

# 出版社合作出书，资源共享还是风险共担？

中国出版传媒商报记者 靳艺昕

## 出版社“双效”的1+1>2

“在我社看来，合作出版既能集中各自优势，又能成本共担，是一个可以双赢的发展途径。”

深圳出版社副总编辑张绪华认为，“社社合作”的模式有望在未来得到更加广泛的应用和推广。例如，一家出版社可能在选题策划和编辑审校方面有优势，而另一家出版社可能在销售和分销方面有更多经验和资源，双方通过合作互补优势，共同推出高质量、叫好又叫座的图书，也有助于进一步提升出版社的品牌影响力。

促成出版业内两家甚至多家出版社合作出书的主要原因是什么？宁夏人民出版社古籍编辑室主任管世献认为，“这有助于作者、发行、专业编辑等各种出版资源强强联合，使出版‘双效’实现1+1>2的目标。”

张绪华总结了合作出版频现的四个主要原因：一是资源共享与优势互补。不同出版社在作者资源、编辑力量、市场渠道、品牌影响力等方面各有优势，通过合作，各出版社能够共享资源、优势互补。二是分散风险与成本分担。多家出版社通过成本分担，降低单一出版社的财务压力。特别是在面对大型项目或高风险项目时，合作出书成为一种更为稳妥的选择。三是应对市场变化与读者需求。随着市场环境变化和读者需求日益多样化，单一出版社往往难以迅速适应并满足这些变化。通过合作，各出版社可以共同研究市场趋势、分析读者需求，从而更加精准地定位图书产品，提高市场竞争力。四是拓宽出版领域、探索新模式。合作出书为出版社提供了拓宽出版领域和探索新模式的机会，通过与其他领域的出版社合作，引入新的题材、新的作者群体和新的读者群体，从而丰富出版社的产品线，增加收入来源。同时，合作过程中也可以尝试新的融合出版模式、营销手段等，为出版社的长期发展注入新的活力。

## 主动合作还是外部力量牵线搭桥？

哪些图书类型或选题，出版社会考虑和友社合作出版？出版社之间的横向合作，主要基于怎样的契机？是编辑自主申报选题，另一家出版社主动联络合作，图书作者“牵线搭桥”，抑或是怎样的机遇？

海燕出版社总编辑李喜婷表示，近些年，海燕出版社与其他出版社合作出版的图书数量稳步上升，相较于编辑自主策划，从上至下的统筹和联动更多。

主要涉及三大类图书项目：一是主题出版类项目合作。海燕出版社自主策划精品图书选题，通过社社合作，助力图书高质量出版，实现共赢。比如海燕出版社与新疆教育出版社合作，于2023年3月联合出版了《中华文明传承系列·中国经典民间故事绘本》《金羽毛 致敬最美奋斗者》汉语和维吾尔语、哈萨克语双语系列图书共26册，该系列图书的联合出版，旨在铸牢中华民族共同体意识，增强不同民族幼儿的爱国情感与文化认同。

二是全国范围合作的市场化大项目。目前海燕出版社正在参与一项由中国少年儿童新闻出版总社牵头，全国多家少儿出版社合作出版的重磅书系——《美丽中国·从家乡出发》，参与的各省区出版社将结合区域特色出版其中的一部书，由此在强强联合下，快速、高水平地出版一套图书，并形成强大的出版宣传效果。

三是教育类选题。海燕出版社在教育类图书方面的“社社合作”增多，当地出版社在图书策划和发行方面更具有优势，社社合作有助于实现合作共赢。比如海燕出版社策划出版的在河南省发行的学前教育资源，与外省出版社合作，加入本地化的内容，并在当地发行。同时，海燕出版社在与外省出版社合作时，会购买图书版权，然后海燕社再对图书内容进行修订出版，并在河南省内发行。

张绪华介绍说，深圳出版社在选择与其他出版社合作出版时，通常考虑以下几方面因素。首先是地域特色与文化传承，深圳出版社倾向于同具有独特地域文化、历史传承的出版社合作，如青海人民出版社与深圳出版社于2023年11月合作出版的报告文学《可可西里》，翔实记录了青藏高原的自然生态和人文故事。其次是专业性及权威性，对于某些专业领域或需要高度权威性的图书，例如医学或科技类图书，深圳出版社可能会寻求与在该领域有深厚积淀和广泛资源的出版社合作，以确保图书的质量和影响力。最后是市场渠道与读者偏好，对于某些类型的图书有特别的销售渠道，例如部分地域性强的教辅或读物，深圳出版社会选择与有相关渠道优势的出版社合作。

管世献表示，宁夏人民出版社作为以主题出版为主的综合性出版社，主要在主题出版和古籍类图书选题上和其他出版社合作出版。以往的合作，有的借助专业出版社专业编辑资源，有的是双方出版社有合作协议，有的是经作者或出版管理部门等“牵线搭桥”。

## 谁是出版决策定夺者？

出版社之间合作出书，从选题策划到市场发行的各环节如何分工？付出与所得是否对等，风险是否共担？封面设计、三审三校等出版环节，以及印数、渠道等重要决策如何定夺？

“没有固定的模式，每一个选题都是双方或多方

近年来，出版社之间的资源互补与共享越来越普遍，出版社之间合作出书的案例也越来越多，其中不少相关合作书荣获“五个一工程”奖、中国出版政府奖、中华优秀出版物奖等重磅奖项，或登上“中国好书”等各类榜单。在新近公布的“中国好书”6月榜单中，15种图书入选，其中3种由两家出版社合作出版。促成“社社合作”的原因来自多方面，包括对资源共享、风险分担、市场适应、领域拓展等众多因素的考量。

合作主要基于怎样的契机？从选题策划到市场发行的各环节如何分工，付出与所得是否对等，风险是否共担？封面设计、三审三校等出版环节，以及印数、渠道等重要决策如何商定？本期报道通过挖掘代表性案例，谈谈“社社合作”出书背后的故事。

协商一致后才出版的。”管世献介绍说。李喜婷进一步解释，“凡是社社合作出版、由两家或多家出版社同时选中的图书，一定是社会效益或经济效益预期表现突出的图书。社社合作出书以协议方式，落实双方在各环节的责任与权利，明确版权所属、宣传推广、市场化收益等诸多合作细则。一般来说，使用哪家出版社的书号，通常将该社名字前置，且主要承担经济投入与市场风险，如果获得效益，该社也将分得更大份额。”

张绪华提出，合作出版是一种效益共赢、风险成本共担的合作方式，一切都在双方友好协商的前提下进行。根据选题的不同，分工也会根据各自优势有所差异，所以封面设计、三审三校，以及印数、渠道等环节都根据具体项目分别商定，没有统一的模式。

在宁夏人民出版社，从选题策划到市场发行的各环节因选题不同而有差异。有的是以本社为主，合作出版社提供专业编辑或审读资源；有的是双方共同完成三审三校，在协商印数的前提下，分片区各自发行；有的是以合作出版社为主，本社提供专业编辑，在封面设计、活动安排等方面提供资源，共同打造市场。管世献表示，合作的出版社一般都是日常就有密切联系的出版单位，在协商一致的前提下，以出版协议为准，基本上都能做到付出与所得对等。

目前深圳出版社探索的合作出版模式主要三种：联合出版、版权合作或者项目合作。联合出版主要是和其他出版社共同承担一本书的编辑、出版、发行等全部或部分工作。这种模式通常会在选题策划阶段就达成合作意向，并共同制定出版计划。版权合作主要是在其他出版社获得某本书的版权后，邀请深圳出版社参与该书的编辑、制作或发行工作。项目合作是针对特定的出版项目或活动，由深圳出版社和其他出版社共同出资、共同策划、共同实施。

在合作出版过程中，各方出版社的付出与所得是否对等以及风险是否共担，主要取决于合作协议的具体内容和双方协商的结果。通常情况下，各方会按照合作协议约定的比例分配收益和承担风险。

## 精品合作为出版社带来“增量空间”

合作出版不仅为出版社带来了资源共享、风险分散、市场扩展等多方面好处，还促进了行业内的交流和技术提升，为出版社提供了实现共同发展和共赢的机遇。

近年来，深圳出版社与其他出版社合作出版的重点图书，包括《金墟》《可可西里》《奔腾的深圳河》等都取得了很好的“双效”。尤其是《可可西里》，不但入选了“十四五”国家重点出版物出版规划项目、获得了国家出版基金资助，还入选了2023年度“中国好书”。

回忆起《可可西里》合作的机缘，张绪华表示主要来源于作者陈启文。深圳出版社在2020年出版了陈启文的《为什么是深圳》，该书荣获第八届中华优秀出版物奖，还实现了近8万册销售成绩；与此同时，在习近平生态文明思想的引领下，青海人民出版社邀请陈启文创作并出版了长篇生态报告文学《中华水塔》，

## 活动前瞻

### 上海书展暨“书香上海”上海周即将举办

中国出版传媒商报讯 上海书展已经成为我国年度重要图书新品首发地、面向个体读者的阅读风向标，是全国最具影响的图书展会之一，也是打响“上海文化”品牌的重要内容。据悉，2024上海书展暨“书香中国”上海周将延续“老时间、老地方”，于8月14日~20日在上海展览中心举办，与读者朋友再次相约。

强化价值引领，把更多出版精品力作奉献给读者。2024上海书展将集中展示习近平总书记系列著作，《习近平谈治国理政》系列图书，党的二十大、二十届三中全会系列文件及重点图书，以及获评“五个一工程”奖、中国出版政府奖、“中国好书”的出版物等。

各参展单位将展出主题出版精品力作，如中国出版集团重点展陈《复兴文库》《为什么是邓小平》等；世



取得了可观的社会效益。两家出版社基于优势互补的考量，并着眼于东部沿海地区与西部欠发达地区出版社在共同开发选题上的合作潜力，携手出版了生态报告文学《可可西里》。

海燕出版社与电子工业出版社合作出版的《强国记——中国知识产权的力量》，是由海燕出版社自主策划选题，并寻求外部出版社合作，“助力”出版发行、实现共赢的典型案列。

2014年5月10日，习近平总书记在河南考察中铁工程装备集团有限公司时提出“三个转变”，为推动我国产业结构转型升级、打造中国品牌指明了方向。2017年，国务院将每年5月10日设立为“中国品牌日”。对海燕社来说，计划策划相关选题可谓由来已久。

目前中国国内有效发明专利量、国际PCT专利申请量居世界第一。在知识产权服务于强国建设的角度，为落实习近平总书记“三个转变”重要指示，海燕出版社策划的《强国记——中国知识产权的力量》，是中国第一部将知识产权融入大国制造的报告文学，是聚焦新质生产力、描写工业题材的文学精品。

李喜婷介绍说，由于该书体量较大，涉及到中铁装备、三一重工、中联重科、株洲中车、中广核集团、腾讯、华为、科大讯飞等8家工业和信息化领域的国际一流企业，采访对象聚焦专利金奖发明人，其中过半的受访专家是企业领导层或研究院领导、高级专家，且涉及到技术保密问题，采访难度较大。海燕社作为地方出版社，可以完成对中铁装备集团专利金奖发明人的采访，但难以密集地完成全部如此高规格、众多专家的采访任务。经由出版业领导引荐了电子工业出版社，该社在工业与信息化领域具有雄厚的出版资源，海燕出版社与电子工业出版社达成深度合作，由海燕出版社投资、电子工业出版社带领作家完成了8大企业专利金奖发明人的采访，图书才得以出版。

在宣传推广和发行环节，两家社齐头并进，电子工业出版社作为专业出版社，对目标市场宣传和发行也起到了极大的助推作用。该书是庆祝习近平总书记提出“三个转变”十周年的献礼之作，宣传了知识产权助力新型工业化的发展成就。该书还入选了“十四五”国家重点出版物出版规划项目，以及2024年5月“中国好书”月榜等。

宁夏人民出版社与中华书局合作出版的《英藏西夏文献整理与研究》(1-5册)，先后入选2019年度和2020年度国家出版基金资助项目，实现宁夏人民出版社古籍类出版项目获得国家资助的重要突破。

宁夏人民出版社和福建人民出版社合作出版的《诗在远方——“闽宁经验”纪事》，作为闽宁两省区出版集团重点打造的一部精品力作，是讲述中国脱贫攻坚故事的主题出版物，入选了2021年度“中国好书”，并获得中宣部第十六届精神文明建设“五个一工程”图书类优秀作品奖。宁夏人民出版社与百花文艺出版社合作出版的《中国之美》、与北京十月文艺出版社合作出版《阿娜河畔》，在走好走稳跨区域出版合作道路上迈开坚实步伐，提高了出版社在主题出版和文艺类图书出版方面的知名度。其中，《阿娜河畔》入选了2023年度“中国好书”。

## 沟通前排除隐患

出版社合作出书的过程中，是否存在难以协调的问题？出版社有关负责人普遍反馈，“通常是愉快且顺利的”，多数出版社会遵守承诺并履行合约要求。

张绪华表示，最近深圳出版社和青海人民出版社合作的过程中，没有遇到过难以协调的问题，一些待商榷的细节都能通过沟通解决。两家出版社不在同一地区，沟通相对繁琐，但只要稍微多花一点时间，及时跟进并仔细辨析问题，便能顺利解决。

哪些关键问题需要出版社在合作中特别关注？张绪华认为，一般而言，出版社之间合作，最核心的是付出和利益均衡问题，不过该问题大多能通过沟通解决。此外，还有四类问题需要引起重视。

一是版权归属与利益分配。不同出版社对版权的理解和期望可能存在差异，导致在合作初期或难达成一致。这需要明确合同中的版权条款，包括版权的归属、使用范围、期限以及利益分配方式等。通过协商和谈判，确保各方在版权问题上达成共识，并签订具有法律效力的合同。

二是编辑风格与质量标准。不同出版社的编辑风格和质量标准可能存在差异，进而导致在图书编辑和校对过程中产生分歧。例如最近在《可可西里》合作中曾遇到类似问题，这需要双方在合作初期明确编辑风格和质量标准，确保各方对图书的质量要求有共同的认识。在编辑和校对过程中，加强沟通和协作，及时解决出现的问题，确保图书质量符合双方的要求。

三是市场营销与渠道拓展。不同出版社可能有不同的策略和重点，导致在市场推广过程中产生冲突或效果不佳。对此，深圳出版社和青海人民出版社在合作时，共同制定了市场营销策略和渠道拓展计划，明确各方的职责和分工。在推广过程中加强沟通和协作，共同推动图书的销售和市场影响力的提升。

四是出版进度与成本控制。在合作出版过程中，可能由于作者交稿延迟、编辑加工难度大等各种原因，导致出版进度延迟，进而影响成本控制。这需要通过持续的沟通和协作，及时解决出现的问题，制定合理的出版计划和时间表，明确各方的责任和任务。

## 出版社合作出书的模式能否复制？

合作出书，是否可以延续某一类型的图书合作，或者某两家或多家社之间的合作？从一书一方案，转变为可以复制的固定合作路径？

管世献认为，能否复制，主要取决于选题的延续性和市场的正向反馈等。目前宁夏人民出版社并未与某一家出版社达成能不断“复制”的合作出版计划。难以实现的原因包括：选题延续性的不确定，作者方原因，以及出版社人员调动等。

张绪华提出，合作是可以“复制”的，但需要根据具体情况进行调整和优化，需要根据出版社各自的资源、优势，以及市场需求进行相应的调整和创新。在“复制”过程中，双方出版社都应充分考虑各种因素，确保合作模式的稳定性和可持续性，从而最大化地发挥合作出版的优势，创造最大的效益。在理想情况下，如果两家出版社在合作过程中建立了良好的互信关系，共同完成了高质量的图书项目，并且这种模式在市场中得到了良好的反馈，那么这种合作是可以考虑“复制”的。这里的“复制”不仅指与同一家出版社的再次合作，也包括将这种合作模式应用到与其他出版社或不同类型图书的合作中。

深圳出版社和青海人民出版社合作出版的《可可西里》，是东西部地区出版社各自利用优势资源，各展所长、精诚合作，探索东西部文化事业融合共通、高质量发展的成果之一。据悉，深圳出版社也有新的合作出版选题在策划和筹备。例如最近在探索与新疆人民出版社深入合作的可能，特别关注新疆的作者群体，着重探讨民族文化遗产与创新、历史研究与纪实文学，以及名家的自然文学等选题方向的合作。张绪华表示，新疆作为多元文化交融的地区，其作者群体拥有丰富的创作素材和独特的文化视角，这些都是非常值得珍视的资源。

书展20周年回顾展、“国学七天七堂课”等精彩活动。

打造分会场，让更多阅读成为市民读者的生活方式。在主会场之外，统筹全市优质资源，联合各区做优“一区一特色”的特色分会场，做好以公共图书馆、实体书店等为主的阅读分会场。做强上海书展子品牌，精心打造“主场与分会场联动、线上与线下同步”的立体书展模式，让申城处处可见美好阅读、溢满浓郁书香。

加强服务保障，保证现场优质阅读体验。聚焦安全和服务，全力以赴确保2024上海书展顺利举办。书展现场将提升防暑降温、便利餐饮、医疗保健等现场服务保障水平。进一步重视读者感受，及时准确发布交通指引、观展指南、活动安排等，既要体现书展管理的“上海温度”，更要达标书展服务的“上海水平”。进一步优化票务管理服务，提前1个月启动预售票。为解决老年群体购票问题，预售期间将安排多家新华书店协助线上购票，书展举办期间在主会场设置便民服务点。（宣心）