

## 以系列图书出版 带动文艺社良性发展

□花山文艺出版社社长 郝建国



信》《众神飞扬——世界文学巨擘18家》、河南省文联主席、鲁迅文学奖得主邵丽的《是真佛只说家常》,中国散文学会副会长陆春祥的《连山》等。丛书出版后,装帧到内容广受好评,获得了“文学好书”等荣誉。

### 二、以系列丛书出版为框架,不断积累作者资源

“原上丛书”是花山文艺出版社2023年推出的中短篇小说集,每年出版10部,邀请全国“当打之年”的成熟作家,比如刚获得鲁迅文学奖的作家沈念和刘建东等中生代作家。命名为“原上”,是指这些作家已经到达高原之上,未来可能到达高峰甚至顶峰。花山文艺出版社希望通过该套丛书的出版,储备优秀作家资源。一旦这些潜力作家获奖,将对花山文艺出版社的影响力与图书的销量起到很大的带动作用。可以说,系列丛书为积累作家资源、冲刺国家大奖提供了更大可能。

### 三、以系列丛书出版为抓手,不断锻造人才队伍

在系列丛书的出版中,花山文艺出版社采取“项目制”的运作方式,即一套丛书作为一个项目,由一位编辑作为项目负责人,负责整套丛书的体例规范、进度跟进、编印发协调及编务工作,在丛书出版中,有效提升了项目负责人的统筹协调与总体把控能力;编辑在与这些知名作者的沟通中,也开阔了眼界,积累了作者资源。

《蔚然笔记——古代诗人与植物》选题源于系列丛书。作为“诗人散文”丛书第二季的作者,鲁迅文学奖得主路也在出版中与出版社建立了深厚的友谊。在对她的知识背景与兴趣爱好深入了解的基础上,花山文艺出版社邀请路也结合自身专业与当前读者需求出版“轻学术”著作,即介于学术著作与普及读物之间的图书,这就有了《蔚然笔记》。这本书兼具学术性、知识性与趣味性,具有极高的艺术价值与审美价值,入选“文艺联合书单”,得到业界广泛关注。

2024年,花山文艺出版社将继续推出系列丛书:“原上丛书”第二季、“拇指丛书”第二季、“文学名家对话录”丛书、“文学常青藤”丛书、“六棱石诗丛”、“大吕丛书”、“四叶草论丛”、“长篇叙事诗系列”丛书等,以系列选题为抓手,以社内现有作者资源为基础,通过打造各种题材精品书系,强化系列图书的集群效应,提升编校队伍水平与编印发各环节契合度,积累作者资源与选题资源,持续扩大花山文艺出版社的社会及行业影响力。

受限于作者资源、人才队伍及经济基础等现实因素,地方文艺社要想在竞争日益激烈的图书市场中“破圈”突围,必须立足自身资源禀赋、放眼全国文艺出版市场,以科学可取的思路搭建独具特色的出版框架,绵绵用力、久久为功。

花山文艺出版社作为河北省唯一一家以出版文艺类图书为主的出版社,近年来出版的“诗人散文”丛书、“原上丛书”、“拇指丛书”等系列丛书受到业界广泛关注,也有效带动了出版社的良性发展。受益于系列丛书的出版及其作家群体的影响力,出版社的社会及行业影响力正在明显提升,且已开始出现良性循环,这些系列丛书为花山文艺出版社的作者资源积累、选题资源开发及人才队伍培养提供了极大助益。

### 一、以系列丛书出版为契机,不断突破题材藩篱

名家与名作是出版社的必争之地,相较全国名社、大社,地方文艺社尤其是经济基础稍弱的地方文艺社在抢夺名家、名作方面存在着天然的不足。鉴于此,花山文艺出版社另辟蹊径,在“名家抢夺战”中找到了适合自己的路径。

“诗人散文”丛书——新文体写作,独树一帜。

“诗人散文”凭借新文体写作,得到不少知名诗人的青睐。“诗人散文”丛书于2020年首次推出,2023年已出版至第四季,1—4季共31册。通常散文作品的销量较其他文体而言比较有限,但“诗人散文”丛书推出后效果却超乎预料,从社会效益来看,丛书入选了河北省委宣传部组织评选的“河北省年度优秀出版物”,甚至有评论家给予“现象级的出版策划案例”的极高评价;从经济效益来看,截至目前,该丛书的前3季已售出超过10万册。此外,“诗人散文”丛书的隐性福利已经开始显现,越来越多的知名诗人想加入“诗人散文”作者序列,入选“诗人散文”作者队伍在某种程度上来说是一种认可与荣誉。农民诗人白庆国的《乡村底色》亦是“诗人散文”的拓展与实践,可以说,一套丛书带来的价值远远超过这套丛书本身。

“拇指丛书”——形象的名字,为散文出版开辟又一片天空。

“拇指丛书”顾名思义,值得竖起大拇指点赞的丛书。这套丛书每年出版5部,2023年出版的第一季包括著名作家、北京作协副主席刘庆邦的《时光长调》,中国作协副主席、书记处书记邱华栋的《云是天空的一封信》

## 传承优秀传统文化 不断打造精品图书

□崇文书局有限公司总经理 韩敏

2023年10月,全国宣传思想文化工作会议正式提出和系统阐述了习近平文化思想。这一重要思想提出给全国宣传思想文化工作者以极大鼓舞,为出版工作提供了根本遵循,也提出了更高的要求。作为出版单位,崇文书局组织全体员工认真学习领会其精神要义,并按“七个着力”的具体要求谋划未来发展,紧紧围绕传播阐释习近平文化思想,奋勇担当主责,坚持“以书立社,以人兴社”,秉持“铸百年基业,出传世精品”的出版理念,立足本社专业定位,传承中华优秀传统文化,不断打造精品图书,努力在新的征程上谱写新篇章。

### 一、守正创新出精品,立足专业做好书

崇文书局是全国6家专业辞书出版社之一,同时也是中国出版协会古籍出版工作委员会会员单位。多年来,出版社锐意进取,积极探索专业出版与学术普及相结合、社会效益与经济效益并重的发展道路,推出了大量高品质的图书,得到了市场和业界的好评。在专科辞书、古籍整理、学术文化及教育图书板块形成了一定影响力。我社图书多次荣获中国出版政府奖、中华优秀出版物奖、湖北省出版政府奖等奖项,两次入选中宣部主题出版重点出版物选题,10种图书获国家出版基金资助,3种图书获国家古籍整理出版规划,12种图书入选“十三五”“十四五”国家重点出版物出版规划及国家古籍整理出版规划,9种图书获全国优秀古籍百佳图书奖。《汉语大字典》被誉为“共和国的《康熙字典》”“读书人的镇案之宝”;《马克思主义大辞典》是中国首部从整体性视角编纂的关于马克思主义理论的权威辞书;《中国非物质文化遗产大辞典》《中国经济史大辞典》《“一带一路”大百科》《植物科属大辞典》等专科辞书相继被立为国家出版基金项目、“十三五”“十四五”国家重点出版物出版规划项目,夯实了专科辞书的出版特色。

### 二、做好优秀传统文化创造性转化、创新性发展大文章

古籍工作具有“赓续中华文脉、弘扬



民族精神、增强国家文化软实力”的重要作用,是一项功在当代、利在千秋的光荣事业。

近年来,我社策划出版了《古玺文分域研究》《黄侃黄焯批校昭明文选》《日本经学研究丛书》《日藏珍本湖北方志丛刊》《朝鲜汉籍稀见版本丛刊》等一批专业古籍整理图书,正在积极推进《文选汇校汇注》《屈宋辞赋笺注》《简牍文献研究丛书》《说文义贯》等项目。古籍整理具有规模大、实施周期长、难度大、见效慢等特点,我社按照“策划一批,实施一批,完成一批”的思路,努力实现大型古籍项目的良性滚动开发,不断丰富重点项目库,不断夯实古籍出版基础,提升古籍出版能力和品牌影响力,努力成为中国古籍出版的重要力量。

秉持开放包容、为我所用的理念,我社还将适当加大海外汉学研究著作的引进力度。“崇文学文库”“崇学术译丛”近期将引进、翻译、陆续出版柳田节子、周藤吉之、藤田胜久等享誉学界的汉学家的相关学术经典著作,如《宋元社会经济史研究》《宋元乡村制研究》《唐宋社会经济史研究》《〈史记〉秦汉史之研究》《〈史记〉战国列传之研究》等。同时继续以“崇文馆”品牌为核心,不断延伸“崇文国学经典”“中国古典诗词品汇”“中国古典诗词校注译”“中华经典全本译注译”“中华诗学鉴赏辞典”“中华诗学选读丛书”等系列产品,不断提升崇

文书局文史古籍普及类图书的品牌和市场影响力。

### 三、探索多模态出版方式,加大优质内容传播力度

增强中华文明传播力影响力,是出版工作的重要任务。我社着力从内容设计、出版形式及国际影响等方面,努力推动中华优秀传统文化传播。一是以满足多层次读者需求为目标,针对专业研究人员、一般文史爱好者、广大中小学生等不同人群量身打造更多文史读物。二是以传统文化进校园和文史阅读为重点,积极探索纸媒和音视频、融媒体等深度融合的出版形式,以读者喜闻乐见的新形式讲好中华优秀传统文化故事。三是着力加强国际传播能力建设,深化文明交流互鉴,推动重要出版成果走向世界。《马克思主义大辞典》(英文版)翻译出版工作历时5年顺利完成;《“一带一路”大百科》《中国非物质文化遗产大辞典》成功输出英、日、俄等多个语种。今后我社还将继续向海外推广优质重点图书。

### 四、坚持人才兴社战略,优化人才成长环境

崇文书局坚持“以书立社,以人兴社”,在引进人才的同时,注重加大人才培养力度。近几年,我社不遗余力地从全国范围引进业务骨干和高端人才,在为人提供发展平台的同时,优化人才成长环境,让有能力、有情怀、有热情的出版人才在合适的岗位上不断成长,为出版社后续发展积蓄力量,为出版社高质量可持续发展提供坚强保障。

新时代新征程。世界正处于百年未有之大变局,中华民族伟大复兴进入关键时期,宣传思想文化工作面临新形势新任务,必须要有新气象新作为。站在新起点,崇文书局将立足湖北、面向世界,上承历史、放眼未来,坚持以书立社、以文化人,办专业社、走特色路、出精品书,为赓续中华文脉、弘扬优秀传统文化、推动社会进步作出贡献。

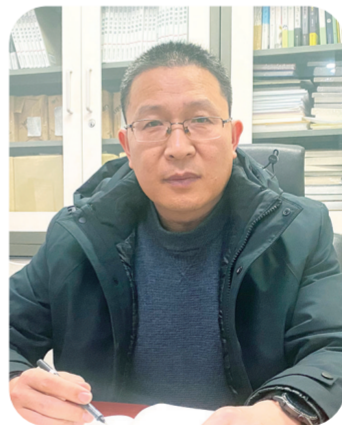
## 引领时代阅读 传播中华文化经典

□北京时代华文书局总编辑助理 徐敏峰

北京时代华文书局是一家年轻的出版社。秉承“引领时代阅读,传播华文经典”的立社宗旨,北京时代华文书局连续7年保持“中国图书海外馆藏影响力”百强地位。北京开卷数据显示,在图书主要细分市场实际排名,有14个门类进入百强。“高站位出版,高质量发展”是北京时代华文书局的价值追求,加强内容建设、推动出版精品化,树立良好品牌形象,是书局一贯的奋斗目标。

在推动文化精品出版方面,书局主要聚焦以下几点。

首先,树立精品意识,掌握精品内涵。精品不是作者或者编辑说了算,也不是个别专家说了算,它需要体现群众观点,以人民群众和读者的满意不满意作为标准,把它受社会的欢迎程度作为标准,切实改变以往对精品图书的误区。“中国艺术研究院学术文库”丛书的编辑出版,就是精品意识的体现。这套丛书自2013年启动,现已陆续出版了



理论研究的时代轨迹。

其次,树立市场意识,形成引领自觉。多去市场调研,了解掌握群众需求,满足人民群众日益增长的文化需求,为他们提供优质精神食粮。如市场调研的基本要求:该产品线的历史基础,现有主要支撑品种;该产品线的社会效益和经济效益基本情况及前景分析;今后发展方向,特别是形成品牌的潜力和努力方向、思路等。中国国家博物馆的“复兴之路”基本陈列已为广大中国民众所熟知,也是对青少年进行社会主义核心价值观培育的爱国主义教育示范基地,但如何让冰冷的文物说话,让更多读者和观众了解文物背后的故事?我们就策划出版了《复兴之路展品100个故事》一书,选取展览中最能反映主题的100件文物资料,以图文并茂的形式,更注重语言的通俗易懂,注重讲求科学性、可读性的有机统一,形象生动地讲解文物背后不为人知的故事,使读者能清晰地了解中华民族百年的追梦历程,是适合广大党员干部、群众,特别是青少年进行近现代史教育和爱党、爱国、爱社会主义教育的生动教材,有利于把社会主义核心价值观融入社会发展各方面,并转化为人们的情感认同和行为习惯,对弘扬社会主义核心价值观、凝聚实现中华民族伟

大复兴中国梦正能量具有重要意义。后该书荣获“第三届全国党员教育培训教材展示交流活动精品教材”。

最后,把握策划切口,深挖图书内涵。中华优秀传统文化是赓续中华文脉的根基,在选题策划时,注重对少儿进行传统文化的灌输,以期点燃他们对中华文脉自豪感的火种中适应新的社会需求,增进他们对中华优秀传统文化、对社会主义先进文化、对红色文化所蕴含的思想价值的认知认同。在“身边的国学”丛书中,我们就按中国传统哲学中的天、地、人、身、事、物进行分册,以学生为主体,从学生身边的所见所闻所感切入,从孩子的视角出发,秉承中华优秀传统文化的建构理念,由我及他,由近及远,我——家——校——社会——国家——自然——天地逐步展开,分专题讲述我们身边的国学知识。每一个专题由物——象——精神层级递进,贯穿中华文化的世界观、人生观、价值观,呈现中华传统的文化传承,趣味横生,图文并茂,满足不同年级中小学生学习传统文化的需求,实现以少年、儿童自身为出发点,使国学经典时代化、传统知识技艺生活化,让传统文化流淌在每一位读者的生命里,渗透进每一位读者的生活中。在我们策划的另一套丛书“心中的国学”中,也是按中国传统学说的明理、正己、立志、处世、修身、报国等6个部分进行分册的。

2024年,我们要以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,全面贯彻落实党的二十大和二十届二中全会精神,深入学习贯彻习近平文化思想,深刻领悟“两个确立”的决定性意义,增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”,紧紧围绕推进中国式现代化这个最大的政治,牢牢把握新时代新的文化使命,推动理论武装工作走深走实,提高舆论引导能力,深化社会主义核心价值观建设,繁荣文化创作生产,打造更多的出版精品。



由北京时代华文书局出版的“中国艺术研究院学术文库”丛书。时代华文书局 供图

150卷,还有不少学者的研究成果仍在陆续编辑出版之中。这套丛书内容囊括了戏曲、音乐、美术、舞蹈、话剧、曲艺、影视、摄影、红学、建筑艺术、艺术设计、非物质文化遗产以及文学等,几乎涵盖了艺术研究领域的各个门类。通过这套丛书,不仅可以了解到中国艺术研究院取得的学术成就,看到当代艺术学研究领域的许多前沿成果,也可以勾勒出新世纪以来我国文化艺术发展及其