

丰富湖湘经典 岳麓版《朱镕基讲话实录》(线装本)推出

商报讯 9月8日,《朱镕基讲话实录》(线装本)首发式在长沙举行。湖南省委书记、省人大常委会主任周强出席首发式并讲话,省委副书记、省长徐守盛主持首发式,省政协主席胡彪出席。《朱镕基讲话实录》(线装本)由中南传媒岳麓书社出版,一盒四函,每函四册,每册约95页(190面),繁体竖排,全手工装订,限量发行,内容与人民出版社2011年9月出版的《朱镕基讲话实录》一至四卷相一致,是继平装本、精装本之后,出版界推出的又一经典出版样式。线装本设计大气、装帧精美、工艺独特,整套书古朴、典雅、精致,而且具有很高的文化艺术价值,是集珍贵文献价

值和传世典藏价值于一体的精品之作。

首发式上,人民出版社社长、党委书记黄书元,中南出版传媒集团董事长龚曙光介绍了《朱镕基讲话实录》平装本、线装本出版情况,专家学者代表徐晨光、朱有志畅谈了学习《朱镕基讲话实录》的体会,国家图书馆副馆长常丕军代表受赠单位发言。大家一致表示,《朱镕基讲话实录》生动记录了我国从计划经济向社会主义市场经济转型的伟大实践,真实反映了我国宏观调控的成功探索,集中体现了我国扩大开放的重大成果,凸显了可持续发展的科学理念,每次研读都是常读常新,都有新的体会和收获。国家图书馆、中国第一历史档案馆、清华大学图书馆、湖南图书馆、长沙县、长沙市一中等单位在首发式上获赠《朱镕基讲话实录》(线装本)。(刘志伟)

专注儿童健康: 家庭诊疗书力拓新领域

■商报记者 刘志伟

最近,图书市场中涌现出一批面向父母读者群体,针对儿童的诊疗类图书,如中国医药科技出版社《好妈妈胜过好医生》、重庆出版社《宝宝常见病对症食疗与按摩》、广西科技出版社《捏捏小手百病消》、机械工业出版社《怎么养,孩子不生病》、天地出版社《父母锦囊:教你养个壮小孩》等等。该细分市场对年轻父母有着极大的吸引力,有望成为家庭医疗类图书中的新增增长点。

儿科医荒催热家庭诊疗

“儿科医生荒”业已成为一个不争的事实,近日,南方日报也就该现象作了系列调查报道,“儿科医生荒”已经从二级医院到三甲医院大面积蔓延。儿童是家庭的希望,也是国家的未来,如何尽快缓解儿童“就医难”问题,或许是公立医院改革的突破口之一。正是这种大背景的刺激下,出版业内也应运而生诸多面向父母读者群体,针对儿童的家庭诊疗书籍,多家受访都表示该类图书市场反响强烈,很多外地读者还打电话到出版社询问作者的联系电话,至2011年11月已经第三次印刷。其内容涵盖了对付孩子高热、湿疹、脾虚厌食的灵丹妙药;提高孩子免疫力的误区;治疗哮喘要避免的误区;孩子感冒前的七大征兆;治疗食积、便秘的按摩手法和民间验方;

止咳润肺的食疗良方;孩子盗汗、流鼻血、手足口病的防治方法等等。该书推出不久,作者苑嗣文就获得了2010年中华中医药学会中医科普金话筒奖。”

北京阳光秀美图书有限责任公司责任编辑刘杨也谈到儿童诊疗类图书是其关注的重点领域之一。她说:“目前出过的图书即有《捏捏小手百病消》、《孩子,我只要你健康长大》、《中医古法婴幼儿养生》等,还将陆续出版一些相关的书籍。销量最好的是《捏捏小手百病消》,5月出版,已经重印多次。而且读者反映强烈,我经常会接到读者电话,询问相关内容或者要求联系作者,口碑上佳。周尔晋独特的X形平衡法和火柴棒按压技巧,通过简单的按摩,帮助孩子去除感冒、咳嗽、不爱吃饭等小问题,斩断过敏、鼻炎、慢性气管炎等顽固问题根源,不让孩子长期受折磨等在民间很具影响力,有着一批潜在的读者基础,所以说该书本身就有很大的优势。而接下来要做的重要的工作就是想办法把它更通俗、形象化,让没有医学基础的父母都能

看懂都能用,在文本的改造和配图上我们下了很大的功夫。”

化学工业出版社策划编辑李大林分析说,“儿童是一家之‘主’,重中之重。只要是跟儿童有关的,父母都不会吝啬。儿童生病更有其特殊性。因为儿童不会说,或者不能表述清楚,只是尽可能地用身体姿势语言来表达。所以对儿童的父母来说,读懂小孩的生病信号,无比重要。可想而知,儿童的家庭诊疗书籍的市场前景是非常广阔的。”刘杨进一步解释说,“儿童健康是一种刚性需求,它是一种实用的题材,只要儿童有健康问题,这种书就有市场。尤其在中国,独生子女偏多,父母的育儿经验很少,中国家庭对孩子越来越重视;现在生存环境较为恶劣,大龄生育的人群增多,包括食品安全问题,种种原因导致了儿童健康问题的高发性;医疗资源的紧缺和医疗费用的增加同样不容忽视。有些小的问题可能经过护理和家庭的诊疗手段父母自己就能处理或者想弄明白病因就只能通过阅读的方式。特别是现在儿童的父母多为70后、80后,他们相对于以往的父母多有很好的教育背景,这也决定了儿童诊疗图书能否长存。”

适度应用勿尽医生职责

虽然西医不乏脉诊和舌诊的方法,但其更多的还是借助先进的医疗仪器设备和实验室做出对疾病准确的诊断,因此鲜有西医“介入”儿童诊疗类图书领域。“目前市场上的儿童诊疗类图书基本上都是中医出身的医生编撰的,内容大多是一些偏重于中医诊疗保健的内容。”世界图书出版西安有限公司医学分社社长王梦华如是说。她告诉记者,“如果从西医角度去策划,作者的遴选异常重要,不仅是儿科方面的权威医学专家,还需有着较高的文字功底,行文通俗易懂、贴近生活。前几年看到过一本日本的药物手册挺值得借鉴,它是给普通老百姓看的,内容详细、一目了然。每种药物有不同厂家生产,书里就配有不同厂家的药物照片与详细介绍以及药物的相关知识和注意事项。可以避免药品的滥用,指导正确使用和选择西药。”

(上接第1版)

收费产生的问题

虽然收费已是普遍现象,书店也比较谨慎,但也有一些书店发现了收费产生的问题,力图依靠规范管理和硬件的技术提升,对收费“说不”,而靠口碑、畅销品和服务才是书店制胜的不二法则。

首先,出版社虽然花钱买了位置,但实际效果不尽如人意。杭州新华书店有限公司总经理许悦告诉记者,杭州市店没有进货权,也没有进行过收费。不少城市店、大书城对于展台、架位、墙柱、电梯口等都设立了收费项目,出版社也很愿意在一定时期采取买断展位、橱窗广告等多种做法,甚至好奇杭州书店为何不这么做。许悦认为,在当前实体店经营不乐观的环境下,杭州市店仍执着坚守,按市场需求推荐图书。陈列以分类为主,辅以畅销书展台,排行榜完全按实际销售进行,不允许买榜书进入,操作非常规范。这得益于连锁的正规,采购权在浙江省店,对出版社一视同仁,从源头上杜绝了出版社进入卖场“指手划脚”。营销活动也由书店按照菜单



但是,人民卫生出版社的一位负责人提出了疑问,他谈到儿童诊疗类图书的读者多面向新手父母,没有育儿经验,更缺乏医学常识,浅显的医学知识或许都可能造成误解、发生歧义,儿科的病种有特异性,与成人不同。各年龄组临床表现也有特殊性。变化快、表达差、定位不明确。治疗讲究全面性,护理和支持疗法不可忽视,药物需按体重计算。鉴于以上种种特殊性,那么父母能否准确应用书中的医疗手段则是值得思考的问题。针对于此,李大林表示,“在写书的同时一定要强调父母不是医生,书籍涉及的是应急处理,发现异常,肯定要求助医生,这个度一定要把握好。”他强调,“父母要懂医学常识,但是父母不能履行医生职责。”

世界图书出版西安有限公司综合出版中心经理齐琼表示,儿童诊疗图书最好是从事医疗保健行业的作者从大众的角度、从父母的角度去论述。她举例说,“比如关于幼儿急诊这种病,如果孩子到了8、9个月突然开始高烧,孩子情绪还可以,首先应该判断是幼儿急诊,那么父母首先应该做的是退烧、观察,一般3天后出现疹子后就康复了,如果什么也不懂就去医院,孩子往往会无故被打针吃药,抑或增加孩子的交叉感染,其实这种病不需要特别处理。”

王梦华说,“推拿按摩对于医学者尚且很难,何况是对于普通的父母而言。如果是我来操作这个选题,便要首先考虑这个问题,归根到底还是作者的选择和尺度把握,要让家长从孩子的表现,很容易地推理出是什么地方出了问题、问题严重程度,以及该怎么处理,是自己处理还是需要专业医生处理等。”她还提到,“这种选题最终的读者接受程度,也取决于孩子父母要有一定的素养。现在有些父母孩子稍微有点风吹草动就着急上火,要想让这部分人接受这个选题就比较困难。”

形式排列,将各个模块放在内网上,全省各店可以报名选择参加,从而享受一定的折扣或优惠等。他认为从严格意义上讲,一些收费站不住脚。某些出版社或民营书商财大气粗,舍得出钱,但有时花钱未必取得成效,可能还会产生不良影响,“出版社要靠产品实力说话。”

第二,出版社设专架和书店按类别陈列仍未能很好解决。在上海新华,除了阶段性的主题图书推广活动(如学讯销售高峰期的教辅专题集中陈列)以外,一般没有向出版社出售专架或区域。上海新华部分门市经营管理人员反映,以出版社为单位的集中陈列,对门市分类布局将产生影响,实际销售中并不一定带来积极效果。读者选购图书大都按类别找寻,不太在乎出版社是不是以专架形式呈现;而一些出版社又希望在书城展示其形象,这就矛盾。他们认为,如果出版社图书种类相对集中,效果会好一些。但如果将不同类别的图书生硬放在同一个书架上,不利于读者购买。这种情况下,按图书分类更合适;而阶段性的宣传推广,如以显著位置的专架、码垛

在网络出版领域,法律社2008年5月底已经取得了互联网出版许可证,具备了开展网络出版业务的合法资质;并且,由于在网络出版领域所取得的业绩,法律社于2010年底再次获得新闻出版总署颁发的为期4年的互联网出版许可证。因此,法律社已经跨过网络出版的市场门槛,当务之急便是多发展个性出版、互动出版、职称出版、教育出版、纪念性出版等丰富多彩的业务。需要说明的是,尽管总署已经向符合条件的出版单位颁发了互联网出版许可证,但是并未就网络出版物的书号申领、审校程序出台相应规范,以至于目前法律社已经开展的数单网络出版业务自主编号进行。

在手机出版领域,法律社于2010年10月与中国移动签订了手机阅读协议,正式进军手机出版领域,并且

版社的产品结构较为熟悉,对出版社的传统图书所能产生的数字出版效益了然于胸;需要到市场上与数字图书相关的新技术、新产品进行一定的调研,并结合自身业务,对出版社数字出版的具体开展提出合理、务实的建议。在这方面,法讯公司的内容人才较为缺乏,负责电子书和手机书制作、加工的有2人,但均非编辑出身,对于何种图书适合做电子书、何种图书的手机书较为畅销缺乏足够的市场预测。法律数据库的员工,人数较多,学历相对也较高,但是由于长期待在公司负责数字编辑、加工、整理,在市场调研、获取竞争对手信息的能力方面相对薄弱。因此,在适当的时机,当数字出版业务取得较大进展时,法讯公司应该扩充内容人才,从社内、社外引进一定数量的通晓传统出版的编辑。同

一线实战

创新出版业态,开展数字出版,首先需要解决市场准入问题。在市场准入问题上,解决的好与不好,将直接关系到所开展的业务是否合法、能否持续、所得收益是多还是少等关键问题。

法律社法讯公司 三大领域拓展数字出版

■张新新(法律出版社数字出版中心主任、法讯公司副总经理)

从2011年2月手机书上线至今取得了较为可观的销售成绩。目前,法讯公司正在与中国电信、中国联通商谈具体的合同条款,以期在收益比例方面能多分一杯羹。在手机出版资质方面,值得说明的是,之前有数家中介技术公司联系法讯公司,说服法律社通过他们与中移动合作,并从中分得10%的收益,但基于出版整体利益考量,法讯并未同意。之后,经过各种努力,使得法律社以CP身份直接与中国移动签订协议,有效地维护了单位权益。

从法律层面来看数字出版,我国的相关法规亟需完善。针对于此我们的应对策略是:鉴于法律社在数字出版三大主要业务领域的市场准入现状,开展数字出版业务,需要在以下几个方面做好准入的工作:高度关注电子书资质的申请标准、办法条件、申请期限等,关注最新网络出版与电子书关系的相关文件,在具备申请条件时,尽快申请电子书资质;关注电子书行业标准的出台时间及具体内容,做好应对工作;在合规的前提下健康有序地稳步发展电子书业务;关注网络出版号的相关规定。《互联网出版管理暂行规定》、《标准网络出版发行管理规定(试行)》等规章都未规定网络出版的各个书号申领、审校程序等问题,目前各个出版社各行其是,但是,法律社在开展网络出版业务中仍需注意关注最新规定的出台与实施。

数字出版的内容人才,是出版社数字出版战略的践行者,是出版社数字出版职能的落实者,是具体数字出版业务的实施者,同样需要对一个出

时,对现有的内容人才也要加强传统出版业务的培训,使之在生产、制作数字出版产品时能够做到有放,进而提高数字产品的单品种效益和整体经济效益。

独立、先进、完善的技术是数字出版业务发展的硬道理。一切的问题都只能在发展中予以解决,大力发展数字出版业务是解决技术难题的唯一出路。具体而言:法讯公司必须在电子图书馆、终端阅读器、手机阅读、iPad应用商城、法律数据库等几个重要赢利点方面取得突破,在十二五期间让这些新的经济增长点百花齐放、各显神通,以使公司扭亏为盈、稳步发展。这是解决技术难题的前提和基础。技术部工作人员必须以前解决技术难题为己任,怀着高度的工作热情,不能仅仅停留在处理网站日常技术问题的阶段,不能满足于网站正常运营的状态,而要从思想的高度、战略的高度来思考技术对于数字出版业务的重要性,不断地解决技术的独立性、完善性、先进性等重大问题。同时,技术人员要多学习、多实践、多参加实务培训,在DRM版权保护等核心技术研发上取得突破,开发出具有核心知识产权的数字出版相关技术。在必要的时候,公司的日常开支要向技术投入方面倾斜,即便公司捉襟见肘,在技术上的花费也不能克减,因为这是关系公司长远发展的战略性问题。比如,即将开展的“法律出版社iPad应用商城”项目,除需要软件开发外,还需要购置配置相对较高的服务器,使用10M独享的带宽,这些花费是免不了的。

等形势辅以招贴进行重点推介宣传,效果不错。

第三,增加了书店管理难度。有些书商借超市促销员的方式,派人进驻卖场对新书作专门的解释和导购,书城表示理解,但也会产生一些问题。比如推荐的图书也许并不是最适合读者的产品;促销员对整体业务不熟悉,其他社的图书不推荐,易形成不正当竞争;从书店管理规范 and 员工队伍建设及成长角度来看,也会存在许多问题。书城短期看似赚钱,降低了员工成本,但并不利于长远发展。

强势渠道和品牌产品博弈

业内人士认为,今后书店对出版社营销、货架等收费情况不会扩大。目前很多收费都是由出版商自己提出的,从卖场的角度还没有上升到能够强势提出。数年前,曾有几家书店欲收取供货商上架费,引起普遍反感,最终以店方放弃收场。出版社对其抵触,关键是这几家书店的销售并未获得社方的满意。行业不规范,品牌产品缺乏,卖场只好以利润率选择

供应商,但尚欠缺收费的“底气”,所收费用与出版商的利润相比,还相差甚远。而一些出版商提出收费的理由,很多竟是为了打击竞争对手。

收费是把双刃剑,运用得好等于提升门槛。合理收取费用出版社能接受,特别是对于拥有品牌产品的出版社来说。对家电和超市等行业,书店的收费项目其实还比较少。家电单品的价位较高,利润也比较可观,但行业洗牌已经过去,有效能产生价值的供应商减少。相比书业,家电业流通渠道强势,运营成本高,供货商为了能够充分流通,卖场收费门槛就出现了。书业恰恰相反——目前书业有效流通渠道很多,但知名品种少,图书流通渠道数量达到了出版商的倍数,即存在N个国美和苏宁,但坪效不可同日而语。店社应一同向家电企业学习如何打造核心竞争力。在行业整合初期,适当的交费能抢占先机。待行业适当规范后,由于产品过硬、自身的强势成就了利润,反而会弱化收费,有些费用可能不再存在。未来书业将出现流通渠道依赖知名产品,进而选择知名产品,强强联合获得共赢的趋势。

第四军医大学社立足精品战略 打造“西京临床工作手册”

商报讯 9月6日,第四军医大学出版社出版的大型系列丛书“西京临床工作手册”新书发布会在北京钓鱼台国宾馆隆重举行。中国医院协会常务副会长兼秘书长李洪山,总后卫生部原部长张雁灵,第四军医大学出版社社长富明,第四军医大学西京医院院长熊利泽、副政委杜战峰、医教部主任李谨革、政治部副主任王湛伟出席了会议。

第四军医大学出版社近年不断探索、发展,以“精品战略”为指导,打造精品医学著作。此次推出的“西京临床工作手册”系列丛书共计43种,由以学科专业齐全、医疗技术精湛、特色专科突出等优势享誉国内外的第四军医大学西京医院熊利泽院长与医院多位专家精心策划,全院管理部门、临床科室和辅助科室全体人员参与编写,旨在总结、凝练医院几十年工作制度、流程,临床工作路径和规范等,展现学科风采,使之成为全国的临床工作指南和诊疗规范,同时将具有“西京特色”的工作指南和诊疗规范向全国范围推广。

“西京临床工作手册”涉及科室范围广泛,既包括全院所有临

床科室如骨科、心血管内外科、神经内外科、泌尿外科、呼吸内科、肝胆胰脾外科、妇产科、麻醉科等30多个科室,也包括护理部、门诊部等管理部门、职能部门,还包括信息科、器材设备科等为临床科室服务的辅助科室。各分册主编均由在国内外享有较高声誉的学科带头人担任,内容以临床工作为重点,以规范化和标准化为核心,每一分册涉及科室发展简史、科室规章制度及工作流程、专科基础知识及诊疗常规、主要疾病治疗方案、护理常规、常用文书书写及国外相关疾病诊疗指南和评分表等内容,不同专科具有各自的特点和特色,是各专科科室几代专家学者心血和智慧的结晶。内容科学、严谨、翔实,特色鲜明,操作性强,堪称集临床工作之大成。

会上,中国医院协会常务副会长兼秘书长李洪山作重要讲话。他对该套丛书的出版表示祝贺,盛赞该套丛书的出版意义。他指出,在当前医改形势下,“西京临床工作手册”系列丛书的出版意义重大,恰逢其时,对医院规范化管理、规范化治疗、规范化培训有着现实的推动意义。(刘志伟)

沈阳出版社坦然面对法律纠纷 坚守底线对簿公堂并胜诉

商报讯 记者从沈阳出版社了解到,该社与作者王笑然法律纠纷已经水落石出。据悉,2011年5月16日,沈阳出版社与作者王笑然签订都市小说《月色下的向往》一书的出版合同,合同中约定:若甲方的作品不符合国家的出版规定或未达到出版水平,未通过乙方的终审,则乙方有权停止对本合同的履行,乙方不向甲方支付退稿费。

该书责任编辑在通读书稿后认为该作品通篇反映出主人公晴秀在妻子和情人之间来回摇摆、举棋不定的情感轨迹,书稿中处处蕴含着对主人公婚外恋情赞赏的

情感色彩,缺乏正面的、积极的社会意义以及健康向上的审美情趣。多处细节描写存在低俗之嫌。在与作者反复讲解出版政策后,作者仍不予修改,沈阳出版社于2011年9月对该书稿进行了退稿处理。

2012年5月,作者王笑然以“沈阳出版社违约”为由将沈阳出版社诉至沈阳市中级人民法院,要求沈阳出版社“履行出版合同”。沈阳市中级人民法院受理了此案,并于2012年7月16日开庭审理了此案,并于今年7月20日作出一审判决,判决驳回起诉,维护了出版政策的权威和尊严。(刘志伟)