

## 浙大社学术品牌“六和丛书”第二辑面世

中国出版传媒商报讯 浙江大学出版社的品牌图书“六和丛书”第二辑近日推出上市。据相关策划编辑介绍,此次先推出张晖著、张霖编《朝歌集》,王培军《钱边缀琐》,胡文辉的《人物百一录》,徐文勘的《编余问学录》共四种。

张晖的《朝歌集》是作者对古典文学研究梦想的辑集,共分五部分,第一部分谈《封神演义》的忠孝观念与革命困境;第二部分谈寻找古典文学研究的意义与价值;第三部分首次公布了龙榆生与陈三立、陈寅恪与俞平伯等师友的多封论学通信,考证了他们之间的交往;第四部分探讨了中国古诗文鉴赏的意义;第五部分

是书评。另有附录,收有好友维舟纪念张晖学术梦想与求学经历的回忆文章。张晖作为一位优秀的文史学者,该书是他生前就编好的,该书的出版也是对他短暂而辉煌的学术生涯的一个纪念;王培军的《钱边缀琐》是作者研究钱锺书著作的随笔和札记,阐发钱锺书的学术成就与贡献,对其作品中涉及的典故和史料加以考证。另外还谈及钱锺书与钱穆、陈寅恪、余嘉锡、吕思勉与鲁迅等人的交往或文字渊源;胡文辉的《人物百一录》主要写王国维、陈寅恪、钱锺书、胡适等学者的逸事,以及梅兰芳、林语堂、张之洞、李提摩太诸多历史人物的掌故,具有很高的学术价值和可读性;徐文勘的《编余问学录》是作者的文章合集,主要分三部分,第一部分是研究汉语词汇和发展的专题文章,第二部分谈东方学内容,如粟特文明与华夏文明的交流,阿尔泰学人物等。第三部分谈其父徐森玉的学术,及其师友如向达、袁同礼、方志彤等回忆文字。

(清浦)

## 地方文化资源潜力开发三视角

曾经,一部电视剧《乔家大院》使得乔家大院由淡转旺、游客倍增,成为晋商文化的代表。借鉴这一思路,出版企业是否可以深度介入地方文化资源的开采,运用图书出版、影视传媒、实体经营、跨界合作等手段进行深度开发,一方面延伸自身的文化产业链,另一方面亦提升地方文化的认知度呢?带着这样的疑问,中国出版传媒商报记者与业内同仁展开交流从而得到了不少有益的启发。

**视角一 旅游项目拓展不乏伙伴**

前不久,安徽人民出版社副总编辑李旭在与中国出版传媒商报记者闲聊时透露,“近年来一直致力在家乡落地关于蔡邕蔡文姬故里的文化旅游开发”。出版业怎样立足地方文化资源,开启文化产业链,这样的话题着实启发了记者的诸多思考。“2008年,文姬归汉1800周年之际,我自费在家乡修建了一座24间的蔡邕蔡文姬纪念馆,出版蔡文姬有关著述,并准备申报‘蔡邕蔡文姬资料数据库’的研发等”,不仅如此,李旭还依托当地有关部门积极推进占地30亩的‘文姬归汉园’项目的开发。

出版业如何挣脱固有思维的桎梏,以“文化产业”立命,这样的课题已经摆在了许多有识之士的面前。地方文化资源,作为产业链中的一环,它的开发其实大有可为,只是出版传媒领域的企业真正涉足的尚在少数,如果经营、整合有道,甚至有望联动、刺激房地产业、餐饮业、旅游业、建筑工程等多项经济领域的发展,前景不容小觑。

出版业如何介入到“地方文化资源的开发”,这离不开对合作伙伴与商业模式的探索。李旭坦言,“开封市专门成立了开封市蔡文姬文化促进会,邀请我担任顾问。尽管一些设想已经列入故乡古镇的整体规划,但要实际落地,总会考虑‘上千万的投资如何取得合理的回报’的实际问题。”以“文姬归汉园”为例,杞县倾向将其放在县城开发,将文姬故里作为故居定位。李旭的想法则是,如果文姬故里距离开封市太远不便游客进入,倒不妨在开封近郊开发,这对开封的北宋文化旅游也是拉大和一种补充。在合作对象的遴选上,该项目正在洽谈的珠海市、苏州市的两家投资者,二者都是房地产企业,均期待借

“地方文献”悄然成为趋势的同时,

## ●策划手记

## 孕产图书如何应用绿色印刷

■胡敏(化学工业出版社大众健康分社策划编辑)

一本图书的出版实属不易,从前期市场调研到组稿中期,再到后期印刷制作乃至营销推广,十几个环节环环相扣,而这其中的印刷制作环节近年来频频遭受新的内容载体的冲击,让很多人忧虑:纸质出版去向何方?

早在2010年的“第二届海峡印刷技术展览会”上,中国印刷科学技术研究所副所长褚庭亮就指出“印刷行业不但要大量耗电,会产生噪音,在使用的油墨和粘合剂中更会造成有害物质的排放,在绿色低碳的历史潮流中,印刷行业的改变势在必行”。2012年5月,首批100多种婴幼儿绿色印刷读物在第十届北京国际图书节上面世,9月,全国的中小学生拿到了绿色印刷教科书,这些变革都让人们对手册有了新的诉求,特别是目标读者属于特殊群体的,比如少年儿童和孕妇。在孕产育儿图书如何应用绿色印刷,其实非常值得有识之士的探索。

绿色印刷除了顺应环保潮流,为印刷企业节能减排,对读者其实也有诸多的好处。作为编辑我在策划中亦进行了不少尝试。对于印刷来说,最基本的材料是油墨和纸张。目前市场上大多数的印刷用油墨用的是传统溶剂型油墨,其挥发性化学物质无论是对印刷工人还是终端使用者的身体健康都会造成伤害,而绿色印刷则使用环保油墨,目前的环保油墨主要有大豆油墨、水性油墨、水性UV油墨等,我们率先将大豆油墨应用于孕产育儿图书,出版了《备孕怀孕+生孩子坐月子(环保安心版)》和《坐月子宝典:母婴护理一本搞定》两本书,全面呵护妈妈宝宝的健康,

助城镇化的东风,入手文化旅游地产。这也反映出,出版企业如果愿意涉足地方文化资源的开发,是不缺乏合作伙伴的。

此外,杞县还与郑州市一家影业公司联合投资500万合作拍摄小成本电影《胡笳声声》,现已在后期制作,另有30集电视剧《蔡文姬》正洽谈中。李旭表示,借助影视剧的拍摄,希望文姬故里留下一个“汉代影视城”,接下来将要拍摄的《大汉谋士酈食其》也可以使用。从这一角度来看,出版企业着实应该围绕当地文化资源做出系列化、多元化的产品,甚至涉足产业园、影视城等文化旅游地产项目等经营活动,达到真正意义上的全媒体、全产品、全产业链的延伸拓展。

## ●文献整理寻求企业资助

上述的案例侧重于发掘“旅游地产”,如果运筹得当,或许可以为业内提供一个成功范式。在业内,另一成型的“地方文化资源”则是“地方文献”的挖掘——近年来,中华书局和上海古籍出版社等的“东莞历代著作丛书”、浙江古籍出版社的“浙江文丛”、岳麓书社和湖南人民出版社的“湖湘文库”、山东大学出版社的“山东文献集成”、黄山书社的“安徽古籍丛书”、凤凰出版社的“无锡文库”、广陵书社的“扬州地方文献丛刊”以及三晋出版社负责整理出版的《祁寯藻集》等,纷纷将目光落在各地方的历史、名家、风物上。浙江古籍出版社社长杨林海告诉记者,“浙江文丛”预计于“十二五”期间完成500册的总量。仅以经济效益衡量,此类出版规模与馆藏定位,对于码洋的贡献着实不小。

“地方文献”悄然成为趋势的同时,

出版企业在开发此类地方文化资源时还可以得到哪些新鲜的运作模式呢?众所周知,国家项目、政府补助一直是古籍整理的主要助推动能。其实,有些地方企业,同样愿意为出版企业进行赞助、投资。不过,这样的合作在业内还并不多见,此类“盲区”急需更多同仁的积极探索。

中国出版传媒商报记者从杭州市余杭区地方志编纂委员会办公室了解到一个案例:贝利控股集团有限公司,这家位于杭州市余杭区的主营业务涉及房地产开发、建筑装饰、资本投资、生物科技、信息技术、物业管理的企业出资50万元,与杭州市余杭区地方志编纂委员会办公室共同整理的“余杭古籍再造丛书”。在2013年9月,其又完成了11部古籍(旧志)的再版,分别为《余杭县志(清·嘉庆)》、《余杭县志稿(清·光绪)》、《长生殿(清·康熙版本)》、《雪庄西溪渔唱》、《西溪梵隐志》、《西溪秋雪庵志》、《西溪怀古诗》、《西溪百咏》、《南樟子》、《西溪杂咏》、《西溪梅竹山庄图咏》11部,其中《余杭县志(清·嘉庆)》等2部由浙江古籍出版社出版。至此,“余杭古籍再造丛书”已整理影印出版22部。

从这一案例,出版企业或许可以发现,成长中的有志企业,是非常希望且乐于借助“文化”塑造自身形象的。贝利集团提到,其一向注重文化的传承与发展,此次出版古籍旧志,对于人们研究挖掘临平和塘栖的历史文化内涵,塑造独特的文化品牌和研究运河文化等具有重要的现实意义。就企业文化而言,更是一种“以社会责任为核心,打造高品质健康企业”的行动。像贝利集团此类乐于积极投身社会公益事业、文化事业的企业应当不在少数,这一案例或许应该给更多的出版企业以启发。

所以,此类地方的文化符号一旦与产业载体相结合,便有望实现“产业化”。既能实现文化的经济价值,还可挖掘文化的经济潜能,通过与实体产业相结合,通过产业链条可以将文化资源转化为经济资源。这样的经营之道还值得更多的有识之士去探讨研究。

## ●文化符号增值地方出版

凡是参加过2013年北京国际图书博览会的同仁一定对主宾国沙特阿拉伯王国记忆犹新:白色、米色、土黄、绿格的

迪史达什(阿拉伯长袍)和库非耶(头巾)的服饰展示;为读者一一进行曼海蒂彩绘的艺人;帐篷、铜壶、椰枣、“苏卢斯体”写就的清真言等等。这些极具异域情调的文化符号让人历历在目。基于这种现象,记者也在思考,出版企业同样应该挖掘地方的文化符号为己所用。

业内现已成型的案例,比如广西师范大学出版社的全资子公司广西状元红艺术馆有限公司,其以收藏、销售桂林鸡血玉印章、饰品、雕件、摆件以及山料而著称。据相关负责人周祖为介绍,艺术馆在一年多的经营、宣传中,成功将鸡血玉打造为第九届中国—东盟博览会国家政要及贵宾指定纪念品、2013中国营销领袖年会“中国营销元勋”的荣誉奖品等。特别是在上海朵云轩举办的桂林鸡血玉品鉴会为其博来众多喝彩,其中的《心经》篆印更是代表展品。该套篆印即由状元红艺术馆董事长姜革文化创意策划、篆刻大家林汉涛篆刻而成。

除却实体经营,文化符号在业内的应用还主要体现在选题的策划上。例如新疆人民出版社在2014年北京图书订货会重点打造的“西域探险考察大系”(30种),该丛书主编杨镰告诉记者,此次新版可谓对本世纪以来关于西域的学术研究,特别是塔里木的玛札塔格、约特干、米兰古城、蒲昌城等遗址的探险考察作了总结,中国作者原创性著述的比重有了较大的提高,是新版图书在选题结构上最明显的变化。又如,依托云南独特的地域优势,云南大学出版社相继出版《泰国六年制小学汉语课本》(24册)、《缅甸小学汉语课本》(16册)、《越南小学汉语课本》(20册)等,以贸易输出形式,供所在国小学学习汉语。

所以,此类地方的文化符号一旦与产业载体相结合,便有望实现“产业化”。既能实现文化的经济价值,还可挖掘文化的经济潜能,通过与实体产业相结合,通过产业链条可以将文化资源转化为经济资源。这样的经营之道还值得更多的有识之士去探讨研究。

## 印工社探索指尖绘画玩具产品

中国出版传媒商报讯 随着现代教育理念的不断深入,家长越来越重视孩子在绘画和动手方面的培养。而近几年风靡的“指印画”恰好满足了孩子对于绘画方面的诉求,同时利用手指作画这一有趣的动手方式,让画画变得更加有趣。

## ●企业行动

## 党建读物社首次印厂纸张双招标

中国出版传媒商报讯 近日,党建读物出版社首次面向社会公开进行定点合作印厂和纸张采购招标。两场招标会吸引了15家印刷企业和18家纸张供应商前来投标。目前,印厂和纸张“双公开招标”的做法在业内尚不多见,此举标志着党建读物社在纸张材料采购和图书印制工作公开化、透明化、规范化方向上迈出了坚实的一步。

据了解,此次该社在借鉴业界同行的经验的基础上,吸收了长期合作伙伴的建议,

日前由印刷工业出版社出版的“快乐指印画学一本通”包括《快乐指印画学一本通·跟我学画动物》、《快乐指印画学一本通·跟我学画人物》、《快乐指印画学一本通·跟我学画奇幻之旅》,每种书均为精美盒装,是一套精心设计的早教玩具产品。每

## “电力书市”社店联手创新送书下基层

中国出版传媒商报讯 近日,在国家电网江苏省电力公司召开职工代表大会期间,英大传媒集团中国电力出版社和江苏省电力公司共同举办的“电力书市”在江苏多家供电单位依次展开,此系列书市活动是电力社送书到一线,服务电力系统基层单位的创新形式。

据介绍,此次该社提前为电力书市活动做了精心的筹备,不仅挑选电力精品图书,还积极从江苏省新华书店组织货源,通过各

盒均含一本精美指导画册、二支水性画笔、五种不同色彩的颜料,以及一本命名为“梦幻工厂”的创意练习册。其中指导画册均包括两部分,一是用指印画绘制而成的故事,二是详细的指印画创作步骤;外包装盒则是精心设计和制作的小画家工作台;附赠的颜料和水笔均为水溶性,环保易冲洗,符合国际儿童用品健康标准。

(啸)

点合作印厂和纸张采购招标会现场也发现,除出版社评委小组和相关工作人员外,中组部机关事务管理局国有资产处、机关党委纪检办的同志作为“督导”对开标、验标、评标全过程进行了监督指导。

通过此次招投标,5家印厂、6家纸张供应商成为党建读物社2014年度合作伙伴。该社负责人表示,这两个公开招标不仅有利于节约材料和印制成本、确保生产质量和周期,也是推进廉政建设的重要举措,将对出版社的健康发展产生积极的推动作用。

(蓝)

动内容。

此次为期十天的电力书市相继在南京、苏州、扬州等多地供电公司展开,在国网系统起到了示范效应,不仅受到了一线职工读者的好评,同时新华书店也表示了欢迎和肯定的态度,对于出版社和新华书店而言也是一种双赢的新合作模式。该社负责人透露,今后还将会把此类活动继续推进下去,而书市上没有选到心仪的职工也在书市服务人员的帮助下填写了图书需求登记表,图书将通过快递送到职工手中。

(林)

## 古籍社巧借韩剧推广域外汉文小说

●本周观察

中国出版传媒商报记者 刘志伟