

# 当代诗歌出版的“凤凰”实践

□张在健

媒体上异常活跃，其中五色乱目的信息和过度的推广和包装令人眼花缭乱，易对公众的诗歌认知形成干扰和误导。而作为一家文化出版企业，出书品种有限，诗歌出版容量决定了不可能面面俱到，因此，出什么就是出版者面对的一个关键性的问题。这方面，我们设定的目标定位是：参与当代汉语原创诗歌经典化的建设，提升诗歌出版在当代诗歌写作现场的在场性。中国当代诗歌已经涌现出了一批代表性的诗人，取得了世人瞩目的成就，其中的优秀之作，放到当代世界诗歌的大格局中考察，都是经得起检验的，这批优秀的诗人不仅已经进入中国诗歌史，其代表作经过反复精选也已进入了新经典的范围，需要带有历史眼光的出版人进行系统总结，以此来助推新经典的确立。在这一思路下，以“凤凰诗库”为标志的凤凰原创诗歌图书，对入选诗人经过了精挑细选和反复论证，以入选诗人和作品符合产品线的定位要求。遴选诗人以作品和影响力为考量标准，在此前提下，打破地域、流派的限制，在大目标一致的前提下，采取兼容并包，成就了“凤凰诗库”荟萃百家精英超越门派之见的高度和气度。芒克、杨炼、多多、翟永明、吉狄马加、于坚、柏桦、杨克、韩东、欧阳江河、王家新、西川、海子、车前子、李亚伟、蓝蓝、杨键等当代重量级诗人，构成了凤凰诗库的中坚力量。基于对当代诗歌发展历史与现状的观察与认识，我们还开创性地推出了“四十年诗选”的概念，继《多多四十年诗选》受到关注后，还陆续推出《王家新四十年诗选》等多部精品选本，使四十年诗选成为诗歌出版领域一个新的策划角度，也为关注当代诗歌发展的普通读者、研究者提供可靠而方便的研究资料。

精良的质量主要是指文本的质量和编校质量。对于纳入计划的诗歌选题，编辑人员有很深的介入，对作者提供的稿件，编者从专业角度严格筛选，突出特色，力避平常和平庸之作，宁缺勿滥，力求符合精品的追求。针对作品流传过程中不同版本并存的情况，编辑人员不仅反复甄别，还和作者进行深度的沟通与交流。很多诗人也借此机会对作品进行重新修订，有的甚至做了较大幅度的修改，使作品的水准得到新的提升。不少作者表示，凤凰文艺的版本，可作为其诗歌的定本、标准版。由于对质量的重视，并投入了扎实的、实实在在的工作，我们的诗歌图书质量总体上达到较高的水准，也赢得了作者和读者的信

赖和肯定。诗歌图书呈现形态的优化是近年来一个十分引人瞩目的现象。诗歌图书越来越美。凤凰文艺提出“又美又好”，其中就蕴含着对图书形态的要求。在诗歌图书设计上，我们强调内容和形式的统一，凸显作品的精神气质，要求所做设计符合诗歌读者的心理期待，寓现代性于自然舒适的形式之中，不做过度的包装，但要值得玩味。要实现理念追求，需要有好的设计师团队的配合，值得自豪的是，多位在国内有重要影响的中青年书籍设计师与我们保持着良好的合作关系，朱赢椿、赵清、姜嵩、周伟等均是凤凰文艺的合作者，他们设计的凤凰诗歌图书，如《面朝大海春暖花开》《红狐丛书》等，多次获得“中国最美的书”称号。在形式探索方面，我们还推出图文并茂的插图本的模式，既保持了艺术品位，又拓展了诗集的设计维度，受到了读者的广泛欢迎和认可。

基于持续不断的努力，凤凰文艺版诗歌图书取得了较为广泛的社会影响力。近年来，获得了包括鲁迅文学奖、华语文学传媒大奖、李白诗歌奖、花地文学榜金奖、袁可嘉诗歌奖、东吴文学奖、四川文学奖、建安文学奖、昌耀诗歌奖、“中国最美的书”奖、柔刚诗歌奖等各种在诗歌界具有重要影响的官方、民间诗歌奖项。在中国诗歌学会参与主办的两届李白诗歌奖的评奖中，凤凰文艺版的获奖诗歌图书均占到总获奖数的一半，其中，《洛夫诗全集》获得了唯一的一个主奖（最高奖）。

说到诗歌出版，人们首先想到的是诗歌作品的出版。诗歌作品固然是诗歌出版的应有之义，也是主战场所在，但不应是唯一的战场。诗歌出版应该有一个合理的结构设计。为此我们确定了发掘诗人资源、以诗歌为中心打造诗歌出版生态圈、形成诗歌出版矩阵的思路。

在诗歌作品出版系列，我们聚焦当代汉语诗歌原创领域具有代表性和经典潜质的诗人和作品，其中包括中国大陆的诗人，同时也将视野拓展到港台和海外汉语诗人。基于资源优势，我们在台湾诗人作品的出版方面，取得了不俗的成果，并渐成系列，为读者了解台湾诗歌提供了捷径，也为加深两岸的诗歌交流做出了贡献。余光中、洛夫、郑愁予等诗人的作品出版后，均取得读者的良好反响。洛夫生前更是将凤凰文艺视作优先合作的大陆出版社，在其生前、身后，凤凰文艺已出和即出相关作品总数达到了10部，其中包括

获得“李白诗歌奖”主奖（首奖）的《洛夫诗全集》，可为读者了解洛夫、学者研究洛夫不可忽略的重要资料。

中外互鉴是当代诗歌发展不可回避的途径。外国诗歌图书的开发可以丰富诗歌出版的阵容。近几年，凤凰文艺也在这方面付出了努力，积多年探索，已经推出美国诗人盖瑞·斯奈德的《盖瑞·斯奈德诗选》，美国桂冠诗人罗伯特·哈斯的《亚当的苹果园》，美国桂冠诗人沙朗·奥兹的《重建伊甸园》，德国诗人扬·瓦格纳的《蜂群自画像》，新加坡当代诗人游以飘的《象形》，以及7卷63册的“红狐丛书”，翻译诗歌的出版渐成规模，若干优秀海外诗人的诗集已进入出版流程。

在扩充诗歌出版生态圈方面，我们也有所收获，形成了阶段性的成果，如吉狄马加与国外著名诗人对话的成果《诗人的圆桌》，著名诗人张弦回顾文学生涯的口述作品《张弦回忆录》，体现洛夫诗学主张的《洛夫谈话》，胡亮风格独特的诗学评论著作《窥豹录》，以及即将推出的《洛夫传》《陈超书信集》等，均是具有重要文学和艺术价值的诗学著作。此外，我们还在诗歌普及、诗歌推广方面做了规划，“诗歌课”的纸质和线上产品项目都已进入实施阶段，今年有望与读者见面。

打造诗歌出版生态圈，除了出版图书，还有其他值得用力之处。2021年夏天，我们在贝聿铭大师设计的苏州博物馆举办了“时代的星空”凤凰诗歌之夜活动，吸引了200余万线上观众的关注，扩大了诗歌在公众中的影响力。2022年，凤凰诗歌之夜活动已在规划中，力争有所突破，并产生更大的综合效应，同时，2022年，将启动凤凰诗歌奖的评选工作，加大对当代诗歌现场的介入力度，为当代诗歌出版搭建更宽广的平台。

一般说来，诗歌出版是一种分众出版，发展空间受到一定的制约，但通过专业出版人的努力，它仍然富有想象空间。为了强化诗歌出版的相对优势，2021年，报经上级批准，我们成立了凤凰诗歌出版中心，这是国内为数不多的专门的诗歌出版中心。成立这个中心，意在培养专业化的诗歌出版队伍，聚焦诗歌出版，全面提升诗歌出版的专业水平，扩大诗歌出版的传播力度，实现社会效益和市场效益的全面提升。中心成立以来，发展势头良好，相信将会为图书市场源源不断地提供“凤凰诗歌”精品，为读者提供值得信赖、富有营养的诗歌食粮。

# 献给无限的少数人

□尹志勇 谈 骁

2022年4月，一本“旧诗集”《鲸鱼安慰了大海》突然在小红书上爆火。4月18号，一位读书博主撰文推荐此书，阅读量迅速突破50万，超过7万人点赞、收藏。随后多位读书博主发文推荐。这本过去三年总共卖了5000册的书，仅4月19日当天就卖出600余册，此后一个月内卖出近5000册。

一本三年前出版的“旧诗集”，突然引发广泛关注，这看起来极其偶然的事件，却是一个理解当下诗歌出版现状的极佳切口。

## 诗歌出版的分层

诗歌小众，诗集难卖，这是几十年来出版界的共识。2020年，美国诗人露易丝·格丽克获得诺贝尔文学奖后，当当网CEO俞渝曾无奈地说：“诗歌拉不动销售。”俞渝的无奈，是将诗歌置于全门类图书之下、与一众畅销的小说散文进行比较，但诺贝尔文学奖对诗集的流量加持作用还是很明显的，真正让人无奈的，是一般诗集的出版和传播。

当下的诗歌市场，分层十分明显。金字塔尖的是已经符号化、经典化的诗人，比如海子、顾城、泰戈尔、舒婷，以及通过社会事件和有影响力大奖变得经典的诗人，前者如余秀华、陈年喜，后者如辛波斯卡、露易丝·格丽克。金字塔中的，则是大量引进的外国诗人，比如佩索阿、弗罗斯特、谷川俊太郎。金字塔的底座是数量巨大的中国当代诗人，他们写着最能反映当下生活的诗歌，却由于各种原因未能进入大众视野。

当下诗歌出版的整体情况，可以说是“塔尖闪耀，塔中热闹，塔底冷清”：金字塔尖的诗人，是众多出版社追逐的对象；金字塔中的诗人，也有越来越多的出版社涉足；唯独金字塔底的诗人，大部分出版机构都避而远之。

长江文艺出版社一直在构建良性的诗歌出版体系，即对每个层级的诗人都予以适当的关注。一方面，通过“中外名家经典诗歌”“名家诗歌典藏”等体量甚大的书系，推出经典诗人的诗作，比如拜伦、济慈、雪莱、普希金、里尔克、叶芝、谷川俊太郎、阿多尼斯等外国诗人，穆旦、冯至、海子、舒婷、顾城等国内诗人；与此同时，通过创立“长江诗歌出版中心”，积极关注正在创作的当代诗人，十余年来推出雷平阳、陈先发、张执浩、大解、胡弦、沈苇、臧棣、路也、江非、张二棍、燕七等数百位诗人的诗集，为新世纪汉语新诗的整体面貌立此存照。

这两条诗歌产品线，前者关注受众市场，能对诗歌的传播和推广形成第一手的了解；后者注目写作现场，能对诗歌的创作面貌形成准确的判断。这两条产品线是互补的关系：前者通过经典的整合和积累，取得了良好的经济效益，年发货码洋过千万；后者则通过品牌形象的建立收获社会效益。

## 发现、留传和流传：诗歌出版人的眼光和使命

受众市场和写作现场，辐射的圈层判然有别：前者包括所有心存诗意的人，也许与全社会总人口相比仍然是少数，但在绝对数量上，也是百万级别的读者群，是“无限的少数”；后者则是被习惯性地称作“诗坛”或者“诗歌圈子”的真正的少数。

出版者要做的，即是让诗歌从写作的现场进入受众的市场，具体而言，则是以发现、留传和流传为出版的追求。发现有潜力的诗人，承担出版人责任；通过出版整合，赋予写作现场的诗人经典地位，使其在文学史留传；通过有的放矢的营销，让优秀的诗歌作品破圈，从写作现场进入受众市场，得以广泛地扩散和流传。

长江文艺出版社的诗歌出版，正是在发现、留传和流传这三个方面同时发力。

持续发现具有潜力的优秀诗人，是长江文艺出版社诗歌出版的重中之重。21世纪初，推出了发现青年诗人的中国21世纪诗丛；近年，又与诗刊社合作，推出了“青春诗会”诗丛，这些诗丛并不以经济效益为追求，是我们自觉承担出版使命的积极举措。

从出版的诗集中挑选具有文学史意义的经典之作，也是我们出版的重要举措。基于对诗歌历史、脉络的清晰判断和对经典之作的开掘眼光，2010年至今，出版社推出的诗集连续三届获得鲁迅文学奖，不少诗作已沉淀为经典。

除了追求纵向的历史留传，出版社也在乎横向的破圈流传。我们充分认识到，让优秀的诗歌进入大众视野，丰富大众的精神文化生活，塑造大众的诗歌审美，是出版的意义所在，也是出版人的重要使命。“中外名家经典诗歌”“名家诗歌典藏”等书系侧重经典诗歌的传播，一些具有市场潜力的非名家诗歌，我们遵循为读者提供多样化诗歌需求的原则，也匹配了大量的营销资源，比如通过公众号完成圈内的传播，通过豆瓣完成专业读者阶层的传播，最后通过小红书、虎扑、B站完成大众读者层面的传播，力求让更多的诗人进入大众视野。

## 如何“流传”：以《鲸鱼安慰了大海》为例

经典之作——亦即前文提及的“金字塔尖”的诗作，因为有较好的受众基础，流传有天然的便利；更考验出版人的，其实是对普通作者的发现。2014年《诗刊》社对余秀华的发现，2020年“真实故事计划”以及2021年果麦对陈年喜的推广，都是让普通作者获得大众影响的案例。我社对燕七《鲸鱼安慰了大海》的发现和推广也是如此。

《鲸鱼安慰了大海》是一部“简单”的诗集，情绪简单，写的不外乎是爱情、自然和人生；语言也简单，诗句朴素，很少用修辞。但这种简单，是历经沧桑之后的天真和沉淀，因而直击人心。

拿到这部诗稿时，我们就意识到了它迥异于当下流行的诗歌写作，具有较好的营销空间。2019年，此书出版后，营销经历了一个较长的过程，而且几乎涉及所有的自媒体平台。出版之初，我们以“天真之诗”为营销切口，主要依仗的渠道是微信公众号，通过圈内的诗人和诗歌爱好者的推荐和分享，虽然上半年后销售了4000册，且实现了加印，但后继乏力。

2019年底，我们以“温暖之诗”“治愈之诗”为话题，在豆瓣、微博、B站和虎扑的营销，收效甚微。

在营销过程中，读者的反馈让我们相信对《鲸鱼安慰了大海》营销点的把握是准确的，只是还没有准确地匹配到受众。无论是微信公众号还是微博，都是由机构和KOL（意见领袖）主导话语权平台，而《鲸鱼安慰了大海》传递的情緒，更适合下沉的渠道，也就是由KOC（关键意见消费者）主导话语权的平台。2022年，在完成了《搬山寄》在小红书的全面营销后，我们意识到，小红书正是那个我们寻找的KOC主导的平台，于是重启该书营销。4月18日，一条推荐该书的文章收获了超过七万赞藏，一周后，又有几条五千赞藏的“小爆文”，并且引发了近百位博主的购买和推荐，形成了良好的自发推荐效应。

《鲸鱼安慰了大海》的流传，对诗歌小众、诗集难卖是一个综合性的回应，前三年似乎是在印证这种悲观的判断，而今年4月的销量暴增，则是在提醒我们，自媒体时代的开放性和“去中心化”，让诗歌的流传大有可为。此书与大众情绪的契合度，与余秀华、陈年喜的流传有一定的相似性。这反映了大众对那些明白晓畅、质朴自然的诗歌——往大里说是文学——的呼唤。这种来自无限的少数人的呼唤，理应在出版者和写作者听到。

# 我有幸参与的“诗歌出版热”

□李宏伟

20世纪90年代以来，国内当代诗歌始终是出版的寒冰地带，能够正式出版、进入市场销售的诗集，能得到传媒与大众广泛关注的诗人，都少之又少。书店里摆放的诗集，不少是读者熟悉的老几位的冷饭热炒，还有些装帧、印刷都很可疑，不知道从什么渠道进去的自费出版物。与诗歌写作的蓬勃发达相比，尤其是对照当代诗歌取得的深远、丰富的成就，诗歌出版远远落在了后面。这对于诗歌、读者乃至当代文学，都不能不说是件很可惜的事，但似乎也没有别的办法，毕竟当诗落到纸上、印刷成册、进入销售环节时，它的第一属性是商品，彼时粗放的图书市场还没有为诗歌细分出一块足够的领地。

2000年以后，尤其是2008年以来，图书出版开始变化，策划、装帧、营销各方面都要求越来越精细与专业，尤其是文学社科类，以往的赶集式出版——抓住某些类型，各出版方一拥而上的方式已难以以为继，而社交媒体的日益兴盛，在网店解决销售渠道之外，极为有力地解决了信息渠道，一本好的新书终于能够最大限度地传递到潜在读者那里。更别谈，诗歌以其篇幅、表达，几乎天然与微博微信等社交媒体契合，因而催生于电子碎片化阅读浪潮的潮流。诸般因素作用下，诗歌出版开始繁盛，称之为“热”亦毫不为过。机缘巧合，我在作家出版社推出的《海子诗全集》“标准诗丛”“采渔诗选”系列有幸参与这个过程。它们的出版，一定程度上也反映着这一轮“诗歌出版热”的变化。

《海子诗全集》是我编辑出版的第一本诗集，它的问世有些偶然。2008年，出于对诗人海子的喜爱，并且深信一定会有更多读者愿意走进他的诗歌世界，我便与同在作家出版社工作的前辈、诗歌评论家唐晓渡商量，做一本海子的作品集，以纪念即将到来的诗人辞世二十周年。选海子家人委托，诗人西川代为处理海子作品版权事宜，唐晓渡与西川沟通之后，得知十数年前出版的《海子诗全集》版权早已到期，遂问我是否愿意接手。我对那本黑色封面的大厚书一视若珍宝，对这个消息

自然喜出望外。社里经过论证，通过了选题。经过商议，我们将原书名的“全编”更换为“全集”，与前书略作区分。内容上，保留“全编”的主体内容外，海子早期个人油印诗集《小站》全部作品、与西川合印诗集《麦地之瓮》中之前未收录的作品，“全编”出版后陆续发现的一些佚诗，全部以“补遗”之名，放在最后，作为第六编。此外，还收录了海子为“太阳”系列所作的插图十二幅。

《海子诗全集》的出版让2009年新的海子纪念浪潮有了一个具体的触发点，因而广受关注，也让这本书的影响超出了诗歌平常的范围。更重要的是，它似乎提供了另一重契机，让出版界意识到，诗歌出版是可为的。后来，江苏凤凰文艺出版社推出的《顾城诗全集》《洛夫诗全集》同样反响良好，“诗全集”也成为至今仍被运用的重要的诗歌编辑、出版方式之一。如果说，海子、顾城等人的“诗全集”是在适当时机，对已有相当读者基础的“诗歌偶像”的重新推介，让诗与诗人进入更多人的视野，那么紧随其后的由多家出版社、出版商共同推动，将不同写作风格、年龄层次的诗人诗作在不到十年内以较大规模地出版，才真正将中国当代诗歌的整体面貌予以较为全面的展示。

始终将诗歌作为其出版版图重要组成部分的楚尘，于2013年、2015年分两辑推出了十二种“新陆诗丛·中国卷”，收录从于坚、欧阳江河、杨黎、宇向、尹丽川直到春树等诗人的作品。诗人沈浩波则于2016年创办了“磨铁读诗会”，致力于传播、推广、出版中国当代先锋诗歌和世界范围内的优秀诗歌。出版方面，每年的《中国先锋诗歌年鉴》之外，推出“中国桂冠诗丛”，迄今出版三辑十四种，包括严力、王小龙、欧阳昱、姚风、韩东、唐欣、杨黎、潘洗尘、阿吾、伊沙、侯马、徐江、宋晓贤等，这套书无论是诗人还是选诗，都有着鲜明的特点，是沈浩波诗学理念中“先锋”一词的具体呈现。

小众书坊以诗歌书店为特色，颇受诗歌界与读者认可，创始人彭明榜从一开始

就尝试书店与出版的结合。因此，依托中国青年出版社，邀请诗人、评论家霍俊明主持，在每年一册《诗歌日历》外，还以大约每年一季、一季十种左右的频率，推出“中国好诗”丛书，至今已出版六季。“日历”与“好诗”结合，是当下中国诗坛主体部分最全面的展现。此外，长江文艺出版社于2012年成立了“长江诗歌出版中心”，由诗人沉河主理。该中心不但延续了长江文艺出版社对诗歌的长期关注，助力不少诗人第一本诗集的出版，现在更有了《诗建设》《诗收获》等近于刊物的分卷分辑出版物，以及与中国作协创研部合作的“年度中国诗歌精选”，形成了基本的诗歌出版矩阵。

《海子诗全集》后，作家出版社也筹划着在诗歌出版方面跟进，继续做些事。经过市场调研以及与诗人交流，我们最终决定推出读本性质的“标准诗丛”。遴选现代汉语诗歌视野内的卓越诗人与作品，不标举数量，不考虑任何其他因素，唯诗歌品质为标准。当时所做的《策划说明》如是说：“一位诗人一册，以诗人自选为主，篇幅以大体不超过400页为要，分诗歌与散文随笔诗论两部分，两部分以时间或诗人确定的逻辑为序，比例大致为6:4至7:3。收录作品一定是该诗人进入创作成熟期以来最具代表性的作品，换句话说，要以后人阅读该诗人，本书当为首选的标准进行。”这是我们对这套书的期待。约稿、定稿照此进行。最终，第一辑于2013年9月推出，包括于坚、多多、西川、王家新、欧阳江河五位诗人作品。在装帧方面，采用内外双层封面，外面精装壳平直展开以便书页完全打开，内封面包布书脊等方式。2015年、2017年，标准诗丛分别推出第二、第三辑各五种，收入韩东、雷平阳、杨炼、臧棣、翟永明、李亚伟、芒克、汤养荣、伊沙等人作品，具备了一定的规模，也以更立体的作品构成，呈现出当代诗歌的整体成就。

到这时，当代诗歌的出版已经不止是“热”，甚至有些“烫”了。一方面，当代诗歌的出版更加精耕细作、关注不同侧面，比



如《诗刊》为每年“青春诗会”参会诗人推出一本诗集，解决了青年诗人第一本诗集的出版难题，加快了他们进入诗坛的速度；另一方面，更多的出版方进入，使得当代诗歌的出版开始呈现出一定程度的同质化，十数位已经确立影响的诗人被反复关注、遴选，大体相同或相近的选本不断重复出版。有鉴于此，我们暂时停止了“标准诗丛”的推进，筹划从别的角度推进当代诗歌的出版。即选择还不太大众化但作品分量足够的更年轻一些的诗人，将其面貌予以充分展现。

斟酌再三，我们决定与一些还不是那么大众化，但作品分量足够的正值写作盛年的诗人合作，将其作品完整推出，以集束式的量对渐趋固化的诗界予以爆破。我们首先与采渔沟通，达成一致后，将他二十年的创作期划分为四个阶段，辑为四册，依次名为《追蝴蝶》《最后的黑暗》《危险的中年》《在猎户星座下》，于2018年一气推出。策划初，我们想尽可能给予诗人、读者、乃至诗歌以尊重，因此在诗集的开本、厚薄、设计等方面都做了一些新的尝试，以简洁、合宜为目的，以经典化为预备，以符合一位已然独树一帜，但仍在不断生长的诗人的形象。这个系列出版至今四年，各方面都达到了预期。因此，是时候考虑推出第二位诗人了。

## 诗歌出版之我见

诗歌出版之我见