《清华大学图书馆藏稀见方志丛刊》面世

中国出版传媒商报讯 9月17日,由清华大学图书馆、国家图书馆出版社主办的"《清华大学图书馆藏稀见方志丛刊》发布会暨历史文献整理出版座谈会"在清华大学人文社科图书馆举行。来自清华大学、北京大学、北京师范大学、中国社会科学院、中国科学院、国家图书馆、国家博物馆、首都图书馆、中国艺术研究院、中国地方志指导小组、国家方志馆、北京市方志馆等机构的专家学者、图书馆工作者近40人与会。

《清华大学图书馆藏稀见方志丛刊》是国家图书馆出版社"著名图书馆藏稀见方志丛刊"图书系列的第22种,从清华大学所藏1000余种方志中精选出20种稀见方志,其中绝大多数为抄本、稿本。所选各方志,编册排序

大致依《中国地方志联合目录》,成书为精装16开,共计36册。《清华大学图书馆藏稀见方志丛刊》中最具特色的,当属一批民国时河北诸县方志志料。这批文献均为民国时河北各县应省政府通令征求志料而编纂,包括《平谷县(今属北京)志料》《正定县志》《遵化县志料》《抚宁县志料》《新镇县志料》《定兴县新征志料》《吴桥志料》《交河县志料》《永年县志料》等,具有较高的文献价值。发布会由清华大学科技史暨古文献研究所所长冯立昇主持。清华大学图书馆党委书记蒋耘中、国家图书馆出版社社长方自今为该书揭幕。清华大学科技史暨古文献研究所副研究员宋建 是作为该书系主编,重点介绍了这套书的整理情况和出版的价值、意义所在。历史文献整理出版座谈会由国家图书馆出版社副社长殷梦霞主持。与会人员不仅讨论了地方志文献整理出版工作的意义和价值,同时就传统方志出版的整理思路、编印方式等进行了具体、深入的讨论研究。

●背景链接

十八届三中全会决定中提出"建立多层次文化产品和要素市场,鼓励金融资本、社会资本、文化资源相结合"。金融是现代经济的核心,推动文化产业与金融业强强联合、深度对接,对于激发文化产业活力、推动文化大发展具有重要意义。仅以出版传媒产业来看,在文化与金融融合发展过程中,许多大学出版机构多为轻资产运营,其规模化和集约化程度不高,自主创新能力和核心竞争力不强,融资难等问题依然存在。一些中小型出版社对文化金融的探索更显得举步维艰,亟待改革突破。

对于大学社而言,发展文化金融产业的战略路径与问题越来越清晰。在文化大发展、大繁荣的过程中,文化金融的发展面临重要的战略机遇。当前,文化金融发展的状况与国家文化战略的要求还不相适应,文化金融的发展急需取得重大突破。随着文化产业作为加快经济发展方式转变和经济结构调整的重要途径与内容,文化产业的发展被提到了国家战略层面,大学社在发挥市场机制来推动文化资源与金融的对接时,应重点解决好以下四个方面的问题:一是如何实现由"资源形态"向"资产产业形态"的转化,从而较好地把握文化产业发展的现实特点与内在规律;二是如何通过建立现代企业制度,为金融支持文化产业发展奠定良好基础;三是怎样构建文化类无形资产流转评估体系,为金融业产品创新创造条件;四是如何搭建文化产业投融资服务平台,使政、银、企融资对接中的桥梁作用得到充分发挥。

从目前文化传播的方式来看,"十三五"期间,通过互联网方式传播与运营文化产业,将占据主导地位。这两年可以明显看出,随着影视娱乐行业市场化开发的不断深入,以影视版权为核心的娱乐行业将迎来发展新时期;在创意设计行业,我国创意产品的产业链已经初步形成。这两个行业极有可能成为文化产业与金融成功"联姻"的突破口。大学社找准文化金融的发力点尤为重要。谈到文化金融,首先应该对文化产业进行分类,提炼出可以产业化的文化类型。除却影视、创意等市场化元素充分发展的领域外,文化企业,动漫、游戏、旅游等都有成型的模式可供参考。

金

融

在上述背景下,大学出版社或许应该聚力而为,加快文化和金融的有效对接,打造相关的产业平台,以推动发展。譬如,打造文化投融资平台,推动文化与资本对接,通过投入政府引导资金,发挥财政资金"杠杆"效应,为大文化产业发展提供资金支持,像对具有潜力的文化企业和项目进行股权投资;与银行等合作建设针对中小大学社融资的统贷平台,对文化企业开放绿色通道,优惠利率,统贷统批等。

其次,大学社和行业主管部门还可以牵头打造文化项目孵化平台。譬如,建设文化创新工场,汇聚大学类出版社的文化信息流、金融信息流,在提供集约式空间服务的基础上,整合现有政府扶持、产业联盟、高校资源及专家顾问等,提供包括发展空间、投融资、公关、财务、法律服务在内的一系列专业服务,根据大学社不同发展阶段提供针对性的贴身服务,帮助企业突破发展中的各类瓶颈。

在文化金融中,大学社身为文化企业, 其信用评估也很重要。为此,可以充分发挥中介机构作用,研究建立科学合理的文化企业信用评价体系,鼓励大学社增强公信力、提升服务质量、推广信用产品。建立信用担保、信用评级、信用增进体系,充分发挥其在投融资过程中的评价和担保作用,同时综合运用法律、经济、舆论、监督等手段完善信用激励机制,实现以信用促融资,以融资促发展的良好局面。

此外,大学社和行业主管部门还可以建议商业银行探索"文化银行"的商业模式。例如创新业务审批机制、完善内部评级体系,对文化企业服务专营金融机构,金融监管机构应实施差异化监管,通过风险拨备、不良资产核销等差异化监管,提高风险容忍度,从而降低金融机构的业务开发成本。大学社可以借助这些金融机构分析资金流动与走势。

需要提醒的是,尽管近两年来文化金融的概念持续升温, 但是大文化产业的产能过剩的问题也开始凸显,导致估值泡 沫不断涌出,大学社对此应保持警惕。现阶段国内的许多大 文化产业刚处于起步阶段,金融产品还相当薄弱,就影视产业 而言,如果相关的金融担保产品无法面世,整个行业就会处在作 坊式的发展阶段。而艺术品行业则需要应对艺术品抵押问题, 过剩的艺术家和未被满足的艺术品消费需求,就始终无法形成 有效对接。在这一背景下,国家有关部门和相关行业协会应当 积极发挥引导作用,加强相关制度的完善,在关键节点上为文化 金融作出引导。而且在投资者看来,大文化产业中原创价值真 正高的、很有价值的原创作品还不是很充足。很多影视企业、动 漫企业、游戏企业的经营波动大,缺乏持续造血和创新的能力。 此外,衍生产品运营能力比较弱,很多较好的文化项目,没有带 来相匹配的价值。以动漫企业为例,有的公司尽管已经拥有较 高品牌价值的动漫形象,但是每年的收益很低,主要还是因为衍 生产品或者衍生产业运营能力较弱。大学社在遴选合作伙伴时 需仔细评估其发展现状和潜能。

大学社掌门人微论"十三五"

■中国出版传媒商报记者 刘志伟 采写/整理

(清华大学出版社社长):"十二五"期间,清华大学出版社坚持改革创新,提质增效,着力推动科学发展,取得良好的社会效益与经济效益,国有资产保值增值水平逐年提高,企业实力进一步增强;在计算机与信息、理工、经管与人文社科、外语、职业教育、少儿等出版领域呈现出良好的发展态势,品牌特色凸显。重点项目、期刊、精品图书获得多种奖项;"集团化"建设稳步推进;"走出去"迈出坚实步伐;传统出版与数字出版融合发展初见成效;为"十三五"时期的发展奠定了良好的基础。

"十三五"时期,我社将依托清华大学综合优势,经过积累、传承、创新,发展成为以服务我国高等教育为主,多领域、数字化、综合性的大学出版企业;形成传统出版与新媒体出版融合发展的新格局,成为传播先进文化、推动社会进步、彰显中华文化与科学技术影响力的重要力量。以品牌建设为先导,人才队伍建设为基础,大力推进集团化发展、数字化转型、国际化拓展、资本化运作、多元化经营,努力建成世界一流的大学出版集团。

李水说(中国人民大学出版社社长): 2015年是"十二五"规划的收官 之年、"十三五"规划的伏笔之年,也是中国人民 大学出版社的社庆之年。作为新中国成立的第 一家大学出版社,六十年来,人大出版社获得了 学者的信任、作者的肯定、读者的认可,赢得了社 会美誉,已经成为中国哲学社会科学出版的第一 品牌。

过去五年,人大出版社取得了一系列发展成果,其中以重大项目带动为突破口用创新引领发展和形成"高端学术著作国际出版"的"走出去"品牌是两大亮点。前者表现为人大出版社始终坚持学术精品战略,出版了一系列具有人类文明传承和文化积累意义的大师著作和经典图书。后者表现为人大出版社致力于在国际学术出版的舞台上讲好中国故事,传播好中国声音,始终保持图书"走出去"方面的排头兵优势。

下一个五年,人大出版社将结合国家"十三五"规划纲要提出的新要求制定发展计划,继续坚持精品战略和品牌战略不动摇,控制选题,优化结构,打造亮点,提高效益;继续深化改革,打造适应当前文化环境的现代化企业结构,不断优化工作流程和管理机制;继续关注科技进步,积极推进数字媒介融合发展,探索文化产业"大运营"。

何林夏(广西师范大学出版社集团董事长):目前,党中央陆续推出了关于《关于繁荣发展社会主义文艺的意见》和《关于推动国有文化企业把社会效益放在首位、实现社会效益和经济效益相统一的指导意见》,就文化企业的社会责任问题提出了要求。就社会责任而言,对一个出版社,或者对文化企业来说出好书是天经地义的事。中央出台文件告诉大家要把社会效益排在第一位,在当下社会环境来说,这是有必要的;从文化企业的发展规律来

说,这是不言自明的。出版社、文化企业的社会 责任是与生俱来的,从业者在从事这个行业的时候,就应该天经地义地把社会效益排在首位。

作为出版机构、文化企业应该如何兼顾社会效益和经济效益呢?我想从两个方面进行阐述:第一,文化企业的天职就是出书、出好书。虽然不一定每一次出的书都是好书,但是我们心里要时刻想着做每一本都要争取把它做到最好,心里要想着要为读者贡献好书,我们心里一定要有这种意识,因为这是一个出版人的天职。第二,好书就一定会有市场,好书就一定会有经济效益。不好书不可能没有市场,也不会没有经济效益。我想说这个市场和经济效益不是简单的数字,而是它应有的读者的市场占有率,这才应该是我们评价一本好书有没有市场的标准。我们不能说一本书卖了500万就是好书,一本书卖了1万本就不是好书,也不能说一本书卖了500本就没有经济效益。

(南京大学出版社社长兼总编辑):在继承"十二五"重点规划的基础上,完成"十三五"研究的项目,具体说是建立在全国具有重要影响的"两个中心、一个平台":一、成为中国有影响的学术思想史出版中心。二、建立中国最大的文化学术名家评传出版中心。三、建立中国中文人文社科学术评价、出版、营销的立体化运行平台,使之成为南大、江苏乃至全国的高地和高峰。

具体到"十三五"的项目,在"十二五"人选 22项国家重点出版物的基础上,我社做了充分 的准备。重大项目如"'一带一路'专题研究系 列","孔子新汉学系列","中国学术思想史系 列","当代学术棱镜系列"、"民国历史研究系 列"、"民国文献出版系列"、"中国文化史系列" (如《中国古代文献文化史》),"古籍整理系列" (如《全清词》、《全清戏曲》),"佛学研究系列"(如 《百年佛学精华集成》),"南大图书馆藏珍本集 刊","专题史系列"(如《中国禁毒史》、《中国新闻 传播技术史》、《中国网络传播史》、《中华民国新 闻史》等),"公共记忆与民族认同系列","诺贝尔 文学奖撰著系列研究","马克思主义研究",《中 国佛教艺术史》、"南海文库","互联网金融专题 研究"等。

化学工大学出版社社长):以满足 国家需要为己任,服务教育发展、民 生事业和社会建设,围绕能源、资源、环境、健康 和社会工作五大领域,精心策划重大选题,体现 科技价值与人文情怀;服务学校教育,使出版社 成为学校学术成果交流平台,特色本科教育的展 示平台、校园文化建设辐射的重要基地。积极探 索和完善"零售市场+原创学术+高校教材"齐头 并进的出版格局,形成"理工、社科、外语、基础教育、重大项目"五位一体的选题结构;坚持产品内 容的自主原创,构建拥有专有出版权乃至专有版 权的完整产品线体系;积极运用互联网技术和数 字出版技术,以全媒体出版促进传统纸媒出版的 转型升级;成功建成一个有自我掌控能力和全国 辐射能力的地面渠道与网络渠道并行发展的发 行渠道体系。

鲁东明(浙江大学出版社社长):回归本原而创新,乘势进取而作为。放眼"十三五",出版行业正迎来转型升级、融合发展的历史机遇,回归出版本原、依托创新驱动也已成为本质特征。面向"十三五",浙江大学出版社将在一流大学出版社建设的"三步走"战略中跨出坚实的一步,成为国际学术交流与知识传播的窗口基地,成为行业数字出版与转型发展的典型示范,成为特色学术出版与数字出版服务的重要力量。

浙大社将以"服务学科、提升声誉"、"凝练特色、做强优势"、"以人为本、科学发展"作为"十三五"规划的指导思想,确定了规划的基本思路:一是学科互动、开放共赢:融入学校一流大学建设主流,服务中求支持;参与行业资源整合产业分工,利他中求繁荣。二是面向国际、创新转型:开拓国际视野,合作中求提升;探索出版创新,转型中求发展。三是构建平台、树立品牌:投资出版平台建设,增强核心竞争力;重视出版品牌树立,提高出版美誉度。"十三五"期间,浙大社将高质量完成"中国历代绘画大系"出版工程;凝练特色学术著作出版、培育学术服务能力;创办高水平学术性期刊、健全期刊服务体系;打造专业化课程型教材、完善教学服务平台等主要任务。

图北大学出版社社长):"明学术,醒人心";"学术坏,国运衰"。学术创新是一项有着广泛而深远影响的社会公益事业,应该上升为国家意志。然而面对市场化的出版业来讲,究竟是把学术创新当作一项任务、以行政要求来实现,还是把学术创新转化成与市场要求相适应的竞争性目标、以市场配置资源来实现呢?应该说,法外行政对市场主体的有效性日渐式微,这是市场的逻辑;出版企业是市场化的,目标是开放性的,把社会公益事业转化为开放的市场竞争目标,通过市场配置资源,才是解决学术创新的最优选择。

《厦门大学出版社社长》:大学出版社的发展路径,归根结底还是要汇聚在"学术出版"的目标上。根据学校党委关于"出版社要着力提升学术影响力"的要求,厦大出版社在制定"十三五"规划中,提出"学术为本,提质增效"的总体思路,确立了"立足传统出版,打造学术精品;依托优势学科,创建特色品牌;开发数字资源,形成多元增效"为主要目标。

大学出版社学术出版的外部条件越来越优化,利用互联网技术融入传统出版的意识也正深入人心,社会效益优先的原则被提到从未有的高度。在这大背景下,我们大学出版人不仅仅去比拼规模,更需要认真思考和实践的是,我们坚守"学术为本"的信念有多强,我们离真正意义上的"学术出版"还有多大的差距。

(上接第**1**7版)

2014年,华东师范大学出版社在上海月星环球港4层开设了"暑期书店"定位的"智慧书坊"。据项目负责人、该社发行总监王京介绍,智慧书坊面积约200多平方米,主要经营该社出版的少儿类图书及学生用书等,并设置了儿童活动区。该店位于临近华东师大社的购物中心月星环球港。"月星环球港的4层是文化区,由于开业不久,一直缺乏一家书店,这是智慧书坊开设的缘由。据介绍,智慧书坊的这个名字源自华东师范大学出版社"给您一个智慧的人生"的广告语。该书店着眼少儿、学生群体,不但在图书品种上有所偏重,还专门设置了儿童活动区,以安排针对小读者的亲子活动,包括上海话童谣小课堂、绘本阅读动手做、拨拨鼠英文故事会等。

不过由于是"暑期书店","智慧书坊"在假期结束后就没有再运营。不难想见,目前店铺租金的市场价格过高,成为实体书店的主要负担。因此,很多出版社开实体书店,其实更多的还是将其作为自己的形象店。大学社选择在人流量大的商场、人气旺盛的暑期开店,也是抱着试一试的心态,希望能够充分展示出版社的形象,如果经营得好,会考虑继续开下去,并且商场能够提供更优的位置,但一切还要看条件是否具备。此类理念也值得更多同仁的参考借鉴。

除了书店之外,在旅游地产等角度,广西师

方向4/商业文化地产

近些年来,"商业文化地产"日渐成为出版传媒业界的高频词汇,一些先行者以服务出版主业为目的,纷纷试水商业文化地产的发展,成为一股潮流。中国正在产业转型之中,第三产业的比重将越来越大,文化事业有巨大的潜能。同时国家提出的新型城镇化战略,推动城市文化产业发展,所以"商业文化地产"在未来会有巨大的市场。

范大学出版社集团则做出了探索。其旗下的阅 秀公司在2014年——也就是其成立的第三年, 实现了盈亏平衡。阅秀公司现拥有了一支17人 规模的队伍,涉及电子商务、旅游及相关图书出 版,这标志着阅秀公司迎来了重要的发展节点。 电子商务为该公司提供了稳定的资金流;图书编 辑部门具有了做好文化旅游品牌图书的基础;经 过多种探索和挫折,旅游部门探索出了新媒体与 线下旅游结合的可持续的稳定发展道路。

阅秀公司负责人在接受采访时告诉记者, 2014年阅秀公司探索了新型的旅游酒店:文化 主题酒店。经过大量的调查和论证,公司认为传统酒店核心的问题是缺乏"文化的温暖",应从文化的角度进入主题酒店业。项目落地最终选择了阳朔白沙镇的遇龙堡村。该项目暂命名为"遇龙堡庄园"。目前已完成第一期200亩土地及房屋使用权的租赁问题。包括遇龙河边的遇龙堡村的清代徽派老宅子7亩,房屋背后的山头、河边的坡地、水塘及河中的沙洲等,合计约200亩。该项目融资也在紧锣密鼓进行中,计划今年完成第一期工程,并投入运营。阅秀公司将以此为契机,以金融为杠杆进入文化主题酒店的高端旅游市场。

不难想见,"商业文化地产"通过在商业项目和文化项目间形成良好的互动,以商业部分的销售回笼或后期租金收益支撑文化部分的投资,弥补文化部分投资大、产生效益慢、回收期长的不足;同时通过文化部分提高商业项目的市场定位和经济附加值,从而对商业部分的人气、租金、售价等产生利好的影响,提高商业部分的盈利能力。两者通过互补获取1+1>2的整体协同效应,借此建设真正符合现代商业需求、迎合大众消费新时尚的新型商业地产,实现文商共荣,或许也是吸引一批又一批的出版传媒企业来到"商业文化地产"这一领域中施展身手的主要原因。