

■出版子品牌说

广东人民出版社“万有引力”品牌：

学术与通俗兼顾
引进与原创并举

□本报记者 徐平

广东人民出版社新近出版的《江南困局：晚明士大夫的危机时刻》等社科图书相继与读者见面，作为该社“万有引力”书系的新书，这些作品紧紧跟随图书市场的最新变化而不断调整选题内容，根据读者的新需求积极开拓与探索新方向。“万有引力”书系成形于2018年年底，是广东人民出版社深入贯彻落实南方出版传媒股份有限公司大众出版专业化、特色化、品牌化发展思路的具体实践。截至2024年10月，“万有引力”书系已出版图书50余种。

南方出版传媒股份有限公司副总经理、广东人民出版社社长肖风华接受《中国新闻出版广电报》记者采访时表示，他们希望能通过“万有引力”图书品牌的建设，充分探索如何在地方出版集团做出有全国影响力的社科图书产品线，并在激烈的社科图书市场中，通过该品牌先行先试，将“万有引力”建设成为广东出版在全国书业的代表性品牌的同时，夯实出版社策划、发行、营销等环节的基础，促进自身长远发展。

开辟大众社科图书产品线

“万有引力”以大众社科图书为核心，聚焦世界史、中国史，以及其他人文社科公共议题，关注那些热度稳定、不易因时因地而变的话题。在短短几年的时间里，相继出版《切尔诺贝利：一部悲剧史》《制造消费者：消费主义全球史》《奔腾不息：雨、河、岸、海与亚洲历史的塑造》等一系列兼具学术性和通俗性的作品，这些作品凭借编辑敏锐的问题意识，普遍具有较强的现实意义。

在“万有引力”出版项目成立之初，出版社对于这个品牌的选题取向和内涵有着自己的考量。肖风华介绍，在内容上，出版团队坚持学术底色，有扎实过硬的专业研究，尽量选取国内外知名学者、学术新锐的核心著作或前沿作品。同时，选书充分兼顾学术性与通俗性。如此，“万有引力”书系才真正做到“沟通学术与大众”。

纵观“万有引力”产品线，记者发现“名家”“核心”“前沿”并不是其出版的硬性指标，作者的写作立意和内容的呈现方式，能否与该品牌的出版目标相契合，才是选书的标准。广东人民出版社大众出版分社社长、“万有引力”出版项目负责人施勇介绍，“万有引力”在选书、策划上，始终保持对人类整体和当下现实的双重关怀。

经过多番试验，出版团队选择先从引进版的社科书做起，书系品牌传播具有一定势能之后，又重点切入原创市场，策划出版了《宋太宗》《宋太祖》等一系列中国史作品。施勇说：“版权书和原创书不是非此即彼的两种品类，而是相互补充、相互推动的两种类型，我们做到以版权书反哺原创、以原创促版权书的双轮驱动。”

打造社科图书工业化做书体系

经过5年多的发展，“万有

引力”已建立一定的市场口碑，斩获众多荣誉奖项，社会效益与日俱增。但随着品牌的发展，产品类型越来越丰富，各个编辑都有自己的选题思路和策划风格，如何贯彻和保持其出版理念就成为一个难题。

在运营过程中，出版团队不断总结经验，打造出了一整套适合团队特点的社科图书工业化做书体系。“在策划、编校、营销，甚至设计等出版工作各个环节，都有一定的标准化、量化指标。”施勇说。

得益于工业化的做书体系、以老带新的传帮带制度、标准化的出版工作流程，新编辑基本上可快速上手，掌握出版流程、学习出版技能。记者了解到，张静是2020年入职的应届生，到2022年就已经自主策划出版了畅销社科书《制造消费者：消费主义全球史》。

“万有引力”品牌能够在激烈的市场中存活下来，价值观和个性是最底层的决定性因素。“我们一直有意拒绝一些热衷宏大叙事的热门‘大书’，品牌当然希望获得市场的认可，但我们坚持与市场保持适当的距离。”施勇说。

在稳定核心市场的同时，团队也在不断突破，主动拥抱新媒体，重视抖音、视频号、小红书等渠道建设。施勇表示，虽然社科类产品目前在新媒体渠道上多少有点水土不服，团队也在探索过程中遇到控价、物流等诸多问题，但为社科图书搭建有效的新媒体营销路径，是“万有引力”的一个战略性方向，不会动摇。

从图书品牌向出版文化品牌转型

做社科出版，过于关注短期的经济收益，追逐热点，很可能得不偿失。“万有引力”出版团队坚持自己的出版价值判断，坚持做一个长期主义者。施勇对记者说：“面对这个越来越不确定的市场，‘万有引力’一方面求稳，坚持优质社科图书的出版主线；另一方面求变，努力拓宽出版、营销边界，一点一点走出舒适圈。”

2024年，广东人民出版社成立“万有引力工作室”，在原本的“大历史、大社科”产品线基础上，进一步完善与细分，形成了一个规划清晰、结构完整，且符合市场需求的产品线矩阵。同年，“万有引力工作室”入选了南方传媒员工创新创业项目，获得了资金、机制等方面的大力支持。

目前，“万有引力”已逐步形成了四个细分方向，分别是世界史、中国史及海外汉学、轻社科读物、非虚构纪实系列。国内原创非虚构纪实是“万有引力”2024年开始重点开拓与探索的新领域，意在深入挖掘国内有潜力的作者，打造优秀的非虚构原创作品。

“未来3年是‘万有引力’发展的第二个阶段，我们将进一步扩大出版规模，建设品牌文化阵地。”肖风华表示，通过“场景”与“思想”的融合，不断传递品牌文化、强化品牌理念，逐步从目前的社科类图书品牌，向综合型社科出版文化品牌转型。

四问出版专业博士培养

——来自“出版高层次人才培养”论坛的声音

□本报记者 陈妙然

“未来出版家”该怎样培养？近日，“出版高层次人才培养”论坛在刚刚获得出版博士学位授权点的北京印刷学院举办。论坛上，来自全国20余家出版相关高校的专家学者和业界人士，围绕出版专业博士培养中招生选拔、培养方向、考核标准等诸多切实问题，展开了一场热烈讨论。

一问：
选拔什么人才进行培养

培养从选拔开始，出版专业博士该招什么样的学生？

中国传媒大学出版社总编辑、全国出版专业学位教育指导委员会委员赵均给出建议：“在招生过程中应更加重视招收具有业界经验的博士候选人。”他认为，专业博士与学术博士的毕业去向存在明显差异，专业博士的培养更应侧重于服务业界，满足行业需求。

中国人民大学新闻学院教授、《新闻春秋》主编周蔚华同样认为，专业博士应该培养至少有一年到两年从业经验的专业人员，对出版专业知识要有一定基础，以便开展更高层次的学术研究。

北京印刷学院出版学院副院长李德升表示，出版专业博士的录取必须要考虑到他是否擅长出版工作，以及未来是否愿意在出版领域发展。

二问：
培养方案从哪些方面考量

“培养要关注大势所趋，即关注国家形势。”聚焦培养出版专业博士“未来出版家”的时代使命，北京印刷学院党委副书记、院长田忠利提出，要根据国家出版领域重大发展需求，培养出版领域的高层

次应用型未来领军人才，解决出版业面临的重大问题。

“专业博士教育的目标是培养服务文化强国和出版强国建设的高层次人才。”华东师范大学出版与文化系主任邓香莲认为，这要求高校在建设中国特色自主知识体系和话语体系以及提升中华文化软实力和国际影响力方面下功夫，应在课程设置中体现学科交叉融合和产教融合，增强新技术教学，以适应未来出版行业的发展趋势。

全国出版专业学位教指委副主任委员、南京大学出版研究院常务副院长张志强提示，专业博士培养应明确其与学术型博士的区别，并据此确定培养的侧重点。

四川大学出版学院院长助理曾元祥建议，应注重出版专业博士与专业硕士培养一体化，专硕培养应与专博培养相衔接，充分体现行业需求。他还建议，在培养过程中建立导师组负责制，以确保人才培养质量。

上海理工大学出版学院教授、全国出版专业学位教指委委员施勇勤认为，出版专业博士培养可以借鉴工程类博士的培养模式，特别是在新技术的学习与应用、新材料和新设备的研究以及技术标准的研究问题上，这对于明确人才培养的目标方向和提高人才培养质量至关重要。

“出版专业博士的设立是出版学科发展史上的重要里程碑。”北京印刷学院马克思主义学院教授、全国出版专业学位教指委委员张养志认为，在加强出版学自主知识体系建设的过程中，必须树立先进的培养理念，并建立一支高水平的师资队伍。在出版专业博士的培养上，应凸显中国特色的专业基础理论，强化理论性和学理性，加强政产学研的协同合作。

三问：
怎样打通学界与业界壁垒

“现在学界应该担起引领行业”的责任。”中国出版协会副理事长、中信出版集团原董事长王斌的一席话赢得全场嘉宾的共鸣。他认为，专业博士应该研究业界关心的问题，从开题到最终形成成果，要真的能解决实际问题，要真正有突破，在业内产生影响。

张志强表示，出版领域的专业博士培养应聚焦出版行业的核心问题，以核心领域为主，同时兼顾相关领域，要保证高水准，强化培养过程和质量的把关，以确保培养出真正符合行业需求的高层次人才。

周蔚华强调，专业博士培养应聚焦“专”和“博”两个关键词，明确培养目的和专业化问题。他强调，应注重专业博士在创意性内容生成能力上的培养，专业博士不需要写理论性很强的论文，要确保人才培养与产业需求紧密结合，避免教育与产业需求脱节。

“人才培养应围绕产业研究展开。”安徽大学新闻传播学院教授、全国出版专业学位教指委委员刘洪权强调，出版专业博士的研究应紧密回应行业的重大需求，以产生高质量的成果。此外，出版专业博士的培养需要具备国际视野，以适应全球化背景下的出版行业需求。

四问：
如何提升人才培养质量

明确培养方向后，如何进一步提升人才培养质量？

田忠利强调了乘“文化优势”而上的理念。他表示，中华优秀传统文化、革命文化和社会主义先进文化奠定了培养出版专业博士的

“文化资源优势”，出版专业各院校应将“文化资源优势”转化为“文化发展优势”，引领中国特色出版学科发展的未来之路。

湖南师范大学新闻与传播学院副院长王海刚表示，在出版高层次人才培养上，要以马克思主义出版观为主轴，以“大出版、大传播、大文化”为培养理念，提升学生的文史底蕴，培养学生的专业热情和职业情怀。

武汉大学出版研究院院长、全国出版专业学位教指委委员方卿建议学校要重视导师队伍建设，严格把关导师资质，要强化对课程和培养过程的个性化管理，以成果为导向实施人才培养策略，提升培养质量。

专家们还特别强调了差异化培养人才的重要性，认为出版专业博士的培养方案应允许不同学校根据自身特色进行差异化设置，以适应多元化生态中的高层次人才需求。

“我们依托马栏山，结合湖南优势特色，大力发展网络文学数字出版。北京高校也可以结合首都的发展战略，进行特色培养。”王海刚说。河南大学新闻传播学院院长、出版学院执行院长，全国出版专业学位教指委委员王鹏飞介绍，该校立足《清明上河图》等中原文化特色，设置了出版策划和出版管理方向。

在总结发言中，北京印刷学院副院长陈丹就出版高层次人才培养提出三点体会：一是高校之间应构建出版教育共同体，实现资源共享和人员共享；二是应建立学界与业界的联合共同体，加强理论与出版的结合；三是倡导形成学科交叉融合的“出版+”共同体，推动出版学科创新发展。

陈丹表示，出版专业高校要“和而不同”，要根据各高校特色优势，差异化、特色化、分类化进行出版专业博士培养，百花齐放、百家争鸣，使学科生态更加多元。

■中宣部主题出版重点出版物博览

钱学森之子评价《剑指苍穹——钱学森的航天传奇》：

“它很可能是写钱学森航天业绩的绝版书”

□陈华栋

上海交通大学出版社作为钱学森出版基地，以出版好钱学森系列图书、弘扬好钱学森精神为己任。近些年，上海交大社在钱学森系列图书领域持续深耕，已经出版了60多册图书。入选中宣部2024年主题出版重点出版物选题的《剑指苍穹——钱学森的航天传奇》，是上海交大社今年重点推出的一部精品力作。它多角度、深层次地记述了钱学森带领中国航天人闯出独立自主发展道路的人生经历与心路历程，凝聚了作者团队十几位专家多年心血，也离不开无数专家和单位的无私帮助。

相关传记不少为何还坚持出版

钱学森是中国航天事业的奠基人，这样一位伟大的科学家，他的故事早已被无数人传颂，他的传记在市场上已经不少，似乎已经涵盖了他生活的方方面面。那么，为什么上海交大社还要坚持出版这本书？为什么这本书现在还能引起这么大的反响？

我想，钱学森之子钱永刚在新书发布会上，对本书作出的评价可以回答这个问题：“大家不要小瞧这本书，它很可能是写钱学森航天业绩的绝版书。因为以后的作者再也不可能像本书作者那样，经历那么多航天型号研制的历程了。”是啊，这本书是弥足珍贵的。来自中国航天的作者团队中，年纪最大的已经70多岁，几位年纪更大的老同志甚至已经不在了。毫无疑问，这是一批那个时代的亲历者呕心沥血写就的史诗。

深入挖掘珍贵图片与档案

作者团队抢救式地采访了100多位与钱学森有直接接触的各级领导和专家，调阅了100多万字的文献资料，在书中披露了许多尘封已久的档案和弥足珍贵的图片，最终



《剑指苍穹——钱学森的航天传奇》新书发布会现场。上海交大出版社 供图

成就了这本600多页的大书。

先说说图片。由于历史原因，有的照片的清晰度并不高，但考虑到它们的珍贵程度，我们并没有随意地把它弃之不用。有的照片流传已久，但存在长期的谬误，在本书中对此进行了修正。比如第一章中有一个情节，讲的是1955年6月，一位卖菜的华人给钱学森家送了一篮子蔬菜，垫在筐底是一份《人民画报》，原本在旁边配的《人民画报》图片经反复核对，发现有误，作者团队费了不少工夫才找到了钱学森当年看到的5月英文版的《人民画报》封面，上面刊登了毛泽东等领导人在天安门城楼上检阅游行队伍的照片，钱学森发现其中有他父亲的好友陈叔通先生，这可能对他返回祖国有帮助，这张图片也让读者一窥当年的景况。对于其他材料中甚少，甚至没有出现过的珍贵图片，我们尽力展示；在有多张图片可选择时，我们反复对比，找出最清晰、最具代表性的一张，力求给读者带来一份完美的阅读体验。这种对历史的尊重与敬畏，对细节的追求与打磨，正是我们出版

人应有的责任与担当。

再说说档案。前述100多万字的文献资料，绝大部分都静静地躺在档案馆、资料室里，在岁月流逝中等待着后人的翻阅。大部分资料都没有电子化，一般读者就算有心查阅，也很难获取。即便有了查阅权，在浩如烟海的文献中，想找到某一条相关资料也如同大海捞针。作者团队替读者完成了这一工作。他们多年奋战，用笔抄写了近百万字的档案资料。他们找到了1955年6月15日钱学森写给陈叔通的信件原件，表达了他对回国的强烈渴望，以及对美国政府谎言的揭露：“现在报纸上说中美有交换被拘留人之可能，而美方又说谎谓中国学生愿回国者皆已放回，我们不免焦急。我政府千万不可信他们的话，除去学森外，尚有多少同胞，欲归不得者。以学森所知者，即有郭永怀一家……”于是，针对在8月2日至4日的中美会谈中，美方冠冕堂皇的“我国政府授权我向您保证，中国留学生离开美国，绝对不会受到阻碍”，中方就把钱学森在信中的文字特别转述了出来。对于

这封宝贵的信件，作者团队不仅把它完整地扫描成可逐字辨认的图片放在书中，还将其中的文字都转录出来，以便读者阅读、研究。除此之外，还有苏联援助期间，钱学森以中方第三委员会名义致苏方的信件（两封），其中涉及中国在导弹研制初期非常迫切需要的诸多知识，对普通人了解导弹知识也有帮助；在3年困难时期，钱学森主动请求上级给自己减薪的申请；《人民日报》的号外“我国向太平洋预定海域发射的第一枚运载火箭获得圆满成功”，上面还有这枚火箭命中海域的示意图……可以说，这是一本集结了钱学森的航天峥嵘岁月，甚至是中国航天早期史的史书级别的著作，对相关领域研究者也称得上难能可贵。

精心设计边栏为读者答疑解惑

为了不打断故事叙述主线，同时增加科普知识、增加阅读趣味性，尊重作者方面意见，我们在本书中设计了边栏。比如“航空和航天的区别是什么”；不同型号之间导弹的区别；在美国特务的监视下辗转投递求救信的过程；“苏联的援助是要钱的”；为保护钱学森，聂荣臻把原先配给车的一辆外形漂亮别致的天蓝色轿车换成了一辆不显眼的黑车；“一根小白毛的故事”；毛泽东保护钱学森的妙招……这些内容从侧面进一步补充了相关史料，在为普通读者答疑解惑的同时，也能扩展读者知识面，提升阅读体验，加强对那段历史的沉浸感。

在出版图书的过程中，我越发感受到作者团队作为老一辈专家，对祖国的国防科技事业、对钱学森这位中国航天领路人怀有深厚的感情。我相信读者阅读本书后，也能从本书的字里行间感受到这份真挚的感情，并深深为其所感染和打动。

（作者系上海交通大学出版社社长、总编辑）

