



●叶敏(尚童童书总编辑):今年,我们在尚童童书公司内部发起了“为好书代言”讲书人大赛代言活动,初衷是加深编辑和销售人员对图书的理解,了解讲好一本书、“吃透”一本书背后所需要付出的努力,从而提高业务水平,增强职业幸福感。想不到的是,公司各个岗位的员工纷纷报名,在初赛阶段就涌现了几匹黑马,让整个比赛变得充满悬念而又趣味盎然。前不久,在尚童童书“为好书代言”讲书人大赛的决赛现场,5位选手脱颖而出。7位重量级评委:著名早期阅读专家孙莉莉、豆瓣网出版营销总监张戈、第二书房创始人李岩、毛毛虫童书馆总编辑张冬、首都师范大学副教授陈苗苗、悠贝亲子图书馆阅读学院执行院长徐静琰,以及《小读者》杂志主编刘纳新奉上了他们真诚而又幽默的“毒蛇”评语。5位选手的“讲书”各具特色。他们用自己的

方式向大家展示了尚童童书和尚童人的风采。事实上,尚童童书作为童书出版企业,从创立之初就确立了以图书为媒介服务儿童成长的核心战略。随着《冰冰和波波》《点点和多多》《就是找不到》等百万级销量好书被大家所熟知,尚童童书在“低幼启蒙”和“创意阅读”领域也树立了“业内达人”的形象。从2012年发展至今,尚童童书明确了0~3岁低幼启蒙、3~6岁创意互动玩具书、图画书三个产品板块,也进一步将自己的出版优势集中在为0~6岁的孩子出品优秀的创意阅读产品,并建立了原创玩具书团队,逐步开展原创图书的探索。2017年总销售码洋超过1亿,成为又一个跻身“亿元俱乐部”的民营出版机构。2018年,除了坚持自己的特色出版之外,尚童童书还将会把探寻儿童出版背后的教育力,以及探索出版机构在阅读推广中的使命与价值作为全年、乃至更长时期的发展方向。

理性做好企业的顶层设计

■顾爱彬(译林出版社社长兼总编辑)

2017年,行业最大的变化就是中宣部和国家新闻出版广电总局对精品生产提出更高标准,要求全心全意聚焦内容生产和内容创新,这给纸质出版企业立足出版主业、做强做优出版品牌提供了强大动力。当然,在做好纸质出版的同时,面对影视IP、数字阅读、知识付费、文化产业、在线教育和海外布局等方面的新概念、新业态,出版企业也感受到转型升级带来的机遇,应以积极而理性的态度主动作为。

回顾2017年,如果说变化,今年译林社主要在原创出版方面强化了顶层设计意识。在全面审视自身专业优势的基础上,更为强调精品意识、国际视野和世界眼光,不仅仅在世界文学、人文社科等拳头板块稳扎稳打,更发力原创文学出版,力争用三到五年的时间,打造出译林又一出版品牌。

出版创新亮点突出。(1)以原创文学为代表的原创出版初见成效。通过优化组织架构,成立专门的原创文学出版中心,集聚李敬泽、格非、阿乙、余华、叶兆言等一批优秀作家的优秀作品,《望春风》《青鸟故事集》《早上九点叫醒我》等作品口碑良好;依托上海出版中心的地域优势,在原创主题出版上取得突破,《马克思主义法学理论在当代中国的新发展》等反响热烈。(2)诗歌题材有所突破。长期以来,译林社的外国文学出版主要是小说。今年,通过一段时间的精心准备,推出“经典诗歌译丛”、“镜中丛书”(北岛主编)等优质产品。

精品出版持续发力。世界文学、人文社科等优势板块继续保持良好的出版态势,出版了《撒旦探戈》《菲利普·迪克作品集》《守望之心》《艾希曼在耶鲁撒冷》《现

代主义》《巴黎:现代城市的发明》《国宝星散复寻踪:清宫散佚文物调查研究》《当代中国博物馆》《苏韵流芳》等优质图书。

销售渠道建设有新发展。2017年召开渠道建设工作专题座谈会,总结经验、统一思想,通过优化举措有效提升渠道掌控力,将各渠道做精做细,新华书店方面,除了江浙传统强省,我们已经成功地把河南、北京、山东、安徽等省店做到500万以上规模。在线方面,除了传统的五大网店,拓展了一批中小型的特色店、专业店,规模从三

五十万到四五百万不等。另外,针对译林的产品特色,特别加强了同西西弗书店、苏州诚品等新型文化书店的合作。译林专架建设作为一项创新性工作,也在稳步推进,在去年60多家文学、社科专架的基础上,今年进一步拓展到80家左右,有效提升译林版图书的上架率和展示率。

数字出版稳步前进。在与亚马逊、移动阅读基地等继续保持良好合作的基础上,2017年译林社又作为电子书高端出版的代表入驻百度阅读平台。目前译林社在各大平台在售电子书800余种,截至现在销售收入首次突破500万元大关,较去年增长40%多。

借助新媒体突破内容传递固有渠道

■黄磊(上海财经大学出版社总编辑)

2017年,上海财经大学出版社在图书出版领域,继续秉持精品出版的理念,在学术、教育和商业图书领域,坚持社会效益第一的原则,以“供给侧结构性改革”的精神,聚焦市场需求推出了“财政政治学译丛”、“管理会计师系列教材”、“世界经济危机研究译丛”、“高级宏观经济学”(David Romer著)、“世界资本经典译丛”、“投资大师译丛”《民间股神》《微商力》、《新战国:迷雾重影下的大国博弈》等受到读者欢迎的图书。其中,《新战国》半年内加印7次,发行7万册;“管理会计师系列教材”加印三次,发行5万册;《高级

宏观经济学》加印3次。这些引进版、本土版图书各有所长,内容质量优势明显,贯彻了习近平总书记提出的“不忘本来,吸收外来,面向未来”的要求,成为出版社2017年的亮点,并在未来可望成为出版社的长销品牌图书。此外,出版社利用新媒体的微信营销力度也不断加大,产品在“贴近实际、贴近生活、贴近群众”方面有一定的提高;在数字出版方面,加大了与各个平台的合作力度,基本做到了全覆盖。尽管取得了上述的成绩,但就整个全年来看,受体制、理念、人才储备、有效管理等诸多因素的制约,出版社的运行依然保持原有的惯性,没有突破对传统出版的路径依赖,产品的附加值不高;在市场竞争激烈的环境下,出版社的“有效供给”不足,全方位对接市场的能力有待加强,政策依赖度大。在目前“知识付费”的背景下,作为内容资源的生产者,如何借助新媒体的手段实现内容传递渠道的突破,是摆在每一位出版人面前的新课题。从博客、微博、微信,到最近出现的从事“知识付费”生产的APP,在10年的时间里,出版人经历了一次又一次内容传播手段的变革。上海最近推出了“加快文化创意产业创新发展‘50条’”,为文化单位尽快转型,提供了政策保障。然而,外因终究还是通过内因起作用,在即将到来的2018年,我们作为出版人如何因势利导,抓住机遇,创新机制,为各类人才的脱颖而出,使之实现“我要做”到“我要做”的转变,是一项刻不容缓的工作。

因此,展望2018年,我们既要继续在固有领域提升内容生产的质量,做好“马克思主义政治经济学译丛”等重点主题出版,巩固主流意识形态领域的话语权,加大优质图书出版的力度;同时,也要在新的领域集思广益,谋篇布局,做好内资资源二次开发、甚至是多次开发的功课。

2017社长 最收获和最困惑

2017年,身为出版社的高层领导,感受到行业最大的变化在哪里?所在的出版机构,最大的变化在哪里?今年,这些掌门旗下团队表现最好的项目是什么,取得哪些成绩?今年,社长们最大的收获和最大困惑又是什么?为寻找这些答案,我们特邀了部分出版社的掌门人谈谈“2017年度最收获和最困惑”,后续,我们还将推出更多掌门人对2017年的回望和对2018年的憧憬。



顾爱彬

黄磊

金鑫荣

阳晓

张领

架构中国学术话语体系

■金鑫荣(南京大学出版社社长兼总编辑)

2017年,教育部启动了双一流大学、学科的建设工程,42所高校被纳入建设名单,国内知名的大学出版社也应当与双一流共舞,在回归学术的基础上走向一流。一流的学术出版,要有一流的办社理念,一流的出版内容,一流的评审机制,一流的运营方法,“理论先行”已摆到大学出版社面前。南京大学出版社在回归学术的前提下,努力建构中国学术话语体系,将在精品化、数字化、国际化上下功夫,同时,在传统出版、知识服务、文化创意三个方面探索先入。

精品化:精品学术出版是大学出版社的核心,是一流大学优秀成果的集成。南大社的《中西哲学比较研究史》(上、下卷)获第四届中国出版政府奖得图书提名奖、第六届中华优秀出版物图书提名奖;《中国经济发展:理论实践趋势》获第六届中华优秀出版物图书提名奖。4月15日,来自全国各地的80余名学者在南京大学参加《钓鱼岛问题文献集》新书发布会,《钓鱼岛文献集》是国内关于钓鱼岛问题研究文献的最大规模、最齐全的文献资料集合。此外,南大社策划出版如《南海文库》等一批精品学术图书。这类项目既是重大主题出版项目,又与国家重大战略文化意义的各类问题研究息息相关。南大社依托南京大学南海协同创新中心等核心研究机构的学科优势,联合其他相关单位的专家学者,由强大的研究团队共同承担。通过各优势学科的交叉协作,从政治、经济、地理、海洋、历史各个角度,以成果出版的形式为国家提供智囊参考,扩大中国学者的话语权。

国际化:南大社积极推动文化“走出去”,让中国思想、中国智慧与西方哲学、西方理性主义双峰并峙。2017年8月,南大社科技类图书、2006年度国家自然科学一等奖《介电体超晶格》成功输出;南大社就科技类图书与德国德古意特出版社举行签约仪式,达成医药科技类图书深度合作的战略框架协议。2017年8月,全国哲学社会科学规划办公示了《国家社科基金中华学术外译项目立项名单》,南大社入选10种,数量位居全国出版社第三,大学出版社第二。其中,《回到列宁》(张异宾著)已和莫斯科大学签约,《中国经济发展:理论实践趋势》(洪银兴著)和荷兰博睿签约。12

内容服务方式向多种载体、多种传播手段、多种体验变化,图书的出版发行模式越来越多样化,最突出的表现就是新兴技术的广泛应用不断推进图书出版行业的创新、发展和融合。

辽教社重点数字转型项目“中华优秀传统文化青少年教育传播数字化出版工程”成功入选国家新闻出版改革发展项目库,该项目在2017年已完成项目主体的平台搭建和资源库建设。设计完成的“脉望中华传统文化”数字平台,即将在年底上线试运行,力求用辽教社多年积淀的大量文化资源优势,借助大数据技术、媒体融合技术、直播技术与社交互动模式等,为广大青少年学生、国学讲师、专家、国学机构以及全世界的中华传统文化爱好者提供在线学习、互动、交流的平台。

该项目同时多渠道、多角度开展了中国特色社会主义文化传播学习与实践活动。包括与辽宁广播电视台瓢虫台、北方图书城联合主办的“向上向善,国学少年”活动在北方新生活正式启动,辽宁省各大媒体争相报道;与辽

2017年,西南交大出版社抓住机遇,一是从企业发展需要出发,广纳贤才,建立了一支优秀的编辑队伍;二是创新组织架构,向全社会公开招聘2名社长助理和1名编辑管理办公室主任,以团队形式加大对编辑队伍的建设管理;三是加大人才培养力度,不断提升策划编辑选题敏锐性、责任编辑审读专业性及营销人员市场推广力。社里青年编辑姜锡伟参加第六届韬奋杯全国出版社青年编校大赛获得编辑个人优秀奖,这也是我社连续两届在该项赛事中获奖。

2017年,西南交大出版社充分发挥自身优势,强化以“轨道交通”为核心的“大土木、大交通”出版特色,稳步构建“中国轨道交通”出版高地,取得的成绩是:“深海空间技术出版工程”“高速铁路绿色发展丛书”两个项目增补入选“十三五”国家重点图书出版规划;新闻出版改革发展项目库入库项目“轨道交通职业教育云服务平台”获得2017年度文化产业改革发展

重点数字转型项目促发展

■张领(辽宁教育出版社社长兼总编辑)

省教育厅、辽宁广播电视台联合主办“辽宁省首届普通高中学生诗词大会”;与辽宁大学联合主办“‘辽教社杯’辽宁大学第二届国学节”。

2017年,招聘和培训了一批编辑校对人员,优化编辑的年龄和专业学历背景结构。辽教社编辑校对不但人数少,年龄老化,近几年退休人员较多,同时编辑的专业学历背景单一,不足以满足文化社科、中小学文化教育类图书编辑出版的工作要求。在出版社快速发展中,我们越来越意识到建设一支高水平的编校队伍对出版社发展的重要作用。为此,今年我们新招聘了12名编校人员补充到编校队伍中,同时也动员了20多名职工变动工作岗位,并结合未来出版社的发展方向和板块特色制定了以编校人员为核心的出版人才培养计划。调动两个团队针对“研学旅行”、图书馆智能化改造+馆配阅读精

品更新等教育类综合服务产业进行拓展现建设,向大教育服务多元产业创新方面进行了有效尝试,未来基于教育教学评价智能化服务业务也在展开合作论证。

图书质量不高的问题是客观存在的,长期困扰着出版管理者,主要体现在内容编写质量和编校质量两方面。编校人力资源短缺和学科专业素养有限,人均审稿量过大,发稿品种过于集中,这些现实问题都不同程度地制约了书稿质量的提升。出版社必须要从编辑专业学科建设、编校人员专业能力培养和出版社编校流程改造等多环节入手,才能从根本上解决图书质量问题。此外,纸张价格上涨幅度达到30%以上,而教材教辅执行限价的政策瓶颈导致出版社利润水平大幅度下滑,也是业界共识,目前并没有更好的解决办法。

构建“中国轨道交通”出版高地

■阳晓(西南交通大学出版社社长)

项资金支持。表现突出的板块是我社的高铁学术著作和铁路技术图书有规模、成系列地“走出去”:《高速铁路道岔设计理论与实践》2017年初入选国家新闻出版广电总局“走出去”基础项目库首批入库图书,并获得“图书版权输出奖励计划”重点奖励;今年内又与爱思唯尔科技出版公司共同出版了三本高铁学术著作;向越南交通出版社输出版权的5本轨道交通图书已在越南顺利出版,向老挝、印度等“一带一路”沿线国家输出铁路技术教材版权的协议已签;申报的“‘一带一路’中国铁路技术教材建设工程”入选2017年度新闻出版改革发展项目库。在融合发展方面,出版社现已完成数字出版平台搭建布局,工作重点开始向数字资源开发建设转移。值得一提的是,在社会科学及民族文化传承方面也取得了突破

性成果:“喜马拉雅深处的面孔”民族口述影像志”和“中国盐业考古与盐业文明”两个项目获得2017年度国家出版基金资助;“青城山道医文献选辑”列入2017年度国家古籍整理出版资助项目;“嘉绒藏族土司档案选译”等三个项目入选国家民文出版项目库,有两个项目得到国家民文专项出版资金资助。

目前,最大的困惑:一是传统出版面临日趋激烈的无序竞争,无论从内容策划还是到营销发行,以及优秀作者资源的竞争等,直接导致出版精品图书更加困难;二是数字出版,出版社从前期产品研发、品牌推广到后期增值服务、数据归集等环节,既缺乏专业技术人才,也缺少相应资金投入;与此同时,队伍建设、管理制度建设以及运行机制、激励机制的改革还有待探索。

