

编辑素养对出版业新质生产力的促进作用

——以《考古手记》到《“南海 I 号”船说》为例

董婷婷

(广东教育出版社, 广东 广州 51000)

摘要: 本文以优质电视节目《考古手记》成功转化为畅销书《“南海 I 号”船说》为案例, 旨在深度剖析媒介融合时代编辑核心素养对出版业新质生产力的促进机制。优秀编辑在新质生产力的培育中, 扮演着“把关人”“议程设置者”与“文化资本转换者”的三重角色。通过对该项目从顶层设计、内容重塑到整合传播的全链条复盘, 本文具体阐释了编辑的资源整合、政策执行与战略规划素养如何驱动一个出版项目实现社会效益与经济效益的双赢, 并最终提出一条立足存量资源、发挥图书深度媒介特性、服务国家文化战略的高效能出版路径, 以期为我国出版业产品转型升级和人才队伍建设提供参考。

关键词: 编辑素养; 高效能; 新质生产力; 产业转型升级

一、引言

2023年, 习近平总书记在黑龙江等地考察调研期间, 多次提出“加快形成新质生产力, 增强发展新动能”^[1]。为我国经济高质量发展指明了方向, 也对包括出版业在内的文化产业提出了转型升级的时代命题。新质生产力是由技术革命性突破、生产要素创新性配置、产业深度转型升级而催生的当代先进生产力, 它以劳动者、劳动资料、劳动对象及其优化组合的质变为基本内涵, 以全要素生产率提升为核心标志^[2]。在构成生产力的基本要素中, “人”始终是决定性的力量。对于知识密集型的出版业而言, 编辑作为内容生产链条上的关键组织者和核心驱动力, 其职业素养与能力边界, 直接关系到整个行业能否挣脱传统增长模式的束缚, 迈向高质量发展的新阶段。因此, 深入剖析顶尖编辑的成功实践, 提炼其在新时代背景下的关键素养, 对探索行业创新范式、总结有效规律显得尤为迫切和重要。本文在此背景下, 选取了将优质电视节目《考古手记》成功转化为畅销图书《“南海 I 号”船说》的典型案例, 旨在深度剖析编辑如何在资源整合、政策解读与战略规划等层面, 展现出与新质生产力内在要求同频共振的核心能力。

二、编辑素养与新质生产力的关系

(一) 编辑的素养

在今天的出版业中, 编辑的素养已远非指向某几项孤立的专业技能。它更多地指向一种整合性的专业精神与实践能力。这种素养的根基, 无疑是编辑在长期实践中沉淀下来的核心技艺——对选题的敏锐嗅觉、对资源的调度能力、严谨的案头功夫以及有效的社会沟通。

然而, 在新质生产力发展的语境下, 这些传统技艺必须被注入新的灵魂。编辑工作不再仅仅是为社会筛选信息, 更是在主动地参与文化建构。一种内化于心的文化责任感与价值判断力, 即对主流价值观的深刻理解和对社会思潮的准确把握, 成为了这项素养的内核。当前

作者简介: 董婷婷 (1991-), 女, 硕士研究生, 中级职称, 研究方向为编辑出版。

技术变革正以前所未有的力度重塑着内容生态，编辑若固守于传统的工作半径，无异于刻舟求剑。所以，不断提高结合数字出版的能力、大数据环境下的信息整合能力、互联网经济模式下的营销能力以及知识分享时代的学习能力^[3]。便构成了编辑素养体系中不可或缺的时代维度。

（二）新质生产力的内涵

新质生产力是创新起主导作用，摆脱传统经济增长方式、生产力发展路径，具有高科技、高效能、高质量特征，符合新发展理念的先进生产力质态^[4]。这个“新”意，即以创新为第一驱动力。在出版业中，创新同样是其高质量发展的本质特征与核心动力，是基于新发展理念的出版业高质量发展目标的第一向度^[5]。

习近平总书记提出的“着力推进发展方式创新”与“深化人才工作机制创新”，为出版业指明了实践这一核心动力的两个基本方向。在发展方式创新上，它要求出版业超越传统的生产环节，积极寻找绿色可持续的产业生态，努力形成“一份内容、多态传播”“一条创意、多款产品”的立体化、全方位出版格局^[6]。而在人才工作机制创新上，则要求从业者，特别是编辑，必须主动提升专业素养，通过盘活内容数据资产、融合新技术、创新内容业态，来驱动行业的深度转型，强调以创新、协调、绿色、开放、共享为核心理念^[7]。

（三）编辑素养对新质生产力的促进作用

出版业的高质量发展，其本质考验的是如何将人才、技术、数据等关键要素进行系统性的组织和有效的市场转化。编辑，正是这个过程中最重要的人才环节与创新根基。编辑素养的提升，并非简单依赖于外部技术的迭代，而是一种内在能力的积累与拓展，它驱动着编辑不断探索新质生产力在出版领域的实践模式。

编辑的素养体系中，有三个方面与新质生产力的培育关联最为紧密，它们分别是：资源整合素养、政策理解与执行素养以及战略规划素养。资源整合素养体现在编辑能够凭借敏锐的洞察力，发现具有潜力的选题，利用合适的契机，通过创意与创新的手法将其转化为广受欢迎的产品，同时注重成本效益分析，通过优化资源配置达到节约成本的目的，提高整体效益；政策理解与执行素养表现为编辑深入理解国家政策的核心精神与具体要求，确保编辑内容准确传达政策意图，将国家核心价值观融入出版物中，使之成为传递正能量的有效载体，并增强民众的文化认同感与民族自豪感，利用出版物提升国家形象，扩大文化影响力；战略规划素养表现在编辑能够根据市场需求制定营销策略，设计环环相扣的系列活动，形成连续的品牌曝光效应，增强市场影响力；在此基础上，编辑通过活动来回馈社会，展现企业的社会责任感，提升品牌形象，并对营销活动进行效果监测与评估，根据反馈调整策略，持续优化活动方案，确保活动能够精准触达目标受众并获得良好反响。

从传播学和文化研究的理论视角来看，这三种素养深刻地对应了编辑在媒介融合时代作为“把关人”的价值发现能力、作为主流文化“议程设置者”的社会责任感，以及作为“文化资本转换者”的市场洞察力。下文将围绕这三个维度，结合案例探讨其如何有效提升出版产品的质量与市场竞争力，进而促进新质生产力的发展。

三、案例分析

（一）项目背景

《“南海 I 号”船说》的作者魏峻教授是复旦大学文物与博物馆学系的研究员，享有国务院政府特殊津贴，并被中宣部评为“四个一批”人才。他的《千帆远渡天下商》讲座作为中央电视台《百家讲坛》考古手记系列节目的一部分，以其独特的讲述方式和深厚的专业知

识,生动讲述了南海I号打捞的故事,深受观众喜爱。然而,尽管这档电视节目深受观众喜爱,但受制于电视媒介线性传播和转瞬即逝的特性,观众难以进行沉浸式的品味和深度的信息回溯。节目中图片的快速滚动播放,使得那些喜欢深究历史细节的观众难以满足。作为一档讲故事的节目,为了保持叙述的流畅性,许多精彩的细节和背后深远的意义都被省略了,特别是我国的诸多成就及其对世界的影响,往往因为故事的紧凑呈现而未能充分展现。正是这种媒介特性带来的遗憾,为深度阅读的图书出版创造了天然的市场空间。

编辑在此背景下积极与魏峻教授合作,策划重组内容,推出了《“南海I号”船说》一书。该书不仅成为研究“宋代海丝贸易”和“中国水下考古”的权威著作,还展示了中国造船史、航海史、物产史及海上丝绸之路贸易史的最新成果,成为读者深入了解中国考古与阳江旅游资源的经典之作。

(二) 产品转化过程

面对一个具有良好观众基础但媒介特性存在局限的电视节目资源,编辑团队并未采取简单的文稿移植,而是启动了一套系统性的、分阶段执行的产品转化流程,旨在通过深度编辑劳动,将其重塑为一本兼具社会价值与市场竞争力的精品图书。

1. 设计思路: 锚定国家文化战略, 前置出版势能

在项目策划的初始阶段,编辑团队的核心工作是进行精准的宏观定位,将选题主动融入国家文化发展的大局。这一阶段的行动并非感性的判断,而是基于严谨的文本研究和政策对标。团队首先深入研读了国务院办公厅发布的《“十四五”文物保护和科技创新规划》,其中明确将南海I号的保护利用与展示传播列为重点任务,这为图书的出版提供了直接的政策依据。同时,编辑将策划思路紧密围绕习近平总书记在2013年提出的21世纪海上丝绸之路战略构想,以及他在2020年中央政治局第二十三次集体学习时强调的要高度重视考古工作的核心精神。通过将这些宏大叙事与图书内容进行有机勾连,编辑不仅确立了本书高远的立意,更是在项目启动之初便为其注入了强大的政策势能和社会关注预期,确保了其在后续环节中能够师出有名,占据价值制高点。

2. 内容重塑: 整合多元学术资源, 精耕文本内涵

编辑在内容生产环节的核心任务,是将其从电视节目的听觉语言向图书的书面语言进行创造性转化。团队采取了存量激活,增量开发的策略。一方面,以深受观众喜爱的《百家讲坛》讲稿为基础框架,完整保留了魏峻教授生动晓畅的叙事风格。另一方面,针对电视节目因时长限制而无法展开的细节,进行了大量的增量工作。编辑团队邀请了多位相关领域的文博专家参与,对一手考古资料进行严谨的整理、考证与辨伪,确保了学术上的硬度。为了拓展叙事深度,书中还系统性地引入了海南华光礁I号宋代沉船、辽宁绥中三道岗元代沉船、福建平潭大练岛一号元代沉船等重要考古实例作为参照系,并严格遵循学术规范,对所有数据、史料、专家观点及图片来源均进行明确标注。这一系列操作,旨在将一本面向大众的电视讲稿,升格为内容扎实、信息丰富且能长久流传的知识产品。

3. 整合传播: 构建多维营销矩阵, 实现双效共赢

在图书制作完成后的营销推广阶段,编辑团队摒弃了单一渠道的传统宣发模式,策划并执行了一套立体化的整合传播方案。在线下,团队以“学术引领,公益普及”为思路,组织了一系列高规格的文化活动。这其中包括邀请作者与海洋考古专家李庆新、崔勇等,在广东社会科学中心举办“岭南文化新讲第24讲:大航海——‘南海I号’与海上丝绸之路”的深度对谈;并邀请作者做客广东省立中山图书馆“中山讲堂”第333讲,面向公众进行专题解读。为突破地域限制,这些线下活动均由三家文博机构的官方平台进行同步在线直播,据统计,线上观看人次超过1.9万,微博端观看人次超过6.6万。与此同时,团队主动与主流

媒体联动,《光明日报》《中国文物报》《中国新闻出版广电报》等13家权威媒体对活动和图书进行了报道,累计阅读量超过45万次。最终,通过积极申报,本书成功入选2024年“中国好书”推荐书目(1-2月),并荣获广东省出版集团2023年度好书奖。这一系列环环相扣的传播举措,成功将图书的社会影响力扩散至多个圈层。

(三) 成功因素分析

《“南海I号”船说》的成功并非孤例,其背后是编辑团队在新质生产力要求下,对核心职业素养的一次系统性实践。整个项目的成功,始于对项目的长远规划。编辑团队并未将此书局限于一个普通的考古选题,而是通过主动对标一带一路倡议和国家文物保护规划,将其提升至服务国家文化战略的高度。这种高维度的定位,不仅为图书赢得了天然的政策势能,更从根本上定义了它的价值格局,这正是新质生产力强调以创新理念引领高质量发展的核心要义。

在这种宏观战略的指引下,卓越的资源整合能力成为了项目推进的中枢引擎。编辑在此项目中扮演了关键的链接者角色。对内,他高效激活了电视节目的存量内容,并通过引入专家团队进行增量开发,在控制成本的同时实现了价值的倍增。对外,他巧妙地将作者的学术资本、地方的文博资源与媒体的传播网络编织在一起,形成了一股强大的市场合力。这种对生产要素的创新性配置与高效重组,正是新质生产力理论在出版实践中的生动写照。

而将战略规划与资源整合最终落地的,则是贯穿于内容生产和市场推广全过程的、精准的政策理解与执行能力。无论是在内容上对国家考古精神的准确转译,还是在营销上通过公益讲座、主流媒体联动等方式将一次图书推广升格为一场公共文化事件,都体现了编辑对社会效益的优先考量。这种坚持以社会价值引领市场价值的路径,深刻回应了新质生产力对于可持续、高质量发展的内在追求,最终实现了经济效益与社会效益的和谐统一。

四、结论

通过对上述案例剖析可得知,编辑之所以能够持续创造高效能的文化产品,其核心在于他们能够将自身的专业素养与时代发展的脉搏紧密结合。随着技术的发展,编辑的个体创造性与战略决策能力将愈发成为出版业最宝贵的资产,他们应承担文化资源的整合者、国家政策的转译者和市场战略的规划者的角色,这些从资源整合、政策理解到战略规划的全方位能力,正是出版业培育新质生产力的关键所在,也是未来培养顶尖编辑人才的核心方向。

参考文献:

- [1] 习近平.牢牢把握在国家发展大局中的战略定位 奋力开创黑龙江高质量发展新局面[N].人民日报,2023-09-09(1)
- [2] 中央财办有关负责同志详解2023年中央经济工作会议精神[N].光明日报,2023-12-18(1).
- [3] 杨万庆.新时代编辑人才素养及增强路径刍议[J].出版科学,2018,26(06):30-32.
- [4] 习近平.发展新质生产力是推动高质量发展的内在要求和重要着力点[J].求是,2024,(11)
- [5] 方卿,张新新.出版业高质量发展目标之创新发展——以新质生产力推动出版业高质量发展[J].编辑之友,2024,(02):29-35+53.
- [6] 张馨宇.出版集团老总眼中的2024.中国出版传媒商报,2024-01-05.
- [7] 王炎龙,黄婧,王子睿.新质生产力赋能出版业的质态、要素与体系研究[J].中国编辑,2024,(04):22-28.

The Role of Editorial Expertise in Fostering New Quality Productive Forces in the Publishing Industry

—A Case Study on the Transformation from *Archaeological Notes* to

The Nanhai I Shipwreck

DONG Tingting

(Guangdong Education Publishing House, Guangzhou, Guangdong 51000, China)

Abstract: This paper presents a case study on the successful transformation of the high-quality television program *Archaeological Notes* into the bestselling book *The Nanhai I Shipwreck*, aiming to provide an in-depth analysis of how editorial expertise fosters new quality productive forces in the publishing industry within the context of media convergence. It argues that distinguished editors play a threefold role in cultivating new quality productive forces: as "gatekeepers" "agents" and "converters of cultural capital." By systematically reviewing the entire project chain—from top-level design and content reshaping to integrated communication—this study elaborates on how an editor's competence in resource integration, policy execution, and strategic planning drives a publishing project to achieve a win-win outcome in both social and economic benefits. Ultimately, it proposes a high-performance publishing model that leverages existing resources, capitalizes on the unique in-depth nature of books as a medium, and serves national cultural strategies, offering a valuable reference for product transformation, industrial upgrading, and talent development in China's publishing industry.

Keywords: Editorial Expertise; High-Performance; New Quality Productive Forces; Industrial Transformation and Upgrading