》、《巴巴爸爸的诞生》、《巴巴爸爸找巴巴妈妈》、《巴巴爸爸建新家》、《巴巴爸爸的学校》。

“旁帝经典·面具小鸡布莱兹”系列：法国童书界最高荣誉奖“魔法师特殊成就奖”（童书终身成就奖）获得者旁帝的心血之作“旁帝经典·面具小鸡布莱兹”系列，讲述一只小鸡一旦戴上红色的面具，便像风一样穿梭奔跑，调皮捣蛋，绝无惩罚，一个个令人叹奇的故事因此而生。2010年初，接力出版社将

推出中文简体版五本，分别为：《墨水人》、《贪吃怪咬贪吃怪》、《大鼻子水龙头》、《大风大风啊吹》、《小鸡的一千个秘密》。

此外，接力社近年热销的经典低幼图书“鼯鼠的故事”系列、“小坡系列”、“蓝精灵”系列、“I SPY视觉大发现”等也将在2010年初推出新的后续产品。

少儿文学一直是接力社的强项板块，“淘气包马小跳系列”、“大王书”系列、“猫眼小子包达达”系列、“小香菇新传”系列等在市场上都取得了理想的表现。2010年，接力社将在少儿文学板块推出众多新的类型作品，拓展接力社少儿文学板块外延。

“波西·杰克逊”系列：“波西·杰克逊”系列是美国畅销奇幻冒险文学小说，荣登纽约时报、出版者周刊畅销排行榜第一名，成被评为亚马逊书店年度好书，被翻译成全球30种语言。接力社将首批推出中文简体版第一辑《波西·杰克逊与闪电窃贼》。2010年的“波西·杰克逊”电影在美国放映将是另一个重要的引爆点。

“可怕的科学”系列：“可怕的科学”是一套英国经典少儿科普读



物，本系列分为两个类别：“非常实验”四册和“另类历史”六册。“可怕的科学”系列是英国学者出版社的金牌图书之一，与霍金《果壳里的宇宙》同获“安万特科学书籍奖”。

前27本创造了150万册销量的《鸡皮疙瘩系列丛书》（升级版）也将推出全新系列“鸡皮疙瘩·惊悚乐园系列”。

接力：再现时尚，紧跟潮流

接力社青春时尚板块近年来亮点畅销书不断，“暮光之城”系列、“世说心语”系列、《D调的华丽》等都在市场上引起较大反响。2010年初，接力社将分别引进一批青春文学、明星写真、时尚生活指南等时尚潮流读物。

“绯闻女孩”隆重登场：“绯闻女孩”是在美国热播的一部青春成长电视剧，讲述了纽约上东区两个女孩的青春成长故事。通过网络传播，“绯闻女孩”在我国也已形成一大批拥趸者。“绯闻女孩”系列小说在美国的销量已超过500万册，连续超过70周登上纽约时报畅销书排行榜，版权售出35个国家和地区，并被翻译成33种语言。

2010年初，接力社将隆重推出“绯闻女孩”系列中文简体版小说，全套十一本，首批四册分别为《绯闻女孩》、《你知道你爱我》、《我想要的是一切》、《因为我值得》，随书还将附赠全彩时尚手册。

《十三月》叙写爱情史诗：以处女作《冷山》一鸣惊人的美国作家

查尔斯·弗莱泽曾凭借该书赢得了“美国国家图书奖”，《冷山》一书的精装本销量更是高达160万册。近期该作者又推出了新作《十三月》，《十三月》是查尔斯·弗莱泽为读者创作的又一部爱情史诗，该书再现了美国西部传奇。2010年初该书中文简体字版也将由接力社推出。

《远远的远》记录艺人叶蓓旅程：凭借《青春无悔》、《B小调雨后》并为美国迪士尼拍摄的卡通片《花木兰》演唱中文版主题曲《沉思》而拥有较高人气的才气女歌手叶蓓独立创作文本，田原、曹方、王啸坤、老狼、王晓峰、龙宽、高原等众多知名文艺界人士人捕捉各自镜头中的叶蓓共同完成的《远远的远》记录了艺人叶蓓在十多个国家的人生印记。恩师加好友高晓松不但从大洋彼岸为该书赠名《远远的远》，并真诚作序，以寄期望。

接力社还将出版最实用白领购物手册《淘宝达人扫货秘籍》、英式励志喜剧《梦想街31号》、令暮光粉丝“窒息”的《罗伯特帕丁森写真相册》、九把刀最浪漫的小说《这些年二哥哥很想你》等，众多新鲜血液将注入蓬勃发展的接力青春板块。