



编辑视界

林
阳 著

 中国书籍出版社
China Book Publishing House

出版文化丛书 · 文集系列

出版文化丛书·文集系列

编辑视界

· 林
阳 著

 中国书籍出版社
CHINA BOOK PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

编辑视界 / 林阳著. — 北京 : 中国书籍出版社, 2015. 1

ISBN 978 - 7 - 5068 - 4707 - 0

I. ①编… II. ①林… III. ①编辑学 - 文集 IV. ①G232 - 53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 001480 号

编辑视界

林 阳 著

责任编辑 庞 元

责任印制 孙马飞 马 芝

封面设计 智道设计

部分图片摄影 郭 青

出版发行 中国书籍出版社

地 址 北京市丰台区三路居路 97 号 (邮编: 100073)

电 话 (010) 52257143 (总编室) (010) 52257140 (发行部)

电子邮箱 chinabp@vip.sina.com

经 销 全国新华书店

印 刷 三河顺兴印务有限公司

开 本 787 毫米 × 1092 毫米 1/16

印 张 30

字 数 442 千字

版 次 2015 年 3 月第 1 版 2015 年 3 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978 - 7 - 5068 - 4707 - 0

定 价 62.00 元

《出版文化丛书》编辑委员会

主 编 魏玉山

副主编 范 军 刘拥军

执行主编 王 平

编委会成员(以姓氏笔划为序)

王 平 范 军 刘拥军 孙月沐

肖东发 辛广伟 周百义 郝振省

胡守文 聂震宁 董秀玉 魏玉山

《出版文化丛书·文集系列》
出版工作委员会

主 任 魏玉山

副主任 范 军 刘拥军

成 员 (以姓氏笔划为序)

王 平 范 军 丘 淙 刘兰肖

于秀丽 庞沁文 刘拥军 庞 元

武 斌 郝振省 游 翔 魏玉山

把出版放在文化的坐标上考察

——“出版文化丛书”总序

出版与文化有着天然的渊源，文化是出版的内容，出版是文化的载体。一方面，出版活动的产生和发展，本身就是一种文化现象，是人类社会发展到一定阶段所创造的文明成果。另一方面，作为记载、传播、交流、延续文化成果的主要载体，出版承担着人类文明传承和发展的重任，具有鲜明的文化特点。然而，出版在传承文化的过程中，也会受到各种非文化因素的影响。当前，伴随着出版物市场繁荣所出现的出版物内容的浮浅、低俗，文化垃圾充斥，出版物流通的虚假推介，严肃学术作品的戏说，文化领域的过度炒作等现象，都是缺乏文化品味的表现，是与文化出版的价值体系相悖的。在这种情况下，倡导“出版文化”，就显得尤为重要。

从国家和民族的角度来看，出版文化肩负着构建民族精神谱系的重任。一个民族立足于世界，必须具有民族的自尊心与自信心，才能具有独立的意识。而民族自尊心与自信心的基础，是对于本民族文化的优秀传统的认同感和归属感。作为延续中华文化几千年不断的重要一环，出版文化深刻地涉及中华民族文明运行的方向、方式和气象，赋予中华民族独立于世界民族之林的姿态和风采，它左右着人心，凝聚着情感，孕育着精神，教化着后代，把它视为综合国力的一部分，是非常必要的。

从文化建设的角度来看，出版业是文化的基础产业和主要传播行业，

在文化建设中担当着重要的责任。人类社会的发展离不开文化知识的传播和更新，出版从产生之日起便是文化的基本载体，担负着传播新知的历史重任。作为一个高度重视文化传承和文化传播的国家，我国出版业的文化积累和传播历来富有重要的文化使命和价值追求。一部中国出版业发展史，就是一部中国文化史，从文字使用、甲骨钟鼎到活字印刷、网络出版，不断记录、反映了思想文化和科技创新成果的文明历史。历史上重要的思想创新、科学发现和技术进步，其传承和发展，主要是通过出版物传播得以实现。进入信息化时代以来，知识已经成为推动经济社会发展的最重要的力量，作为知识形态的文化也越来越成为民族凝聚力和创造力的重要源泉，越来越成为综合国力的重要因素，越来越成为人民群众创造历史的重要力量。从这个意义上说，出版文化不仅是文化传承的载体，也是文化创新的沃土。

从行业发展的角度来看，出版文化肩负着引领出版业方向的重任。一个行业在它全面振兴的时候，需要对自己的文化理念有一个系统的而不是片面的、深刻的而不是肤浅的、与时俱进的而不是固步自封的认识，以建立自己繁荣发展的内在精神支柱和文化动力。作为文化的基础产业，出版业的繁荣与发展，尤其需要充分地清理出其千头万绪中的历史根源、文化脉络、智慧精髓和精神实质，才能辨析精微地把握“出版系统”的发生学、本体论、结构学和发展动力学。这就是出版文化“认识本我”的工程。因此，全面系统地梳理出版文化与出版理念的源与流，作为出版行业当下的必修课题，是非常适时的。

文化追求是出版业恒久的推动力。倡导“出版文化”研究，目的在于审视出版业的文化价值，提升出版业的文化品位。党的十七大从建设中国特色社会主义事业的总体布局出发，作出了“推动社会主义文化大发展大繁荣”的重大战略部署，发出了“坚持社会主义先进文化前进方向，兴起社会主义文化建设新高潮”的伟大号召，提出了大力弘扬优秀传统文化，振奋民族精神，大力发展文化产业和文化事业，实施重大文化产业项目带动战略等部署。在推进中国特色社会主义事业的伟大进程中，文化建设已经成为一个非常重要的方面，客观上要求文化有一个超常规跨越式的大发

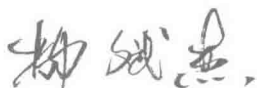
展。作为社会主义文化的核心组成部分，出版文化历来是文化建设的基础部分。在当今时代，出版文化作为核心文化，不但为经济社会全面协调发展创造了巨大的物质财富和精神财富，提供了强大的精神动力和智力支持，而且也记录了社会主义和谐社会发展进步的运动轨迹。只有更加自觉、更加主动地承担起传承文化、繁荣文化的历史责任，生产出更多无愧于时代的文化精品，才能满足人们日益增长的精神文化需求，满足人们对于和谐文化的新期待。这是当代出版业的文化价值标准。为了保证出版文化价值的实现，当前的迫切需要，是构建新的出版文化的评价体系。这对于当代的出版工作者，也许是一种挑战。

之所以说这是一种挑战，是因为出版不同于一般的商品生产，内容创意、思想观念、民族原创力、文化价值、社会效益，均需在出版运营中得到充分保证。这就要求我们在改革与发展中统筹兼顾，继承出版文化的优良传统，改革出版业的生产流通方式，把文化积累与服务大众结合起来。出版业的改革与发展，是满足人民群众不断增长的文化需求的根本途径，而积极引导健康向上的文化消费、大力推进出版“走出去”、增强文化软实力等一系列新课题，尤其需要一大批既有较高政治觉悟、文化品质，又潜心研究市场规律、熟谙经营之道的复合型人才去研究解决。出版产业化需要建立一套新的管理机制与运行机制，提供一个适时适度的制度平台。从这个意义上看，出版文化不只是编辑、策划层面的文本积累、传播的文化，更是一套制度文化、管理文化、企业文化。因此，由中国出版科学研究所组织编撰的“出版文化丛书”尝试跳出具体的出版实务，从社会政治、历史、思想、经济各个层面来思考出版的内在价值，从“出版文化”层面来探寻出版的发展规律，我认为其立意是高远的，对于出版文化建设以及出版业的健康发展，都具有重要的现实意义。因此，我欣然应允为之作序。

我曾经说过，出版是个“有论无学”和“有学无论”的学科，需要人们去创立。从出版历史、出版实践、出版机构、出版家个人等方面来思考出版文化，是该丛书的基本定位。鉴于国内出版文化研究的相对分散，该丛书陆续推出5个系列，即出版文化学术系列、出版文化人物系列、出版

文化文集系列、出版物文化系列、出版企业文化系列等，计有图书 30 余种，拟用 5 年时间陆续推出。其中，既有总论性、概貌性、结构性的学术系列专著，也有出版界人物和机构主题的系列专著；既有宏观的、历史的全面考察，也有个案的、横向的比较研究。各系列均着眼于反映出版文化最新研究成果，致力于建构出版文化学学科体系，其学术价值是值得期待的。

《周易》言：“天行健，君子以自强不息。”《周易》又言：“其德刚健而文明。”文明而要刚健，必须有原创精神和自强不息的奋斗精神。中国文化的总纲目和总体精神经过充分深入的原创性研究之后，浮现出来的原理、原则、知识体系和价值体系，只有通过教育体制、传播体制，才能化为全民族的理性思维能力和文化价值取向，成为举世同享的精神成果。对此，出版界所承担的社会责任和历史使命是非常重大的。我希望借“出版文化丛书”这样一个内容十分丰富的命题，把古今出版业蓬勃向上的态势放在文化的坐标上考察，反思出版职业的价值，提升文化创新的能力，以与时俱进的时代精神创造中华民族文化和中国出版业的新辉煌。



2008 年 8 月 22 日

（作者系原新闻出版总署署长、国家版权局原局长）

序

谭 跃

中国出版集团的从业人员，特别是各级各类管理人员，应该有长期的学习意愿、浓厚的研究兴趣和较强的理论思维。因此，我十分愿意在林阳所著的《编辑视界》即将问世之际，写一些推荐性的话，供阅读者参考。

《编辑视界》是一部有关编辑出版的文集，内容涉及图书、期刊的策划、编辑、经营和管理等各个方面。

林阳 1986 年进入出版界，至今已近 30 年。他是从基层一步一步做起来的，做过期刊编辑、期刊主编，做过图书编辑室主任，也做过发行和经营方面的工作。他编辑的图书曾获得国家级图书奖，也曾经策划过在业界和社会颇有影响的畅销书。

1993 年，他被评为副编审，是新闻出版系统最年轻的副编审之一。他编辑的图书不仅数量多，而且成绩显著，与他人共同责编的连环画《地球的红飘带》获首届国家图书奖提名奖。

林阳精于图书策划。在中国连环画出版社出版的最畅销图书中，有 16 种是他策划和编辑的，最高印数达 83 万册。他策划的“红蜻蜓丛书”，再版 10 余次，其编辑理念“让高档少儿图书进入寻常百姓家”在少儿图书市场引起了一场革命。当年，少儿出版界有人撰文分析十年中的 10 种少儿图书的成功案例，通篇用了 1 万字，而分析“红蜻蜓丛书”案例就用了 3 千字。本书中《红蜻蜓，飞入寻常百姓家——“红蜻蜓丛书”策划随想》就是林阳策划这套丛书的深切体会。

在期刊编辑工作中，林阳也有自己独特的经验。1994年，他参与中宣部“5155动画出版工程”的策划。1995年，他顶着各种压力，在缺少资金的条件下，创办《少年漫画》。《少年漫画》获得全国连环画报刊“金环奖”，林阳获得“优秀主编奖”。《我与〈少年漫画〉》记录了他办此刊时编辑和经营的心路历程。

1998年，中国美术出版总社成立，林阳先后任编辑室主任、朝花少年儿童出版社副总编辑，在经营管理上对自己提出更高要求。

林阳善于学习。1999年，他攻读工商管理在职研究生，通过系统学习，提升理论修养和管理水平。这期间他阅读了大量关于营销的图书和期刊，密切关注行业的发展和市场动向。他写的《编辑期刊应当注意四个半拍原则》等文章多次被业内期刊转载和引用，阐述办刊何时快半拍、慢半拍、高半拍、低半拍，论点新颖，论据有趣。《谈谈如何设计市场化期刊封面》一文见解独到，办刊人鲜有对这样的题目深入研究。而《如何将营销理念引入出版社》《社刊工程如何整合优势》等仍然是今天出版界绕不开的课题。

这些理论研究提升了林阳的经营管理水平。2002年，他任报刊社总编辑，负责12本美术、少儿期刊的编辑出版和经营管理工作，所属《儿童漫画》月发行量由16万册提高到25万册，《漫画大王》月发行8万册，美术刊物进入赢利上升通道。

2005年，林阳出任中国美术出版总社副总编辑，2009年，受命负责中国美术出版总社总编辑办公会，2011年3月至今，任中国美术出版总社总编辑。近5年来，林阳在维护“人美”品牌、提高市场占有率上做了许多工作。在提高中国美术出版总社图书选题质量，推动重点图书的出版、图书版权输出方面，成绩显著。2009年以来，中国美术出版总社获得国家级图书奖10余项，再版书由2009年的80种提高到2012年的400种，图书版权输出由年输出3种提高到2013年的100多种。

在林阳所著《左编辑，右营销》一书的序中，中国出版集团公司原总裁聂震宁谈到此书的创新时指出：“专业研究及理论写作，只要坚持实践第一的观点，就具备了创新的原动力，因为实践总是不断地在变化之中，

新意便由此而生。而一个研究者，还必须具有与时俱进的品质和对创新自觉追求的精神，才可能在实践中敏锐地捕捉到具有创新内涵的真命题。林阳在这两方面都有很好的素质。他实践，他与时俱进，他自觉追求，因而，文集所涉问题，多有新意。”

林阳思想敏锐，早在本世纪初，他在《编辑之友》2001年第1期头条发表的《品牌战略，出版社可持续发展的战略》，就曾引起出版界的广泛关注。《出版社的企业文化及其影响》等有关企业文化建设的文章也是他在那个时期的思考。

《中国出版全球化，支点在哪里？》是对中国出版界版权输出的探索与思考。《承担国家文化工程是中国美术出版总社的荣耀》《承继传统，为人民繁荣美术出版》是他近年来写的文章。

林阳的文章不是就理论谈理论，而是将平时积累的编辑出版经验抽取出来并提升到理论高度，再反过来观照实践，是理论与实践相结合的产物，有很强的针对性和可读性，对今天的出版编辑工作依然具有借鉴意义。

本书还收录了他近年来所写的20位编辑出版人物，都是他曾经交往并在出版社工作过的德高望重的老编辑、老艺术家。通过他的描述，可以看到这些编辑出版人物的风采。

希望这本书的出版，能对从事编辑出版工作的同志有所裨益。

2014年12月5日

（作者系中国出版集团公司总裁）

目 录

第一编 前瞻与思考

中国出版全球化,支点在哪里? / 3

中国美术出版总社图书版权输出之路 / 7

承担国家文化工程是中国美术出版总社的荣耀 / 15

披荆斩棘 顺势而为

——关于美术出版的对话 / 21

品牌战略,出版社可持续发展的战略 / 30

打造品牌,注重品牌延伸 / 42

中小学书法教学访谈 / 47

书法的承继与创新 / 51

图书选题决定出版社的未来

——中国美术出版总社 2015 年度选题规划前瞻 / 59

第二编 编辑与营销

谈谈图书策划编辑应具备的 10 种意识 / 71

新时期,图书责任编辑应具备的 10 种素质 / 89

编辑期刊应当注意四个半拍原则 / 104

谈谈如何设计市场化期刊封面 / 108

社刊工程如何整合优势 / 117

我对编辑出版管理工作的几点体会 / 126

E-book 时代,出版社如何应对 / 137

出版社应建立何种类型的企业文化

——试析企业文化的四种类型 / 148

如何做好期刊编辑工作 / 156

第三编 少儿与动漫

红蜻蜓,飞入寻常百姓家

——“红蜻蜓丛书”策划随想 / 169

绘本·原创·走出去 / 177

走近儿童的阅读世界 / 181

上图下文

——传统连环画的兴衰 / 193

连环漫画,强势文化载体 / 202

韩国漫画之旅 / 212

中国新漫画发展历程及预测 / 218

中国卡通发展的现存问题和前景预测 / 226

我与《少年漫画》 / 255

第四编 编辑出版人物

中国漫画的伯乐——鲁少飞 / 303

人民的艺术家——任率英 / 312

百岁老人黄苗子 / 320

光照思齐堂

——记人民美术出版社画家、编辑卢光照 / 330

秦岭之云

——怀念人民美术出版社画家、编辑秦岭云先生 / 339

从鲁艺走来的艺术家、出版家

——记人民美术出版社原副社长、副总编辑邹雅 / 347

五彩缤纷的世界

——诗人、书籍装帧设计家曹辛之 / 355

人民美术出版社的开创者——邵宇 / 363

连环画泰斗——贺友直 / 373

诗书画印四能者谁？——林锴 / 382

与连环画同呼吸、共命运

——我熟识的姜维朴先生 / 392

费声福，连环画是他的终生事业 / 401

东北连环画的旗帜——王弘力 / 410

编辑出身的艺术家——沈鹏 / 417

自然天趣，典雅清新

——评娄世棠的花鸟画兼其他 / 421

默默耕耘，不问收获

——记连环画家陈惠冠 / 428

邵宗远其人其画 / 436

水墨舞者陈玉先 / 445

徐希印象 / 453

追求完美的吴兆修 / 459

第一编

前瞻与思考



