

科技图书策划编辑的核心能力重构研究

贺怡

机械工业出版社有限公司, 北京 100037

DOI:10.61369/EST.2025120005

摘 要： 科技图书策划编辑作为科技知识传播与出版价值转化的核心枢纽，其能力水平直接决定科技图书的内容质量、市场竞争力与传播效能。在媒介融合深化、科技快速迭代、市场需求升级的多重背景下，传统科技图书策划编辑的能力体系已难以适配行业高质量发展需求，能力重构成为突破发展瓶颈、实现职业价值升级的关键路径。本文立足科技图书出版行业发展态势，明确科技图书策划编辑核心能力的内涵与构成，剖析当前策划编辑能力体系存在的突出短板，探究能力重构的核心逻辑与具体路径，并构建完善的能力重构保障机制，为科技图书策划编辑提升职业素养、出版机构优化人才队伍建设提供理论支撑与实践参考。

关 键 词： 科技图书；策划编辑；核心能力；能力重构；职业发展

Research on Core Competency Restructuring for Science and Technology Book Planning Editors

He Yi

Mechanical Industry Press, Beijing 100037

Abstract： As the pivotal hub for disseminating scientific knowledge and converting publishing value, the competency level of science and technology book planning editors directly determines the content quality, market competitiveness, and dissemination effectiveness of such publications. Against the backdrop of deepening media convergence, rapid technological iteration, and evolving market demands, the traditional competency framework for science and technology book planning editors has become inadequate for meeting the industry's high-quality development needs. Competency restructuring has emerged as a critical pathway to break through developmental bottlenecks and achieve professional value enhancement. This study examines the current trends in science and technology book publishing, clarifies the connotation and composition of core competencies for planning editors, analyzes prominent shortcomings in existing competency systems, explores the core logic and specific pathways for competency restructuring, and establishes a comprehensive support mechanism. The research provides theoretical foundations and practical references for enhancing professional competence among science and technology book planning editors and optimizing talent team development in publishing institutions.

Keywords： science and technology books; planning and editing; core competencies; competency restructuring; career development

引言

当前，出版行业正经历深刻变革，媒介形态的多元化、读者需求的个性化、科技内容的专业化、市场竞争的白热化，对科技图书策划编辑的能力提出了全新且更高的要求。传统模式下，策划编辑侧重内容编辑与选题审核的单一能力已无法满足行业发展需求，能力体系的滞后性逐渐凸显，成为制约科技图书出版质量提升、阻碍出版机构转型升级的重要因素。因此，立足行业发展实际，推动科技图书策划编辑核心能力重构，构建适配新时代要求的能力体系，不仅是策划编辑实现自我提升、职业发展的内在需求，更是推动科技图书出版行业高质量发展、助力科技强国建设的必然要求。

一、科技图书策划编辑核心能力的内涵与构成

（一）核心能力的内涵

科技图书策划编辑的核心能力，是指在科技图书策划、出版、传播全流程中，策划编辑所具备的、能够有效完成工作任务、实现出版价值、应对行业变革的综合能力集合，是专业素养、职业技能、思维模式与职业素养的有机统一。其核心要义在于，以科技知识传播为核心，以市场需求为导向，以质量把控为基础，以价值转化为目标，具备适配科技发展、媒介变革与市场变化的综合素养，能够实现科技成果与读者需求的精准对接，推动科技图书实现社会效益与经济效益的统一。

（二）核心能力的构成

结合科技图书出版的行业特性与策划编辑的岗位职责，新时代科技图书策划编辑的核心能力由专业知识能力、选题策划能力、资源整合能力、质量把控能力、市场研判能力、媒介运营能力、创新思维能力七大模块构成，各模块相互关联支撑，形成完整能力体系。专业知识能力是基础，需具备扎实的科技专业知识与出版专业技能，精准把握科技前沿，保障图书出版的专业性与规范性；选题策划能力是核心，需具备选题捕捉、科学论证与精准定位能力，挖掘优质选题，打造差异化竞争优势；资源整合能力是支撑，需精准对接作者、专家、传播渠道等多方资源，实现资源协同，助力图书推广与价值转化；质量把控能力是底线，需贯穿出版全流程，确保图书内容科学准确，维护出版机构品牌形象与知识传播权威性；市场研判能力是关键，需精准捕捉市场需求与竞争态势，实现选题与市场精准对接，提升图书市场转化率；媒介运营能力是延伸，需掌握新媒体运营技巧，实现图书内容多渠道传播，延伸价值链条、提升传播效能；创新思维能力是动力，需打破传统模式，在选题、内容呈现与出版模式上创新，推动行业转型升级。

二、新媒体环境下科技图书策划编辑核心能力重构路径

（一）优化知识体系，夯实专业基础

专业知识能力是策划编辑核心能力的基础，重构核心能力首先需优化知识体系，实现知识的更新与升级。一是强化科技专业知识学习，策划编辑需主动关注科技领域的前沿动态与核心成果，定期学习新兴科技知识、跨学科知识，拓宽知识视野，完善知识结构，提升对科技内容的专业判断能力，确保能够精准捕捉优质选题、把控内容质量；二是补充出版专业知识与相关技能，深入学习编辑加工、版权管理、出版流程等相关知识，提升出版专业素养，确保科技图书出版的规范性与专业性三是加强新媒体知识、市场运营知识、数据分析知识的学习，掌握新媒体传播规律、市场调研方法、数据分析技巧，提升知识体系的适配性，为选题策划、媒介运营、市场研判提供有力支撑；四是树立持续学习意识，建立常态化学习机制，主动适应科技迭代与行业变革，不断更新知识储备，实现知识体系的动态优化，夯实核心能力基础。

（二）强化选题策划能力，提升创新与针对性

选题策划能力的重构是核心，需从捕捉、论证、定位、创新四个维度发力，提升选题策划的质量与竞争力。一是提升选题捕捉能力，主动关注科技领域的前沿动态、重大成果与行业热点，深入挖掘具有学术价值与市场潜力的优质选题，打破传统选题模式的局限，避免同质化竞争；二是完善选题论证机制，建立科学的选题论证流程，从学术价值、市场前景、可行性等多个维度对选题进行全面分析，确保选题策划的科学性与合理性，避免盲目跟风策划；三是精准定位选题，加强市场调研与数据分析，精准把握目标受众的阅读偏好与需求痛点，明确选题的核心价值与目标受众，打造贴合市场需求的个性化选题；四是强化创新意识，打破传统思维模式，在选题内容、呈现形式、出版模式等方面进行创新，结合科技发展与媒介变革，探索跨学科、复合型、新媒体化的选题形式，提升选题的创新性与竞争力。

（三）提升资源整合与市场研判能力，实现价值转化

资源整合与市场研判能力的提升，是实现科技图书价值转化的关键。在资源整合方面，策划编辑需树立资源整合意识，主动挖掘优质作者资源、专家资源、传播渠道资源，建立完善的资源储备体系；创新资源整合方式，加强与科研机构、高校、科技企业的合作，实现多方资源的协同发力，为选题策划、内容审核、传播推广提供有力支撑；同时，注重资源的维护与优化，加强与作者、专家的沟通协作，提升资源的利用率与稳定性。

在市场研判方面，强化市场意识，坚持学术价值与市场价值相统一的原则，注重对市场需求与行业竞争态势的分析；建立科学的市场调研与数据分析机制，运用数据分析工具，精准捕捉市场需求的变化趋势，把握目标受众的阅读偏好与需求痛点；结合市场研判结果，优化选题策划与推广策略，实现选题与市场的精准对接，提升科技图书的市场转化率与竞争力。

（四）培育媒介运营与创新思维能力，适配行业变革

适应媒介融合发展趋势，培育媒介运营与创新思维能力，是策划编辑核心能力重构的重要内容。一方面，提升媒介运营能力，主动学习短视频、直播、社群、知识付费等新型传播方式的运营技巧，掌握新媒体传播规律，将科技图书内容与新媒体载体有效结合，打造多元化的传播内容与形式，实现内容的多渠道、多形式传播；加强新媒体平台的运营与维护，提升传播内容的吸引力与影响力，延伸科技图书的价值链条。

另一方面，培育创新思维能力，打破传统工作模式与思维定式，树立创新意识，在选题策划、内容呈现、传播推广、出版模式等方面积极探索创新；主动借鉴行业先进经验，结合科技发展与读者需求，探索新型出版模式与运营方式，打造具有创新性与竞争力的科技图书产品；注重培养批判性思维与创造性思维，提升解决复杂问题的能力，适应行业变革带来的挑战。

（五）强化职业素养，提升责任意识

职业素养与责任意识是策划编辑核心能力的重要组成部分，需不断强化，筑牢职业底线。一是强化责任意识，树立“质量第一”的理念，严格把控图书质量，贯穿选题策划、编辑加工、审稿校对全流程，确保科技图书内容的科学性、准确性、专业性与

规范性，维护科技知识传播的权威性；二是提升职业操守，坚持社会效益优先、社会效益与经济效益相统一的原则，摒弃功利化倾向，注重图书的学术价值与社会效益，推动科技文化的传承与发展；三是培育敬业精神，树立精益求精、主动作为的工作态度，面对工作中的困难与挑战，勇于攻坚克难，提升工作质量与效率；四是加强职业道德修养，自觉遵守出版行业规范，坚守职业底线，维护出版机构的品牌形象与行业公信力。

三、科技图书策划编辑核心能力重构的保障措施

（一）完善人才培养体系，强化能力提升支撑

出版机构应建立完善的人才培养体系，为策划编辑核心能力重构提供有力支撑。一是制定针对性的培养计划，结合策划编辑的能力短板与职业发展需求，开展科技专业知识、新媒体运营、市场研判、创新思维等方面的专项培训，邀请行业专家、资深编辑进行授课指导，提升培训的专业性与实效性；二是建立“老带新”帮扶机制，由资深策划编辑对青年编辑进行指导，分享工作经验与技巧，助力青年编辑快速提升能力；三是搭建学习交流平台，组织策划编辑开展行业交流、案例研讨等活动，促进经验分享与能力提升，推动策划编辑形成持续学习、共同进步的良好氛围。

（二）建立科学的考核激励机制，激发工作活力

科学的考核激励机制能够有效激发策划编辑的工作积极性和创造性，推动核心能力重构。出版机构应建立以能力提升、工作业绩、图书质量为核心的考核体系，将选题策划质量、市场转化率、传播效能、知识更新等纳入考核范围，形成科学、全面的考核标准；同时，完善激励机制，对能力提升显著、工作业绩突出的策划编辑给予表彰与奖励，包括物质奖励、晋升机会等，激发策划编辑提升核心能力的主动性与积极性；此外，建立容错机制，鼓励策划编辑大胆创新、勇于尝试，宽容创新过程中的失误，营造勇于创新、乐于进取的工作氛围。

（三）优化工作环境，搭建能力提升平台

出版机构应优化工作环境，为策划编辑核心能力重构搭建良

好的平台。一是加大资源投入，为策划编辑提供充足的学习资料、培训机会、技术支持等，助力策划编辑更新知识、提升能力；二是完善工作机制，简化工作流程，为策划编辑提供更多的选题策划、创新实践的空间，鼓励策划编辑主动开展工作创新；三是加强团队建设，营造团结协作、互帮互助的工作氛围，促进策划编辑之间的交流与合作，提升团队整体能力；四是搭建产学研合作平台，加强与科研机构、高校、科技企业的合作，为策划编辑提供接触前沿科技、挖掘优质资源的机会，助力核心能力提升。

（四）强化行业引导，规范职业发展

行业协会应发挥引导作用，推动科技图书策划编辑核心能力的重构与提升。一是制定行业规范与职业标准，明确新时代科技图书策划编辑的核心能力要求，引导策划编辑明确能力提升方向；二是开展行业培训、交流研讨等活动，搭建行业交流平台，促进策划编辑之间的经验分享与能力提升；同时，加强行业监督，规范策划编辑的职业行为，提升行业整体职业素养；三是推动行业内优质资源的整合与共享，为策划编辑核心能力重构提供有力支撑，推动科技图书出版行业的高质量发展。

四、结语

科技图书策划编辑核心能力存在专业知识体系滞后、选题策划能力薄弱、资源整合与市场研判能力不足、媒介运营与创新思维能力缺失、职业素养有待提升等突出短板，严重影响了策划编辑的职业发展与科技图书的出版质量。通过优化知识体系、强化选题策划能力、提升资源整合与市场研判能力、培育媒介运营与创新思维能力、强化职业素养，能够有效推动策划编辑核心能力重构，构建适配新时代要求的能力体系。同时，完善人才培养体系、建立科学的考核激励机制、优化工作环境、强化行业引导，能够为核心能力重构提供有力保障，推动策划编辑实现自我提升，助力科技图书出版行业高质量发展。

参考文献

- [1] 李娟.新时期图书策划的转型与思考[J].传媒论坛,2021(12).
- [2] 王春梅.新形势下图书出版对策划编辑的要求分析[J].采写编,2021(06).
- [3] 王琴.科技出版如何服务于科技强国战略[J].出版与印刷,2021(02).
- [4] 沈锡宾.科技强国战略背景下中国科技期刊人才发展体系的若干思考[J].今日科苑,2025(04).
- [5] 高方,杨莉莉.科技强国建设背景下我国科技图书出版的优化路径[J].传媒,2022(11).