

■ 责编手记



做书的过程和种地很像

□任慧

北京大学出版社出版的《崖边农事：二十四节气里的村庄》，将中国古老的时间智慧二十四节气和西北农事巧妙结合，自2024年6月面世以来受到读者喜爱，入选2024年7月“中国好书”。作者阎海军笔下的故乡崖边村以及他笔端心底对于农业的关注，也一再令中国的乡村进入我们的视野和话题中。作为该书的责任编辑，我非常想讲讲这本书的诞生过程。

选题来自崖边故事

《崖边农事》的选题，还从《崖边报告：乡土中国的裂变与记录》一书说起。《崖边报告》一书于2015年由北京大学出版社出版后，崖边这个位于甘肃定西的村庄引发了广泛的关注和讨论，不仅因为它地处西海固地区，长期以来由于干旱贫瘠的自然环境，获得全国的帮扶，更因为阎海军所书写的乡土中国面临的现实问题激发了大家对于乡村问题的沉思。

由此，崖边这样一个渭水流域的西北村庄就突破了地理上的概念，从黄土高原上普通的小村庄，成为承载着乡土中国变迁的几代人的记忆、文化和生活模式的一个鲜活例证。北京大学出版社编审王立刚一直与《崖边报告》作者阎海军保持着深入交流，他们之间建立了深厚的信任关系，用阎海军的话来说，是像兄弟姐妹一样诚挚的情谊。因为同样的关切点，《崖边农事》最终确定了选题，纳入北京大学出版社大众出版中心的启韵书系，列入“在野篇”。在野，是在田野中，通过对现实问题的思考，为现代生活注入一些活力。

王立刚将这本书稿的具体编辑工作交到我手上时，我感到高兴的同时更觉得这是一份沉甸甸的责任。高兴的是，我与作者同是“80后”，此前我对节气文化的书就很关注，这个选题将二十四节气与一个西北村庄的农事结合起来，进而讲述一百年来三代人的农耕纠葛，这个角度是我感兴趣的。但我没有乡村生活经验，对于农事本身几乎一无所知，这个选题关于农业的思考和对农事的抢救式记录吸引着我。

随着编辑工作的进展，跟随作者笔下沉静克制的二十四节气记录，我不再熟悉和确认了西北大地上的村落、作物、民俗，对于农事的艰辛有了直观的认知，还随着《崖边农事》的节选关心崖边的庄稼和这片土地上发生的人与土地的故事。

以时间的方式出发

2022年，阎海军《崖边农事》的写作正式开启。他给自己定下的目标是一整年的每个节气都在村庄度过，和父亲兄长一起劳作，重拾自己少年时的种地技艺。从第一个节气立春开始，西北大地在祭祖、贴对联、开门的爆竹声、耍社火的热闹中开启了新的一年，同时意味着农闲的结束。此后一整个年，二十四节气指导着农业生产，作者也重新熟悉农具的使用、物候的把握、作物的特性，把自己从一个童年时期充当劳动配角的角色，主动转换成农事劳动的主角。与此同时，他像之前在《陇中手艺》中走访和记录那些古老手艺人一样，收集村庄里种田“老把式”关于农业的传统技术和记忆，听他们侃侃而谈庄稼和村庄，把种地这一技艺用心记录下来。

《崖边农事》一书着重强调的是农业在现代社会中的核心地位。作为一门古老的技艺，农业

的内涵远不止于耕种，它蕴含着对自然的观察、对时机的把握、对生命的敬畏与顺应。每一个节气的到来，在大自然细微变化的昭示和催促下，农民都需要根据气候、土壤和作物的状态进行相应调整，一刻也不敢耽误与懈怠。实际上，农事是苦的，而且必须诚实地按照时间的方式出发，在对应的时间做正确的事，“几乎每一样农活，都在教人沉稳”。做书的过程和种地很像，不能急也不能慢。此书编辑的过程经历了两轮图片筛选和补充，配图严格按照每个节气的气候特征和作物生长情况，因此，每个节气到来之前，作者和编辑都带着各自的任务意识，像农民抢农时的节奏一样，反复进行沟通，希望能把一粒籽实饱满的“粮食”呈现给读者。

一本好书的最终出版，无疑都是集体智慧的呈现。编辑部特别重视每一本书的整体设计，邀请字体设计师陈帅慧为《崖边农事》的每个节气设计章头字体：“雨水”“秋分”，章头字体中的雨点是圆形的堆叠，谷雨播种藏着大豆独特的播种技巧，于是一个播种的农民形象跃然纸上，立夏是种植糜子和土豆的时节，邻村的社戏也在这个时候开唱……这些乡村生活的具象化呈现，落谷有声，给读者带来关于农事最直观的感受。

著名书籍设计师、“最美的书”得主潘焰荣为这本书设计了封面，用数字24来还原“80后”记忆中家家户户都有的日历，同时选用和土地颜色接近的黄绿色粗粉纸张来还原朴实的乡村生活。种地的过程是苦不堪言的，时间的果实却是甜的，写作是这样，一本书的出版也是这样，打磨的过程固然艰辛，却让一本书的气质从模糊到清晰。

作品的不断延续

《崖边报告》刚出版时，经常有读者将崖边解读为危险的意思，作者和编辑都要先从地理位置的角度来进行说明。到了《崖边农事》，读者已经对作者笔下的崖边村有了准确定位。实际上，从非物质文化遗产的角度看，对于传统技艺与记忆，如果不对其进行保护和传承，确实是危险的。

在年轻读者对非虚构写作的兴趣显著增加的当下，重返乡野，从事劳作，可以从精神层面让个体获得一种更接地气的生活体验。与此同时，以重返的视角发现日常，用自己的方式与乡村相遇，思考与书写现实，也是出版社期待经由《崖边农事》的出版传递给读者的一种关注。

阎海军在《崖边农事》一书的后记中提到，对故乡的叙事每次抒写相隔十年，他还想为故乡崖边写一部书稿，是关于故乡的人，第三部书稿的诞生将是知天命阶段，是为崖边三部曲。2024新疆书展上，阎海军带着《崖边农事》一书，向关注乡村问题的年轻读者发出了一次感受乡村节奏的诚挚邀请，希望更多致力于乡土研究、乡村建设、乡村艺术的学者、作家、记者和从业者等能够深入农村，创造关于乡村的新文艺。

近期和阎海军联系，他正在筹备一个关于二十四节气的展览，打算在刚刚翻新的崖边艺舍，以展览的形式还原和再现乡村生活和农事的细节。从一本书到一个展览，这种把自己浸泡在时间中的实验，像一棵生长在黄土原上的庄稼，经历了四季，从土地中生长出实干与坚持，这种富有生命力和生长性的写作，值得期待。

(作者单位：北京大学出版社)

报告显示，55%的出版机构已开始尝试将人工智能技术融入知识服务——

合理利用技术 推动产业升级

□本报见习记者 蒲添 文/摄

出版业作为文化交流的载体，在国际传播体系建设中承担着重要角色。随着全球文化交流的深入，出版业知识服务的国际合作更加频繁。近日，在广西桂林召开的首届中国—东盟知识服务创新与国际交流发展大会暨第五届中国出版业知识服务大会就以“AI时代出版业的数字创新与国际服务”为主题，围绕出版业数字创新和知识服务等现状与未来路径，以及中国—东盟数字内容产业发展进行了研讨交流，以期用数字创新服务护航走出去，推动出版走出去工作和国际化发展再上新台阶。

89%出版机构建专业内容库

近年来，我国出版业知识服务取得了一些实质性成果，许多出版单位开发了出版知识服务和知识服务数据库，出版业赋能知识服务的方式更加多样化、专业化。

中国新闻出版研究院原院长魏玉山说，中国新闻出版研究院从2007年开始组织开展建设国家知识数据库的可行性论证；从2015年开始组织专业数字内容资源知识服务模式试点工作，至今已经有100多家出版单位、科研单位、高校、互联网企业参与；2016年筹建了国家知识服务产品中心；2017年启动了国家知识服务平台，建设并制定了系列知识服务标准，为出版业开展知识服务提供技术与标准支撑。

中国新闻出版研究院党委副书记、纪委书记董毅敏在会上发布了中国新闻出版研究院科研团队的研究成果——《人工智能对出版业知识服务的影响研究》报告。报告显示，随着技术发展，知识服务形态日益丰富，根据调查，89%的出版机构建有至少一个专业内容库，55%的出版机构已经开始尝试将人工智能技术融入知识服务。从整体来看，知识服务即将进入发展成熟期。“大模型时代，出版业应摆脱技术内卷焦虑，合理利用大模型技术，推动产业升级。”董毅敏说。



中国—东盟大学出版联盟在第五届中国出版业知识服务大会上的成立，体现了知识服务在国际领域的不断深化。

多举措推动知识服务出海

在大会上，中国—东盟大学出版联盟启动仪式、“近镜头”版权输出签约仪式举办，一系列国际交流合作活动的举办、出版业知识服务的出海，体现了知识服务在国际领域的不断深化。

中国图书进出口（集团）有限公司总经理林丽颖认为，深化知识服务国际交流有几个重要抓手。第一，搭建国际交流平台。公司通过国内的主场和海外的客场，以及国际书展的平台，为中外交流创造了有利条件。其中，主场就是在1986年创办的北京国际图书博览会，2024年6月举办完第30届，已经成长为全球第二大国际书展。第二，推进版权输出。近5年来，公司已实现了1000多种图书的版权输出。第三，主动策划国际出版。“如果说版权输出是通过我们的汉学家和翻译家将一盘中国菜进行输出，介绍给外国读者来享用，那国际出版就是发现、挖掘国外作者，帮助他们寻找感兴趣的中国特色话题，用外国人的思维、视角以

及表达方式，进行直接写作，更好地讲述中国故事。”林丽颖生动地比喻。

新华出版社总编辑王霞则指出，随着中国推动构建人类命运共同体和更高水平的开放，未来的知识服务将更加注重国际市场开拓，提供多语言、跨文化的知识服务。“在国际化基础上，要针对不同地区和国别特点，提供本土化的知识服务。”

作为地处西南边城的地方大学出版社，广西师范大学出版社一直以跨地域整合资源为战略思路，不断内涵发展，自我裂变。广西师范大学出版社集团董事长黄轩庄介绍，在多年的走出去和海外发展实践中，该社通过构建海内外协同的组稿出版模式、打造具有平台特色的传播渠道和主动促推实体店在海外落地生根这三方面举措，稳步推进从出版走出去到走出去的转型。同时，该社积极发挥新技术和自身优势资源，推动古籍文献整理工作与数字化发展有效结合，开发面向东盟的数字化教育资源，将互联网和人工智能快速发展给文化建设带来的机遇和挑战与走出去工作有效衔接。

■ 出版子品牌说

让主题出版更加系统和高质

——济南出版社持续推进“励新”品牌建设

□张雪丽 秦天 李晨

站在新时代出版高质量发展的道路上，济南出版社聚焦聚力用党的创新理论武装全党、教育人民的首要政治任务，坚持守正创新，塑造出具有鲜明地域特色、深厚文化底蕴及广泛社会影响力的出版品牌——“励新”，推出《红色往事：党史人物忆党史》《中国共产党为什么能跳出历史周期率》《追光十万里》等主题出版拳头产品，赢得了社会效益和经济效益双丰收。

传承红色基因

“励新”这个名字源自济南共产主义小组发起人之一王尽美于1920年在济南创办的《励新》半月刊。该刊旨在传播新文化、新思想，为党组织的建立奠定了先进的思想基础。从齐鲁大地厚重的红色沃土中，挖掘红色基因，深悟建党精神，是“励新”这一名称在新时代的弘扬和传承。“励新”品牌将出版人的责任担当与精神力量的传递紧密相连接起来，突出了济南出版人弘扬社会主义先进文化的时代之责，同时，这也是济南出版社对齐鲁红色历史文化的一次深情回望与庄重致敬。



以“励新”品牌为引领，济南出版社加快了主题出版顶层设计步伐，实施了新时代铸魂育人出版工程，不断拓宽“励新”品牌的内涵和外延，实现了主题出版领域的精准定位与深度挖掘，使得济南出版社的主题出版更加系统和高质。

实现三线联动

要打造品牌，必须要有精品图书产品做支撑。为了更好地理解、塑造、丰富这一品牌，济南出版社认真分析主题出版发展现状，结合资源优势，细分读者定位，围绕“理论通俗读物”“红色基因传承”“现实题材文学”，打造了3条核心产品线。

“理论通俗读物”这条产品线推出一批具有理论高度、思想深度、实践厚度、情感温度的理论读物，推进理论的体系化、学理化。例如，“党的百年奋斗历史经验丛书”采用鲜活流畅而富有学理的语言，寓情于理，是马克思主义理论大众化通俗化宣传的力作，先后入选中宣部2022年主题出版重点出版物选题、2023年度国家出版基金资助项目。《中国共产党为什么能跳出历史周期率》揭示了中国共产党通过自我革命跳出历史周期

率、创造历史奇迹的核心密码。该书入选2023年度国家出版基金资助项目。《制度自信与制度之治》洞见中国制度的基本规律，剖析中国自信的源泉。该书入选“十四五”国家重点出版物出版规划项目。《为人民服务：中国共产党为什么能赢得民心》则是为纪念毛泽东发表《为人民服务》80周年而作，全景展现了党的服务宗旨与先锋模范风采。

“红色基因传承”这条产品线旨在通过高质量作品讲好红色故事、传承红色基因、赓续红色血脉，全面建设社会主义现代化国家、全面推进中华民族伟大复兴的强大精神力量。在这一产品线上，济南出版社规划了“百部红色精品出版工程”，推出了《红色往事：党史人物忆党史》、《红色故事会：100个共产党人的故事》、“红色基因传承系列丛书”、《红色齐鲁365》等，深入挖掘革命历史资源，讲述英雄事迹和革命精神，激励党员干部群众投身中华民族伟大复兴的实践。

“现实题材文学”这条产品线旨在关注时代发展与时代成就，用现实主义写作手法书与时代、讴歌人民，感悟时代的脉搏，传递向上的力量，推出一批反映时代气象、时代趋势、时代创造的现实题材文学精品力作。《追光十万里》是这类读物的代表作，作者通过实地寻访中国共产党人精神发源地，写下所见所闻所感，全方位展现了中国共产党人坚定的信念、无畏的勇气和不屈的精神。《行走的脊梁》由“五个一工程”奖获奖作家徐锦康所著，字里行间流淌着浓浓的家园情怀和人性光辉。《红房子》取材于济南本地铁路大厂“红房子”故事，讲述了普通工人在革命先驱的

利用技术创新优势内容

由中信出版集团打造的“中信出版夸父AI平台”、由人教数字出版有限公司打造的“人工智能赋能基础教育”……一批新闻出版业人工智能大模型创新应用优秀案例在大会上揭晓。可以看到，出版业正积极拥抱大模型技术，并利用技术不断为知识服务创新。

中信出版集团的技术负责人付鹏介绍，中信出版从2023年开始成立平行出版实验室，并自主搭建夸父AI平台。“这个平台不但可以将书籍的文章摘要、目录、金句等内容通过可视化的方式从内部系统里提供出来，还可以成为一个翻译校对一体化工具。上线一年，通过这个工具完成的翻译量非常可观，比我们每年出版的效率高了五六倍。”

智能化时代，出版人如何将中医药领域的内容与现出版技术相结合，以创新的方式传播和普及中医药知识？中国中医药出版社社长张焯宇说，在数字教材方面，该社打造了行业教育云平台“医开讲”，目前该平台汇聚了超过800种中医类教材。该社还进军中医药知识阅读领域，开发了中医数字图书馆。这个平台汇集了教材、教辅、科普电子书等超过6000种电子书，可以满足中医药行业院校、医院、科研机构的阅读需求。

“我们积极将数据和两个关键技术作为培育和发展新质生产力的两个关键要素。”林丽颖介绍，在阅读领域技术创新方面，中图公司将虚拟现实技术与出版内容进行结合，通过技术赋能阅读的方式，活化图书中的知识，将传统的出版物及内容从静态转化成动态，从而更好地吸引年轻一代的读者。

清华大学出版社社长庄红权说，人工智能很好地赋能了出版的融合。“我们出版社研发出品的知识库‘文泉学堂’，聚合了31家大学出版社的优势学科资源，选取了适合大学生的数字内容，包括教材、学术专著等，通过技术赋能为用户提供更好的知识服务。”

引导下，一步步成长为革命骨干的过程。该书体现了济南出版社对于本土红色文化的发掘与传承。《南繁种子梦》深情描绘了中国农学家在南繁育种地历经艰辛、不懈奋斗的故事，表现出无数中国人为了伟大梦想而追逐、付出的精神力量。

拓展宣传路径

“励新”品牌的打造路径，既实施项目化运作和管理模式，又利用新技术手段，品牌化战略效应初显，将济南出版社的主题出版推向了一个新台阶。

一是平台推动。济南出版社依托行业及多种文化活动，进行图书展示及品牌推广。例如，与中国社会科学院马克思主义研究院一起举办“党的百年奋斗历史经验丛书”新书推介会，在全国图书交易博览会上举办《行走的脊梁》新书分享会暨有声书发布仪式等，这类活动提升了“励新”品牌的知名度和影响力。

二是数字赋能。济南出版社利用数字出版技术，打造了“红色印记”元宇宙主题展馆、“新时代爱国主义教育”元宇宙图书等，提升了红色教育的沉浸式阅读体验，展现了创新精神，赢得了市场认可。

三是全渠道营销。济南出版社采取线上线下融合、跨界合作、社交媒体营销及口碑营销等多种策略，增强品牌曝光，提升用户参与感与满意度，进而拓展受众范围，提高品牌知名度和美誉度。

立足于“铸魂育人”这个中心，济南出版社将持续推进“励新”品牌建设，做到旗帜、明方向，守正道、开新局，使主题出版作品叫好又叫座。

(作者单位：济南出版社)