

文物出版社

1957年1月文物出版社正式成立。建社以来,累计出版不同档次、不同规格的精美图书近9000种,总印数超过4.6亿册,曾经并将继续是中国文物考古出版事业的先行者和中坚力量。文物版图

书质量好,品牌效应明显,形成了“高、新、精”特色。“高”是高品位、高标准、高质量;“新”是指资料前所未有或首次发表;“精”是指具有较高的历史价值、学术价值和艺术价值。

文物中国 出版重镇 品味春秋

■中国出版传媒商报记者 董琦 采写/整理

6个重要节点见证

文物出版社发展轨迹

1957年1月文物出版社正式成立。解决了我国文物事业快速发展,而相关考古发现、文物保护、学术研究等成果出版没有专业机构的燃眉之急。经过十多年的发展探索,逐步明确形成了文物出版社的出书方向、出书格局和编辑规范。

1973年2月4日,经周恩来总理批准,文物出版社重新建立。先后成立了银雀山汉墓竹简整理小组、马王堆汉墓帛书整理小组、吐鲁番唐代文书整理小组、睡虎地秦墓竹简整理小组和居延汉简整理小组,一批著名专家参加工作,整理出版了一大批极具历史价值的重要出土文献。

1978~1979年,文物出版社组织出版了《纪念周恩来总理》,并与日本平凡社就共同出版多卷本《中国石窟》达成出版协议,由此拉开文物出版社系列具有珍贵文献价值的老一辈革命家图书出版和开展对外文化交流的序幕。

1987~1990年,文物出版社将濒于失传的《乾隆版大藏经》重新印刷。该书共7240卷,是中国现存最大的版刻图书。经版7.9万余块,是国家一级文物,可惜已残缺不全。文物出版社将原雕版进行整理,遍访全国名寺古刹,查找底本,补版刻字近全书三分之一,历时3年,使这部佛教重典巨帙完整地重现于世,为保护和抢救中国优秀文化遗产做出了重大贡献,被称为现代出版史上的壮举。

2004~2005年,文物出版社根据中央文化体制改革试点工作的部署和出版单位转换经营机制加强经营管理的明确要求,为适应市场经济发展及出版业激烈竞争的需要,紧紧围绕国家抢救保护文化遗产的战略目标,按照市场经济规则,以优化图书结构、转换机制为重点和突破口,强化岗位目标 and 责任目标管理,对管理机制、人事管理和分配制度进行了全面改革。通过改革,生产关系进一步理顺,领导责任进一步增强,职工的积极性空前提高,生产力得到极大释放。考古、博物馆、艺术、人文、科技保护五大传统板块的出版规模和品种同步放大,进入快速发展时期。

2015年,文物出版社“中国文化遗产多媒体资源库项目”“文物3D影音制作系统项目”完成并投入运营,数字化转型工作取得实质性进展。

立体出版方阵彰显

文物出版社专业品质

专业优势突出,行业重要支撑。文物出版社是为因应我国文物事业发展的需要而产生的,自建社以来,始终牢记并认真履行服务党和国家文物工作大局的使命,紧紧围绕文物事业发展需要提供文化服务,研究和追踪文物事业发展的内涵和趋势,及时系统地出版了大量文化产品,为抢救保护传承祖国文化遗产,推动学术研究繁荣进步,文物事业的科学发展提供了高质量、高水平的支持和服务。建社以来,累计出版不同档次、不同规格的精美图书近9000种,总印数超过4.6亿册,成为名副其实的中国文物考古出版事业的先行者和中坚力量。

品牌效应彰著,社会效益明显。文物版图图书质量好,品牌效应明显,形成了“高、新、精”特色。“高”是高品位、高标准、高质量;“新”是指资料前所未有或首次发表;“精”是指具有较高的历史价值、学术价值和艺术价值。文物版图书不仅内容充实,装帧精良,而且还运用了珂罗版、彩铜版、雕版、龙鳞装等多种传统印制工艺。文物出版社出版的珂罗版宣纸本《中国版刻图录》《毛主席

诗词墨迹》《鲁迅手稿全集》《元刊梦溪笔谈》,《故宫博物院藏瓷选集》(彩铜版)、《两宋名画册》、《故宫博物院藏花鸟画选》、《上海博物馆藏瓷选集》以及龙鳞装《毛泽东诗词六十七首》《三十二篆金刚经》《红楼梦》等,这些图书本身已是难得的艺术珍品。

坚持正确出版方针,权威性高质量享誉中外。文物版图书的科学性和原创性,资料的首次发表和翔实可信,图版的高标准和高质量,编辑工作的严谨、规范以及多种类型图书编撰体例的独创,都为业界所公认。所出图书在国内外屡屡获奖,有200余种图书先后获“五个一工程”入选作品奖、国家图书奖、中国出版政府奖图书奖、中国出版政府奖装帧设计奖、中国出版政府奖装帧期刊奖、中华优秀出版物奖,全国古籍图书特别奖、一等奖、二等奖,中国优秀美术图书特别奖、金奖和银奖,中国最美的书荣誉奖、中国建筑图书奖、中国文化遗产十佳图书等。

特色出版,成就斐然。为文物考古事业服务是文物出版社一贯的宗旨,考古发掘报告一直是文物出版社的主要出版物之一。中华人民共和国成立后,随着田野考古工作的全面展开,国内外瞩目的重大考古成果层出不穷。为配合这些考古发现与研究,文物出版社及时出版了各种考古发掘报告近700种。这些图书的出版,全面展示了新中国文物考古的发展历程和辉煌成就,在积累文物考古资料、推动文物考古事业的发展方面,在促进中国物质文明史、自然科学史、美术史、历史学、古文字学以及许多其他学科研究的进步方面,均发挥了不可替代的作用。考古发掘报告的出版是文物出版社的长项和强项,已经

成为文物出版社的一种图书品牌,其编辑、印制质量之好也为作者和广大读者所公认。

高水平学术论著出版独树一帜。随着大量珍贵文物的陆续出土,文物考古学界专家、学者的研究成果不断问世,文物出版社随之出版了一系列具有国际学术水平的专题和综合性研究论著。这些学术专著的作者都是国内一流的专家学者,无论是在学术研究的深度和广度,还是新资料的占有和使用方面,他们都走在了各自学科领域的研究前沿。这些高水平的学术专著或为各自研究领域的集大成之作,或者填补了某一研究课题上的空白,有的则在可预见的若干年内其研究水平将处于领先地位。

文物图录装帧精美广受认同。《中国石窟》《中国美术全集》《中国青铜器全集》《中国绘画全集》《中国古代书画图目》《中国重要考古发现》《中国法书全集》《中国竹木牙角器全集》《中国历代法书精品大观》等大规模精品图录常销常印,长盛不衰;《吉金铸国史一周原出土西周青铜器精粹》《花舞大唐春》《启功书画集》《丽质华堂》《明式家具珍赏》《明韵》《中国古陶瓷图典》《山西佛寺壁画》《永乐宫壁画》《大圣遗音》《中国古玉器图典》《复兴之路》《中国记忆》《丝绸之路》《海上丝绸之路》《永远的北朝》等一系列编排新颖、印制精美的图录,不仅市场反映良好,也获得了社会各界的广泛好评。

科技保护类图书异军突起。随着文物事业的发展,文物保护的理念、技术和研究水平不断提高,文物科技类图书的出版需求持续、稳定增长,呈现出多元化的趋势。在延续古籍建修、保护、调查报告等传统出版项目的基础上,在这一时期,文物出版社又推出了文物保护行业

标准、文物保护修复技术、文物科技研究、文物建筑测量与维修等方面的系列图书。其中,文物保护行业标准已出版72项,初步形成出版规模。

中国古代书法碑帖的出版重镇。为满足不同层面读者的需求,先后推出了一大批艺术价值很高的相关图书。《历代碑帖法书选》和《历代碑帖法书精品选》《历代碑帖法书珍品选》数十年经久不衰,目前已出版各类高中低档的碑帖200余种,累计印数近2000万册,成为国内书法市场著名的品牌。

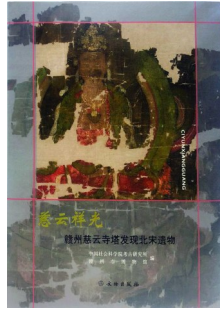
出土文献古籍整理,优势独具。出土文献的整理出版一直是文物出版社的重要任务之一。从建社开始的《武威汉代医简》(1957年)、1970年代初的《侯马盟书》,持续至今。国内重要出土文献的整理成果基本由文物出版社出版,所出图书大多获得全国古籍整理图书奖。除汉字系统的出土文献外,还出版了许多古代少数民族文字文献,重要的有古藏文的《吐鲁番简牍综述》《沙海古卷——中国所出佐卢文(初集)》,粟特文、回鹘文的《吐鲁番出土摩尼教文献》,以及《西夏王陵出土西夏残碑》等。同时,文物出版社还出版了《商周青铜器铭文选》(1~4册)和作为考古资料公布的诸如信阳简、望山简、曾侯乙简等出土文献材料,以及若干按考古资料汇编的碑刻墓志材料等,为国内外学术界及时、准确地提供了详尽的第一手研究资料。

新时期战略布局凸显

稳增长调结构促融合定力

稳增长,即稳固住考古、博物馆、艺术、人文、科技保护、古籍整理六大板块

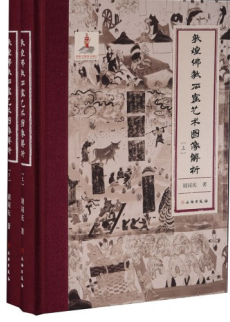
文物出版社重点品牌图书



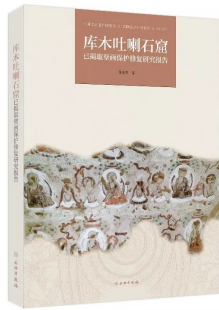
《慈云祥光——赣州慈云寺塔发现北宋遗物》中国社会科学院考古研究所、赣州市博物馆编 /880.00元



《新疆洋海墓地》(3册,8开本),吐鲁番市文物局、新疆文物考古研究所、吐鲁番学研究院、吐鲁番博物馆编著 /3200.00元



《敦煌佛教石窟艺术图像解析》张同庆著 /200.00元



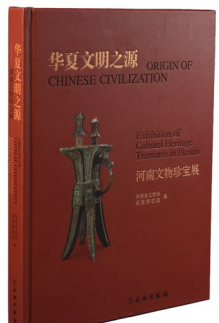
《库木吐喇石窟已揭取壁画保护修复研究报告》张晓彤著 /298.00元



《新疆通史·图录·先秦秦汉》(《新疆通史·图录》编委会编) 588.00元



“丁如指掌信袋系列” 赵安陆主编 /78.00元



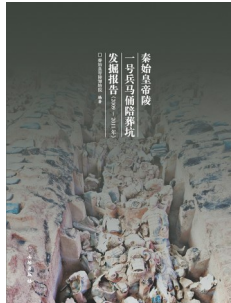
《华夏文明之源——河南文物珍宝展》河南省文物局、河南博物院编 /280.00元



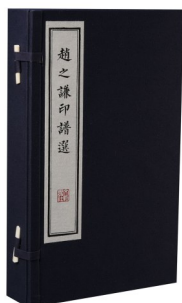
《2018中国重要考古发现》国家文物局主编 /80.00元



《国宝迷踪II》傅小凡(著) /68.00元



《秦始皇帝陵一号兵马俑陪葬坑发掘报告(2009~2011年)》秦始皇帝陵博物院编著 /380.00元



《赵之谦印谱选》(清)赵之谦篆刻(清)朱志复、(清)傅斌编 /3600.00元



《宝梵寺壁画数字化勘察测绘报告》北京国文璞信息技术有限公司、蓬溪县文物局编著 /880.00元

图书的编辑出版,端稳饭碗,稳住年度出版规模。

调结构,即优化图书结构,加大大众读物的策划出版力度;优化产业结构,为优化国有资源配置、做强出版主业、适度多元化经营,启动出版社和印刷厂的整合重组,实现机构、资产、业务、管理整合,形成集图书期刊内容策划编辑、制版印刷、营销发行、文创产品、教育培训、数字产品制作、服务业务于一身的全产业链条。

促融合,继续推进出版社的数字化转型升级。针对数字产品竞争态势,结合文物出版社专业化数字资源特点、既有的数字化成果和新闻出版领域数字化、智能化转型升级趋势,认真做好文物考古、博物馆、科技保护等基础资料和学科知识体系的数据重构,着力构建国家文物考古知识图谱。同时加大对数字业务的政策支持,积极创新选人用人机制、考核分配机制、激励约束机制,创造有利于融合发展的良好条件。

应对新局面新变革增强

文化交流“走出去”活力

保持和发挥专业优势,继续为文物事业发展提供支撑。当前,文物出版社正经历着深刻的时代变革,一方面在党中央的坚强领导下,文物事业快速发展,新资料、新思想、新成果不断涌现;另一方面在城市化加速进程的背景下,大规模的城市建设和基础设施建设,保护与发展的矛盾异常尖锐,文物保护处于最危险、最紧迫、最关键的局面。在这种背景下,文物出版社只有牢记并认真履行服务党和国家文物工作大局的使命,坚持和深化改革,研究和追踪文物事业发展的内涵和趋势,配合国家文物局中心工作,坚持专业立社,把专业做到极致,以专业塑造品牌,不断用自己出版的图书为文物事业的科学发展提供高质量、高水平的支持和服务,文物出版社才能彰显自己存在的价值,进而为文物事业的大发展做出自己应有的贡献。

继续调整出版结构,让社会公众共享文物事业发展的成果。当前,人民群众多元化、多层面的精神文化需求日趋旺盛,实现基本文化权益的愿望十分迫切。面对文物出版社出版品种仍不够完善的现实,我们将加大供给侧改革,有意识地开始三个转变:在图书题材上,从注重学术研究和新成果、新资料转变为学术与普及并重,根据社会公众的审美情趣、欣赏习惯出版更多的文化含量高、群众喜闻乐见的文物考古图书,打造普及类文物版图书品牌;在出版载体上,完成从纸质版到全媒体的转变,多种载体并行,以满足社会公众多样化的阅读需求;在发行方式上,实体与网络渠道并重,线上线下结合,从单本发行转变为整体营销。争取经过几年努力,实现图书结构的根本转变,实现题材、品种、风格和载体的极大丰富,使文物出版社的图书更具吸引力、感染力。

加强对外交流,为中华文化“走出去”增添活力。每一个国家和民族的文化都有自己的优势和长处,不同文化之间的相互学习和借鉴是文化发展的必要条件。中华文化胸襟博大、海纳百川,因兼收并蓄而丰富多彩,因博采众长而永葆活力。在日益开放的当今时代,文化的繁荣发展更离不开同世界各种文明的对话。在经济全球化、文化多元化的背景下,文物出版社将在国家中华文化“走出去”战略总体布局下,利用文物出版社图书在海外的良好口碑,对图书出版“走出去”进行多种形式的探索,下大力气策划适合海外市场的图书;积极参加国际书展,进一步加强海外营销网络的建设,逐步建立自己的销售渠道;引进既精通外语又熟悉版权贸易的人才,打造对外合作团队,在版权输出和引进上,争取更多主动,创造新的佳绩。