



出版像“苏超”，有套路无世故

7月至8月，天气在持续发热，“苏超”在持续发热，“书超”也在持续发热，我的头脑也在发热。我在滚热的天气里到苏州参加江苏书展，到重庆参加中国书博会，到上海参加上海书展；每夜半三更，便躲在凉意十足的空调房里读《苏超来了》的样章、样稿、样书，心头“热痒痒”的，尽管身上凉丝丝的。

“苏超”球员基本以草根为主，有鲜衣少年，有退伍老兵；有卖蟹农民，有商店小工；有西装革履的经理，有高帽白衣的厨师，因为参与者众，导致观看者巨。本期作者汪修荣是资深的华东老出版人，阅历丰富，编稿无数，而李淑云则是刚成熟的华西地区的年轻女编辑；汪总写的是为老一辈文学大家、数十年供职于《文艺报》的吴泰昌先生编稿的往事，李淑云写的是为网络作家阿耐策划网络文学图书的奇事。“编辑故事”这个栏目的作者如同“苏超”球员，参与者众、包涵区宽、分布面广，越来越多热爱出版的从业者加入到了我们的队伍中来。

“编辑故事”中的故事都不复杂，但简单的故事却包含了至简的大道。汪总谈到编辑“四要”，可谓一生经验的心得要诀，即“策划、编选出一本有价值的书，要了解作者和作品，要了解读者与市场，要有自己的想法与创意，要有编辑的眼光和整体策划”。他以40年编辑经历为我们送来了宝贵的经验。

李淑云从业经历不长，但成长迅速。我上个月在成都为新华文轩出版集团做讲座，现场听众之一便是四川人民出版社的年轻编辑李淑云。她和一些年轻编辑拿着《做书——编辑那些事》要我签名，简单交流后令我大吃一惊：她原来就是一年前我多次推荐的四川人民出版社《低头思故乡》的责任编辑，我于是在讲座中5次以《低头思故乡》为例，讲我对今日出版的看法和心中好书的模样。李淑云来稿还成就了我的一件美事：我在“编辑故事”这个栏目中，第一次同时俘获了一本书的作者和编者——浙江人民美术出版社的总编辑况正兵和四川人民出版社的李淑云，并一下子把他们纳入“编辑故事”微信群中，从此与群众共欢乐。

——主持人 徐海



李淑云

当编辑的17个年头，目前代表作可能还是自己策划的第一本书——阿耐的《欢乐颂》。图书出版时我不到27岁，进入出版社两年多，从社里的数字出版部转岗到文学编辑室大约一年。

现在回望那段过程，真可谓是“金手指开局，出道即巅峰”——我至今还没策划出比《欢乐颂》销量更高、名气更大的作品。

2010年，我25岁，在四川文艺出版社数字出版部“打了一年酱油”。现在看来，那时候的工作是相当轻松且愉快的。但当时年轻的时候，有时会为工作上鸡毛蒜皮的事情烦心，甚至会哭上一场。那时，我在微博上无意中瞥见阿耐正在连载的《欢乐颂》，感觉就如同邱莹莹、关雎尔遇上了樊胜美、安迪。

每个工作日的晚上十点一过，阿耐准时在网上更新三四千字的《欢乐颂》。追看《欢乐颂》连载，成了我工作一天下来最大的期待。我看小说，不管是武侠还是言情，都会嗑CP，但我对《欢乐颂》里的CP都无感，估计是作者写得太现实。吸引我的，主要是五个女孩子的成长和爱恨交织的情谊。离开学校已有一段时间，自己在工作中并未结识到那么多的朋友，心里的失落感、对工作的不胜任感，当时的我都能在《欢乐颂》里找到慰藉。

仅仅追看《欢乐颂》连载还嫌不过瘾，我几乎将阿耐所有的作品统统找来。实体书找不到，就趴在晋江文学网、阿耐的

时候，可能真有“初生牛犊不怕虎”的勇气。入行之初就成功做了喜欢的作者的编辑，这在很长一段时间内都激励着我。为喜欢的人和喜欢的书付出，真的太幸福了

博客上看电子版。《食者》《不得往生》的商战酣畅淋漓异常生猛；《都挺好》剖析中国式家庭关系鞭辟入里；《大江东去》写改革开放20年民企、国企、私企发展，恢宏壮阔……

2011年，成为阿耐忠实粉丝的我，决定做阿耐的编辑。喜欢的作品，我想自己来做。第一步，是换部门。我向当时的社长黄立新提出转岗申请，黄社长同意了，把我调入文学编辑室。

已经忘了第一次向阿耐约稿的时间，我曾用评论跟帖、微博私信等方式和阿耐联系过，目前能找到的阿耐最早给我的回复是2011年12月28日，“阿耐ane：很开心，谢谢。我也很希望能出版。只是我写小说一向放任，不知道写到哪儿，最终写多少字，所以，能否请容我到写完再谈？”

2012年3月，《欢乐颂》的连载接近尾声，我给阿耐写了一封邮件约稿，这封约稿信终于换来了阿耐的回复。

那段时间是快乐又紧张的。开心的是终于与心仪的作者建立了联系，我当时就连载的内容和自己对图书的规划给阿耐发信息，还不时能得到她的鼓励。紧张的是生怕夜长梦多，被其他出版社抢先一步。阿耐在《欢乐颂》连载尾声时，曾在评论区提到山影（侯鸿亮团队，后来的《正午阳光》）已经与她签约改编电视剧，随后就有其他编辑在评论区留言表示想约稿。但更多的还是开心，现在还能回忆起那时的心情，我常常在坐公交车上下班的路上思考要怎么去做这本书，一步步靠近喜欢的作者，满满的都是开心。

和作者建立良好联系后，我正式在编辑室内报了这个选题。编辑室主任和同事们对《欢乐颂》都很认可，其中一位同事还是阿耐的粉丝。他们鼓励我进一步向社领导汇报。于是，我整理了与阿耐沟通的情况和对作品的分析，向时任总编辑胡焰进行了详细汇报。胡总在百忙之中通读了《欢乐颂》的连载内容，对作品赞不绝口。我和胡总一起向社长黄立新汇

编辑“四要”

——我为吴泰昌先生“编书”

□汪修荣

吴泰昌先生是我的老乡。知道他很早，认识他却是很晚的事。

作为一个土生土长的当涂人，上大学之前我一直生活在离县城几十里外一个偏僻的小山村里，是一个真正的乡下人。18岁那年，因为参加高考，才有幸去过一次县城。后来到外地上大学、读研、工作，也只是县城的一个匆匆过客。工作之后，因为职业的缘故，与一些老家的作家文人有了更多的交往与合作，老家的文友时常向我提到家乡的两个文化名人，一个是电影导演苏里，另一个便是长期活跃在文坛的吴泰昌。虽然久闻吴老师的大名，又是老乡，却一直无缘相识。

我与吴老师相识，也是因书结缘。

大约在2014年前后，吴老师向一位同事提出，希望在江苏文艺出版社出版他的书。然而因种种原因，这一愿望一直未能实现。一个偶然的机会，我与吴老师相识，得知我也是当涂人，吴老师非常高兴，握手的手力道也大了许多。他是那种热情爽朗的人，声音洪亮，一头向后披散的灰白长发颇有几分艺术家和诗人的气质。吴老师得知我一直在文艺社工作，便自然地提及这本搁浅多年的图书，希望我能亲自操刀，早日“玉成”其事。吴老师既是前辈，又是文坛宿将，纵横文坛几十年，在文学界具有广泛影响力，还是我的老乡，于情于理，于公于私，我都觉得有责任完成他的心愿。我答应先了解一下情况，然后与他沟通，尽自己最大努力积极推动。

吴老师在《文艺报》工作数十年，既是职业报人，又是作家和评论家，与当代许多一流作家学者过从甚密，有过大量的合作，不仅写过很多散文、评论文章，还发表过一系列著名作家学者的人物印象记，出版文学评论、散文集《梦里沧桑》《文苑随笔》《吴泰昌散文》《文学情思》《我亲历的巴金往事》《我认识的钱锺书》等20余种，其中《艺文铁话》曾获新时期全国优秀散文集奖。这些作品具有史料和文学研究的双重价值，在文坛产生很大反响，可谓成果丰硕。

为了完成吴老师的心愿，我决定先做功课，全面了解一下吴老师的生平与创作。我开始四处搜集资料，为了支持我的工作，吴老师把他手边保存的十多种著作悉数寄给我，供我参考。他的信任与支持，不仅给了我很大的动力，也给了我极大的压力。我不敢马虎，立马放下手中的活，开始认真阅读吴老师一本本大作，前后花了两个多月的时间，把作品内容大致浏览了一遍，对其主要创作成就、创作风格、创作内容和创作历程有了大致的了解。

如何完成吴老师交代的任务，交出一份让作者满意的作业，我开始了认真的思考。我想这份作业不仅要让吴老师满意，还要让读者和市场满意。对此，在认真研究其作品内容和市场的基础上，我进行了认真的思考与策划。吴老师最初的想法是以每个名人为主，出版一套书。三联书店曾为吴老师出过一套“亲历大家丛书”，包括巴金、钱锺书、朱光潜、冰心、叶圣陶等人，一人一本。通过两个月的阅读和研究，我感觉时过境迁，出版市场已经发生了巨大的变化，吴老师最初的设想已经不太合适。原因有四：

第一，完全按初版思路一人一本，内容相对单薄，而且原书系一篇篇文章汇编而成，只是不同时期文章的汇集，不仅缺少完整的体系体例，而且许多文章内容上相互

策划、编选一本有价值的书，要了解作者和作品，要了解读者与市场，要有自己的想法与创意，要有编辑的眼光和整体策划



汪修荣

重复，甚至矛盾。有些文章是特定年代写的，今天的情况已经发生了很大变化，这些文章显然已经不合时宜。

第二，图书市场已经发生了很大的变化，读者对内容的要求越来越高，希望每本书能提供更丰富更有价值的内容。如果原样出版，难以满足读者的阅读需求，无法吸引读者的兴趣。

第三，成本也是必须考虑的因素。一人一本至少要出五六本，这对出版社来说导致成本上升，而市场并不太乐观，性价比不高。

第四，照原书出版，只是简单重复，给读者提供不了任何增值服务，也不会有任何影响。对编辑来说，创意是出版的灵魂，市场与影响才是一本书追求的终极目标。

鉴于上述几点考虑，我决定把书的内容全部打散打乱，根据我对市场和作者创作的理解，重新提炼、浓缩、编选，新瓶装旧酒，“生发”出一本真正的新书来，给人耳目一新的感觉，让人感觉是一本真正意义上的新书，体现出编辑和出版社的策划与创意。

我把这个想法与吴老师做了认真坦诚的沟通，也许因为老乡的缘故，吴老师对我充分信任，一口答应，表示完全理解，让我全权处理。得到他的授权与鼓励后，我决定亲自操刀，担任这本书的策划与选编工作。

编辑是一个杂家，必须面对各种各样的挑战。编辑的劳动是一种复杂的创造性劳动，编辑的专业能力和主观能动性体现在编辑的创意与策划思路中，体现在把普通变为不普通，把大众菜做成特色菜和品牌菜的过程中，针对不同选题，有时要为作者提供创意，帮助作者构思、修改、加工书稿，有时要为作者提供选编与策划。为作者众多作品中，策划、编选出一本有价值的书，要做到以下四点：

第一，要了解作者和作品。

第二，要了解读者与市场。

第三，要有自己的想法与创意。

第四，要有编辑的眼光和整体策划。

基于这一思考，我又花了一个多月时间整理思路，提炼主题。考虑到吴老师大部分作品都与当代文坛那些著名的学者、作家有关，许多文章都是这些名家的印象记，以及他们之间的合作交往和交流探讨等，而这些名家的创作与经历又与当代文学发展史息息相关，他们每个人的经历如同一幅画，而这一幅幅画集中在一起便组成了当代文坛长长的画廊。而吴老师作为亲历者，参与并目睹了这一历史进程。这正是这本书的价值之所在。

于是，我以吴老师与众多名家交往以及印象记为主

线，分类编排，串成了一部一个人与一个时代重要作家学者的交往史，吴老师一个人的亲历以及与众多名家交往的历史，恰恰组成了个人的文学史。从某种意义上说，这也是一部当代文学史的缩影。几经筛选、调整，最后我按这个思路从大量作品中完成了选编重构任务。几经调整、完善，我把拟定后的目录发给吴老师浏览审定，很快他就来信表示十分高兴，完全赞成，认为这个编排和视角很新颖，突破了单纯的个人印象记，既是他个人的，又是众多作家学者的，也是时代的，更是属于历史的。

为了编好这本书，我和作者反复电话微信沟通。吴老师年事已高，视力欠佳，不擅长打字，经常给我发来大段大段的语音。在北方生活了几十年，他的语音已经非常接近北方标准普通话，中气很足，常常声如洪钟，热情而乐观，从这些已经北方化了的语音中依稀能捕捉到一丝故乡当涂话的韵味，让人亲切而感动。

书名也是令编辑头疼的难题。目录拟定后，发现却没有一个合适的书名。于是集思广益，起初社里编辑想了五六十个书名，都比较平庸，缺少冲击力和新颖性。在如今这个信息爆炸的时代，有时一个好的书名就可能决定一本书的生死。吴老师原来的书名很一般，编辑想的几个也不太令人满意，我觉得需要给这本书取一个既贴合内容，又有新意的书名。一段时间，我冥思苦想，想了几个书名均不满意，考虑到吴老师纵横文坛五十年，与众多作家学者交往几十年，从众多书名中，最后我确定了一个我认为比较合适的书名：《亲历文坛五十年》。吴老师听说后非常满意，我也颇为欣慰，觉得这个书名还是比较适切的，既能涵盖内容，又有广度与深度，还具有作者个人色彩，让人感觉完全是一本新书。

经过前后半年多的努力，2017年，一本散发着油墨味的精装新书正式出炉，设计精美，颇有文化气息。接到新书后，吴老师非常开心，也十分满意，认为是他迄今出版得最好的一本书。他把新书送给朋友，得到一致好评。

完成这一任务，我既欣慰，也有很多感悟。作为一个成熟的编辑，不仅要会组稿，懂策划，还要善于帮作者完成创意，甚至帮作者选编内容以及取书名，做好全方位的服务。本质上，出版就是一种文化创意与文化服务。出版无止境，对编辑来说，时代在变，市场在变，作者在变，读者也在变，唯一不变的是变化本身。只有不断学习，不断创新，因时制宜、因书制宜、因人制宜，才能与时俱进。进入AI时代，作为一种职业，编辑永远在路上。

（作者系江苏凤凰文艺出版社原总编辑）

我策划的第一本畅销书是这样诞生的

□李淑云

报选题。黄社长在听取了胡总对作品的市场判断后，批准了这个选题。

我们在版税和首印量上拿出了最大的诚意：主动提出首印5万册、版税10%的条件，想一击即中。我们都看好这本书的市场潜力。对这本书倾注了那么多热爱，我绝对无法做到和心仪的作者讨价还价。这个版税，是我从业以来签得最高的。多年后，我成为了一个成熟的编辑，依然不喜欢和作者讨价还价，但遇到困难时，我会主动寻求作者帮助，以较低的价格签下稿子，这并非是有意压榨作者，而是为了留足营销空间或者把更多资金投入印制。

2012年5月，我们双方签订了出版合同。除了《欢乐颂》（三季），我们还签下了阿耐的《都挺好》《不得往生》（电视剧改名为《风吹半夏》）。我的第一次策划签下的三本小说，后来都成了爆款电视剧。

在思考图书形态时，我想到了一个点子：将连载期间读者的精彩评论收录进书中，放在每一章节之后。《欢乐颂》在晋江文学网和阿耐博客连载时，有众多读者追捧，评论区不乏高质量的讨论和见解。我觉得这些评论本身就是作品魅力的延伸，甚至有网友留言说“评论也是《欢乐颂》的一部分”。我向阿耐提出了这一设想，她听后非常认同。阿耐表示，读者的这些评论给了她继续写作的动力。为此，阿耐把她晋江文学网账号的用户名和密码都告诉了我，我终于实现了很多粉丝在评论区的高频留言“钻进作者大大的存稿箱”。我登录阿耐的晋江账号，逐条浏览评论，筛选出有代表性的评论，然后将它们一一复制粘贴到书稿相应章节之后。现在回头看，初版《欢乐颂》的装帧设计真是非常一般，唯一可取之处或许就是收录了那些读者评论。

图书出版后，阿耐在她博客上写了这么一段话：“我在写《欢乐颂》时候经常说，这篇小说要与评论一起看，映照着看，不看评论是一大遗憾。幸好，编辑好姑娘也认同我的意见。于是有史第一次，网友们的评论与我的文字一起印在书上，终于满足了我这个网络作者出书以来一直心存的一个愿望。曾有采访问我，为什么热衷网络写作。我的回答是，喜欢与网友的即时交流。我在写作时单纯投入的是性情，而网友们待我也以单纯的性情。因此不免彼此有一拍即合，也有龃龉破裂，各种七情六欲，但都是性情自然流露。这就是网络写作与网络阅读的魅力。”

因为很爱这本书，所以，最早的营销活动是在签合同的当

月。那时候，我还没有“营销”这个概念，完全出自本能，就是想让自己喜欢的书被更多人知道。阿耐的读者当时不算很多，但黏性很强，于是我挨个给豆瓣上标记过阅读阿耐作品的用户发送豆邮，告知他们《欢乐颂》即将出版的消息。2012年5月29日，我收到了一封豆邮，对方说她是当当网的图书采购，可以重点谈。2012年8月，我在豆瓣上建立了阿耐的小组，至于建阿耐Q群和微博上的书友会，我忘记时间了。由此，我认识了一些阿耐的粉丝朋友，他们热心地给图书写评论，宣传这本书，有个粉丝是报社的，《欢乐颂》上市后，她做了一个整版。更别提我因发豆邮而结识的当当网采购的粉丝，在电视剧开播前，她对图书的销售起了至关重要的作用。

我们给当当网做了《欢乐颂》签名版，还有独家赠品，一个粉色的笔记本，当当网采购了3000套（一套3册）。2012年11月图书上市后，《欢乐颂》的海报在当当网首页呈现。这是我后来十几年，再也没有遇到的殊荣。图书上市当月，当当网销售了1000余套。这个销量，当时的我觉得不尽如人意。但其实，我现在努力做的图书，基本上也达不到这个月销售量。

2016年，《欢乐颂》电视剧大爆，销售顶峰时，一个月开卷监控超过5万套。电子书热销，收入数百万元；有声版权出售给中央人民广播电台；图书版权输出到韩国等。《欢乐颂》入选2016年度“大众喜爱的50种图书”。

我属牛，那时候，可能真有“初生牛犊不怕虎”的勇气。入行之初就成功做了喜欢的作者的编辑，这在很长一段时间内都激励着我。为喜欢的人和喜欢的书付出，真的太幸福了。在和阿耐的多年交往中，阿耐亦不时提点我为人处世，对我帮助很大。后来我回望这次经历，都不敢相信自己竟然拥有过那么好的运气。

稍微有点阅历后，我才明白，整个策划中，关键人物不是我，而是当时的总编辑胡焰和社长黄立新。面对一个年轻新编辑的选题汇报，胡焰总编辑第一时间看原稿，不到一周时间看完近百万字。黄社长和胡总编果断决策，在稿酬上以最大的诚意打动了作者。我不敢说自己是千里马，但他们肯定是我伯乐。

在这本书之后，我经历了一些低谷。我在想，或许人生的运气守恒，我已经拥有过那么好的运气，所以，后面的日子哪怕付出很多收获很少，我也能坦然面对。在走出那段低谷后，好像默默的努力又积攒起来了一些好运，于是，又有了新的好书的故事，就今后再分享吧。

（作者系四川人民出版社编辑）