

书展上,青年编辑忙着写文案、敲章、直播……

“后浪”创意突围,让好书“C位出道”

为了能在竞争白热化的上海书展现场脱颖而出,给自己的图书展台吸引客流,出版社的青年编辑也是拼了。他们发挥自己的所长,使出浑身解数。这些大多从事文案工作的年轻人,即便是“拼”,也拼得很有“文化含量”。

青年报记者 郦亮 实习生 邓天银

编写上百条宣传标签

两次见到范晶,她都在展台前的狭小空间里奋笔直书,为自己所在的上海书店出版社“也人”品牌的每一本书编写宣传标签。看似只需短短的几个字,却是一个辛苦又“费脑子”的活儿。她原先给那本《难免痛苦,“待”着就好》写的标签是“轻松治愈”,后来觉得,这样的描述会让读者担心这是“鸡汤类”读物,所以昨天她赶紧把标签换成了“荣获日本书业多项人文大奖,非鸡汤的疗愈、照护”,还特意把“人文大奖”和“非鸡汤”画上圈,以示醒目。

“也人”品牌至今已经出了42种书。在书展现场,范晶每天都在和同事为这些书写宣传语。一场书展下来,起码要写上百张标签。这对范晶无疑是一个挑战。她必须对每一本书都了如指掌,并具备超强的提炼能力,知道能“击中”读者的点在哪里,还要根据读者的反馈随时对标签进行调整。

这名生于1989年的青年编

辑大学读的是世界史专业,2015年7月进入上海人民出版社时,编辑的图书多聚焦法国史领域。在2020年12月调任上海书店出版社后,她参与的“也人”品牌以“理解他者,理解自己”为理念出了一批优秀的图书。为了覆盖更广阔的人文社科领域,她逼着自己跨界学习,从罗马史到中国史,从哲学论著到人类学研究再到文学小说,只为在编辑不同领域书籍时都能精准把握其传达的核心价值。

“明后天图书品种会持续增加,今年刚起步的文创产品也要跟上行业节奏,上海书展的营销肯定还要发生变化。”范晶对青年报记者坦言,出版行业竞争日趋激烈,但“也人”品牌的初心不会变,她会想尽办法,让更多有价值的人文社科作品走进读者视野。

4天敲出1200次印章

对于学油画出身的李一佳来说,敲章绝对不是“一盖了之”,这是一种力与美的结合,要轻重适度,柔韧有余,方能得到一枚完



范晶每天都在和同事为这些书写宣传语。

本版摄影 青年报记者 常鑫

美的印章。今年书展,李一佳所在的上海书画出版社推出了一款阿尔丰斯·穆夏的名作印章,这款套印章由6枚印章组成,呈现8种颜色。因为技术含量比较高,必须由专业人士完成,这个任务就落到了李一佳的身上。

李一佳告诉青年报记者,去年书展他们出版社推出的是张大千的一款“金丝荷花”印章,用三枚印章来呈现3种色彩,重点是荷花茎叶的线,而这次穆夏名作印章,重点是表现渐变色。由于套印章脱胎于上海著名的国家级非遗木版水印工艺,所以这

次穆夏章也算是中西合璧了。“每张作品都需要用6个章敲6次,不仅敲章的位置要对,力度更要精准,尤其是最后一枚章,力度一定要对,重了边框就会模糊,轻了边框就看不清楚。”书展之前的4天时间里,李一佳已经敲了200多张套印穆夏名作,每张作品6个印,等于她敲了1200个印。这都是“合格品”。对于稍不满意的,李一佳就会销毁,平均10张里就有两三张作废。“专业读者对线条、色彩的要求很高,我们不能辜负这份‘较真’。”

在美国留学后入职上海书画出版社的李一佳对艺术有一种执念,尤其对中国书画“钤印”传统有一种敬畏之心。她坚信小小的印章虽然简单,却承载着传播传统艺术的重任。谈及明年,李一佳眼中闪着期待。上海书画出版社计划尝试墨色渐变效果,让印章更具水墨韵味。而由李一佳亲绘的以世纪出版园区三只猫咪为原型设计的IP形象“有书”“小神仙”“蠢鱼”也已亮相书展,为文创开发注入活力,让更多人感受到书画艺术的温度。

掌握千余本图书信息

上海音乐出版社的青年编辑吴琰婕在书展期间每天需要和同事一起进行长达三四个小

时的线上直播。在接受记者采访时,她的一名同事还马不停蹄地在镜头前为读者介绍着参展的书籍。吴琰婕表示,他们需要熟练掌握各类音乐图书,从乐理著作到名家曲谱,出版社参展的1000余种书籍都要信手拈来。为了抓住观众兴趣点,吴琰婕已总结出独特的判断方法:若讲解某类内容时观众进出频繁,就及时切换话题;若观众稳定且持续增加,就深入展开。这种敏锐的观察力,让她的直播总能精准触达听众需求。

作为一名90后出版编辑,吴琰婕自幼学习琵琶,之前也做过一些音乐授课类工作。从面对面互动到线上直播,她坦言初期面临不少挑战:“线下能通过表情捕捉反馈,线上只能靠数据猜测。”但凭借扎实的专业功底,她将音乐技巧、历史知识融入直播,让讲解不再枯燥。她强调,专业出版社的直播不能只靠价格吆喝,内容价值才是核心。如今,除了图书介绍,相关文创产品也成为直播亮点,契合当下线上冲动消费的特点。

面对实体书市场的挑战,吴琰婕表示上海音乐出版社规划清晰而务实:“未来会深耕内容直播,把音乐书籍的价值讲得更透彻;同时发力文创,让音乐元素以更多元的形式走进生活。”



李一佳在给读者敲章。



吴琰婕在和同事交流。

近距离感受学术大咖的魅力 在上海书展,与文化大师来一场跨越时空的“邂逅”

青年报记者 郦亮

本报讯 今年上海书展期间,读者每一天都可以在上海书城与心目中的文化大师来一场跨越时空的“邂逅”。此次新华传媒与长三角之声在上海书城联合推出的“大师书房‘向大师致敬’七天七讲”系列活动,引起了读者的广泛关注。

据了解,书展期间开启的系列活动第一季聚焦徐森玉、朱东润、王蘧常、熊佛西、胡焕庸、冯契、陈从周7位社科大师。这些大师横跨哲学、文学、艺术、历史、地理等多个领域,以筚路蓝缕之姿存续文脉,以经世致用之心关切国计民生,为党和人民述学立论,为中国改革发展建言献策,成就与声望享誉海内外。

书展期间每晚7点到8点半,书城会邀请大师的家属、弟子及研究学者做客七楼全媒体直播间,与读者听众面对面,分享与大师相处的温情记忆、求学问道的难忘经历、编纂遗著的深切体会及研读论著的独到心得,全方位呈现大师的学术生平与精神风范。上海书城一楼同步设置专区,集中展示7位大师的

生平事迹、代表文集及后人研究著作,并提供书籍销售服务。

长三角之声总监股月萍表示,自2018年上海市社联推出首批68位社科大师以来,上海广播持续策划相关精品内容,传播效果显著。此次“大师书房”落地上海书城,期待在各方支持下,创作出更多契合互联网传播习惯的优质内容,让大师的智慧学

养成成为照亮生活的光。

据悉,作为聚焦哲学社会科学及文化艺术领域大师生平成就与相关出版物的全新品牌,“大师书房”未来将深化与大师亲故、专家学者的互动及媒体合作,把大师的学术理论与艺术流派转化为通俗易懂的文化通识,助力上海城市文化品牌建设与大师精神传承。