市场探新

一本畅销书的诞生

李润泽

2026“我与地坛”北京书市闭幕当天，有网友在社交平台晒出淘到的原版《冰与火之歌》，引来不少书友艳羡。岁月流转，曾经风靡一时的作品，历久弥新的魅力不减。

同样的阅读热情也涌动在新书签售现场。诺贝尔文学奖获得者莫言今夏携新书《人呐》在上海书展与800余名书迷面对面交流，现场一座难求。

阅读场景不断变化，人们对好书的追寻却始终如一。《2025—2026中国出版业发展报告》显示，2025年全国图书出版总印数达108亿册。据初步统计，全国38家图书出版集团主营业务收入2030.35亿元，利润总额243.88亿元。庞大的出版规模背后，是日益丰富的图书供给，也是愈发激烈的市场竞争。

书海浩瀚，何以脱颖而出？畅销书，是广受青睐的阅读选择，也意味着可观的销量，更是出版机构实现市场价值的重要载体。一本畅销书的诞生，蕴藏着出版人的经营智慧，也映照着时代的阅读需求。

慧眼识好书 跟上时代需求

在中信出版集团副总经理、时任中信出版社总编辑潘岳的书架上，《史蒂夫·乔布斯传》始终摆在显眼位置。回忆起这本书的出版经历，潘岳感叹：“这本书是违反出版逻辑的。”

没有完整的书稿，没有明确的出版计划，甚至连出版日期都无法确定。出版社最初拿到的介绍只有一句：“这是第一本，也是唯一一本由乔布斯授权创作的传记。”至于何时出版，可能要等到乔布斯百年之后，甚至可能永远不会出版。

颇有意味的是，中信出版社却要在严格保密的状态下，运作这本“人人都在谈论、却无人见过内容”的书。如此多的不确定性，为何仍要争取？潘岳十分笃定：“这本书实在是太好卖了。”

信心源于对人物影响力与时代脉搏的敏锐洞察。彼时，移动互联网浪潮方兴未艾，苹果产品风靡全球。乔布斯早已超越企业家的身份，成为创新精神的鲜明符号。“人们关注他的产品，也渴望了解产品背后的创造者，探寻他对生命、事业与创业的独特见解。”潘岳说。

2011年10月24日，《史蒂夫·乔布斯传》全球同步发售。当天，中信出版社副总编辑、时任第二编辑室主编蒋蕾来到杭州一家书店，店内人流如织，排队购书的队伍竟排到了街巷拐角处。

数据显示，简体中文版上市首周销量达67.8万册。“那些疯狂到以为自己能够改变世界的人，才能真正改变世界。”这句印在书籍扉页上的话，或许道出了作品受到追捧的深层原因：打动读者的，不只是一个声名显赫的人物，更是那个时代人们对改变与创造的共同向往。“识得好书的眼光靠的是读懂时代需求的远见。”潘岳说。

蒋蕾是《激荡三十年》首版平装版编辑。早在2001年，《激荡三十年》作者吴晓波便凭借《大败局》跻身畅销书作家行列。在此后的6年中，《大败局》重印28次，销量突破百万册。

然而，真正让蒋蕾看重《激荡三十年》的，不只是作者已有的成绩，更是书稿独特的叙事方式。

“企业史从根本上讲，就是企业家创造历史的过程。”蒋蕾说，《激荡三十年》以编年体为经，以企业家的命运为纬，将改革开放以来中国企业的成长历程娓娓道来，宏大的经济变革由此有了一个个鲜活的注脚。

为了写好《激荡三十年》，吴晓波与两名助手采用了一个“最笨的办法”：逐年查阅《人民日报》《经济日报》《参考消息》等报刊，从一篇篇报道中寻找线索，梳理中国企业的发展轨迹。那些散落在历史中的商业事件与人物故事，逐渐汇成一幅中国企业成长的长卷。

有分量的作品，还要遇上需要它的时代。正如吴晓波所说：“彼时的中国已经到了需要产生自己商业思想的年代。”企业实践随着改革开放日益丰富，人们不仅想知道哪些企业取得了成功，更希望从中国自己的商业实践中总结经验、获得启示，而《激荡三十年》恰好回应了这样的需求。

市场也印证了这一判断。《激荡三十年》自出版以来累计销量达400万册，此后又陆续推出2014年精装版、2017年纪念版，《跌荡一百年》《浩荡两千年》等企业史作品也相继问世。

两部书题材迥异，潘岳与蒋蕾的眼光却有相通之处：既看见作品本身的分量，也读懂时代的阅读需求，在作者的积累与读者的期待之间，发现一本好书走向市场的可能。

匠心磨精品 让好内容更动人

2019年秋天，中南博集天卷创始人黄隽青与儿童编辑中心事业部策划编辑文赛峰，抱着向日葵花敲开了绘本画家蔡皋的家门。这一聊，便从下午聊到了晚上。

“最初吸引我的是《桃花源的故事》里每一幅画面的美，还有《宝儿》奇妙的用色。”文赛峰回忆，随着交谈深入，她渐渐读懂了画面背后更深沉的情感：对传统文化的热爱，对生活的爱，对自然的爱，对真善美的歌颂，以及贯穿所有作品的生命的坚韧与超越。

临别时，蔡皋拉着她的手说：“谢谢你，小姑娘，我的作品一直在睡大觉，现在终于等到了这个人。”两人眼含泪花相视而笑，文赛峰感到肩上多了一份沉甸甸的责任。

蔡皋是中国原创绘本的拓荒者之一。早在1993年，她便凭借《宝儿》获得布拉迪斯拉发国际插画双年展“金苹果奖”，成为首位获此殊荣的中国绘本画家。然而，彼时国内绘本市场尚不成熟，她的多部作品版权分散在不同出版社，不利于整体推广。

“蔡皋老师不应只是大家熟悉的‘长沙好外婆’，她更是一位具有独特艺术风格的中国绘本大家。”文赛峰说，团队对蔡皋的作品进行了系统梳理，发现其艺术表达深深扎根于中国传统文化，具有值得反复品味的审美价值。由此，他们决定以作者为核心整合作品，将系列定位为“蔡皋经典中国绘本”，让读者透过一本本作品认识画家完整而独特的艺术世界。

翻开重新设计的《桃花源的故事》，灼灼桃花扑面而来，山水田园在跨页间徐徐铺展。一条留白的水路蜿蜒向前，引着读者跟随渔翁溯流而上，走进陶渊明笔下的桃花源。

“我们希望读者看到的，是蔡皋老师原画本来的样子。”文赛峰介绍，改版时，团队大胆舍弃旧版画面边缘虚化的装帧设计，完整呈现画家笔下氤氲着南方湿气的桃花源。封面则选取落英缤纷的桃花，配以半透明的粉色腰封，让画作原有的温润与诗意自然流露。

2021年4月，《桃花源的故事》《宝儿》《花木兰》3册绘本集中亮相，系列当年发行量超过10万册。至今，“蔡皋经典中国绘本”系列累计销量超过200万册。

编辑的匠心，有时在于懂得留白，有时在于精心补笔。

15年前，四川人民出版社社科与人文出版中心主任、时任四川文艺出版社数字出版部编辑李淑云常在下班后守在电脑前，等作家阿耐更新《欢乐颂》。三四千字的连载，是她结束一天工作后最期待的慰藉。文中小邱遭遇职场挫折，却依然努力生活的模样，让她心生共鸣，萌生了将网文搬上纸页的念头。

“《欢乐颂》吸引我的不只是故事本身，还有读者在评论区里的热烈讨论。”李淑云回忆，有人为人物命运担忧，有人为角色选择争论，也有人从细枝末节中揪出伏笔。一篇篇长评，与小说情节交织在一起，成为阅读体验的一部分。

2011年底，李淑云几经辗转找到阿耐的邮箱，写下一封2000字的约稿信，细细讲述自己的阅读感受，终于盼来了作者的回复。从约稿到签约，前后历时近半年。

“作为‘迷妹’，我哪敢轻易改动作者的文字，只能在正文之外多下些功夫。”李淑云笑着说。征得阿耐同意后，她别出心裁地将读者的精彩评论精选出来，附在相应章节之后。读到兴起时翻过一页，便能看到其他书友的感悟。有读者形容，精选的评论附在章节之后，仿佛弹幕落在纸页上，独自翻书的人，也像坐进了一屋子接话的读者里。

2016年，随着同名电视剧热播，《欢乐颂》原著纸质书单月开卷监控销量超过5万套。

好的编辑，不会用同一把尺子打磨所有作品。出版人的创造力，正在于读懂作品的独特之处，以专业判断和巧妙设计，让好内容呈现出更动人的模样。

巧思觅知音 人找书到书找人

“我不愿意睡在看不到星星的屋子里，我这辈子是伴着星星度过黑夜的。”

全民阅读推广人、“发光人生读书会”主理人罗雨婷引用了迟子建《额尔古纳河右岸》中的这句话。她没有急着介绍书的情节，而是聊起自己曾经失业的经历：那段日子，生活失去了原有的节奏，是书中的文字让她重新燃起希望。

《额尔古纳河右岸》由此成为她所在平台上的畅销书之一。此前，经过主播董宇辉的推荐，这本书一度成为现象级爆品。谈起这本书的热度，罗雨婷笑称自己“沾了董宇辉老师的光”。不过，在她看来，荐书也有自己的门道。

罗雨婷摸索出一套“三段式”荐书法：先从书中找到一句能够触动人心的话，引发读者共鸣；再结合自己的生活经历，把文字中的感悟讲得具体可感；最后顺势推荐，让观众产生翻开这本书的兴趣。比起简单介绍内容，这样的讲述更容易让读者发现一本书与自身生活的联系。

“过去是人找书，现在是书找人。”直播为图书推广打开了新渠道，在罗雨婷看来，“多一条渠道总是好事。可以借助适合当下的传播方式，给更多好书一个机会”。

直播间里，好书主动寻找读者；实体书店中，经营者则在琢磨如何让人们愿意走进来、留下来。

走进钟书阁中关村东升科技园店，层叠卷曲的书架宛如盛放的花瓣，旋转楼梯盘旋而上。沿着书架漫步，莫言、余华、毛姆、东野圭吾等作家的作品陈列在醒目位置，网络文学、青春言情、生活哲学等不同品类各有天地。看似随意的摆放，背后却有经营者对读者喜好的细致考量。

“书店要考虑读者想看什么，并且引导读者快速找到想看的书。”管理店长陆潞说，书店通过数据分析研判阅读需求来优化选品和陈列，让受欢迎的作品更容易进入读者视野。

咖啡、茶饮等业态融入阅读空间。“我们希望书店不仅是卖书的地方，更是人们愿意走进来的文化空间。”陆潞说，空间设计的意义不止于吸引目光，更在于创造人与书相遇的机会。对于没有明确购书目标的顾客而言，一次驻足、一次随手翻阅，也可能成为发现好书的契机。

面对线上渠道竞争，实体书店也在探索自身不可替代的价值。近日，《中共中央宣传部等关于支持实体书店服务全民阅读的通知》印发，从提升供给质量、培育特色阅读空间、支持参与公共文化服务等方面作出部署，为实体书店创新经营、拓展阅读服务指明了方向。

渠道不同，巧思各异，但不变的是让每本好书找到知音的追求。

在大众图书领域，全国销量超过10万册通常称得上是畅销书。但比销量更珍贵的，是一本书在翻阅之间带来的启迪与共鸣。

那些被文字照亮的时刻，会长久留在读者心中。

陶然

来稿邮箱：fukan@jjrbs.cn

凡人微光也是“中国名片”

卢杨静

最近，不少人都刷到过这样的视频片段：上海街头，交警切换流利英语处置外国游客的交通违法行为；广州南站，售票员一口流利英语帮外籍旅客核对车次票价；校园门口，保安用英语帮外国友人解决取件难题……没有剧本彩排，没有镜头摆拍，这些发生在街头窗口的真实片段收获无数点赞。很多人感慨，他们英语说得真棒，但热闹背后，值得琢磨的远不止“会外语”本身。

近年来，随着我国免签“朋友圈”越扩越大，入境游热了起来。外国游客不再只出现在机场、大型会展这些传统涉外场景，以前碰到外国人是小概率事件，如今交警执勤、车站售票、景区答疑，都有可能遇上跨语言沟通的场景。

政策带来了客流，但游客对中国、对一座城市的第一感受，很少来自宣传片，更多来自每个切身经历的瞬间：一次路口拦停劝导，一次窗口答疑，一回街头问路。正是这些散落于日常的真实需求被随手拍下，构成了视频走红的现实土壤。

片段之所以能打动网友，源于一种反差。镜头里的主角，不是翻译专家，也不是外事官员，而是我们身边最熟悉的普通劳动者。在大家固有的印象里，外语好像是“附加技能”，并不是这些岗位的标配。可当他们站在本职岗位上从容开口，用外语把事情讲清楚、处理妥当，很容易让人生出好感与自豪感。

更打动人的，还有那份对外表达的自信从容：交警执法讲清规则，也体谅游客不熟悉本地法规；窗口办事追求效率，也顾及异乡人的陌生与局促。这种面对面、平等而松弛的交流，没有话术，无关包装，留给外国游客的，就是最鲜活、不加修饰的中国印象。

讲好中国故事，不必总盯着宏大叙事。山河风光能把人吸引来，能不能留住人心，靠的是普通人的服务与沟通。一线人员开口讲外语，首要任务是解决眼前问题。但客观上，他们也成了一张张“行走的中国名片”：一番耐心解释，传递社会温度；一次妥当处置，展现治理水平。这种润物细无声的民间对外传播，有时候比长篇大论的推介更有说服力。

并非要求所有基层从业者都能说一口流利的英语。但在车站、口岸、热门景区这类高频场景，不妨开展岗位化、实用化的外语培训，并用智能翻译、多语种提示牌等兜底。关键不是人人说得地道，而是遇事能沟通、办事有分寸。

大好河山让世界看见中国，无数普通人的一言一行让世界读懂中国。宏大叙事自有分量，市井间的真诚对话，同样拥有直抵人心的力量。千千万万一线从业者，正在用外国人听得懂的语言，讲好鲜活的中国故事。

有人惦记你的难

董庆森 唐强

端着餐盘从湖北省宜昌市伍家岗区共强村幸福食堂出来，村民李光秀算了一笔账：原价7元，70岁以上老人打七折，这顿饭还不到5元钱。“我今年82岁了，自从食堂开了门，家里的锅都快挂起来不用了。”她笑着说。

两年前的光景可不是这样。2024年初，伍家岗区纪委监委的干部挨家挨户敲门走访。走到共强村78岁的独居老人张婆婆家，老人端出一碗剩饭，说是昨天的，热热还能吃。隔壁单元，54岁的李国金正手忙脚乱地热饭——母亲患阿尔茨海默病，他利用中午1小时休息时间回家给母亲弄口吃的。

他们把这些看在眼里，记在本子上。走访持续两个月，收集到200余条诉求，“做饭愁、吃饭难”占了近六成。区纪委监委把老年助餐纳入集中整治民生实事监督清单——推动职能部门把老百姓最烦心的事办成，一座座幸福食堂就这样开了起来。

食堂开了，监督没断：盯着补助资金、运营标准一项项过，防止助餐补贴跑冒滴漏。李国金说，以前中午得赶回来给老母亲做饭、送饭，现在能安心上班了。

宜昌市夷陵区雾渡河镇三隅口村，山高路远。村民侯丹以前买药，天不亮就得揣俩馒头赶车去镇上。过去村里药不全，慢性病药经常断货，腿脚不便的老人为几盒药要耗掉一整天时间。

夷陵区纪委监委的干部翻山越岭走村串户，听得最多的抱怨就是“买药难”，于是将药品保供纳入“便民就医”监督清单，推动卫健部门推行“1+2+1”采购模式——每月1次常规采购，配套2次临时采购、1次应急采购，每个村卫生室常备药不少于150种。

侯丹现在打个电话或者登个记，村干部顺路就把药带回来了。医保目录内的药品，在村卫生室直接刷卡结算；个性化用药实行点单配送，村民扫码支付给区属国有医药公司旗下的中心药房，药价一律上墙公示，供应商签了廉洁承诺书。一年来，这项服务为4800多名群众代购药品。药通了，路近了，老百姓心里亮堂了。

秭归县茅坪镇溪口坪村六组以前是村里的“死角”。住户沿坡而居，坡上的往下扔垃圾，坡下的往上推，垃圾像个皮球被踢来踢去。茅坪镇纪委副书记叶燕走访时发现问题，督促村“两委”开了一场“村落夜话”。院坝里摆几条长凳，村民火气旺：“建棚的钱从哪来？”“你们谁能拍板？”村务监督员武东旭一边听一边飞快记录：“大家放心，都记下，一定解决。”

一座垃圾分类棚建在了兼顾上下坡的“黄金点位”上，一支由村民组成的“草根监督队”上岗了，盯着资金拨付、施工质量、竣工验收全过程。臭味消失了，群众的气也顺了。

一碗饭热不热，一趟路远不远，一堆垃圾有没有人清……看起来都是家长里短的小事，却是老百姓天天要过的日子。这两三年，宜昌老百姓身边多了些“较真”的人。他们带着本子、带着清单，一家家敲门，一个问题一个问题盯着改。

老百姓不一定说得清什么叫“群腐”集中整治，也不一定背得出什么政策文件。但他们知道，有人惦记着他们的难，有人管着他们的烦。

本版编辑 陈莹莹 李 静 美 编 高 妍