

大众健康类图书的策划思路与编辑规范

刘文蕾

机械工业出版社有限公司, 中国·北京 100037

摘要: 大众健康类图书在出版领域是很重要的品类, 主要立足于普通民众现实需求上。策划方案的品质, 直接决定图书在市场的地位; 严谨的编辑规范, 守住了内容的科学属性和出版合规底线。从受众分层调研、内容架构定制、产品形态设计、渠道配套方面, 把策划落地政策进行梳理, 然后又从医学内容质控、编撰要求、图文配伍、出版合规审查这几个层面, 搭建全链条编辑规范。根据医药健康出版的相关法规和读者的阅读特征, 梳理了策划和编审之间的联系, 优化出版流程, 在科普实用性和医学严谨性之间做好平衡。

关键词: 大众健康图书; 选题策划; 编辑规范

Planning Concepts and Editorial Standards for Public Health Books

Liu Wenlei

Machinery Industry Press Co., Ltd., China Beijing 100037

Abstract: Public health books represent a crucial category in the publishing sector, primarily addressing the practical needs of general readers. The quality of planning strategies directly determines a book's market position; rigorous editorial standards ensure content scientific validity and compliance with publishing regulations. This study systematically addresses key aspects including audience segmentation research, customized content architecture, product format design, and distribution channel coordination to implement effective planning strategies. Furthermore, it establishes comprehensive editorial guidelines covering medical content quality control, compilation requirements, visual-text integration, and publication compliance reviews. Based on pharmaceutical and health publishing regulations as well as reader preferences, the study clarifies the relationship between planning and editorial review processes, optimizes publishing workflows, and strikes a balance between popular science accessibility and medical rigor.

Keywords: Popular health books; Topic planning; Editorial standards

0 引言

居民的健康意识在稳步提升, 在这个大背景下, 大众健康类图书的市场需求量也一直在往上走。这类读物跳出了临床医学专著那种专业的写作框架, 用的是通俗化的表述方式, 把健康理论、居家养护方法、饮食搭配技巧都拆解得比较好懂, 内容落地场景主要集中在家庭日常, 产品受众也覆盖了全年龄段的普通消费者。健康选题自带市场红利, 可不少出版单位在选题开发阶段还是片面地去追流量热点, 结果催生出一大批同质化的养生选题, 甚至还掺杂了一些伪科学的健康内容; 编辑加工阶段也频繁出问题, 像医学概念误用、功效描述夸大、养生偏方误导读者, 等等。策划工作在图书生产里属于前端环节, 负责把控产品定位和内容走向; 编辑规范则约束成书的内容质量和合规边界。这两项工作贯穿了图书从立项到定稿的完整周期, 所以依托出版实操经验, 搭建系统化的策划体系, 制定标准化的编辑细则, 就成了规范大众健康图书出版的关键

抓手。

1 大众健康类图书精细化策划思路

策划工作要围绕图书产品从选题立项到成品定型的全周期来开展, 所有的策划动作都要以目标读者的真实健康诉求为核心, 可以拆分成受众调研、内容设计、载体打造、配套开发这四项核心工作, 每一项策划内容都要锚定健康图书的科普属性和实用属性这两大底层特征。

1.1 立足受众分层完成选题精准策划

策划人员要放弃那种全年龄段笼统化的选题设定模式, 需按照健康困扰、年龄圈层、使用场景这几个维度去拆分目标读者群体, 依托不同群体的差异化痛点来锁定选题方向。中老年群体主要关注高血压、糖尿病、骨关节病等常见慢性病的居家管控需求, 选题就要围绕慢病的日常饮食管控、居家理疗、用药辅助养护等这些内容来展开; 青年群体受熬夜、久坐带来的亚健康问题困扰, 选题可以偏向作息调理、轻养生运动、肠胃养护等轻量化内容; 育

龄阶段的读者需求集中在孕期膳食、婴幼儿喂养、产后身体调养等方面,母婴健康类的选题就要严格对接妇幼保健的临床标准;减脂塑形、食疗养生类的选题则面向那些注重身材管理、日常食补的中青年消费群体。策划编辑可以去收集社区健康调研资料,还有基层医疗机构门诊里常见的咨询问题,把读者问得比较多的那些高频疑问转化成图书的细分选题,同时把市面上已经泛滥的万能养生、包治百病这类泛化选题剔除掉,从源头就避开选题同质化的毛病。策划立项阶段还要同步核查同类在售图书的内容短板,瞄准现有读物还没覆盖到的细分市场去补充选题,比如针对独居老人的简易居家急救、上班族的工位微运动、大脑认知衰退、女性更年期、小儿中医调理等这些小众需求,打造一些特色选题,这样就能提升单本图书在市场上的竞争性。

1.2 贴合受众认知规律定制图书内容架构

不同圈层读者的医学知识储备差距还是比较明显的,所以内容框架的策划工作必须匹配受众的理解能力,可以把大众健康读物划分成常识科普、实操指导、膳食食谱这三种架构范式。常识科普类的图书侧重对基础健康原理的拆解,要把复杂的病理学术推导删掉,改用生活化的案例来解释病症诱因、身体机能变化,内容排布上遵循从基础常识到细节知识的递进逻辑;实操指导类的图书以步骤化内容为主体,像居家按摩、康复锻炼、家庭急救这些内容,全都要拆分成单步操作要点,理论篇幅尽量弱化,重点标注实操注意事项和禁忌情形;膳食食谱类的图书要绑定病症的饮食禁忌、四季食补规则,食材选用和烹饪方式都要贴合普通家庭的日常采购与下厨条件,不能放那些稀缺药材、高端食材组成的食疗配方。策划环节要提前划定各类板块的内容占比,常识科普类图书的理论内容不超过全书四成,实操类和食谱类图书的实操内容占比则要维持在七成以上,要注意杜绝那种重理论、轻实用的内容失衡问题。

1.3 依托阅读场景开展出版物形态策划

碎片化的居家阅读、便携式的随身翻阅,是大众健康图书最主要的使用场景,所以形态策划要跳出传统厚本全册装订的固有模式,灵活选用手册式、活页分册、口袋本这三种装帧形式。慢病养护、急救指南这类内容可以拆分成小开本的分册,方便读者随身带着查阅;四季食疗、每日养生这类内容可以采用活页装订,后续可以根据时令养生知识点做内页的补充替换。除了纸质图书之外,策划编辑还可以按需搭配一些轻量化的数字配套资源,把长篇的健康科普讲解、实操演示短片都收纳到数字端口里,正文只保留精简的文字和步骤配图,这样能压缩书本厚度,降

低读者的阅读负担。策划阶段还要按照图书的使用场景来调整排版规格,居家常备的厚册图书可以放宽行间距,照顾中老年读者的用眼习惯,有必要的还可以配上听书码;随身口袋本则要精简留白,控制好整体的开本尺寸,兼顾实用性和便携性。

1.4 结合终端渠道特征落实对配套内容的策划

图书投放的销售渠道不同,受众就不同,他们对图书的喜好也有差异。比如商超门店和社区书店的受众大多是随性选书的普通市民,可以在图书开头加入操作简单的健康自测表格,方便大家快速了解自身的健康状况;面向线上书店与知识付费平台推出的版本,可以搭配电子版食材清单、月度养生规划这类附加资料,契合线上商品附带增值服务的特点;入驻医药连锁门店的健康类读物,内容可结合门店在售保健食品、家用理疗设备的使用范围,不过我们要把科普知识和产品介绍进行清晰划分,绝对不能捆绑在一起宣传产品功效。策划编辑在规划渠道专属配套内容时,必须坚守健康科普的基本原则,各类附加资料仅用来拓展正文内容,不能随意添加民间偏方、保健产品推荐等和书籍主题不相符的内容。

2 大众健康类图书标准化编辑规范

贯穿三审三校的全部流程,策划编辑需要从文字表述、图文组合、出版合规等不同角度制定严格的内容审核标准,对书稿修改、校对、最终定稿等各个环节作出明确约束。策划编辑也有必要依托后期的审稿环节,纠正选题落地阶段产生的各类内容问题。

2.1 医学内容专业审核规范

大众健康类读物可能会涵盖中西医学、营养学、食品科学、公共卫生学等多个方向的专业知识。我们针对书稿推行外部审核机制,邀请临床执业医师、注册营养师、公共卫生领域从业者分层次核查内容质量。编辑需要逐条检查书稿的调整情况,所有和疾病诊治相关的文字,都要统一标注“相关病症诊疗请遵从执业医师指导”,正文当中不允许出现保健品可以替代药品、食疗手段能够根治慢性病这类引导性表述。编辑还需要清晰界定健康科普内容和临床诊疗方案,同时删掉所有表述含糊的功效介绍。编辑在审阅到书稿内的药材、保健食品名称时,还要参照国家药监局、国家卫健委对外发布的名录,逐个核对名称与使用范围,直接去除没有权威资料作为依据的冷门养生药材的相关介绍。

2.2 正文文本编辑规范

编辑在开展文本审核工作时,需要统一健康科普文字的转换要求,稿件中第一次出现医学专业名词时,需要搭

配通俗易懂的解释；对大段连贯的专业论述也要重新拆分调整，避免因大量专业术语集中出现而增加读者的阅读难度；编辑需要通读全文，清理掉所有带有绝对含义的修饰词语，根治、百分百治愈、永不复发等夸大调理效果的词汇都要彻底删除，在描述健康调理作用时，只能使用辅助调理、适度改善这类客观的说法。编排全书语句时，编辑需要考虑不同年龄群体的阅读特点，面向中老年群体的读物，还要去掉复杂的长复合句，将长段落拆解为短句；面向青年群体的读物，在保障内容严谨的前提下删减多余文字；进入三校环节后，全书的数据标注需要保持统一，食材营养参数、人体各项指标数值都要选用国家标准或是权威医学期刊发布的内容，没有明确出处的健康统计数据要直接删掉。同时，编辑也要妥善保存数据出处的备案资料，便于后续复核检查。

2.3 图文配伍编辑规范

配图在大众健康类图书当中占据十分重要的位置，编辑需要制定配图内容与版权两大审核要求，针对人体解剖图、穴位示意图、食材实拍图三类图片，分别检查内容科学性以及所有版权的相关证明。编辑要参照国家标准经络图谱核对穴位示意图的点位，修正点位偏移、标注错误的图片内容；食材实拍图不允许通过后期修图夸大食材的养生作用，图片上的标注文字也要和正文里的食材介绍保持一致。所有配图都必须使用获得商用授权的素材，团队自行拍摄的图片需要保存原始底片，防止因版权问题产生版权纠纷。编辑同时要把握整本书的图文搭配比例，讲解实操步骤的内容尽量做到每一个步骤搭配一张图片；科普理论部分可以结合实际需求配图，单页版面不能出现图片堆砌或是大面积留白这类不合理的排版；图片的注解文字要简洁精炼，不得标注正文里没有提到的养生作用。

2.4 出版合规审查编辑规范

编辑开展合规审查工作时，需要依据《广告法》《出版物管理条例》《保健食品相关管理办法》三大文件，逐条排查稿件当中隐藏的医疗类宣传语句。稿件内容不可以借用医药科研机构、诊疗机构、医务工作者的名义证明养生产品的作用，也不能依靠患者个人案例夸大食疗、保健手段的调理效果。介绍保健食品的相关文字时，必须严格按照产品外包装的备案内容撰写，不可以私自扩大产品的使用范围。书籍名称、腰封以及封面文字都要一同纳入合规检查的范围，封面宣传语里不能出现奇效、神效等违规范词汇。终稿交付印刷之前，编辑需要对全书书名、辅助文字、封底内容完成第二次合规核查，存在违规宣传的文案要重新调整撰写。编辑还要统一核对稿件所引用的健康科

普文献、医学资料的出处，非正规自媒体、缺乏权威性的养生平台产出的内容，都不能当作正文的写作素材和论点的依据。

3 策划环节与编辑环节的联动管控措施

策划工作与编辑工作分别处于图书制作流程的前后阶段，两项工作相互配合、统筹管理，可以减少后期大面积修改稿件造成的资源浪费。出版机构需要搭建策划编辑与文字编辑长期沟通协作的模式，在确定选题的阶段就邀请文字编辑提前参与评估工作，判断选题整体方向，从医学合规、内容落地等角度点明选题存在的潜在问题，策划编辑可以结合文字编辑提出的专业意见完善选题细节，在选题初始阶段减少后期审稿环节重复修改的情况。在稿件进入初稿写作阶段后，策划编辑需要跟进整体写作进度，参照前期制定的策划方案，检查内容框架、产品定位是否落实到位，一旦内容偏离原本的策划意图，就要第一时间和作者沟通调整。在三审工作开展期间，文字编辑需要整理稿件里集中出现的选题短板、内容问题，同步告知策划团队，后续同类选题立项时便可提前避开这类问题。部分重点大众健康类图书正式定稿前，出版方可以邀请一小部分目标读者参与样书试读，策划编辑可以收集大家的阅读感受，文字编辑再结合这些意见调整文字表达与内容排布，依靠双方配合提升成品图书的内容品质以及市场适配能力。出版机构还可以整理过往的项目资料，制作健康图书问题记录手册。在手册中记录策划环节容易疏忽的问题以及在编辑审稿过程中常见的错误，策划编辑与文字编辑团队定期翻看手册总结工作经验，以不断完善选题策划方案和内部编辑管理要求。

4 结语

未来需要进一步细化不同品类的策划要求以及分级编辑规范，结合健康行业新出台的规定、大众健康需求的转变实时调整工作标准，让健康科普类书籍同时发挥科普作用，也收获良好的市场效果。

参考文献：

- [1] 李丽. 健康科普图书选题策划的实操要点探析[J]. 中国报业, 2022 (07).
- [2] 陈雯. 大众养生类图书编辑质控与合规管理研究[J]. 新闻采编, 2023 (04).
- [3] 赵欣. 医药科普出版物图文编辑规范构建路径[J]. 图书馆学研究, 2022 (11).

作者简介：刘文蕾（1983.10-），汉族，河北省邢台市，大学本科学历，副编审。研究方向：大众图书的策划与出版。