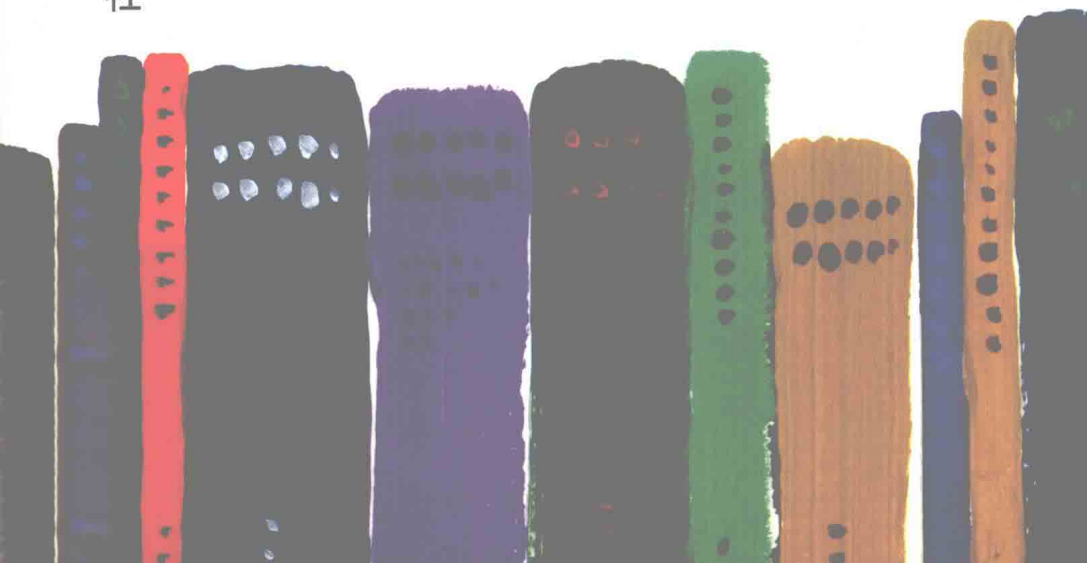


王仿子
出版文集续编

清华大学出版社



王仿子
出版文集续编

清华大学出版社
北京

内 容 简 介

本书是作者继 1994 年出版《王仿子出版文集》之后的续编,收录文章共 93 篇,分编为出版篇、印刷篇、发行篇、采风篇、史料篇五个部分,其中绝大多数是作者针对当今出版工作中的种种问题发表的杂感式的文字,有褒有贬,真挚坦率,对编辑、印刷、发行都有警示和启发意义,反映出一名从事出版工作 60 多年的老人对出版事业的执著与关心。

版权所有,翻印必究。举报电话:010-62782989 13501256678 13801310933

图书在版编目(CIP)数据

王仿子出版文集续编/王仿子著. —北京:清华大学出版社,2005.1
ISBN 7-302-10265-1

I. 王… II. 王… III. 出版工作—文集 IV G23-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 142640 号

出 版 者:清华大学出版社	地 址:北京清华大学学研大厦
http://www.tup.com.cn	邮 编:100084
社 总 机:010-62770175	客 户 服 务:010-62776969

责任编辑:王舒妹 刘美玉

印 装 者:清华大学印刷厂

发 行 者:新华书店总店北京发行所

开 本:140×203 印 张:12 字 数:296 千字

版 次:2005 年 1 月第 1 版 2005 年 1 月第 1 次印刷

书 号:ISBN 7-302-10265-1/G·582

印 数:1~1500

定 价:28.00 元

本书如存在文字不清、漏印以及缺页、倒页、脱页等印装质量问题,请与清华大学出版社出版部联系调换。联系电话:(010)62770175-3103 或(010)62795704

目 录

出版篇

编辑个人承包有三害·····	3
需要一个读书人权益保护法	
——由所谓“辞书之最”引发的思考·····	6
看钱出书何时了·····	8
读书人的权益应当得到尊重	
——从编校质量滑坡说起·····	11
承包到人的弊端·····	13
重复出书小议·····	15
出版界与著作界是一辆车上的两个轮子·····	19
“出版泡沫”探源·····	22
著作家的烦恼·····	26
喜闻“取消图书编辑的创利指标”·····	29
谢谢,“老派出版家”·····	32
出版社需要企业家·····	35
有愿望,还要有实力·····	38
不允许以营利为目的·····	40
学习和继承韬奋精神	
——为韬奋先生诞辰 100 周年作·····	42

总发行与经销的责任	
——从一本《现代美育教程》说起	46
“三七开”漫议	49
关于“造大船”的思索	53
编辑的追求与社长的责任	57
工作只怕行家做	60
面对人世的思索	63
不妨多一点经营模式	68
拧一拧书价的水分	71
不要忘记减轻读者负担	75
一千字曾经等于十五本书	79
书价的“高”与“不高”	81
“金书银书”可以休矣	84
不是序言的序言	86
书不是装饰品	89
出版者的责任:保护青少年目力	92
书与杂志从直排到横排的变革	95
昂贵的与免费的书籍广告	101
所谓“模拟书”	
——致《新闻出版报》	105
书后刊载书广告别谈	
——《谈谈出版社在图书中擅插广告的 几个法律问题》读后	107
书籍广告拒绝欺骗	111

“装帧样本”不是“病”	
——致《文汇报》	114
对书籍刊载广告的看法	116
一本介绍书广告的书	121
外版书、本版书专门术语不宜滥用	123
应当区分重版与重印、版次与印次	126
在《中国印刷》编委会上的讲话	129
杂志讲什么“级”	140
有关《大众文艺丛刊》的一些情况	
——致《文汇报》	142
为办好《群言》提点意见	
——致《群言》	144
杂志“脱期”与“提前出版”	146
三联人的凝聚力	
——为《联谊通讯》终刊而作	148

印刷篇

想到了珂罗版	153
台湾印刷的高效率、短周期	155
从理想、梦想到现实	158
可喜的变化	
——为第七届森泽信夫印刷奖作	163
群众团体切莫行政化	
——为中国印刷技术协会创建 20 周年作	166
知难而上 再创辉煌	
——记广东阳江教育印务公司	168

研究所的两大支柱

——贺中国印刷科学技术研究所

创建 45 周年 171

发行篇

我想开书店 175

书店,“渠道”与“墙” 177

想起书店这个窗口 179

由“红苹果”想起的 182

《孝女为父卖书记》读后 184

门市工作的一件小事 186

营造一个现代化的购书环境 188

周海兰和知识下乡 190

开架售书,一个老话题 193

撕掉薄膜是书店的责任

——致《新闻出版报》 196

方庄有一家书店

——兼谈书店的软件 197

读者是书店的朋友 200

让“抄书的”复印一份如何? 203

重新认识自办发行

——从金盾出版社的发行工作说起 205

读一位出版家的市场哲学有感

——再说金盾出版社的发行工作 209

图书发行体制改革的里程碑

——贺王益同志从事出版工作 60 年 219

两种心态,两个结果 221

退货的两面性·····	224
图书交易会得失小议·····	226
一个被忽略的数字·····	229
发行改革还要加大力度·····	232
书店应当代销杂志·····	235
再说书店经销杂志	
——兼及杂志发行体制改革问题·····	237
杂志发行体制改革是出版改革的组成部分·····	242
早安！图书俱乐部·····	245
再说图书俱乐部·····	251

采风篇

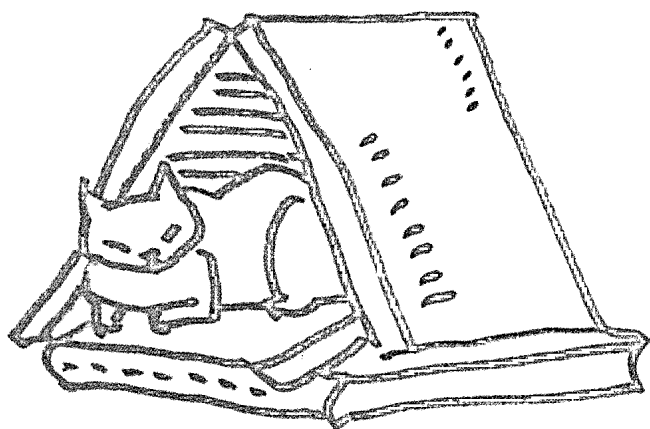
台湾十日见闻·····	259
一个北京人看台湾印刷·····	269
台湾光复书局的经营艺术·····	277
从台湾书籍的版权页说起·····	285
台湾兴台彩色印刷公司的经营艺术·····	291

史料篇

1949年10月18日这一天·····	305
出版委员会与《毛泽东选集》·····	308
推动出版史的研究和学习	
——谈我国出版史著作和史料出版·····	316
1937—1949年的香港出版业·····	320

勘误数则·····	348
对于有一个“公费为主”的图书消费市场的质疑·····	352
有关生活书店史实的一点辨正·····	356
从一则新华社电讯说起·····	363
生活书店化名和建立副牌出书·····	367

出版篇



编辑个人承包有三害

出版社推行承包责任制，把出书品种、字数和利润三项指标包给编辑部，分到编辑个人头上，这种个人承包的办法一出现在出版界就有争论。然而，争论归争论，推行个人承包的办法已普遍进入第二轮，一些原来持观望态度的出版社也纷纷采用这个办法了。好像只有这种个人承包才是出版改革的方向，其实大谬不然。

有人说：个人承包的优势在于调动编辑人员的积极性。是的，个人承包的确有效地调动了编辑个人的积极性。问题在于这种积极性能否沿着正确的出版方针政策的轨道发挥，或者导向片面追求赢利，滑到拜金主义的泥坑里去。出版社虽然在实行承包办法时都声明坚持社会效益第一，可是，实行的结果往往与他们的主观愿望相违背。事实上，许多出版社推出承包制的结果是经济利益大于社会效益，承包制使社会效益与经济效益失去平衡，破坏出版工作的正常秩序。搞个人承包危害有三：

其一，冲垮“三级审稿制”。编辑初审、编辑室主任复审、总编辑终审的“三审制”，作为编辑出版的一项工作制度，对于形成严肃的工作作风和严密的编审规则，提高出书质量，起着重要作用。承包到编辑个人以后，实际上把出书的责、权、利下放到编辑个人手里。承包人要对承包

的指标负责,首先考虑的是利润问题。他对于总编辑认为应该出版而不能获利的书稿和总编辑认为不应该出版而可以大获其利的书稿的意见,可以置之不理。既然完成承包的指标由承包者个人负责,承包人否定总编辑的终审权也就不足为奇了。“三审制”被冲垮之时,也正是平庸低劣、不健康图书大量出笼之日。导致“三审制”名存实亡是推行编辑个人承包制的一害。

其二,促使“卖书号”更加泛滥。买卖书号这种行为不论用什么样的外衣伪装,其用心难逃众人耳目。一句话:追求经济利益。编辑个人承包了品种、字数和利润三项指标之后,就把个人的经济利益与出版社的赢利捆在一起,他必然想方设法去完成或超额完成三项指标。但是,编辑工作是脑力劳动,不像挖土方那样多花一分力气就可以把指标搞上去,惟有“卖书号”能够不花力气轻轻松松地完成承包指标。在第二轮承包中,有的出版社已把书号跟着利润指标一起分到承包人手里。如任其发展,“卖书号”势必跟着第二轮承包越加泛滥,成为出版界腐蚀干部、败坏风气的一害。

其三,学术著作被排斥在选题之外。承包人承包的三项指标,其核心是利润,因为它处于非完成不可的关键地位,被称为“硬指标”。为了这个“硬指标”,承包人对出书选题的选择标准往往不是书的价值和社会效益,而是书的销路和利润。有人形容实行个人承包之后学术著作的出书难“难于上青天”。出版社原本是一个有机组合的现代化生产单位,各个编辑部门有科学分工,有的书盈,有的书亏,盈亏统筹兼顾,各得其所。行话叫做“以盈补亏”或“以书养书”。过去数十年,或者说得更远一点,30年代的商务印书馆、开明书店、生活书店等著名的出版社,都是在盈亏统筹的情况下,出版了许多有价值的学术著作。个人承包的办法把一个有机整体分割为编辑各自为战、分散经营的小生产,每个承包人只追求个人承包指标的完成,不管某些学术著作价值如何,因为不能给承包人带来巨额利润,一概被排除在选题计划之外。个人承包的办

法,已成为抑制学术著作出版的又一害。

出版工作是社会主义精神文明建设的一个重要环节,不是以营利为目的的一个行业。出版改革应该以提高出书质量,多出好书,加强精神文明建设为出发点。在改革出版体制的初期,在加强出版业经营机制的摸索过程中,搬用承包制作为试验是可以理解的。但是,经过多年实践,证明在文化出版领域中推行单纯用经济利益作为发展生产的驱动力的个人承包办法,其弊病越来越明显的时候,必须重新认识、重新评估承包到编辑这种办法的利害得失。

(《光明日报》1993 年)

需要一个读书人权益保护法

——由所谓“辞书之最”引发的思考

今年是我国实施《消费者权益保护法》(以下简称《保护法》)的第一年。由于《保护法》的出台,消费者增强了运用法律武器保护自身利益的观念,买了一双鞋或一瓶酒,发现是假冒伪劣产品,知道如何投诉,如何得到赔偿。在保护消费者利益方面,消费者协会发挥了很好的作用,许多上当受骗者因为有消费者协会的帮助,挽回了经济损失。

鞋和酒是生活必需品,明知有假,还是不得不买。有了《保护法》和消费者协会这个保护神,制造假冒伪劣产品者应当有所收敛,消费者也可以比较放心了。由此想到文明社会的另一类生活必需品——书籍,近年来市场上假冒伪劣者越来越多,上当受骗的读书人虽然不断地投书报纸杂志,大声疾呼,但是,还没有听说有人由于消费者协会的撑腰而得到赔偿的。

比如说,买了盗版翻印的《围城》,错字连篇,不忍卒读,也只能把苦水咽下去。还有,《新闻出版报》和《文汇报读书周报》多次报道,北京、上海几家出版社正在为《现代汉语大词典》、《新现代汉语词典》、《语言大典》的抄袭行为向法院提出诉讼。据报载,查检《新现代汉语词典》和《现代汉语大词典》发现,“这两部词典中所收的多字词条有65%以上系抄袭”。《语言大典》的部分内容,干脆用

“影印复制”办法从别的辞书中拿来充数。

以上这些辞书号称“当代中国辞书之最”或“现代汉语词典的换代性产品”，定价都不低，中国的读书人非得节衣缩食才能购得一部两部。不料，欢喜了没有几天，一声“打假批劣”，使得原来用华丽词藻装饰起来的“大作”原形毕露，把读书人好不容易得到的欢喜打个精光。买了鞋或酒的伪劣产品还可以退货，获得赔偿，唯独读书人倒霉，眼睁睁看着这些“辞书之最”和“换代性产品”变成一堆废纸，却无处诉说，因为还没有出现读书人的“保护神”。

笔者殷切期望，出版行政管理机关对出版工作中单纯追逐利润，追逐热门的短期行为严加注意，加重对制造假冒伪劣图书者的打击，并且由此引出一个“读书人权益保护法”来，让上当受骗者得到赔偿。

（《群言》1994 年第 7 期）

看钱出书何时了

星期天去看望一位朋友，他刚刚接到外地某出版社一封信，开头恭维他近年写了不少佳作；接着表示愿意为他出个集子；最后露出来的是：每 10 万字，交费 1.2 万元。

我们的谈话由此转入目前“出书难”的感叹。他又说起，北京某出版社的一位熟人，拿走他一部稿子，很久之后，有音讯了，对方说：现在书号太紧，为出版这本书，需要有人赞助 1 万元。这位朋友冲着我说：

“你是老出版，薄薄不到 100 页的书，要 1 万元，怎么样？”

“书号紧”，我知道。新闻出版署为了提高出书质量，减少粗制滥造，对书号加以控制，目的是促使出版社从数量规模向优质高效转移。奇怪的是，如果作者肯出 1 万元，他的作品是不是立即变成优秀作品了呢？

几天之后，接到东北朋友来信，诉说她的丈夫有一部短篇小说集投到某出版社，作为出书条件，要交 1.2 万元。这位作家气极了，表示不再出版。她不服气，认为首都的中央级出版社风气不至于如此败坏，于是向北京的老朋友求援。这位夫人“文革”前在某中央级著名出版社工作了十多年，是一位老编辑，她那个时候只看书稿质量是否达到出版水平，以质量为取舍标准。现在，她用老眼