



中国阅读周报

关注文化 倡导阅读



全民阅读 新刊行

精彩导读

如何抚慰恐怖袭击带来的平民之殇

P10

布赖恩·罗伯逊:硅谷又发起了一场革命

P11

破解治理之道:从国家到世界

P13

●第一时间书



《中国科举制度通史》张希清、毛佩琦、李世愉主编/上海人民出版社2015年10月版/780.00元

科举制度是中国古代社会中最重要的人才选拔制度。从隋唐起,直至清末,科举制度在中国延续了1300余年,对中国古代社会产生了多方面的深刻影响。学术界普遍认为,要全面深刻地研究古代中国、传承中国古代的学术文化,离不开对科举制度的研究。《中国科举制度通史》是由张希清、毛佩琦、李世愉三位在学界有重要影响的专家领衔主编,由所在领域学有专攻且有影响的学者撰写的大型项目,是一部全面系统阐述中国科举制度历史,剖析科举制度对中国古代社会多重影响,并详细介绍科举制度在各个朝代如何运作的大型通史。

●人物

孙中山

为了给读者提供一部能全面反映孙中山思想文化、一生政治主张与奋斗业绩的图书,人民出版社近日出版发行了《孙中山全集》,该全集共16卷,历时6载才最终完成。《孙中山全集》在前人研究成果的基础上,采用“百衲本”的方式,比较参证,加工整理,同时吸收了近些年来中外各界人士最新研究成果,并增加了外文著述和题词遗墨两大类,共收入整理文章11500余篇,计10106千字,史料之丰富与确切是已经行世的成书无法企及的。此外,在编排方式上,全集按文体性质分类,按时间顺序编次,按类别和字数列卷,方便读者阅读。

2015年11月3日,中国共产党第十八届中央委员会第五次全体会议通过并公布了《中共中央关于制定国民经济和社会发展的第十三个五年规划的建议》。《“十三五”规划建议》是我国2020年全面建成小康社会的行动纲领,也是实现这个目标和完成任务的行动路线图。它提出了创新、协调、绿色、开放、共享五大发展理念,出台了很多具体可行的新政策,这些新政策的颁布实施将对老百姓生活产生重大影响。在文化生活领域,随着环境和社会现状的变迁、人民生活水平的提高,广大民众的阅读兴趣和焦点也必然发生转变。

尤其是财经阅读领域,如何适应经济发展新常态?如何适应新一轮科技革命和产业变革?如何应对经济结构优化、发展动力转换、发展方式转变?如何让自己的个人、家庭的资产保值增值,如何能更加稳定和幸福地生活?俗话说得好,理念是行动的先导,阅读产生智慧,这些问题的答案需要到那些能够紧跟时代潮流、对大众思想观念产生影响、对百姓生活作出引导的图书中去寻找。为此,中国出版传媒商报记者采访了多位财经界专家,听听他们对未来五年财经阅读趋势的预测。

众专家预测未来五年财经阅读大趋势

中国出版传媒商报记者 郑 杨

投资与理财类书籍更加成为热点

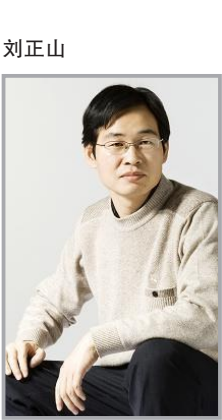
由于人们对财产性收入越来越重视,而金融创新仍然在不断推进,投资理财新工具与手段在不断花样翻新,“十三五”期间人们对投资与理财类书籍的需求热度预期还会增加。

《“十三五”规划建议》提出将确保如期全面建成小康社会。“小康”与“温饱”一个很重要的区别,就是老百姓对生活质量尤其对精神世界的追求更高,而且也有更多余钱和闲暇用于精神层面的满足。经济学家、国防大学教授卢周来在接受记者采访时谈到,“随着我国小康社会的全面建成,老百姓对阅读的总需求预期会提高,关键是市场能否提供适合不同层级读者的多样化产品。特别是财经书需求也会随之提高,因为目前中国总体上还是一个经济社会,随着国家经济结构不断调整,政府调控越来越技术化与精致化,如果不读财经书,甚至连大众性报刊上的财经消息都看不懂。”卢周来还认为,由于人们对财产性收入越来越重视,而金融创新仍然在不断推进,投资理财新工具与手段在不断花样翻新,人们对投资与理财类书籍的需求热度预期还会增加。

近年来,随着央行不断的降息、股票市场的火热。大家都在关心如何让自己手中有限的财产保值增值。“投资理财”早已成为人们关注的焦点。有人关心股票和基金,有人关心黄金和期货,有人关心外汇和房产,更有人想了解彩票和保险,大众对投资理财知识学习的渴望使得投资理财类图书的出版热度不减。例如中国华侨出版社的《学会炒股的第一本书》和《一本书读懂黄金白银》、外文出版社的《从零开始学炒股》、中国人民大学出版社的《投资中最简单的事儿》、人民邮电出版社的《奔向财务自由》等等都是今年表现不俗的理财类图书。这些图书偏重通俗性和实用性,受到读者认可。《“十三五”规划建议》提出:加快金融体制改革,提高金融服务实体经济效率。积极培育公开透明、健康发展的资本市场,推进股票和债券发行



卢周来



刘正山



党国英



陈彩虹



谢 祥

交易制度改革,提高直接融资比重,降低杠杆率。规划建议还提出让老百姓收入翻一番,随着资本市场步入健康发展的轨道和百姓财富产性收入的增加,投资与理财类书籍会更加成为热点。

创业创新类读物需求潜力很大

“十三五”期间,个人或小组创业创新将成为潮流,迫切需要有机构或专家为他们提供“速成”或“手把手式”指导。

根据《“十三五”规划建议》,未来我国将坚持就业优先战略,实施更加积极的就业政策,创造更多就业岗位,着力解决结构性就业矛盾。完善创业扶持政策,鼓励以创业带就业,建立面向人人的创业服务平台。因此,“十三五”期间,个人或小组创业创新将成为潮流,迫切需要有机构或专家为他们提供“速成”或“手把手式”指导。中国社会科学院农村发展研究所宏观室室主任党国英对记者说“未来因择业行为变化的影响,会有自主创业指导书籍的大量需求。”卢周来则认为,未来针对不同行业细分式的图书,例如从工商注册、房屋租赁到申请借贷、办理税收减免等等,事无巨细,让读者一看就能进行“傻瓜”式操作的“指导手册”、“一点通”、“指南”等估计会受到热捧。

如果说对读者具有启发和指导意义的创业类

书籍,2015年比较火爆的书是《从0到1:开启商业与未来的秘密》(中信出版社2015年1月版)。该书作者是硅谷创投教父、PayPal创始人、Facebook第1位外部投资者彼得·蒂尔,他曾在斯坦福大学教授一门关于创业的课程,该课程颇受学生欢迎,学生作的课程笔记在校内外广为流传。《从0到1:开启商业与未来的秘密》是彼得·蒂尔在该笔记的基础上修改而成。作者在书中总结了上百家初创公司的成功经验,但却认为创业的秘籍并不存在,彼得·蒂尔认为成功人士总在意想不到的地方发现价值,他们遵循的是基本原则。彼得·蒂尔还说,人类之所以有别于其他物种,是因为人类拥有创造奇迹的能力,这些奇迹被称为科技,而科技让我们事半功倍。另一本堪称创业者必读的经典书籍是《精益创业》(中信出版社2012年版),作者埃里克·里斯是哈佛商学院驻校企业家,其“精益创业”的理念被《纽约时报》、《华尔街日报》、《哈佛商业评论》等多家媒体广泛报道。“精益创业”代表了一种不断形成创新的新方法,它源于“精益生产”的理念,提倡企业进行“验证性学习”,先向市场推出极简的原型产品,然后在不断地试验和学习中,以最小的成本和有效的方式验证产品是否符合用户需求,灵活调整方向。如果产品不符合市场需求,最好能“快速地失败、廉价地失败”,而不要“昂贵地失败”;如果产品被用户认可也应该不断学习,挖掘用户需求,迭代优化产品,达到爆发式增长。这一模式不仅针对车库创业派,对于全球最大企业内部的新创业务也同样适用。

创业实用类图书2015年较受关注的是谈微店经营的书籍,如机械工业出版社推出的《微店创业营销新玩法》(2015年11月版)、《日进3万3:微店这样开才赚钱》(2014年12月版)、《掘金:互联网+时代创业黄金指南》(2015年4月版)、人民邮电出版社的《淘宝网开店、装修、管理、推广一册通》(2014年11月版)、《挡不住的微店生意经:低成本微信创业全攻略》(2015年10月版)等等。

绿色经济类图书引人瞩目

未来随着国家大力发展绿色产业和百姓对绿色生活的向往越来越强烈,绿色经济、环保题材的图书需求会增加。

从第一个五年计划到第十二个五年规划,60多年时间里,中国经历了从高度集中的计划经济体制到充满活力的社会主义市场经济体制的转变。在经济发展上取得的成就举世瞩目,但也带来一些环境保护的问题。

(下转第11版)

一周观察

郑渝川(书评人)

近日,有媒体证实,《瑞丽》杂志品牌旗下的《瑞丽时尚先锋》将于2016年1月停发纸质版刊,但还将保留电子版,并将发展电商业务。《瑞丽时尚先锋》原名《瑞丽可爱先锋》,1993年3月创刊,2005年改为现名。据媒体分析,“瑞丽”在中国的时尚消费类媒体中还是占据重要位置的。业内人士分析,中国的杂志其实面对的难题是自身还没成熟就遇上寒冬了。

时尚类杂志通常被称为市场化纸媒应对新媒体冲击的最后一道壁垒。原因其实在于,这类杂志扮演了读者时尚入门指南的角色,厚厚一大本全彩精美印刷的杂志,可以输出品位、品牌和生活方式。中国改革开放后,80年代后期开始掀起与城市化同步的“时尚进化浪潮”,这一进程在本世纪初进一步提速,时尚类杂志可以收获大量的读者。跟时尚类杂志相比,一般的新闻类、经济类、体育类、家政育儿类杂志当然都只能称为小众读物。

时尚类杂志如此之高的关注度、翻阅率,特别是对于时尚潮流的导引影响,显然可以转化为广告价值。不仅如此,这类杂志还非常娴熟的将内容本身,转换为推销时尚品牌、产品、艺人的软文。

时尚杂志内容跟软文该不该划等号?在其他类别的杂志、报纸、APP中,也不乏将内容完全等同于软文的例子,经营方还活得很滋润。问题在于,这将使得杂志等媒体的内容走向,完全受制于广告商,服从于品牌包装的需要。因而广告商以及时尚品牌、艺人能够通过社交媒体等新渠道以更低成本,维系甚至扩大影响力的时候,就必然会减少在时尚杂志渠道投放的广告支出。

厘清杂志内容跟一些软文的界限,肯定困难。保持内容生产的独立性(至少是相对独立性),短期内不见得有什么效果,甚至会造成广告收入的减少。但长期以来让杂志混同于软文合订本,在读者认知中就打下深深的印记标签,要再启动数字化转型,让读者信赖自己是权威性、专业性的某方面信息的供应商,满足读者需要推出类似于定制服务的个性化服务,其实就不太可能了。转型为时尚产品的电商?电商平台以及时尚品牌凭什么平白无故,分一杯羹给你?消费者又凭什么相信你的推荐,不是过去软文模式的翻版?

经受住软文业务、营收的诱惑,保持起码意义上的相对独立性,杂志这样的媒体仍然可能面临保持纸媒经营的成本压力,却为数字化转型之后,成为读者信赖的专业信息供应商保留了可能。

对照以上两种经营模式,可以分别概括为放弃或坚守内容生产的专业主义。固然,数字化时代的到来,已经带来纸媒市场的巨大洗牌,仅仅只有专业主义而不懂得满足用户需求的媒体,不管是纸媒还是数字媒体,都难以生存——但没有专业主义,就谈不上真正接近用户及其需要。各类杂志、报纸、网站、电视、APP等媒体,在未来要想获得生存发展的空间,要在专业主义的基础上,具备大数据能力,真正做到接近用户及其需要,实时获得现场信息,能够从用户的视角去发现问题、解决问题。

