“人才强国研究出版工程”在京启动

中国出版传媒商报讯 10月25日,由党建读物出版社策划出版、中国人事科学研究院承担开发的国内人才学领域首个大型出版工程——“人才强国研究出版工程”启动仪式在京举行,人力资源和社会保障部副部长何宪、中组部人才工作局局长孙学玉、国家新闻出版广电总局出版管理司副司长阎智红等相关领导及专家学者到会见证。

据悉,“人才强国研究出版工程”已分别被列入“十二五”国家重点出版物出版规划项目及国家出版基金资助项目,将系统总结改革开放以来我国人才理论与实践发展的成就与经验,吸收借鉴国际人力资源开发的最新成果,分为“基础理论”、“国外译丛”、“《第一资源》精选集”、“人才机制”、“人才队伍建设”、“人才制度改革”、“人才政策创新实务”、“人才工程实务”、“人才学者自选集”、“人才强国战略文献选编”等10多个系列,计划出版图书136种,共约3400万字。各个系列将分类谋划、分步推进、分批出版,预计于2015年底出齐。目前,包括《宏观人才学概论》、《微观人才学概论》、《新编人才学通论》三种在内的首批成果“人才学理论研究丛书”与公众正式见面。

党建读物出版社社长王占生介绍说,该工程充分整合了国内外人才理论研究力量,有利于整体开发人才理论研究成果,形成聚集效应、规模效应、品牌效应,可以更好地推动我国人才理论研究,推动人才学科建设,推动人才工作发展,并进而打造中国特色人才学科体系。 (蓝)

第24届全国地方科学技术出版社联合体发行研讨会暨图书馆订货会于10月21日在杭州召开,此次订货会有全国70多家地方科技出版社、教育出版社、文艺出版社及浙江省内出版社参展,会上展示了人文科学、社会科学、自然科学、技术科学及管理科学、教育科学、大众生活等方面的图书出版物十万余种,现场的交易码洋更达到了719万。不同于往年的地科联发行研讨会,此次展会除了展示地方科学技术出版社的出版成果,一些教育出版社、文艺出版社也积极参展,起到了良好的互补、交流和共赢的作用。

或许地方科学技术出版社都有相似的感受——在“十二五”时期面临着巨大的挑战,各自的前行与进步遇到了种种瓶颈。特别是国家级出版集团对地方出版社的冲击,以及图书电子商务的兴起、民营书商的灵活机制,都让地方科学技术出版社倍感压力空前。正因如此,地方科技社联合体如何抱团取暖、一心共赢,让“小舢板”拥有力量适应新形势下出版行业的发展,甚至在“出版航母”面前脱颖而出,成为了众多同道中人汇聚一堂热议的焦点所在。

地科社找准差异运作品牌

■中国出版传媒商报记者 刘志伟

去年河南科学技术出版社、中原农民出版社和黄河水利出版社三家共同承办的地科联订货会,为创新和突出展会的订货形式,与“河南新华发行集团第11届图采会”相联合,有效延伸了地科联的功能。此次,浙江科学技术出版社与浙江省新华书店集团继续沿用这一手段,又在丰富展会的订货功能上下了不少功夫。最让人印象深刻的当属展会中的几幅投影屏幕,即时地显示出此次展会的总品种数、总册数和总码洋,并按照码洋给供货商进行了排名。这一举措吸引了众多采购人员的驻足,来自出版社的工作人员也不忘透过展台观望,甚至有些许竞争的“紧迫感”,瞬间聚焦了大家的目光,不可不谓本届地科联的一大特色。据记者在现场观察到的数据,截至到当天下午4点半,黄山书社码洋36万稳居第一,青岛出版社码洋21万排名次席,上海科技文献出版社码洋19万占据了第三的位置;重庆出版集团、上海世纪出版集团、北京科学技术出版社的码洋同时超过17万;北京上德经纬文化传播有限公司、湖南科学技术出版社、辽宁科学技术出版社、上海社会科学院出版社、浙江科技出版社的码洋在13万~15万之间;上海三联文化传播有限公司、浙江教育出版社、安徽科学技术出版社、湖北科学技术出版社、江苏科学技术出版社的码洋均在10万以上;其余的像福建科学技术出版社、河南科学技术出版社、山东科学技术出版社也分别有9万、8万、6万以上的码洋。纵观整个采购局面,尽管教育出版社、文艺出版社“百花齐放”,但地方科学技术出版社这一群体仍是最大的赢家。

突出品种、培植品牌、扩大影响、提升层次,这几个关键词可以视为地方科学技术出版社可持续发展的关键命题,通过观察本届展会,我们还是能够感受到不少出版单位都在有意识的进行“品牌运作”,在产品的差异化上努力做到“各有所长”,其中生活、科普、建筑、文献等图书产品的表现尤为突出。

生活图书侧重“品质” 身为东道主,浙江科学技术出版社单独以易拉宝呈现,力推的正是美食达人“月亮晶晶”的《爱上简单菜》,意欲延续2011年出版的《简单·菜》的火热,其品位则侧重清新、小资的“厨房生活”。同时,其展台还铺开共12册的更加贴近实用、与《爱上简单菜》差异互补的“8000例美食系列菜谱”系列,格外引人关注,譬如《儿童青少年营养食谱8000例》、《孕产妇营养食谱8000例》因为着眼独到,成为馆配人员采集的重点品种。

江苏凤凰科学技术出版社有限公司近两年持续对图文出版和女性阅读发力,本届展会又带来了不少生活保健的力作,像《对症滋补养生汤》、《五谷杂粮养生粥》、《吃对少生病——小厨房 大药房》等产品从食疗入手定位“凤凰生活”,并敏感地趋向市场需求,出版了《动动脖子 颈椎不痛》、《跟金牌月嫂坐月子》等受众明确的选题。

以编织图书见长的河南科学技术出版社,继成功引进《毛线球》后,又引进了日本宝库社的《世界编织》,编织爱好者从中可以找到志田瞳、风工房、横山纯子、冈本启子、河合真弓、岸睦子的最新作品。《最简单易懂的十字绣针法和图案500》作为该社的另一推介品种,同样强调收录了笹尾多惠、西川由加里、尼特卡、西井志奈子的刺绣技巧。该社销售总监郭瑞光表示,正是希冀引进先进的编织图书,借助编织界的名家之力,将此类产品打造为“新时尚”,与传统的编织技法图书拉开档次。

尽管现在早已不是衣食不周的时代,但生活图书却异常的热销,从侧面也反映出,国人生活水平的提高,表达出追求高品质生活的欲望。特别是随着其视野逐步开阔,生活图书的选题开发恐怕也将面临一定的难度。

科普读物强调“定位” 湖北科学技术出版社发行部主任杨云鹏告诉记者,其除了巩固“绿手指”这一园艺图书品牌,此次参展还首推了两项重点出版工程:一项是联袂中国科普作家协会策划编辑出版的“中国科普大奖图书典藏书系”,该书计划2013年年内出版至第五辑,2014年达到10辑,共100本的出版规模;另一项是“中国青少年科普分级阅读书系”,引入“科普分级”概念,针对不同年龄阶段的知识水平提供内容。

将科普读物视为营销重点的还有湖南科学技术出版社。例如其拳头产品“第一推动丛书”就新增了《宇宙的结构——空间、时间以及真实性的意义》、《大宇之形》、《量子之谜——物理学遇到的意识》等品种。定位“少儿科普”的新书有《乔治的宇宙》、《冥王星吃起来是什么味道?》;定位“大众科普”的新书则有《爱上物理——我在MIT教物理》、《云知道答案》。围绕该社旗下科普读物,还带了“科学天下 科学之美”、“科学天下 新视界”、“ 科学人文 健康人”、“数学圈丛书”、“走近费曼丛书”、“科学源流译丛”中的各类品种,选题定位层次分明。

从展会中的这些选题来看,科普读物正更进一步的走向“细分市场”,不同年龄段、不同知识面的读者都有所涉及,而“定位”、“分级”的理念势必将成为该类图书策划的趋势所在。正如湖南科学技术出版社科普生活图书编辑事业部主任孙桂均所说,过往人们对科普读物的观念是“高高在上”,现在的选题策划不能囿于这种观念的限制,一定要先搞清楚“哪些书给哪些人看”。

建筑图书“中西”并重 安徽科学技术出版社此次展会以填补传统营造技艺领域的空白为己任,为“中国传统建筑营造技艺”丛书造势。该社业务经理丰俊提到,丛书包括了北京四合院、苏州香山帮建筑、徽派民居、闽南民居、窑洞地坑院、清代官式建筑、婺州民居、蒙古包、苗族吊脚楼、闽浙地区贯木拱廊桥共10个传统营造技艺项目。该社社长黄和平提到前不久就这一丛书与美国Archiworld出版社签订了输出协议,力拓海外市场。

不同于安徽科技出版社的选题偏重传统,辽宁科学技术出版社的建筑图书则以西方现代建筑为主打,像介绍法国与欧洲设计师作品的专辑系列图书“绿色观点”就有着不错的采购成绩。另据该社介绍,其为打造《景观实践》杂志不惜倾尽所有景观编辑队伍的力量,并派专人常驻美国与美国景观设计师协会以及美国的景观设计公司长期接触。为了使《景观实践》取得“国际身份”,其在2012年10月已经在美国景观设计师协会的支持下取得了美国刊号,同时也将申请韩国刊号在韩国出版发行。这一举措也为辽宁科学技术出版社的建筑设计品牌再添光鲜。

此外,中国当代建筑师王澍在2012年获得普利策克建筑奖,中国建筑影响日增。而涉足其间的出版机构是否能设计出优质的选题成功“借船出海”,同样值得拭目以待。

文献典藏“钱途”看涨 时值《申报》创刊140周年,按主题分为18册出版的“申报丛书”是上海科学技术文献出版社今次带来的精品图书。据该社发行部主任王明海介绍,上世纪30年代,为纪念《申报》创刊60周年,申报馆分别推出了由上海文库主编的“申报丛书”和由申报月刊社发行的“申报月刊社丛书”,现在上海图书馆历史文献中心从中精选46种重新整理排印,内容尤以美、日、俄苏等强国的政治、军事、经济为要,对于馆配而言收藏价值不菲。

青岛出版社此次拿来了多个大部头著作,尽管价位偏高,依然受到采购人员的追捧,例如《世界名人故居》(市场价6800元)、《万阙宋词》(市场价1280元)、《共和国图典》(市场价1280元)。无独有偶,北京上德经文文化传媒有限公司发行部主任蔡海平告诉记者,他们与黄山书社合作出版的“近世中国影像资料”(市场价16800元)、“元代史料丛刊初编”都是今次采购的重点,虽然展位处在一隅之地,但还是吸引了众多采购人员。前者收录了1793年英国特使马戛尔尼使华以来到1949年以前,西方来华的画家、摄影师、传教士、探险家、专业记者等有关中国的历史绘画和照片,价值独特。后者由于当前元史研究细化,梳爬元人文集中的信息已成为热点,而备受瞩目。相信很多出版机构都会发现,此类文献典藏的图书策划,对于馆配而言仍有巨大的发展潜力。

●本周观察

众筹融资开启出版新视点

■中国出版传媒商报记者 素 行

提到“众筹”,或许不少人还感到陌生。这是译自“crowdfunding”一词,直译过来就是“一群人一起筹集资金”,譬如指利用互联网和SNS传播的特性,让小企业、艺术家或个人对公众展示他们的创意,争取大家的关注和支持,进而获得所需要的资金援助。根据Wiki的资料显示,全世界第一个产生的众筹活动,是1997年的英国乐团Marillion——他们透过从广大的群众中募集款项,成功地募集了6万美金,顺利地完成了美国的巡回演出。

前不久,乐嘉的《本色》以及北京软件和信息服务交易所副总裁罗明雄等人所著的《互联网金融》两本新书在众筹网上线,“众筹”的理念闯进传统的出版视野,立刻引起了行业的关注,让记者也有不少启发。

提到利用众筹模式出版的成功案例,不少人都会想到就职腾讯的徐志斌所著的《社交红利》。据磨铁图书高级产品经理、黑天鹅品牌副主编王泽阳介绍,该书通过项目众筹,短短两周时间便成功售出3300本,筹集资金10万元。在之后一个月的时间里连续加印3次,在没有传统营销渠道的辅助下,最终取得了一个月售出5万本的不俗成绩。

记者在与一些出版同仁私下中交流,许多人对“众筹”模式先是感到惊奇,接下来又极度认可。因为“众筹”打破了传统的融资模式,使得融资的来源者不再局限于风投等机构,而可以来源于普罗大众。“众筹”所依托的支持者通常是普通的“草根”,而非公司、企业或是风险投资人,实际上这是一种与“目标读者”、“潜在读者”的直接对话。大众有了预期才会有投资,这种模式无形中也降低了选题进入市场后的“生存”风险,甚至可以预判首印数,有规划的进行出版布局,对于传统出版模式而言这显然是一大有益补助。不仅仅是选题层面的风险控制,“众筹”在另一层面还是“营销”的手段,前期的“筹资”造势,为图书后期的持续发力奠定必要的读者市场。包括“独立出版”、“个人出版”在内,都可能被“众筹”重新挖掘价值。

众筹网提到,其涉足出版行业是对互联网金融的深入尝试,接下来会进一步挖掘这种模式作用与价值体系。对于出版机构而言,或许应当“大胆假设”出版业务、金融业务是可以通过互联网手段实现的,甚至可以磨合出前所未有的业务模式。而“小心求证”的前提显然是出版机构与众筹平台的往来与合作。如果二者的合作能够达到预期的效果,不难想见,众筹平台或类似的理念也将彻底改变传统出版模式。

此外,有一点值得注意的是,当前国内的“众筹”事业处于起步期,普遍存在集资者多于投资者的问题,社会的信任度与经济能力受限,大部分的专案集资金额并不高。同时,易被误解为“非法集资”,所以发展缓慢、态势低迷。所以,出版机构对于“众筹”这类团购化的筹资方式,也应当有清醒的认识,并非所有的融资项目都适合,是否选择众筹渠道,要有针对性。

●企业行动

医学教育综合改革
蓝图绘就推动医药出版转型升级

中国出版传媒商报讯 为了深入贯彻落实教育规划纲要和医药卫生体制改革意见,全国高等医药教材建设研究会、人民卫生出版社专家咨询委员会、人民卫生出版社有限公司于10月26日在京召开了“全国高等医药教材建设研究会·人民卫生出版社专家咨询委员会2013年年会”。

此次大会的主题为在总结回顾中国特色医药学教材建设的经验和成就的基础上,共同研讨如何以医药学教材创新建设为抓手,进一步加强和促进以“5+3”为主体的医学教育综合改革;如何以数字出版为引领,创新建立医药学数字教材建设新模式,推动医药出版转型升级;如何按照国家卫生计生委提出的“全民健康素养促进活动”、“服务百姓健康行动”的总体要求,全面提升医学科普出版质量,提升我国健康教育和健康促进的质量与水平,服务百姓健康。同时,在本次会议中还宣布成立了“全民健康促进和科普教育专家指导委员会”及“全国高等学校医药数字教材建设指导委员会”并颁发聘书;启动了“全国医药卫生院校优秀学生扶贫工程”,并宣布了首批参与院校名单。

人民卫生出版社有限公司董事长兼党委书记陈贤义在发言中提到,2013年,全国高等医药教材建设研究会和人民卫生出版社专家咨询委员会在十八大精神的指引下,在“四部三局”领导和指导下,依靠全体理事、委员、秘书处同志的共同努力,为我国医药卫生事业发展、医药教育事业综合改革,文化体制改革发展等事业做了大量的工作。人民卫生出版社作为全国高等医药教材建设研究会的秘书处,成立60年来,已经发展成为国内规模大、实力强、出版品种多的医学出版机构,是我国医药卫生文化事业和产业的中坚力量。在今后的工作中,人卫社将会始终坚持正确导向,以“根植卫生计生,服务健康中国”为引领,承继60年辉煌,强化品牌优势、领先地位和社会认可,围绕卫生计生大局,坚持改革创新,做强做大医药卫生出版传媒,引领和推动医药学科和事业的发展。为卫生计生、医学教育、人才培养、文化传播的繁荣和发展作出新的贡献。 (山 鹿)

人邮社专著精解古典风格摄影

中国出版传媒商报讯 随着摄影的普及,摄影技术也在不断发展。尤其对于摄影布光风格的变化直接反映了摄影技术的进步以及社会习俗的变化。特此,人民邮电出版社推出了《古典风格人像摄影用光技法》一书。

该书作者克里斯托弗·格雷秉着对摄影技法探索和研究的精神,生动地介绍了1910年到1970年人像摄影用光的技术。在今天看来,这些所谓古典风格的旧照片、旧作品具有强烈的时代特色和特殊的审美情趣,结合今天的数码摄影工作和创作便会焕发新的活力。该书按照时间顺序来讲解,以20世纪的6个特色时代对人像摄影用光的特点和技术要点作了细致的梳理和介绍,如爱德华时代、轰鸣的20年代、肮脏的30年代、短暂的40年代、美妙的50年代、狂飙的60年代,每个时代都结合大量案例来说明在今天的技术条件下如何快捷地实现不同风格的古典照片,最后一章还针对性地讲解了这些技术的后期实现方法。 (山 鹿)

●营销T台

雅思主讲新书揭密高分秘笈

中国出版传媒商报讯 10月26日下午,在石油工业出版社《雅思口语多米诺 限量版》一书北京图书大厦的读者见面会上,该书作者、雅思首席金牌口语主讲陈湃亲临现场,推介新书并与读者、粉丝见面,介绍了《雅思口语多米诺 限量版》的创作历程,介绍了雅思考试的最新趋势,揭密雅思口语高分秘笈,并耐心地解答了读者学习雅思中遇到的种种问题,与粉丝亲切合影。

随后,现场读者通过抽奖还获赠了“陈湃老师雅思口语与多米诺精品班课程”、“神秘时尚电子产品”、“《雅思口语多米诺 限量版》新书”等奖品。

据了解,此次首发的《雅思口语多米诺 限量版》是雅思首席金牌口语主讲陈湃十年沉淀的又一力作;受雅思界鼎鼎大名的“人人网雅思哥”感动推荐;由国际语言测试专家Aryel Sponseller审定;并由大中华区雅思考官Catherine Marsden, Gee Andrew原声录制。

该书是对雅思考试2013年最新话题的全面升级,对2014年话题走势趋势的预测,同时收录了《剑9》中的所有话题,受到众雅思考官联合推荐。 (林)

“四书”新读——朱子后人带你走进新儒学

中国出版传媒商报讯 10月25日下午,浙江大学出版社在第九届海峡两岸图书交易会举办了一场《四书精华阶梯》新书发布会,会议由厦门筼筜书院创院理事长王维生担任主持。该书作者朱高正,系南宋大儒朱熹第二十六代孙,联邦德国波恩大学哲学博士,他对《易经》和康德哲学都有精深的造诣。

在发布会上,朱高正指导读者以“四书”为基础,深入大精华,重视意理阐发。秉承先祖遗训,要“先读《大学》,以定其规模;次读《论语》,以立其根本;次读《孟子》,以观其发越;次读《中庸》,以求古人之微妙处。”一般坊间关于《四书》的书籍,大部分是全译本,但只译不解,重在译成白话文,而少有阐发义理的;另一种就是类似选读,但随意性又太大。由浙江大学出版社出版的这本《四书精华阶梯》,侧重在义理的阐发,而且是以先祖的《四书章句集注》为蓝本,并参考《朱子语类》,然后再结合当代的社会形势来阐发《四书》的义理,也就是说,读者可以从“初阶”、“中阶”,“高阶”,循序渐进来读,能花最少的时间,掌握到《四书》的精髓。 (素)