

说说“洗稿”

以前，人们常见的是抄袭、剽窃。此处抄袭，投到别处，发表了就算自个儿的。如今进入互联网时代，纯粹的抄袭变少了，但是改头换面的洗稿却多了起来。所谓洗稿，就是未经作者许可，对他人的原创作品进行篡改、增删，最后貌似成了另一篇文章，但实际上核心事实、主要观点、陈述方式或论证逻辑都来源于原作品，存在“实质性相似”。

人们之所以反对洗稿，是因为知识产权是一个人的“智力成果”与“智慧所有权”，是人们脑力劳动的结晶，与物质财富一样，不容许丝毫的侵犯。2019年初，微信公众号上某知名自媒体推出一篇挂名“原创”的逾万字“爆款”长文，后被指涉嫌洗稿，因为其核心事实都来自一家知名媒体的记者花费长时间所做的深度调查报道。平台随即取消了其原创标识及赞赏功能。原因很简单，人家做深度调查，投入巨大的人力、物力、时间精力得出的结果，你却得来全不费工夫、用了也不打招呼，这就很有可能构成了侵权。

那该怎样应对洗稿呢？我认为，与洗稿者相关的平台首先要负起责任，强化管理意识，建立健全针对洗稿的听证议机制，甚至可以增加曝光的频次，一旦确认为洗稿，就及时公布曝光，加大惩罚力度。同时，要让洗稿投诉举报流程更为简明可行，无论是第三方或是被侵权者的举报，都应得到及时、公正的处理，从而最大可能在第一时间阻断洗稿现象的发生。

（6月23日 《人民日报》 徐迅雷）

墨香未冷，文学期刊的突围

6月17日，一则重磅消息让文学圈振奋：文学期刊《花城》宣布实施“稿费倍增”计划——稿费最高将提至“千字两千元”。

以经济尊重文学创作的价值认同，这是《花城》“稿费倍增”计划的核心。这样的稿费水平与当时文学期刊动辄数十万甚至数百万的发行量是匹配的。然而，随着社会文化消费多元化，文学期刊读者群体急剧萎缩，“可见度”明显不足，稿酬标准也日渐落后。2022年曾有政协委员提交“建议提高基本稿酬标准，激发作家更多创作动力”的提案，引发热议。但绝大多数文学期刊生存压力巨大，提高稿费有心无力。

因为难，坚守才更显示出意义。这些年，文学期刊的“突围”屡屡出现在报端。《人民文学》除了“让文学重新接上地气”，组织作家深入基层、驻村入场记录真实的中国故事外，还在直播中引入头部品牌，创下4小时卖出8.26万套的好成绩；《小说界》将版式设计升华为叙事语言，邀请设计师与作家协同创作，把版式设计变成叙事的一部分；而《花城》除了升级稿酬标准，还在激励原创文学创作、吸引名家力作上补充了一系列措施，如加强作品宣发、助力作品实现“10w+流量曝光”等。

文学期刊，既是一种文学的传统，也是一种文字的严选，接纳着文学界的创造、交流、分享与创新。它的突围核心是重建与时代的对话能力，既涉及在经济上构建政府支持、市场运作、社会资助相结合的可持续模式，又需要在文化维度上坚守文学的品质，打破严肃文学“圈化”怪象，开放接纳新的写作力量，更需要拥抱信息技术革命带来的变革，将数字媒介从传播工具转化为文学生产的新型场域。

（6月23日 光明网 光明网评论员）

头部作家自降版税 折射童书出版困境

这两天，关于童话大王郑渊洁的一条消息刷屏——他主动在合约期内降50%以上版税，与出版社携手共渡难关。在少儿出版市场接连呈现下行趋势的大背景下，头部作家主动让利，不仅展现其个人情怀与担当，更折射出当前少儿出版行业面临的发展困境。

近年来，在渠道冲击与出生率持续走低双重压力下，少儿出版行业发展陷入瓶颈。其一，电商时代的价格战严重挤压了正版童书的利润空间；其二，正版童书定价高，许多家长面对高价正版书望而却步，大量优秀文学类童书被迫束之高阁；其三，盗版书泛滥，也对少儿出版行业造成冲击。而郑渊洁此次自降版税，正是为了让出版社将更多资源和精力投入到内容创新、反盗版技术升级中。

郑渊洁曾表态，“时代红利需要反哺时代”。作为头部IP作家，其“让利行动”或将起到一定的示范意义。若是越来越多作家效仿此举调整版税结构，出版社便得以将更多资源用于培养新锐作家、孵化创意选题、优化印刷工艺，由此也可推动行业向“降低成本一拓展市场一收益共享”的健康生态转型，使高质量童书能够更有效地触达少年儿童。

图书的价值不仅在于商业变现，更在于其作为文化载体的社会传播效应。作家版权让利后，给了图书定价更多下探空间，出版社也能将节省的成本转化为文化传播动能。只有当童书以更亲民的价格、更多元的形式（如AR童话书、公益捐赠书籍等）深入孩子生活，才能在数字化浪潮中更好守护孩子们的阅读热情与习惯，其滋养想象力、培育审美力的社会功能也才能真正实现。

（6月23日 华声在线 邓欣桐）

中国古代兵书出版的现状与创新路径分析

姚莉莎

当海外汉学家将《孙子兵法》翻译成30种语言在全球传播时，中国古代兵书正经历一场前所未有的身份嬗变。这些镌刻在竹简绢帛上的战争智慧，在数字化浪潮中褪去青铜锈色，化身为嵌入现代决策的思维工具。中国古代兵书的再出版，让其完成了从考据对象到决策工具的范式转换。出版者将其文字内涵不断向外延伸，进行现代化解读，广泛运用在商业、社交、职场、家庭，甚至运用在处理国际事务等各种场景中。

中国古代兵书的“热出版”与“冷思考”

中国古代兵书的出版江湖

以这些年比较火的兵书《孙子兵法》为例，据开卷数据显示，自出版以来累计销量超过2.5万册的同主题书有100多种，对其进行细分可发现，市面上销量较好的产品主要分为以下三类：学术注疏类、少儿漫画类、大众普及类。

学术注疏类的头部产品有北京联合出版社的《中华国学经典精粹·孙子兵法》和中华书局的《中华经典名著全本全注全译丛书·孙子兵法》等，这类产品选用权威底本，并邀请名家进行精校精勘，最大限度地保留了古籍的原貌，方便相关研究者参考。

少儿漫画类的头部产品有江西美术出版社出版的《彩图拼音版少儿经典文库·孙子兵法》等，这类书精准定位了目标人群的需求痛点，将晦涩难懂的古文转化为有趣的漫画，通过视觉叙事来吸引儿童的注意力，增强了代入感和趣味性。

大众普及类产品有孔学堂书局的《孙子兵法三十六计》等，这类产品聚焦多层次多行业读者，在宣传上善于用“手把手教你用兵法掌握人生”“将孙子兵法用在企业经营和商业上”等，实现古代兵法与现代生活的跨界融合。

上述三类兵书产品，从忠实于原文的文本训诂到贴合现代生活的谋略智慧和战略工具，前者实现了文脉根基的守护，后者为现代人的生活提供启发和借鉴。尤其是将古代兵学与文化传播、企业管理相结合，使古代兵书焕发新的生机，使中华优秀传统文化被赋予了鲜明的时代特色。

中国古代兵书出版传播困境

依然以《孙子兵法》为例进行考

核心阅读

面对如今中国古代兵书出版的同质化竞争现状，出版人想要实现内容价值的突破就要以专业化、差异化为核心抓手，着力构建“作者专业”与“内容稀缺”的双规战略，通过提升内容门槛来挖掘蓝海市场。

察，在《狂飙》《三体》等影视剧的带动下，同类产品销量暴增，出版界掀起新一轮的“兵法热”。但这场热闹背后也暴露出值得警惕的文化传播隐忧。

文本批量复制。上文提到的三类出版形式中，学术注疏类以中华书局的“全本全注全译”和商务印书馆的“中华经典藏书”等权威版本领衔，众多出版社的各类跟风出版物同台推出，有的出版社以较低的价格抢占不少销售市场。少儿漫画类形成“注音版”“漫画”“案例解析版”等数十种形态。表面繁荣掩内容同质化的痼疾，不同版本间注释重复率高，大量出版物仅对公共版权文本进行简单包装，真正具备学术创新的版本较少。某电商平台显示，仅2023年就有17家出版社推出内容雷同的“青少年彩图版”。

学术失范危机。部分版本为追求“创新”，采用未被学界认可的竹简释文，某畅销书擅自改动关键章节顺序以“增强可读性”。更有单位雇佣写手团队，两周内“攒”出一部兵法解析，导致某版本出现“春秋时期使用火药”等史实错误。这种轻考证、重速度的生产模式，已造成读者认知混乱。

当文化经典沦为出版快消品，我们失去的不仅是文本的严肃性，更是文明传承的精准度。破解这一困局，需要建立学术出版共同体，设置经典阐释准入门槛，让传统智慧在当代焕发真正生机。

中国古代兵书再出版的创新路径思考

抓专业与稀缺的选题思路

面对如今中国古代兵书出版的同质

化竞争现状，出版人想要实现内容价值的突破就要以专业化、差异化为核心抓手，着力构建“作者专业”与“内容稀缺”的双规战略，通过提升内容门槛来挖掘蓝海市场。

用专业作者构建文本筛选和解读体系

专业的军事类出版社可以依托其资源优势，与军队院校的作者建立联动网络，形成专业的作者资源池。如编辑部建立“驻校工作站”，与相关学校建立“长效战略合作”，即时动态掌握军事历史类研究团队的情况，与之建立紧密联系，并尽量让图书出版与研究团队自身的学术研究方向相契合。再如建立“双主编负责制”，如《纪效新书》的出版可邀请明代军事历史研究学者与指挥类专业教官共同领衔，实现文本考据与战术分析的双重校验。

将稀缺内容作为出版壁垒。出版社应依据“版本价值——现实转化”二维原则来筛选底本，遴选未被市场大量解读的古代兵书典籍，作为出版壁垒。如《尉缭子》《吴子》《唐太宗李卫公问对》等，除一些专研古籍的出版社对其有校注版本外，它们尚属蓝海。对于这类书，军事类出版社可基于自身作者资源的优势对其进行现代化解读，结合现代战争、国际局势的案例，另类读兵法，让这些古籍用轻松可读的方式进入非专业读者、青少年读者的视野。

东方智慧的海外出版传播

中国传统兵书，历来被日本等国学者奉若瑰宝，日本江户时代孙子兵法研究者吉田松阴，被视为明治维新的精神导师、日本近代化的先驱。此外，孙子兵法思想还被广泛应用于其他领域，商

以“四力”为纲，用生动笔触讲好金融故事

马悦

乡村振兴战略是实现中华民族伟大复兴的一项重大任务，农村金融作为乡村振兴的重要支撑，其发展至关重要。对于行业媒体而言，如何提升报道质量，更好地服务农村金融领域，是亟待深入探讨的问题。

习近平总书记提出的“脚力、眼力、脑力、笔力”要求，为行业媒体做好农村金融报道指明了方向。只有将理论深度与实践温度相结合，以专业视角透视行业脉络，以生动笔触讲好金融故事，才能真正发挥行业媒体的价值。

脚力：深入田间地头，捕捉行业脉搏

基层是报道根基。农村金融的实践场景丰富多样，田间地头、厂房车间和农家小院是其鲜活实践的主阵地。行业媒体的记者只有秉持“金融为民”的初心，深入基层一线，才能获取大量一手素材。例如，在江西玉山农商银行，《中华合作时报》记者深入其服务一线，详细记录了“整村授信”模式为新型农业经营主体带来的精准支持。在玉山县经开区的贤智木业厂房，记者了解到“橱柜产业贷”如何为传统家具产业注入资金活力，助力其技术升级和市场拓展，使原本面临发展瓶颈的企业焕发出新的生机。这些实地走访一方面为报道提供了坚实的事实基础，让报道有血有肉，充满真实感和现场感；另一方面，使记者能够近距离接触农村金融服务的实际对象，深刻理解他们的需求、痛点以及金融服务创新所带来的变化，从而更准确地把握农村金融服务的发展方向，为后续报道提供更有针对性的内容。

建立基层调研常态化机制。基层调研不能一蹴而就，需要建立常态化机制。以重庆农商银行为例，其通过乡村振兴数字金融服务平台推进“整村授信”，预授信农户超128万户，这一成果的背后离不开《中华合作时报》记者的长期跟踪调研。只有持续关注基层，定期深入农村金融服务现场，才能捕捉到行业发展过程中的细微变化，如金融产品的迭代升级、服务模式的创新优化、农户需求的动态转变等。常态化的基层调研有助于记者积累丰富的素材，形成

对农村金融领域的深入理解，进而为读者呈现一幅真实、立体、动态的农村金融图景。通过长期跟踪，记者可以记录下某个地区农村金融从起步到发展的全过程，展现政策落地的成效和面临的挑战，为行业发展提供更具参考价值的报道。

眼力：洞察趋势规律，把握时代命题

捕捉行业趋势是核心竞争力。在当今数字化转型的浪潮下，农村金融领域也在经历深刻变革，科技赋能成为重要趋势。《中华合作时报》记者敏锐地捕捉到这一趋势，聚焦农村金融领域的科技应用案例。如重庆璧山工银村镇银行推出的“旺农贷”产品，利用大数据构建风控模型，有效解决了农户信息不对称问题，提高了贷款审批效率和风险控制能力。

此类报道不仅仅是对金融机构创新实践的展示，更重要的是揭示了数字技术对农村金融服务模式的重塑作用。数字技术的应用使得农村金融服务更加便捷、高效、精准，能够覆盖到更多原本难以触及的农户和小微企业，拓展了农村金融的服务边界，提升了服务质量。通过对这些趋势的报道，行业媒体可以引导金融机构顺应时代发展，加快科技应用步伐，推动农村金融行业的数字化转型。

关注政策导向与地方实践结合。政策是农村金融发展的重要指引，而地方实践则是政策落地的具体体现。行业媒体在报道时应多关注政策导向与地方实践的结合点。记者需要具备敏锐的眼力，能够穿透政策文本，深入了解政策的目标、重点和实施路径，同时关注地方在落实政策过程中的具体做法、创新经验和实际效果。通过挖掘这些结合点，为读者提供可借鉴的经验范式，帮助其他地区更好地理解和执行相关政策，促进农村金融政策在全国范围内的有效落地，实现政策效益的最大化。

脑力：深化理论思考，构建专业话语

政策解读与理论分析彰显报道深度。行业报道不应停留在表面现象的描

述，而应深入进行政策解读和理论分析。《中华合作时报·农村金融》周刊在报道中注重将金融实践置于国家战略框架下审视。以江西省普惠金融政策解读为例，不仅梳理了创业担保贷款、农村金融机构定向奖励补等政策工具的优化路径，还结合当地农村金融机构的实际操作案例，分析了这些政策对乡村振兴的实际推动作用。

这种“政策+实践”的分析框架，有助于读者理解农村金融改革的系统性逻辑。通过政策解读，让读者明白国家为什么要出台相关政策，政策的目标和预期效果是什么；通过结合实践案例，使读者看到政策在实际运行中的成效和问题，从而更全面、深入地理解农村金融改革的整体脉络，为行业发展提供理论层面的支持和引导。

构建行业研究方法论体系。行业研究需要形成科学的方法论体系，以便更深入地分析问题和解决问题。在分析农村信用体系建设时，《中华合作时报》记者借鉴浙江农商联合银行辖内常山农商银行“1个平台+1部手机+1套体系”的数字化整村授信模式，从技术应用、制度创新、生态构建等多个维度展开深度剖析。

从技术应用角度，分析大数据、人工智能等技术如何提升信用评估的准确性和效率；从制度创新角度，探讨相关政策法规和银行内部管理制度如何保障授信工作的规范开展；从生态构建角度，研究如何通过政府、银行、企业和农户等多方参与，形成良好的农村信用生态环境。通过构建这样的方法论体系，为行业发展提供更具针对性和前瞻性的理论参考，推动农村金融领域的理论研究和实践探索不断深入。

笔力：创新表达形式，提升传播效能

故事化叙事增强可读性。故事是传播信息的有效载体，故事化叙事是增强行业报道可读性的关键。《中华合作时报·农村金融》周刊擅长运用个体故事折射行业变迁。例如，报道“老马的致富路”中农户老马通过“创业贷”获得资金支持，从普通农户成功转型为创业者

业战略家和业余军事历史学家麦克尼尔·马克，在牛津大学出版社出版《孙子兵法与商业艺术：管理人员的六项战略原则》《孙子兵法与现代战争艺术》。普林斯顿大学出版社出版的蔡志忠漫画版《孙子兵法》，由世界军事战略权威之一的劳伦斯·弗里德曼作序，阐述了孙子兵法对西方战略思想的影响，广受国外读者的喜爱。

在国内兵学出版市场已经饱和的现状下，中国出版人也要主动出击，将中国传统兵学进行西方本土化改造，输出版权。这既会推动中国特色文化的走出去，又将使之成为与现代生活紧密结合的战略工具箱，用中华千年传统智慧福泽人类。

2024年，商务部等27部门《关于推进对外文化贸易高质量发展的意见》指出“加强传统文化典籍，文物资源，非物质文化遗产的数字化、网络化转化开发，面向海外用户开发一批数字文化精品”。在出版领域，“经典中国国际出版工程”和“丝路书香工程”着力资助体现中国主张、中国智慧、中国方案等方面的图书，实现了传播中华文化、展示中国形象、助力中国文化走出去的成效。在兵书出海过程中，也要注意解决“无痛融入”的问题。比如可建立“海外汉学家+本土学者”的联合编译机制，实现文本的本土化转译。这一出海战略，可将“止戈为武”的东方智慧转化为全球公共产品，通过政策引导、学术深耕和本土化改造的有机结合，使中国兵学不仅能提升中华文化的国际话语权，更能为解决当代全球治理的难题提供中国方案。

中国古代兵书的出版热潮，既是传统文化复兴的生动注脚，更是中华文明现代转化的有益实践。从学术专著深度挖掘到少儿读物的多形态解读，从大众通俗读物的多元开发到海外市场的初步探索，兵学典籍正以丰富的形态走进当代生活。出版人需要在守正与创新之间找到平衡，深耕稀缺内容，延请专业作者，推动海外出版传播，当西方读者通过《孙臆兵法》理解东方的战略智慧，通过《尉缭子》感受中国古代的治军文化时，这种超越地缘政治的思想对话，正在为构建人类命运共同体提供独特的文化资源。

（作者单位：国防工业出版社）

的故事。这个故事生动地展现了金融服务对乡村产业的撬动作用，让读者能够从具体的人物经历中感受到农村金融政策和产品带来的实际变化。以小见大的叙事手法，将抽象的农村金融知识和政策转化为具体可感的故事，使专业内容更易被读者接受，能够引起读者的情感共鸣，提高报道的传播效果。

兼顾专业性 与亲和力的语言风格。在报道农村金融产品时，语言风格的选择至关重要。《中华合作时报·农村金融》周刊采用“政策术语+案例解读”的方式，实现专业话语的大众化表达。如对“再担园区贷”的报道，既准确说明其“批量作业、见贷即担”的专业特点，又通过具体企业案例展示其在解决企业融资难题、促进企业发展等方面的实际效果。这种语言风格既保持了报道的专业性，让行业内人士能够获取准确的信息，又兼顾了亲和力，使普通读者也能理解复杂的金融概念和政策的案例，将农村金融知识普及给更广泛的受众，扩大了报道的影响力，有助于提高公众对农村金融的认知度和参与度。

以“四力”为翼，书写行业新篇

《中华合作时报》通过践行“脚力、眼力、脑力、笔力”，在农村金融报道领域形成了独特的专业优势。脚力使报道深深扎根基层、贴近民生，获取最真实的素材；眼力让报道能够敏锐洞察行业趋势，把握时代命题，为行业发展提供前瞻性指引；脑力使报道深化理论思考，构建专业话语体系，提升报道的思想深度；笔力则让报道以生动鲜活的形式呈现，深入人心，增强传播效能。

未来，行业媒体需进一步强化“四力”建设，不断提升自身的专业素养和报道水平，在专业性与可读性之间找到更好的平衡点。以更具深度、温度和广度的报道，持续关注农村金融领域的新变化、新问题、新经验，为农村金融改革发展提供更有力的智力支持，为乡村全面振兴贡献更多的媒体力量，书写农村金融行业发展的新篇章。

（作者单位：中华合作时报社）