

不后悔

第一次近观中国少年儿童新闻出版总社,是在写《中少总社销售码洋增幅连续破亿引关注:革命有多深,发展就有多远》的时候。那时,中少总社“从产品经营上升到品牌经营和知识产权经营”的发展思想已经扎根,只待抽芽、开花。一年后,中少总社奔赴第50届博洛尼亚童书展,在独立展台上一次性输出57项版权,成功初涉版权运营。再一年后,同一地,中少总社带队中国少儿出版展团集体亮相,25家社输出153种图书版权。到了今年,除少儿社,展团还吸引13家非专业少儿社加入,共达成420项版权输出。几年间,有幸以《全景透视中少总社

微思考

行业前瞻

@安徽出版王亚非:当今,经济波折,正面临转型升级和新常态的发展探索,而文化繁荣,却正面临文学艺术新命题,即,如何引领精神追求,又训服商业意志?文学,就是人学!哪一个人当年不文青,不是好书引导了人生理念,培育了品行?读什么书,做什么人。作家,要慢下来,写有意义的书;读者,要细下来,读有教益的书!

@龚曙光:其实我很想有一年时间,完全放下公司的日常管理,一个人或带一个极小的团队去国内外深度考察和思考,寻找从根本上重构公司业态与战略,从根本上重建自我商业理念与理性之路。中国文化产业没有这种疗毒式自省和颠覆式重构,是不可能长足发展的,因为中国还没有真正成熟的文化企业家。

@中华书局数字出版中心方颐:数字化古籍适应了国民网络阅读的趋向,提供了辅助学术研究的工具,极具市场竞争力。数字化古籍提供的不只是一本书、一个数据库,更是一件学术工具、一个研究平台。它不仅提供诸多与内容相关的知识工具,如联机古汉语字典、年号与公元纪年对照表、历代官阶序列表、家族世系表、姻亲关系表、地名沿革表、人名字号表等;也能提供古籍字数、字频、词频的统计信息,行文风格特点的概率统计,参考数据的汇聚;还能提供不同版本比勘校对的接口、异体字的汇聚显示、读音的自动标注和朗读、在线标点断句等功能。这些工具、信息和功能,不仅极大地改善了研究条件,而且带来了研究思路、研究方法的革新。一旦专业研究者形成

微感言

阅读理念

@刘立尧-上河卓远文化:阅读不必循规蹈矩吧,可以像沿着蛛丝马迹侦破案件一样去阅读。比如一本著作中提到的作者、著作、典故等等,相信每一本优秀的著作都不是独立存在的,它是一个进入历史的切入点,因为它必然在历史中潜藏,并与其它优秀作品保持某种联系,而发现并钻研这种联系,常常会使人体验并拥有属于个人的阅读趣味,建立个人的阅读趣味我觉得是非常重要的,但所读的书要有一定的质量,要经得住几代人在时间中的考核,好的东西经久不衰,通过阅读这样的作品,建立趣味,也会提高自身对优秀作品的判断力,我觉得这是做一名优秀读者的前提。

@远方出版社发行部刘向武:如果出版的图书无人阅读,人类的知识便会沦为机器的大脑;如果机器拥有人类丧失的阅读能力,那么最终进化到极致的物种是机器而不是人类;如果人类总想着利用机器,那么人类终将变成机器。而当下,人类正逐渐荒废阅读……

@王健-凤凰天舟:无论怎么说,阅读是让人愉悦的事,可是阅读形式和载体的急剧变化让我们出版人手足无措。我觉得要让出版业浴火重生不是要想尽办法让读者重归书本,而应该思考尝试建立新的出版业商业模式和组织生产方式,使之和医疗、餐饮行业那样。不然,这个行业势必更加艰难。

@刘香玲-中译:阅读让我们身心宁静,让我们与世无争,沉浸在汪洋书海中是多么幸福的一件事。爱书之人有幸整日与书为伍,与笔为伴,想来也是美美哒。然工作中多有烦恼之处,或绞尽脑汁不知心随何处,或所做非所想,一片混乱之中。终有责在心,有悟在口,必有突破之路。

了这种工具依赖心理,将给传统古籍出版模式带来颠覆性的影响。

@卢俊-中信社副总编辑:出版商在今天已经需要重新定义,从过去所谓的内容提供商必须转变为阅读产品、阅读服务以及用户大数据管理的经营企业,是优质写作资源的管理者和经营者,我愿同行们能在这条路上理性关注内容价值,持续不断为读者提供有价值的阅读服务。

@张雪松-浦睿文化总编辑:我觉得阅读是刚需,不管内容如何变化,搭载内容的介质如何变化,人们都需要阅读,这是人类最重要的精神活动之一。不管是纸质出版还是数字出版,出版人的使命,都是去用好的内容来满足这种需求。而纸质出版也不见得会消亡,纸质书有其不可替代的工艺属性和审美价值,如何放大这种价值,让纸质书成为人们生活方式的一部分,可能是纸质书存活下去的理由之一。

@栾大成-清华社:传统IT出版还能走多远?很远。IT图书的特点,注定其不会像休闲类图书可以轻易转移到移动互联网,大多数人的学习习惯,还是打开台灯,静静阅读,默默笔记。但是IT纸质图书的出版思路需要彻底变化,其制作基础和推广手段需要更为深入地贯彻互联网思维。从目前的IT教学资源的分布趋势看,低端内容会被各种互联网教程平台蚕食,中高端内容会被行业高手个人教学平台笼罩。而IT出版社,如何在这种趋势下生存下来,是个关乎生存的话题。是自己电子化?还是跟电子化的资源合作?还是做新型制作思维的纸质书?后两者是非常现实的、可操作的方式,而第一种,等国内版权保护成熟了再说。

@海豚传媒编辑中心主任陈琳:于儿童而言,阅读是习惯的养成,是可以相伴一生的生活方式,当从小就建立起对阅读、对书本的兴趣,是一件十分值得庆幸的事情,在每一页安静的字里行间,我们徜徉几万里,驰骋几千年,探索时间的未知和空间的奇景。渐渐成年后,当我们在现实的生活中颠簸,起伏起伏,阅读让我们从疲惫的生活中短暂抽离,有机会从庸常的琐碎中走出去,走向更广阔的世界。作为一名出版工作者,很幸运能与书籍为伴,每一天都能转换于时空之中,看常人之所不能看,听常人之所不能听,这是福分,也是责任,所以日日都要心怀感恩,让孩子们真正接触到优秀的作品,陪伴他们将阅读一路走下去!

@山西人民出版社贾娟:未来的读者市场,特别是大众图书读者市场,90后、00后将成为主流的阅读群体,对于这两代互联网背景下成长起来的庞大群体,无疑是“得粉丝者得天下”,出版社如何针对他们的阅读需求和阅读心理,充分运用互联网思维和服务意识,打造自己的粉丝经济,无疑将越来越加重和迫在眉睫。

@丛艳姿-水利水电社:该为纸质书担忧吗?作为一个纸质书出版从业者的我,好像并没有。我家小孩每天要在iPad上看一会儿有动画的图书。我工作时,使用《四库全书》(电子版)查找资料。我先生在家就能用Springer数据库索引找到他想要的文章。电子化出版带来的高效、便捷和丰富多彩,我们每个成员都有体味。但同样,孩子睡前会拿一本纸质故事书让我给她讲故事。我每月有购买纸质书的习惯,那些书不为查找、不为索引,只为了安静地阅读。我先生也会定期到图书馆借阅纸质书。新生事物未必一定要取代旧有事物。通常,它们各安其位,所以,我不担忧。

社交网络为信息的交流与分享提供了新的途径。微博、微信、QQ等拥有数以百万的登记用户,使用该服务已成为了用户们每天的生活。许多出版人也喜欢在社交网络上畅谈有关出版的观点、分享阅读的理念。中国出版传媒商报记者特别从各社交网络空间采访、整理摘录了这些精彩篇章,期待给读者更多启发。

中国出版传媒商报记者 刘志伟 采写整理

微言大义话出版

微观出版

60·20
同道篇

中国出版传媒商报纪念特刊

@人大社丹丽:好的教材是无数莘莘学子的良师益友,也是步入知识殿堂的直升阶梯,传授的不仅仅是知识,更是一代代名师的风尚与情怀。爱书之人干了出版,充实而又满足,于我而言既是难得的缘分也是莫大的幸运。

@曹春海-商务国际:出版无论怎么变,都必须植根于内容创作,一切技术手段、传播渠道及载体形式都是在为内容服务。另外,互联网思维也赋予了传统出版新的涵义:产品不仅仅是有形的实物,也可以是创意、是理念、是服务、是口碑,传统编辑人员应努力接近市场,通过多渠道对产品的进行跟踪,与读者及数字产品用户形成有效的互动交流,从而去策划更适应市场需求、更贴近用户消费心理的产品。

@张驰-华文社:在我理解中,出版工作的本质是站在读者和时代的角度,对阅读价值的发现、选择、创造和传递的过程。当前的出书滥与阅读率下降形成了恶性循环,书号政策或应重新反思:是否可以按责任编辑的数量核发书号数量?

@申尧-青岛社:如果我们把树砍掉,打成浆,制成纸,印上字,还不如留着那棵树为地球制造氧气,为生灵遮阴挡雨,那岂不是个绝大的讽刺吗?

@赵笑笑-新星社:让我说说书,一开始我是拒绝的。要夸一本书太难,想骂倒是有一百万种理由,而最常见的莫过于“无视”。对,这便是现状。但身处这一行业的,几乎是全城幸福感最高的一群人,与书为伴的工作啊,感觉就像和最爱的人结了婚似的。当然要抛开报酬不谈,也难怪人家都说出版行业的都是富二代。至于读者,我一向没有太高的要求,特别是作为类型文学的编辑,从未想过让一本小众读物成为大众畅销书,能让那一小撮读者满意,我就很开心啦。做书的多数时候是心寒。哪怕是给很好的朋友推荐一本书,基本上也是

“独秀”博洛尼亚童书展26号馆 漫步国际 快意未来》、《中国少儿出版“专列”开往国际市场》等文跟进反映,在国际化的新产业时代,中少总社的“火车头”效应如何渐变为中国少儿出版效应。这其中的关键性人物绕不开少读工委主任、中少总社社长李学谦。

对于一个记者而言,李学谦是一个难得的采访对象。带着润物无声的沉着气质,他逻辑清晰地腾挪着企业运营之道。而曾身为中国青年报社社长、总编辑的李学谦更是让采访他的记者感触到跃动的新闻点,每次采访他,都受益匪浅。其实,我要谢谢在十年行业记者生涯中出现的每个受访对象,每个甚至不曾谋面的你。是你,是你们,使我的笔端得以鲜活,思维得以活跃,感情得以沉淀,让我不悔于,青涩时候的职业选择。感谢相遇。(刘海颖)

@董良广-人卫社:“互联网+”在各行业领域的融合发展上升到了国家战略层面,“互联网”一词更多的是代表网络信息技术尤其是移动互联网技术和软硬件对传统信息沟通的影响,出版行业作为以信息内容为根本的领域,带来的变革应该是最大和最具有颠覆性的。为什么喊了几年的数字出版还有大力资金推动转型却没有给出版社带来根本性的变化?因为体制机制不变,鸡窝里飞不出金凤凰。

@郭宇佳-中译:“互联网+出版”,营销人任重道远。要有90后的天马行空+80后的踏实内敛+70后的运筹帷幄,才能加快出版社的营销“运算”,有朝一日将“+”变为“×”,打造畅销书N次方。

@梁雪云-人民日报社:早在半个世纪之前,加拿大传播学者马歇尔·麦克卢汉就预见性地提出了其惊世骇俗的论断——媒介即讯息,他指出,真正有意义的、有价值的讯息并不是各个时代的媒介所传播的内容,而是媒介本身,即这个时代所使用的传播工具的性质、它所开创的可能性以及带来的社会变革。对于传统图书编辑来说,必须适应移动互联网发展的新业态,学习媒介融合时代的图书选题策划与营销知识,图书制作技巧。不论如何,图书的介质可能改变,但图书作为内容产业的实质不会改变,因此,“内容为王”是图书产业发展颠扑不破的真理,是图书编辑任何时候都必须高举的旗帜。

@童彧-医邦网:互联网正在渗透到各行各业中,医学出版行业也在被这一大的趋势深深地影响着,医学考试书会被医学考试APP瓜分市场,医学科普图书会因为各式各样健康类的网站、APP,使其读者群体缩小,医学专著类图书是目前所受影响较小的一个分类,也许是因

被礼貌地拒绝,或者露骨地无视,最诚意的也只是“那,你借我看看吧”。这样让我很心寒,我宁愿这是件只被少数人接受的、奢侈的事情。

@李其功-世界知识社:我们这代人,是我很喜欢小册子的,薄薄的只有一个印张、两个印张,在1980年代,也就是几分钱、一毛多钱一本,买着经济,看起来举在手里不累,篇幅短小,知识点集中,阅读效果非常好。但是现在没这东西了,出版社有原因:不赚钱,一个印张卖多少钱合适?也就是两三块,能卖1万册就算说得过去了,码洋才两三万,能赚多少钱?书店也不愿意卖,骑马钉小册子怎么摆?在柜台平铺?一寸柜台一寸金;上架?书就“死”了,没书脊啊?可这东西读者有需求啊!如果出版社能搞个小丛书,三五种三五种地推,做出影响来,未必不赚钱(可能还是赚得不多),书店对这种书给点支持,先来社会效益,做出影响,做出品牌,以后打包精选销售,赚钱的日子在后头。

@王群-浙江科技社:从书籍的定义可以看出,书籍是交融感情、获取知识、传承经验的重要媒介,是人类文明的象征。所以我们每一个编辑的基本职责应该是引导读者阅读那些美好的、温暖的、科学的、创新的、文明的、进步的书。要做到这一点别无他法,唯有多阅读多修炼,提高自身品位和欣赏水平,善于发现生活中的真善美,善于开发和寻找优秀的作者,用新颖的选题、优美的文字、充实的内容、精致的装帧吸引读者,给读者带来温暖和愉悦,这恐怕也是我们编辑对阅读最大的贡献了吧。

@文开琪-清华社:出版行业进一步洗牌中,不加入互联网思维,老派的出版社会失去更多市场,临近必须破釜沉舟,力挽狂澜的边缘。

@广西科技社少儿科教事业部副主任 王滢明:作为一名童书编辑,我常常有一种遗憾:要是我在童年能读到现在手里编辑的这些书,或者是同行们出版的那些优秀的童书,那就太幸福了。不仅仅是因为这些书有趣,能够娱乐童年生活;我相信从小阅读学到的肯定不光是

微对话

互联网+

为医学专著倾向于知识的积淀与整理,更需要图书这样的厚重的方式表达吧。离开医学出版行业投身医学网络媒体,其中一部分原因就是对于互联网这个新兴行业的兴趣,觉得更能激发我的创造力和想象,同时对于医学出版的情结还在,我还是在时刻关注着这个行业的动态。只要对知识的需求还在,只要图书馆还在,出版行业永远不会没落,可能只是需要在这波互联网大潮中找到属于自己的机遇和挑战吧。

@黄柏松-安徽科技社:在“互联网+”的时代,出版社的编辑营销策划人员的职能也随之发生改变,不仅要专注于产品生产研发的本身,还要更多做好“连接”服务。而所谓的“连接”服务,就是做好与作者、读者、媒介、渠道等的连接。这对编辑营销策划人员本身提出了更高的要求,需要有感恩的心态、包容的情怀、独到的见解、敏锐的眼光……

@董良敏-红旗社:在互联网时代,出版行业挑战与机遇并存,出版人应坚定信心。传统出版正在走向消亡的论断现在显然已经站不住脚了,数据表明,实体书店已全面恢复增长,更出现了方所这样的大型实体书店。电子书虽说在一定程度上制约了纸书,但电子书的副作用也在日益暴露出来,纸书仍具有不可替代性。出版人没有必要为此而萎靡不振。互联网时代为垃圾书提供了便利,图书市场上并不缺乏书,而是缺乏具有观点的好书。因此,出版人应坚定信心,拒绝垃圾书,进行自我净化,坚持发现、提供高品质的内容。我相信,随着国民受教育程度的不断提高,读书的人也会越来越多,图书市场将会有更加广阔的空间。

微感言

图书畅想

知识,还有阅读过程中的思考、想象、启发或者哪怕是误解,这些影响着我们每个人后续人生的展开。这个遗憾在现在的工作中已经得到了一些弥补,除了做童书编辑,还有一种弥补的方式——我看到很多朋友在成为父母之后,仿佛研修了一门法力无边的学问,有耐心、幽默、乐观、包容……我相信这其中也一定有一部分原因,是因为他们开始和孩子一起阅读童书,重新看到了自己童年没有割舍的问题。

@张静-水利水电社:杨绛先生说过,年轻的时候以为不读书不足以了解人生,直到后来才发现如果不了解人生,是读不懂书的。读书的意义大概就是用生活所感去读书,用读书所得去生活吧。我爱读书,我的书是我引以为豪的筹码,它让我懂得如何经营生活。作为出版人,我庆幸自己可以一直与书为伴。

@河南科技社邓为:与很多图书编辑交流后发现,白天很难有集中时间编辑稿子,要真正编出更多的稿子、更好的稿子,就非得加班加点不成。很多编辑工作,都是在晚上万籁俱寂的时候完成的。因为这个时候,没有电话,干扰最少,能够真正静下心来去认真对图书中的问题进行修改、删减,甚至写出更多的书评之类。白天只能干杂事。什么是杂事呢?就是约作者、填各种图书信息资料、让各级领导签字、寄送样书、安排校对、进行封面设计和版式设计、开选题会、调研、听编校分析会,等等。这些工作,芜杂无序,但非得在白天才能干成,很多与一本书的编辑基本无关,或者是“周边”工作,只能安排在白天干完。“白天干杂事,晚上干正事”就是我的工作态度和习惯。

@社科文献社张金勇:人行之前曾有前辈和我说,干编辑这活,得保持对文字的敬畏心里,得尊重作者的观点。转眼现在已经人行三年,经手的文字也有上千万了,碰到作者以及译者也有好几打,算是对这个有了较深的体会。但是,感触更深的是在敬畏文字和尊重作者观点之前,必须得遵守相关规范,否则一不小心就会挨批挨训。戴着镣铐跳舞,你也得脸上带笑。没人会告诉你这话,但是大家都是这么做。(下转第31版)