

化工社传递小别墅设计新思路

商报讯 一个优秀的设计作品是各种因素综合作用的结果,除了各种流行的设计元素,较为新颖的工艺与切合现实技术的施工技术对作品的实现具有不可或缺的重要作用。为满足广大设计者的需求,为大家提供一个良好的交流平台,把优秀的作品与新颖独特的设计思路传递给更多的人,化学工业出版社和土木在线组织联手打造了《经典小别墅设计与施工图集》。该书汇集了形式多样的小别墅设计效果图与完整的施工详图,这些作品都

是从网站近期投稿作品中经过反复筛选,精选出来的具有一定代表性的作品,并经过了专业人员的后期整理,使其具有更好的规范性与可参考性。

该书以独立小别墅的设计与施工全套方案为基本内容,书中前三分之二的介绍了各种样式的别墅设计效果图,并配有相应的平面图,后三分之一为部分案例的详细CAD全套施工图,随书附赠的光盘中不仅包含了书中全部案例的可编辑电子文档,还额外增加了几十套小别墅的完整电子文档,全书收录的案例近一百个,提供给读者一个内容丰富的参考资料库。(刘)

应急自救书再引瞩目

一场暴雨不仅让人们对于应急自救的知识更加关注,更凸显出应急自救教育的缺失。图书市场向来不乏应急自救的书籍,化工社、科学社、金盾社、科普社、河南科技社、浙江科技社、上海交大社、黑龙江科技社等均不同程度的涉足该领域,但由于种种原因并没有得到读者的广泛关注。

■商报实习记者 刘志伟

实战技能 心理重塑 一个都不能少

“当灾难突如其来我们该如何自救?”带着问题,记者采访了多位业内人士。河南科学技术出版社副总编兼医药卫生分社社长马艳茹告诉记者:“我社的应急自救书有《公民现场急救指南》和面向中小学生的‘安全教育知识读本丛书’,二者均取得了较好的社会效益和经济效益。2007年,针对国内安全事件频发的现状,我们与河南省红十字会合作,编辑了《公民现场急救指南》一书,于2008年出版后,当年销售超10万册;2009年,我们又本着提高中小学生学习自救与互救意识与技能的目的,策划了安全教育知识读本。目前,我们正在进行该丛书的重新组稿与编辑,将于近期出版。”

“化工社已出版的应急自救书主要是‘手边的救命书’系列,包括《灾难求生》和《野外求生》。《灾难求生》主要写城市和野外发生重大灾难时的逃生要点;《野外求生》则侧重外出游玩时发生紧急情况如何应对。”机械工业出版社生活图书分社编辑陈道雨如是说。浙江科学技术出版社也一直致力于应急自救图书的策划出版,该社编辑胡水谈到,浙科社近年推出的图书即有《突发事件应急防范知识读本》、《非典防治》、《手足口病防治》、《让心中充满阳光——地震受灾人员心理健康自助读本》、《地震伤员康复读本》、《台风知识读本》等等。

据上海交通大学出版社编辑王清介绍,该社编辑的一套由钟南山院士主编的“我的第一本急救书”系列也即将面市。该系列分为《我的第一本户外旅行急救书》、《我的第一本家庭生活急救书》、《我的第一本突发疾病急救书》、《我的第一本意外灾难急救书》四个分册,由权威的一线医师对工作中形形色色的突发事件的处理案例,用通俗易懂的方式予以讲解。把“自救”这样的严峻话题演绎得轻松、生活化、有趣味性。

科学普及出版社编审、技术图书事业部副主任赵晖告诉记者,科普社多年来持续关注应急科普图书的出版,如与中国地震局震害防御中心组织策划了“防震减灾知识科普”丛书,其中《家庭地震应急三点通》,已累计印刷近7万册,并已进行第二版修订。她还谈到,“应急科普挂图和折页也是科普社的特色产品。其在防治非典、抗震救灾、防范泥石流等工作中都发挥了越来越重要的作用。特别是在‘5·12’汶川地震、‘4·14’玉树地震中,科普社紧急编创了双语抗震救灾科普挂图,及时送往灾区,受到了中宣部、新闻出版总署的通报表彰。”

北京紫云文心图书有限公司总编辑王正斌表示:“紫云文心自成立以来,一直关注图书的社会价值与实用价值。类似应急自救类的实用图书,也是我们重点关注的对象。在今年,我们根据美军特战队员的内部教程推出了《美军生存手册》一书。尽管这是面向军人的图书,其实用价值对普通民众也是一样的,尤其对于经常进行户外和野外活动的旅游爱好者来说更是如此。”王正斌还透露,“对于一般民众生活中所可能遭遇的种种应急事件来讲,《美军生存手册》是很不够的。因此策划更贴近民众日常生活的应急自救图书就非常前景。而就目前来看,此类图书并不特别受我国读者所关注。除去经常野外活动的旅行者,较少有读者会专门买一本这样的图书作为家庭

必备读物。”

不单单是上述临危的实战技能需要掌握,灾后的心理自救同样不应忽视。《灾后心理援助100问》是我社出版的反响较大的应急自救书。我社领导与心理学编辑室同仁,本着出版人的职业良知和爱心,在汶川地震发生后第一时间迅速行动,与中科院心理研究所积极联系,组织了最好的作者、最好的编辑,日夜兼程,赶编了这本通俗易懂、实用有效的小册子。”世界图书出版公司北京公司营销中心营销编辑朱利伟如是说。她进一步强调:“世图北京专门设有心理学编辑部,在国内从事心理学出版的同行中,拥有实力雄厚的编辑队伍和作者资源。这使得我们在灾难发生后能够第一时间调动自己的优势资源,结合出版社自身的特点,出版此类图书。”相似的还有东南大学出版社的《地震灾后心理防护与干预手册》一书,据该社编辑孙松茜介绍,东大社也涉足于医学类的应急自救图书,虽然并非为应急自救专门策划,却也能够为读者提供必要的指导作用。

图文并茂 演习培训 助推自救实效

“化工社以科技立社,理性务实,也希望借助我们的渠道,让百姓能够从我们传播的知识和理念中受益。”陈道雨强调,“出版此类图书旨在武装老百姓头脑中的知识库,增加自救和拯救家人以及他人的能力,面对灾难理性、科学应对,有效保护自己及他人的生命。尤其是这类危险中求生的书籍,我们提倡百姓提早学习,增强灾害预防知识。这才是一本书最有价值的社会效益,也是作为一名编辑最应该创造的社会效益。但如何打造一本受读者欢迎的应急自救书,出版社还需要从多方面考虑,比如定价是否合理、装帧设计是否符合大众审美(封面尽量不用灾后照片,容易让人产生反感)、内容是否实用易懂等。”

谈及理想中的应急自救书,朱利伟认为,“它不需要太厚,科学有效、简便易行即可。如果是我来设计,一定是图文并茂的操作演示书。图像往往给人以直观的印象,灾难发生时,人们或许来不及思考自救的原理,但只要记住书中自救的演示图,就有可能脱险。”北京

书尚天下文化传媒有限公司营销总监杜辉说,“可以做成200页以内、小32开的小册子。涵盖面要广,再用简单的图例把动作和要点讲解清楚。使用最核心最关键最简短的表述,几百个字就可以救一次命。这类小开本也便于随身携带和储存,以备不时之需。”赵晖认为,“防灾知识本身科学性很强,如果内容撰写过于专业,容易造成读者的恐惧心理,在科普写作过程中也需要作者有一定的技巧。”上海科学技术出版社策划编辑陈曼平也分享了自己的看法。她谈到,应急自救书切忌纸上谈兵,甚至可以寻找有亲身经历的人士来写,要以有效救助措施为前提。当然,编辑自身也需对这个领域有比较充分的认识,能够判断出合理、合适的內容。

马艳茹同样注重应急自救书的图片效果。她还表示,“可以配上手机客户端,方便读者,提高纸质书的附加值。对中小学生学习的安全自救图书,最好配套光盘,并有相应演练的介绍或作业,便于教师和学生组织。”至于出版社是否考虑过应该有常态的自救培训配合这类图书的发行,马艳茹坦言,目前尚未组织过有关培训,主要是出版社组织此类培训涉及较多的问题,如资质、管理以及号召力等。现在的主要合作形式是协助红十字会,疾病预防控制中心等部门做好培训教材的编辑等工作。而王清则向记者透露,沪科社将会与相关机构合作,逐步开设急救课程、演习培训等工作,以助推该类书籍的普及。

针对该类图书的市场现状,陈道雨表示,“现在的应急自救书形形色色、五花八门,有按年龄分类的,有按灾难类型分类的。据我所知一直销售不错的应该是《怀斯曼生存手册》,优点是大全,缺点则是不符国情,普及性及实用性也有所欠缺。另外诸如《直击大灾难》和《荒野求生手册》等书,就更具有一定意义上的娱乐性质了。”此外,杜辉也谈到了畅销的引进版权应急自救书存在内容和资料不符国情的的问题。他认为,我们国家的人口基数庞大以及安全教育的不足等原因,导致人们安全意识及自救常识匮乏。特别是自然环境的恶化、人为事故的发生,会刺激该类图书长期占有巨大市场。特别是学校、企业、机关团体等将会是重点采购客户。”

●图片新闻

卫生部发布《医疗机构从业人员行为规范》



商报讯 2012年7月18日上午,卫生部《医疗机构从业人员行为规范》专题新闻发布会在京举行。《医疗机构从业人员行为规范》,由卫生部、国家食品药品监督管理局、国家中医药管理局制定,卫生部组织有关司局和中国医师协会编写,并由人民卫生出版社出版。政法司副司长赵宁、医政司副司长赵明钢、卫生部纠风办副主任李林康,中国医师协会副秘书长谢启麟出席了新闻发布会,通报了《行为规范》的起草背景、主要内容以及如何贯彻实施的设想,并回答了记者的提问。(刘)

争力,是其他企业无法复制的。姚兵为本次座谈会精心准备了讲演的PPT。他就建筑文化、建筑企业文化以及如何营造好的建筑企业文化进行了细致的讲解。

建工社社长兼总编辑沈元勤指出,建工社下一步将好好整理本次座谈会的内容,做好建筑企业文化类的选题规划、调研和深度策划,进一步为建筑企业的企业文化建设工作服好务,出版更多、更好的建筑企业文化建设的精品图书。建筑企业文化图书的出版,对建工社的企业文化建设也将起到很好的促进作用。(刘)

人的一生,不可避免会遇到很多法律问题。衣食住行、婚姻继承、劳动就业、消费索赔、食品安全……但现实生活中,许多人却是法律意识淡薄,对一些关系自身利益的法律知识一无所知或者一知半解。

在百姓学用法需求巨大且得以持续释放的情况下,一些出版社却因其提供的法律图书不能很好地满足读者的需求而陷入退货率高动销不足的困境。出版社要出版切实满足读者需求、帮助读者解决好实际问题的法律图书,可以从以下几个方面入手:

读者一定能看得懂。百姓不懂法,很大程度上是因为法律条文和法律图书很难看懂。要一改以往法律图书严肃有余、通俗不足的通病,可以考虑将

套书很管用,需要的东西都有。

性价比要高。书从来就不是必需品,从来就不是刚性需求。老百姓觉得一本书性价比高,才可能掏腰包。所以,书要畅销,必须提高性价比。什么是性价比?怎样提高性价比?这里我试着用著名经济学家郎咸平对性价比的介绍来阐述。

性价比=外观+性能+行业本质
从这个公式来看,要提高性价比,只能从几个方面努力:美化外观。可以从整体装帧、封面、版式以及书脊厚度上努力;提升性能。可以在实用、权威、方便、高效、便携等方面下功夫;把握好行业本质。大众法律图书的行业本质是什么呢?我认为是传播法律,解决问题。把握好这个本质,自觉地向这个本

●编辑手记

如何做百姓喜欢的法律书

■刘峰(中国法制出版社策划编辑)

原本枯燥难懂的法律知识用短小精悍的案例表现出来。案情介绍简洁流畅,专家点评切中要害,在对法律知识的解说中深入浅出,避免使用艰深的法律术语,行文通俗,贴近百姓生活。也可以考虑搭配大量辅助理解的场景漫画,让读者朋友们轻轻松松看懂法律。法制社出版的“看图一点通”系列和“100个怎么办”系列,图文并茂,浅显易懂,很好地满足了读者的需求,并入选了新闻出版总署的农家书屋目录,各地农家书屋、社区书屋、职工书屋、校园书屋都曾配书。

读者一定能用得上。百姓一般在遇到法律问题才会去买法律书,有很强的目的性。这就要求,法律书必须管用,必须能真正帮读者解决问题。因此,一本法律书必须涵盖该领域的最重要最常用的法律知识,选取最典型的真实案例,给出的结论也应该是法院通行的判决结果,法律依据做到精确无误,最好再附加一些实用的善意提醒、有操作性的赔偿计算标准、有指导性的流程图和能随查随用的文书范本。有了这一些,相信读者的麻烦和纠纷就会顺利合理解决。有个上海的出租车司机喜欢看法律书,闲暇时给老百姓免费解答法律问题。他买了“看图一点通”系列和“案例应用版”系列作参考,认为这两

质靠,而不是向学术书、向实务书的行业本质靠拢,才能保证大方向上没有错误。相对于大众类图书,法律书的定价偏高,这在一定程度上打击了读者的购买热情。出版社可以适当降低定价,薄利多销。法制社“法律法规案例实用版”、“法律法规案例注释版”、“法律法规案例应用版”等丛书,就是采取了这样的策略。

服务和互动要跟上。为了加强与读者的沟通与互动,我还特意开通了两个邮箱“bianjisibu@163.com”和“cehuabianji@163.com”,根据读者发来的邮件,给读者提供增值服务,这些增值服务主要是新颁布的法律法规、常用的文书范本等。三年多来,我已经为2000多人次的读者发送过增值服务邮件。此外,法制社还在中国法制出版社官网上专门开辟了“增值服务”这一专栏,就法制社的部分重点图书为读者提供更多的资料。我相信,在周到细致的服务下,读者对法制社法律书的认可、对法制社品牌的认可,也会进一步提升。

总之,出版社应该肩负起传播法律的使命,精心策划、组织编写普通百姓看得懂、用得上、买得起的法律图书,以更好地为读者服务,切实满足读者需求,帮读者解决实际问题。

●选题攻略

人大社再出律师实训经典

商报讯 中国人民大学出版社近日推出了《庭审制胜(第7版)》。该书呈现了预备庭审的方法,以及在诉讼的每个阶段中,庭审律师的所思所想。另外,该书也讨论并且给出了若干基本的庭审辩论技巧。这些技巧主要应用在展示证据以及说服陪审团方面。要树立一个坚定的信念,即一个有效的庭审对抗既是一门艺术又是一种技巧。只有少数人天生就是律师材

料,大部分人还是得慢慢掌握领会。艺术性的一面只有在律师掌握了若干基本技巧后才成为可能。

该书作者托马斯·A·马沃特系美国亚利桑那大学法学教授,讲授证据法、庭审辩论等课程。从事实务工作多年,曾任检察官、美国国家庭审辩论研究所地区督导以及多个领域资深诉讼律师。主要致力于社会科学应用研究,特别是庭审过程的心理学与沟通。(刘)

摩根财团的前世今生

商报讯 回溯世界金融巨擘摩根史丹利、摩根大通、摩根建富的发源地,探秘史上唯一同时兼任美国外交部、中央银行和财政部职能的财团的《华尔街23号:摩根财团的前世今生》近日由清华大学出版社正式出版,为对金融或者传记文学感兴趣的广大读者呈上一道文化盛宴。

近百年以来,摩根财团像巨人一样支配着整个金融世界。作为民间银行家,它一手操作通用电气公司、美国钢铁公司等商业巨头的重组,甚至建立了美国中央银行(美联储)的雏形。作为摩根财团曾经最重要的掌舵人J.P.摩根,华尔街有句谚语:上帝

在公元前4004年创造了世界,但在公元1901年,世界又被摩根先生重组了一回。一百年来,有人称赞他是工业化进程中的英雄,也有人抨击他是贪婪的强盗大亨。该书有别于一般翻译的传记,作者采用幽默的文风,用最符合国人的阅读视角,生动地解读了史上这个应对金融危机最有办法的财团的前世今生,以摩根家族以其建立的摩根财团为线索,描绘出当今世界金融中心、美国华尔街的风云历程,介绍了三代摩根掌舵人对这个金融帝国的经营始末,折现出近200年世界经济金融潮流的变幻,以及一个绅士时代的终结。(蓝)

《51区》揭开美国航空秘史

商报讯 近日,由重庆出版集团重磅推出的安妮·雅各布森的畅销著作《51区:封存60年的美国绝密军事基地档案》在国内上市。该书英文版自2012年5月上市后,随即荣登《纽约时报》和《洛杉矶时报》最畅销榜单,并长踞不下,在美国读者中引起轰动。随后,意大利文译本更是位居亚马逊榜首。而中文版权引进后,还未正式出版便已引起读者和媒体的广泛关注。书中含有大量

从未对外公布的机密信息和照片。作者运用娴熟的写作技巧,带领读者开始一场独特、神秘、又恐怖的51区之旅。

该书是安妮·雅各布森继《通往51区之路》之后的又一力作。《军事前哨战》节目策划人、军事评论员宋忠平力荐称“罗斯威尔事件让51区浮出水面但仍神秘莫测,这个基地有无绿色小矮人不得而知,但很多尖端军事技术从此处诞生。”(刘)

●营销T台

建工社举办座谈会研讨建筑文化出版

商报讯 中国建筑工业出版社结合自身发展建筑文化类图书板块的规划,于7月24日召开了“建筑企业文化座谈会”,共商建筑企业文化建设与建筑企业文化类图书的出版事宜。

住房和城乡建设部原纪检组组长、中国民族建筑研究会会长姚兵,住房和城乡建设部原总工程师、中国市政协会副会长金德钧,建工社原社长、中国版协原副主席、科技出版委员会

主任周谊等嘉宾出席了座谈会。与会嘉宾对新形势下如何做好建筑企业的企业文化建设,以及建工社如何在未来的工作中配合各建筑企业做好企业文化的宣传和出版工作进行了深入的研讨。

会议中,住房和城乡建设部原总工程师、中国市政协会副会长金德钧指出,企业文化是企业建设过程当中形成的“不可分享”的核心竞