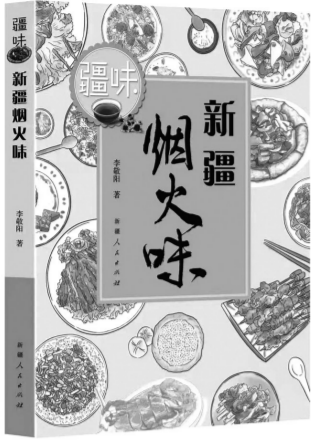


差异化策划一本“美味”的书

□本报记者 李婧璇 通讯员 林庆霞



来新疆旅游，哪些美食绝对不容错过？新疆美食背后流传着怎样有趣的民间传说？近日，由新疆人民出版社（新疆少数民族出版社）出版的美食散文集《新疆烟火味》满载人文历史与美食飘香，为广大读者打开了一个认知新疆的新窗口。

回忆出版过程，《新疆烟火味》责任编辑刘晓玮感慨良多。“精准定位、打造差异化产品是推出一本好书的前提。我们策划团队和作者李敬阳共同的创作理念是，舍弃传统的菜谱式写作，精心打造一本讲述新疆美食文化的书籍。从西域到今日新疆，新疆美食背后的历史文化悠久而厚重、多元而迷人，我们要做的是将这些历史文化挖掘出来，以小切口展现大文化，带给读者不一样的美食文化体验，以独特视角展现新疆之美和历史文化的斑斓。”

发现一个“有素养的吃货”

编辑是如何发现这个出版选题的？刘晓玮说：“好选题不是守株待兔而来，而是在日常积累中看似不经意的偶得。我们长期关注新疆作家的日常创作和爱好，当我们的选题策划与作家的创作和爱好寻找到了契合点，一个好的选题就诞生了。”

李敬阳是新疆人民出版社（新疆少数民族出版基地）作家库签约作家，一直致力于对新疆风光、新疆美食和历史人文的叙述和记录，著有《秘境：新疆深度徒步探险》《新疆的七个季节》等书。近年来，李敬阳时常在个人微信公众号上发布一些介绍新疆美食的散文，并常在文中自嘲“一个有素养的吃货”。

刘晓玮说：“最初读到李敬阳的这些散文，最深的印象就是有趣，文章中记录的美食做得有趣、吃得有趣，人更有趣。每道美食都有它的前世今生，有历史韵味和文化溯源。这是一个‘超级吃货’的优秀素养，更是一个作家的才思与韵致。近年来，社里从‘韵味’角度策划相关选题，李敬阳的美食散文与‘韵味’主题非常契合。”《新疆烟火味》——一个充满人情味和生活文化气息的选题，在刘晓玮的脑海里逐渐成型。

书中看尽新疆美食历史

结合多方市场调研，策划团队发现当前图书市场上介绍新疆美食的书籍，大都与旅游或菜谱相关，有很强的实用性，但少了趣味和韵味。李敬阳的文章是从身边的一道美食、一味调料、一种搭配说起，从古丝绸之路开始追本溯源，一路说到21世纪不断创新的舌尖美味，把一道道新疆美食的缘起、发展、变化，以及各民族的烹饪手法和正宗吃法，以解剖麻雀的方式展示给读者，在潜移默化中展现出东西方文化交流、各民族融合发展，以及给新疆社会发展、饮食文化带来的深远影响。

经过与作者细致地沟通和充分地选题讨论，《新疆烟火味》最终选定40篇文章和45篇延伸阅读集结成书，共计30万字。全书分为“品味”“滋味”“风味”“韵味”4个章节。

“书中收录的文章通过一个个生动的吃游经历，结合作者深厚的文化和生活积淀，反映出新疆独特的地域个性与气质，将新疆美食形象而立体地展现在读者面前。”刘晓玮说。

精心打磨力求尽善尽美

《新疆烟火味》虽然是一本以美食为主题的散文集，但书中包含大量的历史文化知识，引用了许多古代诗词和典籍，这些内容是本书最大的特点和亮点，也是编校过程中的重点和难点。

“我们结合书稿内容查阅了大量有关的历史、地理和诗词文献等资料，对所有疑问逐个甄别和求证，搜集相关资料相互印证，以确保出版内容经得起时间、实践和读者的检验。”刘晓玮说，作家本人是既懂美食又熟悉新疆历史文化的专家，创作态度严谨，但编校人员并不盲目迷信权威，凡是文稿中把握不准或觉得有疑问的地方，大胆质疑，小心求证，提出了很多很好的修改建议。

刘晓玮在编辑加工过程中更纠结的是对内容的取舍。李敬阳在写作中旁征博引、纵横古今，希望把内容扩展得越丰富越好。然而对于编辑来说，为了把握书稿的主旨和阅读节奏，更希望作品表达在精而不在泛。原稿中“百年前的新疆人怎么吃”“奇葩的新疆菜名翻译与再翻译”等内容非常吸睛，但因涉猎内容过多，追溯久远，较难求证，且地域语言使用较多也可能给强外读者造成阅读障碍，故取舍之间编辑与作者产生了不同意见。经过多次交流和讨论，最终双方决定将相关内容融入其他文章表述点到为止。随着每一次的修改加工，编辑和作者之间逐渐有了默契，在保持作品本真的基础上，作者的创作表现出有控制的豁达和开阔的特点，一部内涵丰富、展现立体的新疆美食故事终于成书。

今年3月，《新疆烟火味》新书发布会在乌鲁木齐市举行。读者评价说，这是一本对新疆美食重新认知的书，一本用另一个视角阐述新疆历史文化的书，更是一本让新疆变得更加“美味”的书。

契合出版需求，凸显出版DNA——

重庆出版集团打造出版行业ERP

□本报记者 刘蓓蓓

由出版集团以战略方向和规模投入来自研发针对出版行业的ERP（企业资源计划，是建立在信息技术基础上的数字化管理平台）案例目前还很少见，然而早在5年多前，重庆出版集团就以勇于创新、怀着构建出版产业互联网的梦想，开始了这方面的探索。如今这个系统不仅重庆出版集团自己已经正式使用，而且实现了商用，成为集团数字化转型、融合发展的重要里程碑。

“敢”字为先 建设出版人的ERP

重庆出版集团对出版行业ERP系统的研发，开始于2019年3月。

重庆出版集团副总经理刘绍星告诉《中国新闻出版广电报》记者，当时成熟的出版企业使用的ERP系统有10多种，集团也曾经购买试用过市场上的相关软件产品，但实践下来发现，各家出版集团内部的组织结构和方式存在一定差异，购买的软件不能满足出版业务的个性化需求；购买的系统二次开发和运维也受制于软件产品的基础设计，特别是集团创新

的管理思路、创新的业务流程用成品软件无法支持。而自主研发则可以量身定制，使软件能随着市场和业务的变化不断迭代，持续满足企业的发展需求。同时，重庆出版集团在进行市场调研的过程中还看到，针对出版行业使用的ERP没有一款是出版企业研发的。“全国有580多家出版社，这个市场想象空间可观，ERP的产品化是值得一搏的。”刘绍星这样说。

此外，从人才培养上看，自主研发也能重庆出版集团培养一批既懂出版

又懂技术的专业人才，未来可以投入到集团的数字化转型和融合发展中。

为此，重庆出版集团以自有核心技术人才为基础，从本地及北京、深圳等引进管理软件开发和互联网的人才，由41名员工组建覆盖产品、研发、测试、运维、运营各环节的团队——重庆至乐文化传播有限公司，还从集团编辑、印制、仓储、发行、财务等部门抽调骨干力量，组成业务专家和顾问团队，共同进行出版行业ERP系统的研发。

“干”字当头 经历5年艰辛努力

从初期设计到目前的ERP3.0旗舰版，历经5年艰辛和努力，重庆出版集团的出版行业ERP系统研发不断精进。

初期研发主要是实现软件的基本功能，包括选题、审校、印刷、仓储、销售、成本核算等全部环节，做到“能用”。

紧接着进行完善，主要是对产品的功能和操作流程进行改进，根据一线反馈增加一些便利性的功能，做到“好用”。

同时进行持续支持和迭代，主要目

标是不断根据市场变化和管理要求，对软件功能进行改造，增加新功能，使软件功能与集团的业务需求保持同步。几年来，系统进行了上百项改进。

目前的ERP3.0旗舰版实现了输出标准化，引领应用上了一个新台阶，主要特点是打造了一个出版行业管理软件的开发平台，该平台提供了大量的基础设施，具有强大的扩展能力，可以快速、低成本地打造出满足不同出版社高度定制化需求的管理软件。

作为投入较大的项目，ERP的研

发过程当然不可能一帆风顺。刘绍星告诉记者，其一，理念上需要突破。投入这么大的成本自主研发ERP到底值不值，用自己研发的ERP系统到底能不能提升工作效率和经济效益？彼时，重庆出版集团制定了融合发展战略，借此集团党委宣传贯彻数字化转型和未来发展的相关理念，使大家对自主研发有了理解，理念逐步转变、疑虑逐渐消除。其二，在研发过程中，尤其是在提需求环节上占去了很多工作时间，有的人担心自己提的需求实现后有不确定因素，

“实”字为功 技术输出取得成果

与市场同类产品相比，重庆出版集团自主研发的ERP系统有哪些亮点？重庆出版集团负责ERP系统研发的重庆至乐文化传播有限公司总经理邵平告诉记者，出版行业ERP有十大特点：支持集团管控、产业链系统对接、业财一体化管理、审批流程灵活易用、成本精准核算、部门销售配额管理、组合拆套管理、客户授信额度管理、精准发货、库存冻结管理，概括表现为以下四点。

可定制化能力强。虽然形成标准化的软件产品，但能根据各出版集团、出版社的实际情况增减并进行定制，形成各出版单位专属的管理工具。审批流程非常灵活。系统不像市

场上的同类产品，要求预先定义审批流程，遇到临时增加步骤的情况，操作会比较繁琐，而是采用重庆出版集团自主研发的审批引擎，只需定义关键审批点，业务就可以任意流转，且可以实现与业务联动的复杂审批逻辑，可以更好地支持图书出版过程中的复杂审批工作。

更具开放性。系统可以通过API接口和大量的数据导入导出功能与其他软件实现联动。例如，重庆出版集团ERP系统就和集团财务系统、第三方仓储管理系统、电商系统等外部系统实现了对接。

更安全可靠。该系统由重庆出版集团自主研发，支持国产加密算法，

支持国产数据库。系统使用到的支撑软件或中间件等组件都选用了开源方案，确保安全可控。

2024年1月18日，南方出版传媒股份有限公司在关于出版ERP项目简报中写到“岭南社ERP系统运行稳定，月结分毫不差，意味着集团首个出版社ERP上线实施成功，南方传媒信息化、数字化整体规划落地迈出坚实一步”。这是重庆出版集团出版ERP技术输出取得的实质性成果。这个赞誉也凝聚了南方出版传媒相关部门、重庆出版集团至乐公司团队共同的心血和全心全意的付出，双方工作扎实细致，克服了异地项目建设对接难、实施难、沟通难、出差多等困难。

出版背后

语录体能帮读者“读薄”经典大书吗？

□本报记者 章红雨

引领读者阅读经典是出版人永恒的追求，也是中华书局策划出版“中华经典百句”系列的初衷。近日，中华书局上海聚珍文化传媒有限公司在线上举行“中华经典百句”（第一辑）新书首发式，不到两个半小时，吸引了近2000名读者围观、点评。

“中华经典百句”系列采用语录体形式出版，第一辑包括：复旦大学教授王振复著《周易百句》、浙江大学教授傅杰著《论语百句》（增订本）、复旦大学教授陈正宏著《史记百句》、复旦大学教授汪涌豪著《老子百句》、复旦大学教授陈引驰著《庄子百句》、复旦大学教授吴震著《传习录百句》。上海师范大学教授詹丹点评，“中华经典百句”系列延续了中国历史悠久的语录体传统。“经典百句”的摘录形态，为加深读者的理解或者读者的自由联想提供了契机。

为何选择语录体？

中华书局总编辑尹涛介绍，“中华经典百句”系列在策划之初就明确了与此前陆续推出的“中华经典通识”系列并驾齐驱、互为补充。如果说“中华经典通识”系列注重“面”，那么“中华经典百句”系列则强调“点”，以点进入文本，有助于带领读者深入学习领悟经典里的思想和经典里的文化精神。

虽然书以“百句”为题，貌似传递的是零碎、零散的知识片段，但书里贯通的却是专家学者对先哲著作的研究心



得和对整本书的融会贯通的讲解。这种策划和编辑思路引起作者共鸣。“中华经典通识”系列之《红楼梦》通识作者詹丹认为，将“中华经典百句”与“中华经典通识”联系起来看，前者是关于“句”和“段”的，后者是关于“书”和“篇”的，两者互补完成了中华经典微观和宏观的统一。

在詹丹看来，“中华经典百句”系列以摘录“金句”的方式，延续了中国历史悠久的语录体传统，高度凝练而又不失亲切，很容易进入不同时代、不同人的思想意识中，形成对接受者自我主体的思想碰撞或者再造。

怎么理解化整为零？

经典有很多类型，构成的方式也不

一样。“中华经典百句”系列精选句子来传达、阐释其中的精义，这会不会如同“七宝楼台碎拆下来，不成片段”？

对此，“中华经典百句”系列主编陈引驰表示，寻章摘句，直取关键，对原句加以易解的注译，缀以解说者的认识、领悟和发挥，就是期待读者能与读者一同尝肉而知其味，窥一斑而略见全豹。

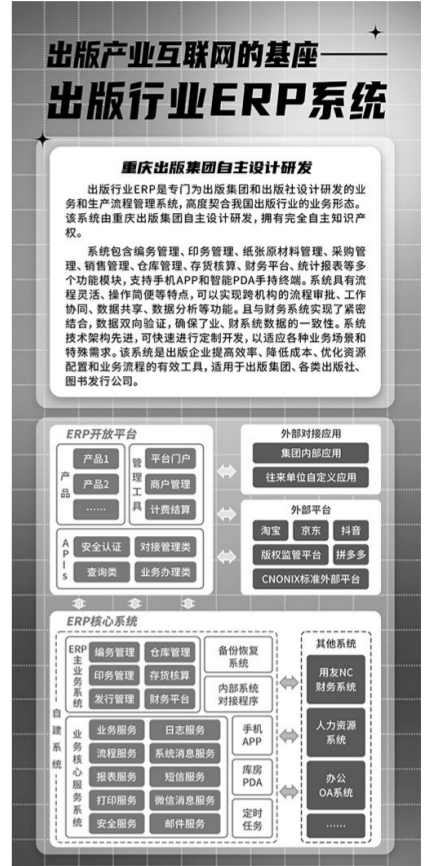
陈引驰还认为，陆机的《文赋》提到文章中“片言而居要”“一篇之警策”，意在经典篇章本身终究内含精彩而关键的语句，不妨采撷；进而，即使采撷之后的片片闪光与原初的整体光华不尽契合，但如月映万波、水波所映现的万千光闪并非本波之月光，但它确实是天空月光光的回映，是月光之映照的斑斑印迹，因此说从经典中摘译的格言警句，正是经典光彩的种种投射。

复旦大学教授骆玉明说，系列虽以“百句”为名，实则对解读经典的人口处或游览图，对于非文史专业背景的读者而言，旨在降低阅读门槛。王振复说，《周易百句》的市场反响不错，可见经典在人们心目中的地位。

怎样把书做好卖好？

发布会上，傅杰讲述了他和责任编辑胡正娟就《论语百句》（增订本）一书编校过程中发生的事情。

傅杰说，《论语》是中国古代典籍



担心承担责任。经过集团解释交流，不断告诉大家使用过程中难免有这样那样的问题和缺陷，但不影响最终的结果，大家提需求才更加积极踊跃了。其三，在正式上线使用的时候，因为新系统的规范程度更高，虽然经过了多次培训，但大家仍担心工作期间不会太长，还担心输入错误，对此集团进行了多轮培训，群里解答、现场解答，全程跟踪，让大家愉快地度过了适应过程。

该系统目前已经在重庆出版集团相关部门及下属公司使用了4年多时间，也收集到了大量来自一线的使用数据。根据这些数据和已有经验，邵平透露，重庆出版集团正在研发下一代产品。新产品的目标是，在功能和性能上进行强化；扩展系统的应用范围，争取能为集团的非图书出版业务提供服务，力争实现全集团范围内的业财一体化。

刘绍星表示，重庆出版集团正在积极探索人工智能在出版行业ERP的深度应用，包括新图文、新音频、新视频、新游戏内容等产品，不断推动信息技术、数字内容与出版的深度融合，构建数字时代新型出版传播体系，做技术赋能出版的创新者、引领者。

中注者、论者非常多的典籍。多年前，他撰写《论语一百句》的时候，是采取借力的方式，在每节的《论语》原文之下，都借用前人、时人或者注得特别好的，或者说得特别好的，选择作为引文，通过他的连缀，再加一些按语连贯起来。到《论语百句》（增订本）出版时发现，此前用的引语很多只标了著者，未标书名或篇名，胡正娟在核对之后，建议或者在后面括注出来，或者在行文中言明，这样就可以方便读者，也增加了这本书的学术含量。

傅杰表示，“在实际编辑过程中，每次校样都让我给改得‘一塌糊涂’，承蒙聚珍公司副总经理贾飞特许，责任编辑和我一起努力改到了五校样。我想，通过作者和出版社的共同努力，能够把这本书做得能在读者当中起到一点真正的作用，能够得到更多读者的鼓励。”

为了做好这套书的市场推广，7月1日中华书局成立了中华经典共读会。这个基于“中华经典通识”和“中华经典百句”两个图书系列而建的共读会，每天带领读者共读一句中华经典，每月共读一本书。共读会成立以来，吸引了来自各个行业、各个层面的大众读者积极参与和热烈交流。目前，中华书局其他形式的阅读活动也在规划中，目标只有一个，那就是让“中华经典百句”系列尽快走入千家万户的书桌上。