

不利影响,我们的出路在何方呢?在我们的能力范围之内,我们又能做些什么呢?

也许,善于策划市场、引导读者阅读倾向,不失为一条值得探索的道路。

在市场经济条件下,营销的观念可以说是放之四海而皆准。现在有人提出,一个好的编辑是不仅能策划选题,还应能够策划市场、引导读者的阅读倾向。如果我们能善于应用整合营销手段,还是能够引起读者对于科普图书的阅读期待,进而去购买优秀的科普图书。《宇宙简史》、《时间简史》等书的风靡全国也表明,我们的国民不是不热爱科学,也不是不对科普图书感兴趣,只要科普图书编辑们善于策划市场、引导读者的阅读倾向,科普图书也可以成为畅销书。

以湖南科技出版社出版的《世界是平的》为例,该书之所以成功,其中营销的作用功不可没。该书在出版之前,该出版社就进行了明确的读者群划分和市场定位,而且非常注重“世界是平的”这个观念和思想的推广,通过不同渠道进行概念传播。他们对其市场、价格、品牌识别等各方面进行了认真研究,联系IBM公司联手举办营销宣传,以多种方式提升读者的阅读期待;等到该书上市之后,又通过报刊、网络、电视等多种媒体进行宣传,在全国范围

组织各种各样的推介活动。

随着我国国力的进一步增强、社会的进一步发展、人民生活水平的进一步富裕,人们的阅读观念和阅读品位必然会有所提升。“百家讲坛”即为一例,这一二年来在全国可以说是炙手可热,但这一栏目在四五年前也曾面临着学术品位与大众口味难以调和的发展瓶颈,甚至有过零收视率的惨痛经历。当前,中华民族的伟大复兴促使国民重新审视了我们的优秀文化传统,这就有了《〈论语〉心得》等书的畅销。我们可以期待,在自主创新、科教兴国的大环境下,国民的科学文化阅读观念必然会有一个提升。所以,对于科普图书出版的未来,我们不应该悲观,我们应该善于利用现有的各种资源来引导读者的阅读倾向。

参考文献

- [1]《全国国民阅读与购买倾向抽样调查报告(2006)》,中国出版科学研究所《全国国民阅读与购买倾向抽样调查报告》课题组编,中国出版科学研究所,2006.
http://www.chinapublish.com.cn/zjj/yddc/2006yd/200701/t20070110_8755.html.
- [2]吴海鹰.又到世界读书日[N].中国图书商报,2006-04-21.
- [3]周国清.如何使畅销书到渠成——从《世界是平的》看畅销书运作之道[J].编辑学刊,2007(5).

• 科普动态 •

“科普作品网络推介”平台完成改版

“科普作品网络推介”平台由中国科普作家协会组织、设计,利用网络的开放性特点和传播优势,开展科普作品的推介活动。该网页位于中国科协网站(<http://www.cast.org.cn>)社会服务平台中的“科普资源共享平台”,2007年7月25日正式开通试运行,2008年1月完成改版工作。截至2008年3月底,网站已收录科普图书1500部、科普奖项介绍6种、科普作家介绍109人、出版社182家以及各类书评、新闻、消息等130余篇,点击率约75500人次。

本刊编辑部