刘楚昕《泥潭》为何8天预售30万册？

■中国出版传媒商报记者 陈 麟

近日，90后青年作家刘楚昕创作的小说《泥潭》凭借漓江文学奖虚构类奖一举成为舆论焦点，其后续在当当平台的营销表现更是亮眼，为出版行业带来诸多思考。

在漓江文学奖获奖现场，刘楚昕追忆去世女友的真挚感言，让无数读者为之动容。5月31日，刘楚昕通过漓江文学节官方微信公众号发表致谢信，字里行间满是对读者期待的感恩与对打磨作品的执着。

如今，这本承载着作者心血与读者厚望的《泥潭》，由漓江出版社精心打造，于6月12日在当当开启独家预售，上市8小时预售破5万册，首日即达10万册，8天累计售出30万册，这一成绩在纯文学作品领域堪称惊艳。本报记者第一时间采访漓江出版社与当当相关负责人，揭开《泥潭》从创作到预售的全历程。

揭秘《泥潭》的出版过程

刘楚昕小说作品《泥潭》所获得的漓江文学奖创设于2023年，第二届以《在路上》为主题，源自漓江社1990年在国内首译出版的全译本书名，“我还年轻，我渴望上路”的宣言则赋予赛事青春活力。该届奖项要求参赛作品为未授权出版的原创作品，吸引众多文学新人。

漓江出版社相关负责人透露，为了让《泥潭》更好、更快地与读者见面，既要抢抓时间赶进度，又要尽可能保障有更好的阅读体验，该社抽调了骨干编辑和相关人员组成专班，还邀请了社外资深文学编辑参与审稿。在此过程中，既要全方位协同做好书稿的提升完善，又要衔接好编审校、装帧设计、印制、宣发等配套工作，特别是要打破常规调整优化一些工作机制。

在编校方面，由总编辑牵头，3位编辑协同编稿，与作者讨论修改，校审团队全员加入保障编校质量；装帧设计方面，邀请多个团队的资深设计师操刀，最终选定的封面方案采用了我国著名剪纸艺术家乔晓光的作品，以在泥潭中挣扎的人来呼应小说的寓意。

此前，刘楚昕曾公开表示，面对广大热心读者的热切关注和期待，既“倍感温暖”，也“压力巨大”，“回到书桌前”“专注文字”，用更好的作品回报大家的厚爱是他最紧迫的事。漓江出版社相关负责人表示，打磨好书稿是作者和漓江社的共识。在对《泥潭》修改优化的过程中，作者对文学创作的独特认知和艺术构想，是最主要的驱动力。当然，评委、专家和出版社的一些建议，也为作者优化作品提供了思路。

当当缘何拿下《泥潭》独家预售权？

对于《泥潭》这样一本未出版即爆火的作品，取得独家预售权绝不是简单的事情。在漓江文学奖颁奖典礼结束后的第15天，《泥潭》独家预售权被当当拿下。

当当相关负责人在采访中坦言，最初关注到《泥潭》，是被作者的亲身经历和背后的故事深深打动，于是联系了图书出版方漓江出版社。除了让读者落泪的“越过山丘，却发现无人等候”的故事外，当当还看到一个文学新人坚持写作20年，6年改稿，从50万字删减到13万字，坚持做“文学最热忱的守护者”（引自刘楚昕致谢信）。

据悉，刘楚昕二十年如一日坚守文学创作之路，为了这部作品历经6年精心打磨，即便此前从未有过正式发表经历，却始终怀揣对文学的赤诚之心。

这种纯粹而坚定的文学信仰，与当当多年所坚持“为好书找到读者，让好书和好作者有好回报”的使命不谋而合。当当希望成为文学创作者的坚实后盾，成为文学作品与读者之间的桥梁，正是这份对文学的共同坚守，促使当当果断争取《泥潭》的独家预售权。

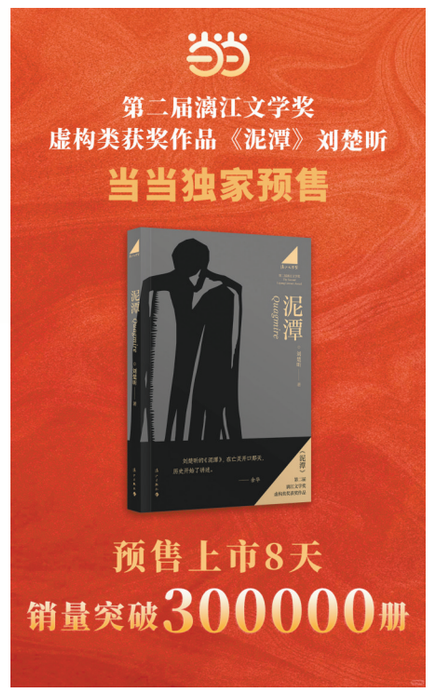
“刘楚昕的《泥潭》关注度极高，很多读者都期待先睹为快，也有一些平台和团队表示愿意一起做好新书预售首发等工作。”漓江出版社相关负责人表示，他们与作者达成共识，并没有在热度最高点开启预售，而是尽量留足打磨作品的时间，同时也想让广大读者将关注点回归到《泥潭》本身。最后，选择了独家预售的方式，主要还是为了避免出现乱价、盗版、无货源链接等问题。

《泥潭》有怎样独特的营销策略？

在竞争激烈的新书预售市场中，当当联合漓江出版社为《泥潭》制定了一套全方位、立体化的营销策略。

漓江出版社在预售阶段准备了一批刘楚昕的视频素材、试读样章、金句等宣传物料，当当提前拿到出版社提供的图文、视频素材，除通过当当APP开机屏、专题等自持流量曝光，还与抖音平台推出联合首发，联系上千位推广人做内容推广，并在全渠道当当旗舰店重点展示。

在社会化媒体营销方面，针对《泥潭》在抖音、小红书、微博、公众号等平台引发广泛关注，当当精准出击，顺势在这



些内容场域全面推动内容发布，通过直播、自播、达人分发以及视频投流等方式，精准召回关注热点的读者。

同时，当当APP充分发挥其庞大用户社群的优势。依托150多万人的顾客社群，开展多轮预热活动和预售消息发布。当当平台上传统纯文学爱好者众多，通过社群发布后得到了热烈回应，读者对作品的期待达成了良好的口碑传播效应。

而在天猫和拼多多等卖场，当当作为独家预售店铺，同样表现亮眼。比如通过做好搜索置顶，优化搜索关键词，确保《泥潭》在搜索结果中处于前列，精准承接搜索流量。同时，通过专业客服答疑，为读者提供精准高效的服务。此次预售，当当借助多平台店群的优势，让不同平台的读者都能第一时间便捷购买到《泥潭》，极大节省了读者的比较和决策时间。

值得一提的是，为了保证预售的顺利进行，当当密切监测市场上的盗版及恶意低价行为，漓江出版社邀请了专业团队进行全天候的控价和盗版监测。

截至6月19日，《泥潭》上市8小时预售突破5万册，上市首日预售达10万册，上市8天预售更是突破30万册。

带来哪些启示？

从当当的角度来看，《泥潭》的独家预售为出版行业新书推广模式带来了诸多宝贵经验。

第一，当当25年的发展积累了庞大且精准的固有读者群体，这些书友对文学作品有着敏锐的鉴赏力和深厚的阅读热情。以《泥潭》为例，许多读者在社群反馈中表示，正是当当平台长期以来对优质文学作品的推荐，让他们养成了在当当选购图书的习惯。当当凭借对读者阅读偏好的深度了解，能够精准匹配作品与读者，成为新人新作推广的理想平台。

第二，除当当APP自持流量外，当当作为有80多个店群的综合电商，其目前已深度融入抖音、天猫、拼多多、小红书等各类电商平台，构建起覆盖全渠道的销售网络。无论读者在哪个平台购书，当当都能实现有效承接，占据平台图书销售前列。在《泥潭》预售过程中，当当店铺充分展现了多平台布局的强大优势。

第三，独家预售模式展现出明显的优势，其有效治理了新书发行时常见的破价、盗版等行业难题。在《泥潭》预售期间，当当通过严格的价格管控和侵权监测，确保图书价格稳定，维护了出版机构的利益，让漓江出版社能够将更多精力投入到图书内容创作和后续推广中。

对于读者而言，独家预售避免了在众多平台间比价、辨别正版的烦琐过程，为顾客节省了大量时间和精力，提升了购书体验，这对于一本书的畅销也至关重要。未来，当当期望以《泥潭》项目为范例，携手更多出版机构，共同探索创新新书推广模式，共同为更多优秀作品找到广大读者。

据悉，除了此次预售推广，漓江出版社将在新书上市后开展线上线下结合的新书宣讲分享、签售活动。相信在当当和漓江出版社的紧密合作下，《泥潭》将在文学市场上持续发光发热，为出版行业的文学创作和作品传播注入新的活力。

●全民阅读

『新华书院』达人联盟正式成立

中国出版传媒商报讯 6月19日，由新华书店总店联合中国新华书店协会阅读推广工作委员会共同创立的“新华书院”达人联盟正式成立，首批达人受聘仪式在新华书店总店举行。

中国出版集团党组成员、中国出版传媒股份有限公司副总经理臧永清，人民邮电出版社党委书记、社长李文，新华书店总店执行董事、党委书记任江哲，人民文学出版社总经理王秋玲，作家出版社总经理王松，湖北省新华书店集团有限公司党委副书记、总经理陈栋，现代出版社总经理李漓，中国中医药出版社副社长李淳，新华书店总店党委副书记、副总经理，中国新华书店协会阅读推广工作委员会主任何光宇，中国志愿服务联合会新媒体志愿服务工作委员会秘书长刘艳峰，京联集团电商部总经理梁慧强以及各合作单位代表、出版社代表、达人代表、媒体代表等出席。新华互联电子商务有限责任公司副总经理唐榕蔚主持活动。

臧永清指出，“新华书院”达人联盟的成立，体现了总店落实集团发展内容电商部署的自觉，是深化全民阅读工作、创新阅读推广模式的又一重要实践。集团将积极支持总店推进联盟建设，协调各出版社的优质资源，共同努力把“新华书院”达人联盟打造成为推广全民阅读的响亮品牌，为新时代社会主义文化繁荣发展作出贡献。

“新华全民阅读空间”是新华书店总店建立的综合性阅读服务平台项目。作为“新华全民阅读空间”的重要组成部分，“新华书院”达人联盟旨在深度挖掘、精心培育、有效孵化并广泛推广一批具有较好文化素养和较大影响力的全民阅读推广人，促进作者、出版者、读者、阅读推广人交流合作。

活动现场，王秋玲、王松、李漓、李淳、陈栋、何光宇为图图爸爸、然然燃、糖糖呀等10位首批“新华书院”全民阅读推广人颁发入选证书。联盟还特别为首批成员精心组织了为期两天的专业化培训。 （张馨宇）

（上接第1版）

2025年6月上半月社会科学类图书销售排行榜

排序	书名	版别	出版时间	定价(元)
1	习近平关于加强党的作风建设论述摘编（普及本）	中央文献出版社	2025年3月	10.00
2	习近平谈治国理政 第四卷（平装）	外文出版社	2022年6月	80.00
3	习近平文化思想学习纲要（大字本）	人民出版社 学习出版社	2024年12月	20.00
4	习近平著作选读 第二卷（普及本）	人民出版社	2023年4月	34.00
5	习近平著作选读 第一卷（普及本）	人民出版社	2023年4月	35.00
6	2024理论热点面对面 强信心 促发展	学习出版社 人民出版社	2024年12月	26.80
7	被讨厌的勇气 自我启发之父阿德勒的哲学课	机械工业出版社	2020年3月	55.00
8	习近平新时代中国特色社会主义思想学习纲要（2023年版）	人民出版社 学习出版社	2023年4月	16.00
9	认知觉醒 开启自我改变的原动力	人民邮电出版社	2020年9月	59.80
10	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	人民出版社 高等教育出版社	2023年8月	26.00

2025年6月上半月文化教育类图书销售排行榜

排序	书名	版别	出版时间	定价(元)
1	有生之年一定要看的1001个中国古迹	西苑出版社	2025年5月	328.00
2	增广贤文（国学大书院）	江苏凤凰科学技术出版社	2018年9月	19.00
3	中国古代文化常识（全新补订版）	天津人民出版社	2024年6月	59.80
4	“画”中有话 敦煌石窟百讲	湖南文艺出版社	2023年9月	258.00
5	中国古代文化常识	北京联合出版公司	2014年11月	60.00
6	环地福分类字课图说（普及版 全4册）	天津人民出版社	2017年11月	129.00
7	中国人的家风	海南出版社	2024年12月	68.00
8	苏东坡传（精装纪念典藏版）	湖南文艺出版社	2018年1月	52.00
9	金花的秘密 中国的生命之书	中央编译出版社	2020年11月	36.00
10	2026考研政治优题库真题库冲刺背诵笔记	中国政法大学出版社	2025年1月	85.80

2025年6月上半月文学艺术类图书销售排行榜

排序	书名	版别	出版时间	定价(元)
1	我与地坛（纪念版）	人民文学出版社	2011年1月	29.00
2	住进森林里的日子	江苏凤凰文艺出版社	2025年6月	59.80
3	你当像鸟飞往你的山	南海出版公司	2019年11月	59.00
4	我的阿勒泰	花城出版社	2021年8月	45.00
5	病隙碎笔（纪念版）	湖南文艺出版社	2021年10月	48.00
6	一间只属于自己的房间	天津人民出版社	2024年3月	39.80
7	瓦尔登湖	天津人民出版社	2019年4月	49.90
8	小狗疑心大宇宙阴谋篡夺它的位置	江苏凤凰文艺出版社	2024年9月	59.80
9	人群太吵，我想去听旷野的风	光明日报出版社	2024年3月	49.80
10	你也走了很远的路吧	湖南文艺出版社	2022年9月	49.80

2025年6月上半月少儿读物销售排行榜

排序	书名	版别	出版时间	定价(元)
1	少年游学 跟着诗词去旅行	北方妇女儿童出版社	2024年1月	34.00
2	孩子要知道的沟通法则 给孩子看的漫画非暴力沟通	光明日报出版社	2025年5月	58.00
3	青铜葵花	江苏凤凰少年儿童出版社	2016年4月	22.00
4	青铜葵花	天天出版社	2015年3月	25.00
5	我们的身体	未来出版社	2012年6月	155.00
6	波西和皮普（套装11册）	外语教学与研究出版社	2022年12月	137.00
7	奇妙发声书 农场里边谁在吵	接力出版社	2019年1月	88.00
8	十二岁的旅程	晨光出版社	2022年8月	28.00
9	大中华寻宝系列 吉林寻宝记	二十一世纪出版社	2024年8月	39.80
10	课本里的漫画知识清单（4册）	现代出版社	2024年5月	40.00

2025年6月上半月科技生活类图书销售排行榜

排序	书名	版别	出版时间	定价(元)
1	香典	重庆出版社	2017年10月	88.00
2	未知生物大百科	浙江文艺出版社	2022年10月	59.00
3	我的身体很重要	广东新世纪出版社	2023年6月	49.00
4	中医基础理论	中国中医药出版社	2021年6月	59.00
5	武夷茶叶之生产制造及运销	福建教育出版社	2025年4月	98.00
6	中医基础理论	上海科学技术出版社	2022年6月	25.00
7	说服性游戏 电子游戏的表达力	中国国际广播出版社	2025年4月	79.00
8	妇产科学	人民卫生出版社	2024年7月	99.00
9	游戏中的算法文化	中国国际广播出版社	2025年4月	48.00
10	宅兹游戏 从沉浸到归化	中国国际广播出版社	2025年4月	68.00

为了及时反映市场行情，为出版社、书店营销、选品提供参考，为读者阅读、购书提供指南，本报每半月刊出一次图书销售排行榜，以服务业界与读者。半月图书销售排行基于“国家出版发行信息公共服务平台”的销售数据和商报·奥示“中国出版业市场监测系统”线下ERP数据、线上监测数据，由全品类总榜和社会科学、文化教育、文学艺术、少儿读物、科技生活5个分类榜组成，均按销量降序排列。（报载各榜TOP10；各榜TOP20见商报官微、官网）

●聚 焦

2025人工智能出版技术创新研讨会在京举办
数传集团发布AIGC出版全链路解决方案

中国出版传媒商报讯 6月17日，由中国版权协会、中国编辑学会、中国音像与数字出版协会、中国新闻技术工作者联合会指导，数字出版智能服务技术教育部工程研究中心、武汉理工数字传播工程有限公司（数传集团）主办的2025人工智能出版技术创新研讨会在京举行。

会议以“AI汇智·出版添翼”为主题，来自全国300多家出版机构的负责人及代表参会。与会者共探新形势下出版业智能化升级的核心议题，重点围绕人工智能在出版内容创作、编辑加工、知识服务、版权保护等关键环节的应用潜力与实践挑战展开深入交流，寻求技术与出版深度融合的创新突破口。

中国版权协会理事长阎晓宏在致辞中强调，生成式人工智能的版权保护备受关注，应秉持“淡化所有权，强化使用权”的原则。他强调，人工智能在出版领域的创新应用极为紧迫，出版单位要把握机遇，利用人工智能提升工作质量与效率。

如今的人工智能将重新定义编辑工作的核心价值。“编辑应转型为‘知识设计师’‘AI指挥官’”在中国编辑学会会长郝振省看来，编辑可利用人工智能从重复简单工作中解放，升级到把控战略方向。

中国音像与数字出版协会常务副理事长兼秘书长敖然，中国新闻技术工作者联合会秘书长宋海涛，数字出版智能服务技术教育部工程研究中心技术委员会主任、数传集团董事长刘永坚分别从战略规划、技术创新、未来发展趋势等方面重点分享了人工智能与出版业深度融合的价值实现路径。

南方出版传媒股份有限公司党委委员、副总经理，广东人民出版社有限公司党委书记、社长肖风华围绕《科技重构出版生态“新人”推动行业未来》为主题发表主旨演讲，结合广东人民出版社转型经验，深度剖析人工智能技术对出版全业务链条的深度赋能。化学工业出版社党委书记、总经理郎红旗，新加坡金融科技学院院长李国权5位嘉宾围绕“破壁·深融·智启：AI出版深水区的融合创新与实践攻坚”展开圆桌对话。

会上，数传集团执行总裁施其明发布了该集团全新推出的AIGC全链路解决方案。该方案基于出版领域首个专业大模型BOOKSGPT构建，实现对出版全流程的完整覆盖，并支持出版机构在社内进行本地化部署，助力出版机构借助AI驱动的新质生产力，推动服务模式、产品形态及组织架构的深度融合与转型升级。

韬奋基金会AIGC出版创新发展专项基金成立仪式、出版行业AI大模型建设成员联盟成立仪式、数传集团与上海数交所关于“出版融合数据行业创新中心”和“出版融合数据资产管理联盟”成立仪式、火山引擎与数传集团共建图书电商AI营销大模型启动仪式在会上同步举行。 （张馨宇）

2025年度出版融合与知识服务论坛在京召开

中国出版传媒商报讯 6月13日至14日，以“AI赋能 融合创新”为主题的2025年度出版融合与知识服务论坛在京举行。本次论坛吸引了来自全国出版机构、高校图书馆及技术企业的近300位代表，共同探讨人工智能技术驱动下的出版融合与知识服务创新发展路径。

中宣部出版局出版科技与标准处处长、二级巡视员安乐，中国财经出版传媒集团党委书记、董事长许正明，中国音像与数字出版协会副秘书长兼出版融合工作委员会主任李弘，北京地区高等学校图书馆工作委员会秘书长、中国人民大学教授、图书馆馆长张斌，电子工业出版社总编辑、出版业科技与标准重点实验室主任徐静等出席。

论坛同时进行了《出版产品融合采选要求》团体标准启动仪式、论坛新成员单位授牌、第四届可知数字阅读活动颁奖、电子工业出版社赠书仪式等环节。

清华大学教授、博士生导师、图书馆馆长金兼斌、高等教育出版社党委委员、副总编辑张泽等专家作主题报告。

馆社沙龙环节以“基于AI的高校图书馆资源建设融合创新”为主题，北京邮电大学副馆长王楠、华东政法大学图书馆馆长朱俊等从资源共享机制搭建到技术合作模式创新，从服务协同优化到版权合作探索展开深度对话。

6月14日，部分代表走进中国国家版本馆中央总馆（文瀚阁）参观。 （张馨宇）