

陈昕出版思想评传

郭泳
著



海豚出版社

郭泳
著

陈昕出版思想评传

海豚出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

陈昕出版思想评传 / 郭泳著. — 北京: 海豚出版社, 2017.3
ISBN 978-7-5110-3327-7

I. ①陈… II. ①郭… III. ①陈昕—出版工作—思想
评论 IV. ①G239.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第134871号

总发行人: 俞晓群
责任编辑: 朱敬利 杨文建
美术编辑: 吴光前 李 利
责任印制: 王瑞松

出 版: 海豚出版社
网 址: <http://www.dolphin-books.com.cn>
地 址: 北京市西城区百万庄大街24号
邮 编: 100037
电 话: 010-68997480 (销售) 010-68998879 (总编室)
印 刷: 北京中科印刷有限公司
经 销: 全国新华书店及各大网络书店
开 本: 32 开 (889毫米×1194毫米)
印 张: 15.125
字 数: 237千
印 数: 1—3000
版 次: 2017 年 3 月第 1 版, 2017 年 3 月第 1 次印刷
标准书号: ISBN 978-7-5110-3327-7
定 价: 65.00元

版权所有 侵权必究

自序：当时只记入山深

十五六年前，当我在灯下捧读《编匠心集》时，怎么也想不到，有一天自己会为这本书的作者——“编匠”陈昕写其出版思想的评传。

那时，我大学毕业未久，在上海教育报刊总社任编辑、记者。我陆续读了一些与编辑工作相关的书籍，以期提高自己的业务水平。北京奥林匹克出版社的“中青年编辑论丛”（九册）成为我的案头书，陈昕先生的《编匠心集》便在其中。陈昕在书中多方面、多角度地谈论编辑出版工作，使我深刻认识到“编辑有道非小技”。我还读到了《中国图书评论》杂志发表的刘杲以《读〈编匠心集〉》为题的文章，称赞陈昕先生“无疑是出版人中的佼佼者之一，是出版界的栋梁之材”，并且指出，“像陈昕同志这样既熟悉出版，又具有经济学素养，还是热心人，十分难得。”当时，“经济学素养”“热心”在我固然不得而知，但其编辑出版方面的高见已使我获益良多，仿佛是入深山、得宝藏。

谁能想到，这位“编匠”用文字所筑之深山，会

让我有如此缘分……

时光倏忽，工作不觉十余载，我认识了一些出版人与专家学者。某日闲聊中，说起看过的几本书，对陈昕先生在编辑出版方面的前瞻意识由衷赞叹。老师即鼓励我“去采访（陈昕）几次”，郑重其事地推荐我拜见陈昕，希望我对其出版思想作出剖析，以证“出版有学”，并非“剪刀加糍糊”之小技。

其时，陈昕还在世纪出版集团总裁任上，他非常之忙，迟迟没有应邀见面，但给了我其所有著述与内部讲话、专题报告……除了书，资料足有两尺来高，怎么办？我对其进行综合整理、爬梳剔抉，在这一过程中越来越强烈地感到陈昕其人与其出版思想确实值得一书。

此时，陈昕又热心提供了新著《中国出版产业论稿》。此书系统深入地研究出版产业改革和发展的重大问题，并大胆提出了自己的见解，其视角又一次激励我，应该尽快把陈昕的出版思想以评传形式书写出来。

随着对他文字的不断熟悉，他的出版思想仿佛呼之欲出。可以说，面对这座深山，我已经望见其峰奇崛，其岭秀伟。可是，每次提笔，总觉得还缺着一点儿什么。究竟是什么呢？终于，在采访中，这所缺的“一点儿”如惊鸿翩然而至——

II

那是2012年德国法兰克福国际书展，陈昕这位来自中国上海的出版人，足迹踏遍了这一世界上最大规模、最享盛誉、被誉为“世界出版人奥运会”的书展的每一个角落。“踏遍”并非虚言：总共5天的时间里，他脚下那双做工精良的崭新牛皮鞋，鞋跟居然被踏磨得只剩原来一半的厚度。海豚出版社社长俞晓群说：“一个人的可敬之处，在大事，可畏之处，却在细节。”（《陈昕印象——〈出版忆往〉序》）磨损鞋跟这一细节，听卸任后的陈昕娓娓道来，不能不令人顿生“可畏”之感——以其集团总裁的身份，其于书展下力之勤、阅书之博、思考之剧，非常人所能为。在写作本书时，这一细节常常浮现于我的脑海，似乎还伴着笃笃的鞋跟声……

随着一个“一点儿”、两个“一点儿”……的到来，我知道，这思想对我不再是无源之水、无本之木。

陈昕虽不是传奇式人物，但是做了许多发先声、树品牌的事。他是一个永不懈怠的学习者。当年退伍回来，他选择了在常人看来不起眼的出版局资料室的工作，并把这一工作视作“我的大学”。他在那里学得的，比别人在大学里读四五年书学得的要多得多。后来，他一步步地扎扎实实地步入了出版人的殿堂，再后来成了全国数一数二的大出版集团老总，此时学习

更成为他生命的一门“主课”。前文述及的法兰克福书展上，他5天时间竟把一双新皮鞋的后跟磨去了大半，这种学习上的“磨”劲，是常人难以企及的。我力求写出他那种好学不倦以及勇于创新的可贵精神。

陈昕先生的胆识和睿智更是需要浓墨重彩地呈现。他是与时代同行的弄潮儿。20年前，他以出版家的前瞻与胆识出版了林毅夫、蔡昉、李周《中国的奇迹》一书。该书大胆预言到2015年时，按PPP（购买力平价）计算，中国将赶上美国。当时有不少人以为预言如此这般的“中国奇迹”，未免过早。可是事实怎样？事实证明他们的预测是对的。我由衷感受到了陈昕的“经济学眼光”。可是，面对荣誉和成就，陈昕先生是谦虚的，也是清醒的，用他的话来说，“没有大风乍起的大时代，哪有弄潮儿的乘风而起？”

在这部书中我更着力着墨于陈昕先生的使命感。陈昕在多种场合提出，出版人应该义不容辞地成为“中国人的文化脊梁”，以传播人类优秀的文明成果为己任。他是倡言人，又是实践者。正是从这一点出发，他独具慧眼地提出了出版工作的“高原论”，而他自己就在三社三任总编任内，为时代创建了三座让人仰之弥高的文化“高原”。

写作中，当然带有我的个人情感，某些提法难免

有失偏颇。陈昕的出版理论，包括某些构想也许是初步的，且带有理想主义色彩，但我觉得，无论如何于今是有参考价值和启迪作用的，因而对此还是力所能及地加以评说。

能得到陈昕先生的同意，接受我的采访和提供有关著作，让我得以自由撰稿，这是非常幸运的事。遗憾的是，陈昕先生并未审读我的书稿，更表示出版社的清样也不翻阅。为何如此？他说任人评说，是好是坏自有论定；他还说，自己看了难免会产生评点，这会影响作者的自由和客观的评说。这份坦荡与信任，迫我以更加严谨的态度进行认真的撰写，全方位地担起书稿责任。最遗憾的是，对传主个人性格以及家庭生活未能深入采访，这一缺憾只好寄希望于修订本的补充。

在写作过程中，我还采访了多位出版界前辈并得到众多出版界朋友的关心和支持。难以一一罗列，在此一并致以崇高的敬意。若说我入的是一座名为“陈昕出版思想”的深山，他们无疑就是我的“青云梯”。

“当时只记入山深”，奇峰终究得攀援。幸哉！

郭泳

2016年8月19日

目 录

自序：当时只记入山深	I
第一章 幸运的改革开放参与者	
“历史机遇”和“时代气韵”	I
与时代同行的三个“时间节点”	4
为“出海远航”准备“风帆”	19
第二章 大时代的弄潮儿	
“到编辑工作中去弄大潮”	30
结伴踏浪行	44
创造了多个“全国第一”	53
第三章 出版人的世界眼光	
流连于出版人心中的“麦加”	59
欧美东瀛行	63
奏响出版业“中国模式”的乐章	71
第四章 内容创新	
“内容产业”的兴起	79

角色定位：内容提供商	84
功能定位：文化创新	87
战略定位：品牌效应	92
第五章 产业融合	
信息化改变了整个世界	99
产业融合的大趋势	103
电信、传媒、出版的三位一体	107
第六章 做大做强	
走集团化之路	113
从“物理组合”到“化学反应”	117
立意创新，建设学术强国	124
第七章 产业集团的业务构图	
大众、教育、专业三大出版领域的布局	136
全力建设六条产品生产线	142
“中盘”的规模和营销业务能力	148
多元化和专业化相结合	153
第八章 图书定价制度	
图书和图书定价	160
对图书定价的历史回顾	163
书价走高的产业内外视角	166

治理“虚高”的系统工程	175
第九章 市场化	
从卖方市场到买方市场的转换	183
影响中国图书市场的要素	187
集团化、产业化、市场化“三位一体”	195
第十章 产业链建设	
动漫“米老鼠”的启示	204
寻找全球产业链中的位置	208
垂直和水平型混合的复合型产业链	216
建设合理有效的中国出版产业链	222
第十一章 数字化信息化建设	
我们进入了数字化时代	229
“通过网络把信息岛屿连接起来”	235
建设数字化出版技术平台	240
第十二章 “走出去”战略	
“海到无边天作岸”的大气概大气派	246
“驾驭世界市场经济的一般通则”	255
中国出版业大步走上世界舞台	262
在“走出去”中拓展新思路	270

第十三章 出版业的中国特色

聚焦：中国道路、中国发展	278
出版组织的政治性建设	287
保证党对出版组织的领导	294

第十四章 中国出版业的前瞻

20年出版业“之”字形发展的启示	305
回应“滞胀论”	312
机遇与挑战并存	315
中国出版业的未来	318

第十五章 编辑的文字生活

“为人作嫁”的文字编辑	328
编辑的三样“职业本领”	337
编辑的学养	345

第十六章 明确使命是出版人的第一要务

“编辑不能谋食不谋道”	352
20世纪30年代沪上出版人的“谋道”精神	356
当代世界出版人的使命宣言	361
出版行业的“二元”使命	364

第十七章 中国人的文化脊梁

播火者，高擎火把的人	371
------------	-----

通过选择：提供正能量的价值内容	379
通过整理：传播人类文明的优秀成果	386
通过服务：与读者形成良性互动	390
第十八章 争做出版工作的“高原”	
“那不是高峰，那是高原”	395
三任总编，三座“高原”	398
凝聚效率超常的“火车头”	411
第十九章 斯文有传 学者有师	
“水长思泽惠，山高忆德风”	419
汪道涵：守护神圣	422
夏征农：求实求新	425
王元化：文化自觉	430
巢峰：一丝不苟	434
刘杲：坚定和坚守	437
胡道静：典型的学者型编辑	440
第二十章 出版人心目中的陈昕	
新一代出版家中的杰出代表	446
著名的出版理论家	451
中国书业的未来学家	456

第一章 幸运的改革开放参与者

“历史机遇”和“时代气韵”

这些年来，一部中国古典文学名著中的一段文字，成了社会的热词，作曲家将其谱成一首雄浑高亢的歌曲，还登上了“春晚”的大舞台，在民间广为流传。这段热词是这样写的：

滚滚长江东逝水，浪花淘尽英雄。是非成败转头空，青山依旧在，几度夕阳红。

白发渔樵江渚上，惯看秋月春风。一壶浊酒喜相逢：古今多少事，都付笑谈中。^①

这段文字虽说意蕴略显悲怆，文义稍有含混，但向民众传递的基本文化信息还是积极的，那就是“时势造英雄”的历史观。英雄在“滚滚东流”的历史洪流中搏击而生，大浪淘沙，最初是鱼龙混杂，最终是淘尽泥沙始得金，“淘尽”泥沙方显英雄本色。

这段千百年前的文字之所以如此“热销”，那是因为人们在吟咏这段文字的时候，已经寄寓有对当下这个大时代的感悟和感恩。没有这样的大时代，哪会有

那样多的大英雄名世！

这一点，本书的传主陈昕感悟到了。与陈昕先生一同在时代大潮中搏击过来的一代时代骄子也感悟到了。

后来担任世界银行首席经济学家、高级副行长的林毅夫先生，在20多年前与蔡昉、李周一一起出版了《中国的奇迹》一书。当时，学界许多人认为提“中国奇迹”为时过早，预测过于乐观，可林毅夫认为，中国只要坚持改革开放，完全可能在不久的将来，再度成为世界上最强大的国家，并大胆地预测，按PPP（购买力平价）计算，到2015年经济规模可以赶上美国。20年后的2015年，林毅夫的预测成真。当人们恭维他的时候，他却把功绩归于时代，他是这样说的：“在鸦片战争以后的一百六七十年里，现在是最接近于实现中华民族伟大复兴梦想的时刻。我们作为参与者见证了这一时刻，我们是鸦片战争以来最幸运的一代。”^②有人说这是一种伟大的谦虚，实际上这是一种伟大的真实。没有改革开放的大时代，一切的努力都显得微不足道了。

陈昕是深深认同大时代造就无数大英雄这一观念的。在谈到自己的成功的时候，他一般并不讳言自我的努力在其中的分量，但是更多讲述的是“对这个大

风乍起的大时代的感恩”——没有时代的“大风乍起”，何论个人的乘风而上？在说到由他策划的、名震一时的“黄皮书”的成功时，他有一段经典式的表述：“当然，这套书也催熟了当年的我，使我有机会在一个较高的层面和较大的空间内组织各种出版资源，从而在我早年的出版生涯上写下了重重的一笔。我们真应该感谢上世纪80年代那个‘思想解放’‘沧海横流’的时代。”^③读了这段文字，可以深深地体察到陈昕内心世界中“时代”的深切感恩。在“应该感谢”的前面冠之以一个“真”字，使“感谢”具有了典礼式的浓郁气氛。他在描述我们这个时代的时候，出色地用了“沧海横流”一词，很自然地会让人联想到“沧海横流，方显英雄本色”的名句。“沧海横流”既描绘出了时局的壮观，又道出了时势的凶险和多艰，英雄与非英雄的分野也正在于对待时局的胆识上，在这一点上，应该说对30多年来在出版这条战线上跌爬滚打过来的陈昕来说，是深有体味的。

在谈论自己的成功时，陈昕可以说是言必称“历史的机遇”和“时代的气韵”。在说到“当代经济学系列丛书”时，陈昕写道：“‘当代经济学系列丛书’抓住了历史的机遇，它应该说是成功的。”后来他还说，这一套丛书后续到新世纪，由新成立的格致出版社、

上海人民出版社、上海三联书店共同出版，“目前这套丛书正围绕着中国这30年的改革开放历程进行经济学的探索，以期进一步揭示出中国经济发展的理论逻辑和内在规律，为世界所有处于发展和改革过程中的国家提供理论借鉴，以完成我们这个伟大时代所赋予的机遇和责任。”这里讲的仍然是时代、机遇、责任，只不过视野更加宏阔，这个“时代”不只指当代中国，还包括世界所有发展中国家了。

陈昕，一个中国出版人。30年的积累，30年的坚守。

在回眸30年的自我时，陈昕写道：“时光荏苒，30年过去了，回头思考，我的编辑成长之路与一代经济学家成长之路相互重叠、相互攀援、相互交映、相互砥砺绝不是偶然的，而是一份时代气韵与个人命运共同编织的机缘。”^④这是自知之明，也是睿智之说。这里道出了文稿中的“我”、与“我”一同奋斗过来的“一代经济学家”，他们再能干，他们的命运都离不开“时代气韵”的造就。

与时代同行的三个“时间节点”

在国际事务中，现在经常使用的一个词是“相向而行”，那是相对于“逆向而行”而言的。记得孙中山先生在辛亥革命时期曾经大书过一则条幅：“世界潮