

中华书局历史编辑室

成立时间:1957年
团队成员:12人
重点产品:点校本“二十四史”和《清史稿》系列、《通鉴》系列等。
业绩:近年来,年度发货码洋约1亿。

中华书局历史编辑室
让古籍里的文字“活”起来

1957年直属出版总署的古籍出版社并入了中华书局,此后书局编辑部设古代史、近代史、古典文学、哲学四个编辑组。其中,古代史编辑组便是今天历史编辑室的前身。1971年中华书局与商务印书馆合并期间,原古代史组为“二十四史”点校组。1979年,中华书局恢复独立建制后,古代史编辑室成为独立编辑室。经历多次机构和业务调整,2018年后,历史编辑室基本形成当前的业务范围和人员结构。

历史编辑室目前在职员工12人。其中60后1人、70后3人、80后4人、90后4人;具有硕士研究生以上学历者11人。历史编辑室的定位是,以中国史部典籍的深度整理出版为特色的古籍出版编辑部。

近年来,战国楚简和秦汉简牍等出土文献大量面世,历史学、文献学等领域对传世文献的研究成果丰富,国家对中华传统文化的传承与传播高度重视,加之有关部门关心、支持,在这一背景下,中华书局、上海古籍出版社、凤凰出版社、中西书局等古籍出版机构,在出土文献和传世文献的整理出版方面,都取得了很多重要成果。

中华书局历史编辑室在史部典籍整理出版方面拥有深厚的积累,重点产品线,包括点校本“二十四史”和《清史稿》系列、“通鉴”系列、“历代纪事本末”系列、“中国古代地理总志丛刊”、“历代史料笔记丛刊”、“中国史学基本典籍丛刊”等,近几年的年度发货码洋约1亿。

历史编辑室总体人员结构合理,有资深的编审、经验丰富的骨干编辑,也有年轻、有活力的新编辑;既能单兵作战,也能够有效地团队协作。大家目前最重要的工作是点校本“二十四史”及《清史稿》修订工程的出版工作。该工程因具有极大的学术文化价值,先后被列入原新闻出版总署“十一五”至“十四五”国家重点图书出版规划的古籍出版规划项目和2035年远景目标,也获得了广泛的社会关注。《人民日报》于2019年10月5日专门刊发《为古籍整理出版贡献力量》一文,对部门相关工作作了详细报道和高度评价。

由于点校本“二十四史”及《清史稿》修订工程学术含量高、难度大,要求编辑紧跟学术前沿,与顶尖学者对话;为保证出版质量,还会执行比一般古籍整理项目更为复杂的编辑出版流程,需要花费巨大的努



力。为了克服困难,保证出版进度和质量,历史编辑室采取资深骨干编辑与年轻编辑组成编辑小组的方式,展开互动合作:在开始审稿时,由经验丰富的资深编辑确定工作流程,编辑组所有成员分工共同推进,完成初步审稿之后,再由领导把关,有时还在全国范围内引入专家学者作为外审专家。

自2013年至今,历史编辑室出版了《史记》《旧五代史》《新五代史》《辽史》《魏书》《南齐书》《宋书》《隋书》《金史》《梁书》《陈书》《周书》12种修订本,获得学术界和读者的广泛认可,取得较好的社会效益和经济效益。12种修订本中,《史记》2013上市,截至2022年,精装本重印8次,累计印数5.7万册,平装本重印9次,累计印数9.3万册。

2022年11月出版的《周书》修订本,是点校本“二十四史”及《清史稿》修订工程的第12种成果。《周书》修订本相较于原点校本,主要有几点突破:进一步搜集相关资料与研究成果,如日本藏唐钞本《周书》卷十九残卷、《册府元龟》三种明钞本等;严格按照底本校勘法的原则进行校勘,规范校勘体例;修改完善原点校本标点数百处;订正点校本中存在的若干错讹之处;修订本删除旧校78条,新增319条,修订改补原校数百条,总共有校勘记1692条。

《周书》修订本出版后,历史编辑室积极策划、参加宣传推广活动。例如,约请魏晋南北朝历史、文学、考古等领域多位专家撰写了7篇主题文章,在《澎湃新闻》整体推出;在2022年11月30日举办《周书》线上新书发布会,并得到多家主流媒体报道;在“中华书局1912”微信公众号等平台发布多篇推介文章、短视频等,取得了较好效果。上市一个月时间,《周书》已发货5000余套,码洋90余万。

最近一年,历史编辑室参与的《永乐大典》出版工程,列入“十四五”重大出版工程规划。编辑室策划的“中国史学基本典籍丛刊”及《资治通鉴(修订本)》《续资治通鉴长编(修订本)》《三朝北盟会编》《新辑宋史要》等,列入2021~2035年国家古籍工作规划重点出版项目。

今后,编辑室将继续认真贯彻落实习近平总书记关于“系统梳理传统文化资源”和“让书写在古籍里的文字都活起来,丰富全社会历史文化滋养”的重要指示,为中国特色社会主义文化的传承发展不懈努力。

机械工业出版社华章分社经管图书第一事业部
打造出版业的“增长飞轮”

规律。如何让本版书业务快速发展?经管一部采取的第二个策略,是以畅销书为抓手,打造业绩增长的“飞轮”。首先,团队依托机械工业出版社强大的平台力量,专业化的团队,以及彼得·德鲁克、稻盛和夫等管理大师的经典著作带来的品牌效应,积极大力拓展本版书作者资源。同时,深入研究畅销书的规律,投入优势编辑资源、精心策划和实施选题,与兄弟部门共同努力,一起“又好又快”地完成潜力畅销书的出版,打好关键的胜仗。从2020年开始,《彼得·德鲁克全集》《本质》《肖星的财务思维课》等重磅图书的出版和热销,引起了管理界的广泛好评,也吸引来更多的优秀作者。好书带来好作者,好作者又带来新的好书,如此循环滚动,一个图书出版领域业绩增长的“飞轮”就慢慢形成了。

《底层逻辑:看清这个世界的底牌》的热销是团队大力开拓本版书业务的一个标志性成绩。自2021年10月出版以来,该书已累计发行近100万册,成为经管类图书出版领域的一个现象级产品,被评为2022抖音“年度好书”。复盘该选题的操作过程,主要的成功因素有四方面:一是在今天信

浙江文艺出版社中国文学编辑中心

成立时间:1983年
团队成员:5人
重点产品:《望江南》、《茶人三部曲》、“名家散文典藏系列”、《飘》等。
业绩:2022年新书《望江南》发货25万册,发货码洋1700万;重印书12种,重印次数74次。

机械工业出版社华章分社经管图书第一事业部

成立时间:2020年
团队成员:17人
重点产品:《底层逻辑》、《组织的力量》等。
业绩:2022年出版新书40种,预计实现码洋1.9亿,较2020年团队刚成立时增长46%。

华中科技大学出版社旅游分社

成立时间:2019年3月
团队成员:12人
重点产品:《旅游接待业》、《旅游消费者行为》等。
业绩:2022年团队出书80余种,涌现出《旅游接待业》、《旅游消费者行为》等多部畅销旅游高等教育教材,主办全国性旅游教育论坛100余场。

中国出版传媒商报近年持续发起“寻找出版百强团队”推展活动,希望通过挖掘和点亮出版行业中的优秀品牌和团队,让更多在书业耕耘的具有创新力、创造力和执行力的战队,从幕后走到台前,分享制胜法宝和技能。

寻找出版百强团队2022

中国出版传媒商报专题报道组

浙江文艺出版社中国文学编辑中心
打造从畅销到常销、从流行到流传的原创文学精品

浙江文艺出版社中国文学编辑中心由1名编审、4名中级职称编辑组成。中心成立近40年来,秉承“出好书,做好人,为未来做点文化积累”的信念,低调务实,勤恳踏实,出版了大批优秀的原创文学作品。2022年,中心在王晓乐总编辑的带领下,取得了可圈可点的成绩,实现了社会效益和经济效益的双丰收。作家王旭烽长篇小说新作《望江南》入选2022年度国家出版基金资助项目,“十三五”国家重点图书、音像、电子出版物出版规划项目,中国作家协会重点作品扶持项目,浙江文化艺术发展基金资助项目,杭州市文艺精品工程重点扶持项目等。海飞长篇小说《苏州河》入选中宣部主题出版重点出版物、中国作家协会重点作品扶持项目,获国家出版基金等项目的资助。值得一提的是,2022年,《望江南》发货25万册,单品种发货码洋1700万,成为该年度现象级当代文学原创图书。

能取得喜人成绩,有几方面原因。一是出版社相关领导的大力支持和战略决策。在整合编辑中心资源和对行业未来发展、市场需求等研判的基础上,确立编辑中心的发力点,以主题出版、现当代名家散文以及当代名家长篇小说作为主攻方向,既切合编辑中心的实际情况,又能在社会效益和经济效益方面均有所斩获。二是编辑中心人员构成合理,精诚团结。中国文学编辑中心现有五名编辑,均为硕士研究生学历,在中国现当代文学、中国古典文学方面具有良好的专业能力。工作经验丰富的老编辑发挥“传帮带”的作用,督促、指导年轻编辑不断进步。在工作中,编辑之间互相学习,共同成长。三是以匠心精神为指引,严把质量关。中国文学编辑

中心在多年的发展中,形成了扎实、稳重的风格,传承至今。虽然目前的编辑队伍较为年轻化,但都刻苦钻研业务,将编校质量视为编辑的生命线,对工作、对读者、对自己负责。

中国文学编辑中心始终坚持打造从畅销到常销、从流行到流传的原创文学精品,重视社会效益、市场效益并行的主题出版项目和重点作家作品。除《望江南》《苏州河》外,中心在打造畅销书方面,也取得了骄人业绩。《迟子建散文典藏》自2022年1月全新改版推出后,单品陆续加印21次,印量突破8万册;傅东华独家译本《飘》先后推出典藏版、珍藏版、青春版,均收获了不错的市场反馈,今年实现了10次加印;“壹本”系列(名家散文)出版18种,每种销量都在6000册以上,其中《故乡·鲁迅精读》印量超过2万册。此外,《苏州河》《醒来》《李白传》等图书都在本年度印量突破2万册。从畅销到常销、从流行到流传,既是中心的目标,也是使命,团队在策划选题、深耕领域之际都以此为标尺,并紧跟时代潮流,采取最广泛、最扎实的新媒体营销策略,重视各大平台的推介,为图书带来源源不断的动力,摘得双效成果。

中国文学编辑中心出版的图书涵盖报告文学、原创小说、名家散文等。通过长期的市场探索,中心有三条明晰的产品线:一是主题出版。围绕党和国家中心工作宣传方针政策,编辑中心力图记录时代进步,书写辉煌成就,展现“浙里”新变化;二是当代原创文学线。以文艺立足,中心重视挖掘当代作家作品,在名家散文、小说等方面进行长远规划和布局,与作家建立深远的合作关系。三是经典名著系列线。自1979年出版《飘》以来,中心重视外国文学名著的译介与中国文学名著的维护,旨在推广中外名著,令名著再次焕发新生机。

一切过往,皆为序章。中国文学编辑中心团队,将继续以一本书打开一个世界为使命,以为时代立心为价值追求,团结协作,踔厉奋发,不断完善名家散文、当代原创等强势产品线,夯实文学出版高原;同时,将开拓发掘更多的头部资源,推出更多的高峰之作和畅销图书,为将浙江文艺社建设为有影响力的出版社,为“文学浙军”的崛起,贡献绵薄之力。

华中科技大学出版社旅游分社
深耕文旅教育 拓展知识服务

华中科技大学出版社旅游分社的定位是,高品质的旅游类高等教育图书出版者,旅游专业师生所需要的知识服务者。分社主要出版领域集中在文旅教育类产品,旅游高等职业教育本科、旅游职业教育教材,文旅类高端学术著作以及文旅类科普读物等。目前在该领域,华中科技大学出版社旅游分社跻身全国第一梯队,出版的教材产品的市场覆盖面,覆盖了80%的旅游大类相关院校。

近3年来,华中科技大学出版社旅游分社定位明确,汇集了一群专业知识素养过硬的文旅类编辑,集中优势出版了近400种文旅类精品教育图书产品,形成了华中出版旅游品牌,尤其在旅游高校形成了较高的认可度,全国高校中80%的旅游院校均在使用华科版的教材,口碑良好。在疫情对文旅行业造成冲击的形势下,团队业绩在这3年逆势增长,不仅为高校和行业提供教科书和专业工具书,同时还举办线下和线上公益文旅云课堂活动100余场,邀请文旅专业专家和行业大咖200余位,在文旅行业和文旅院校中有口皆碑。近年来,获得中宣部、教育部、文旅部,各省级教育厅、省级文旅厅、省级宣传委以及国家级行业协会、学会和研究会等立项项目和奖项50余项,3年时间年利润突破500万元。

2022年,团队出版新书80余种,发货码洋2000余万,涌现出多部畅销教材,年销量超1万册的旅游教材10余种,近几年出版的文旅教材品质良好,产品生命力强,百分百在持续重印并改版。获得国家级奖项(包含“十四五”提名)和省级规划教材15部,省部级学术基金项目2项。

以全国高职院校“十四五”规划酒店管理与数字化运营专业新形态系列教材为例,该套丛书是基于习近平总书记对职业教育工作作出重要指示,加快构建现代职业教育体系,培养更多高素质技术技能人才、能工巧匠、大

国工匠的背景,同时教育部对职业教育专业目录进行了全面修订,酒店管理专业更名为酒店管理与数字化运营,旅游分社策划团队应运而生。

该套丛书由分社与该专业的国家教学标准制定单位南京旅游职业学院联名发文,全国展开组稿,高层次组稿,整体规模36种,涵盖了高等职业教育酒店管理与数字化运营专业的核心课程和主要拓展课程的配套教材。经过分社的组织,通过线上线下50余场峰会、研讨会和审稿会,确定该套丛书由具有全国影响力的50余所旅游院校、双高院校等134位高级职称的教师编者和行业领军企业职业经理人等参与,该套书是服务于全国酒店管理与数字化运营专业师生教学、学习的教科书。

目前,团队已经高效出版第一批7种教材,新专业、新课程配套全国首推的新教材,为老师的教学和学生的学习及时送去了教学课本。该套书也实现了百分之百数字化,无限拓宽了教材的“厚度”,启发学生的知识思考,拓宽了酒店专业知识学习的边界。该项目整体首次发货码洋预计达600万,社会效益和经济效益双凸显。