

鲑书03

名人书浅规则

在资讯爆炸的年代，只靠名人已经不足为卖。名人书进入精耕细作阶段。

李鲑◎著



世界图书出版公司

名人书浅规则

李鲆◎著



世界图书出版公司

北京·广州·上海·西安

图书在版编目 (CIP) 数据

名人书浅规则 / 李鲟著. —北京: 世界图书出版公司北京公司, 2014. 2

ISBN 978-7-5100-7273-4

I. ①名… II. ①李… III. ①图书出版—出版工作—中国 IV. ①G239.2

中国版本图书馆CIP数据核字 (2013) 第 298213 号

名人书浅规则

著 者: 李 鲟

责任编辑: 于 彬 陈俞蓓

出 版: 世界图书出版公司北京公司

出 版 人: 张跃明

发 行: 世界图书出版公司北京公司

(地址: 北京市朝内大街137号 邮编: 100010 电话: 010-64038355)

销 售: 各地新华书店

印 刷: 北京博图彩色印刷有限公司

开 本: 880 mm × 1230 mm 1/32

印 张: 5.5

字 数: 100千

版 次: 2014年2月第1版 2014年2月第1次印刷

ISBN 978-7-5100-7273-4

定价: 32.00元

版权所有 翻印必究

(如发现印装质量问题, 请与本公司联系调换)

自序

先浅再深，先不犯错再去创新

1

如果您对畅销书感兴趣的话，您可能会发现这样一个现象：绝大多数畅销书，其作者都是名人。

知名出版人金丽红说过这样的话：“尽管名人并不都能写书，写的书并不全都是畅销书，但必须承认，图书销量与作者的社会知名度是成正比的，名人的书在总体上要比非名人的书好卖。”

这就是我写这本书的原因。作为畅销书的研究者，专门写一本书来谈名人书，简直是顺理成章、不可避免的。

2

开始书名想用《名人书的逻辑》，最后还是决定叫《鲋书03：名人书浅规则》。这并不是为了和《畅销书浅规则》、

《畅销书营销浅规则》成一个系列，而是我越来越清楚地认识到，身为书业观察者而非实操者，我所能总结出的一二三四，距离真正的业内高手差得远呢。

我所能做的，其实是总结一个基本的规则，容易理解、容易执行，照此操作就不容易犯错误——我得说实话，我目所能及的书，包括一些有名的、畅销的书，也往往会存在这样那样的错误。没错，您策划编辑的这本书卖到了30万册，但它依然有着致命的错误，如果没有这些错误，它应该能卖到50万、100万册啊！

有了明确的规则，绝大多数编辑都可以做到少犯错误、不犯错误。我以为，这就是“浅规则”系列的价值所在了。

如果您属于有天赋、足够努力的少数人，您就可以在规则之上去创新，做到优秀、卓越，成为业内大家。那就完全可以不必看这本书了。

但是，我们常常见到的是，为了创新而创新。根本不懂得规则是什么，就号称自己去创新，结果，常常是犯了无数低级错误，毁掉了一本原本应该有市场的书。

我的建议是，先浅再深，先不犯错再去创新。

3

肯定有人要问，既然是“鲚书03”，怎么不见“鲚书01”、

“鲑书02”？还会有“鲑书04”、“鲑书05”……吗？

第一个问题，《畅销书浅规则》就是“鲑书01”，《畅销书营销浅规则》就是“鲑书02”。这两本书再版时会重新装帧设计，成为一个系列。

第二个问题，会有的。初步的计划，2014年还会出版《鲑书04：书评的逻辑》、《鲑书05：买书的逻辑》。我会持续关注、研究出版的各个环节与细节，与大家分享心得。

4

上面说了，我毕竟只是书业观察者而非实操者，“浅”是在所难免的。要想做到更专业，就需要真正的专家了。

所以，我也在同时策划主编一套“新出版”书系，广泛联系业内大家，特别是在某个领域卓有成就的操盘手，请他们来介绍各自的经验。不要复杂精致的理论，要的是实用。

“新出版”会关注出版内容和品质，同时更关注包装、营销和推广；关注出版行业的特殊性，同时用商业逻辑观照出版产业；关注图书本身，同时探讨更多的可能性，包括形式创新和更多的赢利模式。

我相信，“同时”后面的那些内容，是当下出版业所匮乏的，也是必需的。

5

在您拿到这本书，看到这些文字时，按照我们的计划，《新出版01：编辑是一门正在创新的艺术》应该同步上市了。

这是一本选集，选入了28位出版人以及相关的作者、媒体人对出版的思考与实践。

书名灵感来自《编辑是一门正在消逝的艺术》，我是反其意而行之。

我愿意把这个书名当做对“新出版”的诠释：编辑这门艺术，从来不曾消逝，只是在不断创新。

悲观无用，叹息无用，墨守成规亦无用。

顺应时代，不断创新，才是正途。

目录

Contents

自序：先浅再深，先不犯错再去创新

第1章 名人书的前世今生

003 · 说名人，谁是名人？

005 · 先吃螃蟹者：味道好极了

008 · 出名了，赶快出书吧！

011 · 只靠名人已经不够了

第2章 名人书的七大类别

015 · 全面记述生平的传记

017 · 名人自述兼行业记录

019 · 圈内人或身边人的爆料

021 · 文本价值较高的文学创作

- 024 · 各个领域的实用之书
- 027 · 以图为主的明星写真书
- 029 · 根据名人经历创作的小说

第3章 精耕细作：名人书的出路

- 033 · 确定人选：真正有分量的名人
- 036 · 市场定位：尽可能大的读者群
- 039 · 选题策划：最好突出实用价值
- 042 · 品牌运营：合理规划，长期开发

第4章 “搞定”名人的11种武器

- 047 · 开出高版税
- 049 · 打好友谊牌
- 051 · 塑造自身品牌
- 052 · 做出高品质
- 054 · 成为最懂他的人
- 057 · 提供贴心服务
- 059 · 营销也是优势
- 060 · 给予足够尊重

062 · 专业是一种力量

064 · 找准兴奋点

066 · 从草根开始培养

第5章 制作名人书书名，就这么五招

071 · 将人名嵌进书名

073 · 强调唯一性

075 · 实现品牌移植

077 · 以创意打动读者

079 · 用人名改造熟语

第6章 名人书装帧设计，有六条法则

083 · 在封面上印名人照片

086 · 封面设计突出作者名字

090 · 在封面上印手写签名

092 · 突出系列品牌

094 · 做高端版本

096 · 做极简设计

第7章 引译外版名人书，谨防水土不服

101 · 重新制作本土化书名

104 · 寻找人物之外的卖点

106 · 务必介绍人物背景

109 · 不妨试着“傍大款”

第8章 利用名人资源做好营销

113 · 人脉资源

115 · 粉丝资源

117 · 媒体资源

118 · 脑力资源

119 · 其他资源

第9章 寻找最合适的时机上市

123 · 结 婚

125 · 婚 变

127 · 死 亡

129 · 影视热播

133 · 获 奖

第10章 名人书浅观察

137 · 对！这就是杨澜！

140 · 倪萍：从日子到画日子

143 · 柴静何以被“看见”？

147 · 想畅销？去挨鞭子吧！

150 · 莫言为什么卖不过郭敬明？

153 · 饶雪漫为何不转型？

157 · 盖尔布莱斯，你是谁呀？

跋：唯有感谢 李铎 · 161

第1章

名人书的前世今生

尽管名人书这个词频频出现在媒体上，但对名人书并没有严谨的定义。

综合出版界人士的观点，名人书的定义有狭义和广义两种：狭义的名人书是指以名人为署名作者的图书；广义的名人书则指一切与名人有关的、以名人作为主要卖点的图书。

简单地说，名人写的书、写名人的书，就是名人书。

说名人，谁是名人？

在《畅销书浅规则》里，我提出了一个关于畅销书的“3214法则”：一本书能不能卖得好，除不可测因素外，作者（或主人公）的知名度点占30%，主题（写的是什么）占20%，品质（写得怎么样）占10%，其余40%是出版商的编辑策划营销功能。

这当然只是一个粗糙的标准，但它说明了一个浅显的道理：从营销角度来说，如果作者（或主人公）足够有名，那他就是一本书的第一卖点，就是最重要的购买理由。

也就是说，名人书是最容易畅销的类别。

接下来的问题是，该怎样定义“名人”？

按照百度百科的解释，名人是指“著名人物，又可称为名流（Celebrity）。日语中的名人，泛指各行各业中能力超群而备受景仰的人物”。

相对于百度百科，日本畅销书推手井狩春男对名人的看法

显然更为宽泛和准确。他说，“歌手、演员、运动选手、话题人物、政治人物，当然也包括作家，都属于‘名人’的行列，或者说，不论任何职业或任何理由成名的都无所谓。”

不需要你跻身名流，令人景仰，只要你比较知名（不一定著名），那你就是名人。

照此定义，名人并不只是政治人物、影视明星、电视节目主持人、商业巨子等“名流”，网络红人、微博大V甚至某个热点新闻的当事人，也都是名人。

曾在新加坡被施以鞭刑的美国坏小子费尔，曾在榕树下写《死亡日记》的陆幼青，曾在各论坛上摆出各种S造型的芙蓉姐姐，以及在微博上活跃的作业本，都是名人。

先吃螃蟹者：味道好极了

1995年，赵忠祥出版《岁月随想》（上海人民出版社，1995年12月版），畅销百余万册。这通常被认为是出版界的一个标志性事件，名人出书热由此一发而不可收。时至今日，国内大大小小的名人几乎被一网打尽，而且不少人是一出再出，不断登上畅销榜。现在如果说哪位名人没有出过书，大家甚至会对他产生怀疑：连书都没出过，算哪门子名人啊？

但最早出书的名人并不是赵忠祥，而是刘晓庆——早在1983年，刘晓庆就出版了自传《我的路》，以14种版本在国内外发行；随后又先后出版了《艺术与爱情》、《路程》、《我这八年》等多部著作。1995年，《我

岁月随想



作者：赵忠祥
出版社：上海人民出版社
出版时间：1995年12月
定价：19.00元