

遵从国家战略,瞄准部委重点

——从建工社2025年国家出版基金资助项目看重点科技图书选题策划方向

□李东

2025年4月14日,国家出版基金规划管理办公室公示了2025年国家出版基金资助项目,在入选的559个项目中,中国建筑工业出版社(以下简称建工社)入围了3项,分别是《中国建造丛书》《贯流华夏·中国流域人居环境高质量发展丛书》和《城市安全出版工程·城市基础设施生命线安全工程丛书》。

国家出版基金资助方向始终与国家战略需求同频共振。建工社的这3个项目正是分别围绕“新型城镇化”“生态文明建设”“安全发展”等国家战略展开。这一现象表明,科技图书选题策划的核心逻辑在于深度解读政策导向,精准对接部委工作重点。例如,《中国建造丛书》聚焦“中国建造2035”战略,系统梳理智能建造、绿色施工等关键技术,呼应住房和城乡建设部推动建筑业数字化转型的部署。也是入选项目的中国城市出版社的《韧性城市协同建设理论与实践丛书》,其选题直接呼应住房和城乡建设部《关于推进城市安全发展的实施意见》,通过整合北京、上海等试点城市的防灾减灾数据,建立涵盖风险评估、空间规划、应急管理理论框架。该丛书将国家层面的安全战略下沉至基层治理场景,实现宏观政策与微观实践的无缝衔接。中国城市出版社另一入选项目《中国城乡参与式社区营造实录丛书》,聚焦乡村振兴战略中的“共同缔造”理

念,收录成都乡村更新等住房和城乡建设部试点案例,构建“政府引导—专业赋能—居民自治”的协同治理模型。

其他出版社的实践同样印证这一规律。华中科技大学电子音像出版社的《中国智能制造》紧扣国务院《中国制造2025》规划,从智能产品、工业互联网等维度解析制造业升级路径;机械工业出版社的《“人工智能+”关键理论与核心技术丛书》则瞄准《新一代人工智能发展规划》,以理论发展推动技术落地。可见,出版机构需将选题策划视为“政策解码器”,通过学术出版构建国家战略与行业实践的桥梁。

建工社作为住房和城乡建设部直属单位,其选题策划天然具备部资源整优势。《贯流华夏·中国流域人居环境高质量发展丛书》依托住建部“流域综合治理”专项,整合水利、生态、城市规划等多学科成果,系统提出流域人居环境优化方案。这类选题不仅需要出版机构具备跨学科协同能力,更要求其与部委科研项目、专家团队建立深度合作机制。

类似案例可见于中国科技出版传媒股份有限公司的《智能机器人基础理论与关键技术丛书》。该丛书依托中国科学院自动化研究所等机构,覆盖机器人驱动、传感与控制等核心技术,精准对接科技部“智能机器人”重点专项。河南大学出版社的《黄河

国家文化公园丛书》则与国家文物局、文旅部的黄河文化保护战略联动,通过出版工程推动文化遗产活化利用。这表明,垂直领域的选题策划需以部委主导的科研项目为依托,实现出版资源与行政资源的双向赋能。

这些案例揭示出科技出版资源整合的深层逻辑:在部委行政体系内,出版社既是知识传播者,更是行业治理的参与者,通过将出版活动嵌入政策实施链条,实现从“被动记录”向“主动建构”的角色转型。这种垂直领域的深耕,使出版机构能够将选题策划窗口期从传统的滞后3—5年压缩至同步甚至超前,显著提升内容时效性与实践指导价值。

国家出版基金项目的特殊性还在于其兼具学术创新价值与公共产品属性。建工社的3个入选项目均体现了“问题导向—知识创新—应用转化”的闭环设计理念。《城市安全出版工程·城市基础设施生命线安全工程丛书》针对燃气、供水、桥梁等城市生命线工程,融合风险监测、应急管理前沿技术,既服务于住房和城乡建设部“城市更新行动”,又以案例库形式为行业提供标准化参考,实现了学术价值与社会效益的统一。这种“理论+工具”的内容架构,使学术成果能够直接转化为市政部门的决策支持系统,实现知识价值的链式增值。

该模式的成功依赖于出版机构对行

业知识生产模式的深刻理解。在传统出版范式下,科技图书往往止步于技术原理阐述,而现代出版则需构建“知识—技术—场景”的三维输出体系。以《贯流华夏·中国流域人居环境高质量发展丛书》为例,其关于城镇污水系统提质增效的内容不仅解析污水处理技术,更通过GIS空间分析模型,展示不同水文条件下管网布局的优化方案,为地方政府提供决策依据。这种将学术理论转化为操作系统的能力,正是现代科技出版的核心竞争力。这些实践表明,当代科技出版已从“知识传递”转向“能力赋能”,出版物的价值评估标准也从“内容正确性”升级为“应用有效性”。

建工社项目的成功入选还离不开其专业化的作者和编辑团队与数字化出版能力的支撑。例如,《中国建造丛书》编委会成员涵盖工程院院士、行业领军企业技术负责人,确保内容权威性;同时通过BIM技术可视化呈现建筑结构,增强读者的阅读体验。这种“专家智库+技术赋能”的模式,为其他出版社提供了借鉴。建工社项目的成功实施,本质上是对出版社核心能力的系统检验。在专业化层面,其编辑团队不仅需要掌握出版规范,更要具备“政策翻译”能力——将部委文件中的宏观表述转化为具体的章节框架。

从建工社等机构的实践可见,重点科技图书选题策划需遵循三大原则:一

是以国家战略为纲,深度融入部委重点工作;二是以学术创新为核,推动跨学科资源整合;三是以技术应用为翼,实现内容呈现与传播模式革新。

科技出版作为国家创新体系的重要组成部分,其价值已超越传统的内容供给功能,正在演变为政策实施的技术支撑、行业升级的知识引擎和国际竞争的话语载体。建工社等出版机构的实践表明,选题策划的成功取决于3个维度的系统整合:在战略维度上,需建立政策文本的动态解析机制,使出版选题与国家战略形成“齿轮啮合”式联动;在资源维度上,要深度嵌入部委工作网络,将行政资源转化为内容创新的加速器;在能力维度上,必须完成从纸质出版向“知识服务综合体”的范式跃迁。

当前,全球科技创新进入密集活跃期,出版业面临的不仅是技术革命的挑战,更是国家治理体系现代化的战略机遇。未来,出版机构需进一步强化“四个主动”:主动对接部委重大专项,将选题策划移至政策制定环节;主动构建产学研用协同网络,打通知识生产到应用转化的堵点;主动拥抱数字技术革命,重塑知识产品的形态与传播模式;主动参与国际标准制定,推动中国方案成为全球科技治理的公共产品。唯有如此,科技出版才能真正成为国家战略实施的“硬支撑”,在中华民族伟大复兴的征程中书写不可替代的出版篇章。

提升编辑走出去思维,将图书策划与版权输出联动起来

□段宇

2023年10月,习近平总书记对宣传思想文化工作作出重要指示,明确提出“七个着力”。其中,“着力推动文化事业和文化产业繁荣发展,着力加强国际传播能力建设、促进文明交流互鉴”等重要论述,为出版单位做好出版走出去工作指明了方向。近年来,在各项政策的引领下,出版社走出去的积极性显著提高,图书版权引进和输出的差距逐渐缩小,图书输出的质量和影响力持续攀升。

以北京国际图书博览会(BIBF)为例,1986年首届BIBF仅达成97项中外图书版权交易(涵盖引进和输出)。到2024年,BIBF已累计吸引71个国家和地区地区的1600家展商现场参展,22万种中外图书亮相。初步统计,达成中外版权贸易协议(含意向)2100项,其中版权输出意向和协议1426项,引进意向和协议558项,合作出版意向116项。中国对外图书版权贸易实现了跨越式增长。

在当下文化交流日益频繁的时代背景下,想要持续做好出版走出去工作,内容优质、制作精良且契合海外市场需求的图书是其中的核心关键。优质内容是图书的灵魂,只有蕴含深刻思想、展现独特文化魅力和实力的作品,才能跨越语言与文化的障碍,吸引海外读者;精良的制作包括精美的装帧设计、严谨的编辑校对等,能够提升图书的整体品质与阅读体验。编辑在出版全流程中扮演着举足轻重的角色,应当善于精准把握走出去工作中的“天时”“地利”“人和”,以敏锐的市场洞察力,及时捕捉具有版权输出潜力的选题,从前期调研、选题论证到中期版权输出、翻译筹备,再到后期的推广发行,都需精心规划、周密安排,以专业和匠心做好出版社的走出去工作。

把握“天时”

强化走出去意识,开发“外向型”选题

全球化浪潮的冲击下,出版行业已不再局限于本土市场的耕耘,而是迈向了更为广阔的国际舞台。编辑作为出版行业的核心力量,肩负着内容策划与文化传播的双重使命。在这样的时代背景下,把握“天时”,强化走出去意识,开发“外向型”选题,成为提升原创出版物竞争力、推动中华科技和文化国际传播的关键所在。

编辑被称为“杂家”,这一称谓深刻体现了编辑工作的综合性与复杂性。无论是科技专业出版社,还是大众出版社,编辑都需要站位高远、目光如炬,时刻关注世界出版领域的动态。在策划

选题之初,编辑的思维不能仅仅局限于满足国内读者需求,也不能单纯为了申报基金或荣誉项目而选题。而是要以更具战略性的眼光,思考选题是否具备走出去的潜力,这不仅能够拓展出版物的受众范围,更能极大地提升原创出版物的文化和经济附加值。从文化层面来看,优秀的出版物走向国门,是中华文化对外传播的重要载体,能够增进不同国家和民族之间的文化理解与交流;从经济角度而言,版权输出、合作出版等走出去方式能为出版社带来新的经济增长点,增强出版社在国际市场的竞争力。

然而,当前出版行业的组织架构在一定程度上制约了走出去选题的开发。大部分出版社的版权经理隶属于总编室,这使得他们难以第一时间接触到具体的选题,更难以独立策划选题。在这样的情况下,提升编辑自身的走出去敏感度就显得尤为迫切。编辑要主动学习国际出版规则、了解海外市场需求,将走出去的意识融入选题策划的每一个环节,必将成为推动出版物走向世界的先锋力量。

以科技类专业出版社为例,对于判断选题是否适合走出去时,有着清晰的考量标准。当编辑遇到作者在学术领域具有较高地位,或者选题内容在行业内展现出独特性与前瞻性时,就应当敏锐地捕捉到版权输出或合作出版的可能性。就像某科技出版社编辑策划的《可持续建筑设计》一书,便是把握“天时”、成功开发“外向型”选题的成功案例。

《可持续建筑设计》的选题聚焦于“碳中和”和“气候变化”这两大全球热点议题,在当下环境保护意识日益增强、全球积极应对气候变化的大背景下,这样的选题契合了国际社会的普遍关注,具备了走出去的时代机遇。而该书的作者是清华大学教授,作为我国绿色建筑领域的领军人物之一,他系统开展可持续建筑设计理论研究和实践近30年,在国际顶级建筑期刊中多次被报道,在国际建筑学界也享有极高的声誉和广泛的影响力。作者的权威性为书籍的国际传播奠定了坚实的基础,专业的内容加上权威的作者,使得编辑在选题策划阶段就敏锐地意识到这本书具备巨大的版权输出潜力。

在与作者沟通书稿内容和写作方向的首次交流中,编辑便大胆地向作者表达了出版外文版的想法。这一提议得到了作者的大力支持,作者还积极推荐自己在国外有过多年学习和工作经历的学生对本书进行翻译,从专业角度确保了翻译质量,为书籍走向国际市场提供了

有力保障。

对于出版走出去而言,合适的选题就是“天时”,是时代赋予的机遇,是市场呈现的需求,是国际社会对特定领域关注的聚焦点。编辑要像敏锐的猎手一样,捕捉到这些“天时”信号,不仅要考虑国内的市场需求,更要预测未来的发展趋势,积极引导作者从国际传播的角度优化内容,做好长远规划。

借助“地利”

优化选题内容,精准对接国外出版机构

在出版领域走出去的征程中,仅有优质的选题远远不够,如何借助“地利”,即精准对接国外出版机构,成为推动出版物成功迈向国际市场的关键一环。这里的“地利”,并非单纯的地理概念,而是指对国际出版市场格局的深刻理解,以及与国外出版机构高效合作的能力。

要实现精准对接,首先需对国外出版机构进行全面且深入的分析。不同国家、地区的出版社在优势领域、擅长的图书类型以及目标读者群体上存在显著差异。以欧美市场为例,一些知名学术出版社在科技、人文社科领域有着深厚的积累和广泛的影响力;而亚洲部分出版社则在东方文化、艺术等选题上更具优势。编辑要像专业的市场调研人员一样,通过查阅行业报告、分析销售数据、关注国际出版动态等方式,梳理出各个出版社的特点,筛选出与自身选题定位、风格相契合的合作对象。

国际书展作为全球出版行业交流的重要平台,为编辑与国外出版机构面对面沟通创造了得天独厚的条件。在国际书展上,编辑可以带着精心准备的选题方案,有针对性地走访目标出版机构的展位。面对面的交流不仅能够让编辑直观地展示选题的亮点和价值,还能即时聆听对方的意见和建议。编辑要善于把握与国外出版机构交流的机会,对对方提出的疑问及时做出解释和回应,并将这些宝贵的反馈内容第一时间传递给作者,从而对选题内容进行优化调整,使其既能满足国内读者的需求,又能适应国际市场的阅读习惯和审美偏好。

选定输出目标出版社后,高质量的图书推介材料是必不可少的敲门砖。尽管近年来中国图书版权输出量呈现出显著的增长态势,但与国际出版强国相比,还尚未达到一经推出就引发多家出版社竞相报价的程度。因此,编辑需与版权经理密切配合,精心准备详细且专业的推介材料,其中英文材料尤为关键。清晰、直观且富有吸引力的推介材

料,能够迅速抓住国外出版机构的目光,为后续版权合作的成功推进奠定坚实基础。

另外,对于部分国外出版机构,尤其是在科技专业出版领域,专家的推荐意见往往具有举足轻重的作用。欧美专业领域的知名教授,凭借其在学术界的权威地位和广泛影响力,他们的推荐能够极大提升选题的可信度和吸引力。因此,编辑需要与作者密切沟通,积极联系相关领域的权威教授对选题进行评审和推荐。当然,也有一些国外出版机构会自行组织专家评审,但无论哪种情况,作者都需按照对方要求,提供高质量的英文目录、样张等内容,以展现图书的专业性和完整性。

“地利”的核心在于编辑凭借对内容的敏锐洞察力和专业把控能力,确保选题质量,借助版权经理丰富的行业资源和谈判经验,在众多国外出版机构中遴选出最优合作伙伴,使图书的走出去工作事半功倍。

凝聚“人和”

统筹出版流程,协同各方力量

在出版行业走出去的宏伟蓝图中,“人和”恰似那根坚韧的丝线,将编辑、作者、译者等多方力量紧密串联,共同编织出一部部成功走向世界的精品图书。若将图书出版流程比作一场精密的交响乐演奏,那么凝聚“人和”,统筹各方资源与力量,便是让这场演奏和谐动听、余音绕梁的关键所在。

图书出版流程复杂且环环相扣,编辑作为其中的核心枢纽,需要以图书项目为坚实载体,以清晰的出版目标为指引,在脑海中构建起完整且清晰的工作脉络。从项目启动之初,编辑就要主动协助作者或作者团队明确目标,将宏大的创作愿景拆解为一个个体、可执行的编写任务,并根据成员的专业特长落实分工。同时,编辑还要化身“时间管理大师”,严格把控每个时间节点,通过定期沟通、进度汇报等方式督促编写进度,确保书稿能够按时交稿,顺利进入外文版的翻译阶段。而译者的选择同样不容小觑,应在确定图书版权输出意向时就开始物色,提前搭建起语言转换的桥梁,最大限度缩短外文版的出版周期,抢占国际市场先机。

仍以《可持续建筑设计》一书为例,它的走出去之旅就是凝聚“人和”的经典范例。在确定该书要进行版权输出后,编辑迅速行动,多次与作者约见洽谈。编辑结合自身对国内外出版方向和阅读习惯的深刻洞察,与作者一同探

讨并确定图书的写作模式,反复打磨优化图书大纲。编辑深知,一个贴合市场需求且逻辑清晰的提纲,是图书成功的基石。

当初稿完成,编辑的工作才刚刚进入深水区。编辑对书稿进行逐字逐句的审读,不放过任何一个细节,随后组织作者团队开展深入研讨。在研讨过程中,编辑不仅针对书稿的格式规范等基础问题提出修改意见,更从宏观层面把控全书内容。例如,针对书稿中背景知识过度铺陈,导致作者核心观点被淹没的问题,编辑建议精简背景介绍,突出自我观点的表述;对于部分内容数据支撑不足的情况,要求补充权威数据,增强图书的知识权威性;考虑到图书面向国内外双市场,编辑还提议适当增加对国外知名建筑机构和经典案例的介绍,这样既能拓宽国内读者的国际化视野,又能让国外读者在阅读时产生共鸣,增添亲切感。

值得一提的是,译者也深度参与到书稿的研讨环节。译者凭借自身的专业知识和语言素养,在熟悉书稿内容的同时,还从翻译和目标读者阅读习惯的角度,对内容修改提出了独到且专业的建议。这种提前介入的方式,让译者对书稿有了更透彻的理解,得以提前酝酿翻译思路,为后续高质量的翻译工作打下坚实基础。

在《可持续建筑设计》的出版过程中,编辑充分发挥自身对国内外出版机构及图书市场的敏锐洞察力,为图书找准定位和推广方向;作者凭借深厚的专业知识,为图书注入丰富的学术内涵;译者则以精湛的语言功底,打破语言障碍,实现文化的跨越传播。三方各司其职、优势互补,通过紧密协作与高效沟通,形成强大的合力,最终成功助力该书走向国门,在国际建筑出版领域占据一席之地。

凝聚“人和”,并非简单的人员集合,而是各方力量的深度融合与协同。在出版流程的每个环节,编辑要注重调动和发挥各方的积极性与创造力,真正实现“1+1>2”的效果,让更多优秀的中国图书在世界舞台上绽放光彩,书写出版行业走出去的辉煌篇章。

书籍,流淌着文明,透过字里行间,可读懂一个国家、一个民族的精神、品格、信念和胸怀。出版社编辑作为媒体人,要利用好自身岗位,主动作为,策划好输出图书选题,积极参与国际出版传播活动,讲好中国故事,掌握话语主动权,传播好中国声音,做好阐释工作,相知无远近,万里尚为邻,共同打造美美与共、开放包容的美好世界。