

30

品牌之道

——商务印书馆



中国出版集团 商务印书馆

Mingshe 30nian Shuxi

名社30年书系

The Spirit of Brand
The Commercial Press

品牌之道

——商务印书馆



中国出版集团

商务印书馆

图书在版编目 (CIP) 数据

品牌之道——商务印书馆 / 于殿利等编著. —北京:
商务印书馆, 2008. 12
(名社 30 年书系)
ISBN 978-7-100-06190-2

I. 品… II. 于… III. 商务印书馆—出版工作—经验
IV. G239.22

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 172029 号

责任编辑 胡中文 王 齐
装帧设计 罗 洪 刘 静 毛尧泉
责任校对 高小坤 刘宝妹 张庆昕 仝攀峰
常高峰 范子姣 孙 毅 马恺悌
责任印制 周小滨
出版发行 商务印书馆
北京王府井大街 36 号
邮 编 100710
经 销 新华书店
印 刷 北京铭成印刷有限公司
版 次 2008 年 12 月北京第 1 版
2008 年 12 月北京第 1 次印刷
开 本 700 毫米 × 1000 毫米 1 / 16 印张 26.5
字 数 389 千字
印 数 0,001 - 4,600 册
定 价 69.80 元

所有权利保留。未经许可,不得以任何方式使用。

《名社 30 年书系》出版说明

1978 年肇始的改革开放，是当代中国的重大事件，不仅推动了中国历史的进程，也影响了世界历史的进程。

改革开放 30 年来，中国的经济、政治、文化、社会发生了翻天覆地的变化。30 年来，中国出版业在宣传、记录、推动历史前进的同时，自身也获得了长足发展，取得了辉煌成就。出版业的改革和发展，出版成就与当代中国改革发展成就的紧密关联，在一些大社、名社中得到了集中体现。

为隆重纪念改革开放 30 年，中国出版集团公司组织策划了一系列重点出版物和重大出版活动，力图在纪念改革开放 30 年的“胜利大合唱”中，展示出版业“国家队”自身的风采。其中，《名社 30 年书系》是一套比较独特的重点丛书。它以中国出版集团公司 11 家名牌出版机构 30 年来与改革开放同行的波澜壮阔的发展史为叙述对象，以生动活泼的语言、图文并茂的形式、情趣盎然的内容，展现了商务印书馆、中华书局、三联书店、荣宝斋等出版百年老店 30 年间重新焕发的青春活力，描绘了人民文学出版社、人民美术出版社、人民音乐出版社等随着新中国诞生的出版机构 30 年间取得的非凡进步，刻画了中国大百科全书出版社、中国对外翻译出版公司、东方出版中心、世界图书出版公司等出版机构在改革开放的直接推动下诞生、成长和发展的历程。改革开放之于中国出版集团公司的这些名牌出版机构，乃是盛世恩泽、源头活水、滋养沃土，而这些名牌出版机构在改革开放中的倾情奉献，也为新的文化生命的催生和时代精神的弘扬发挥着特殊的作用。

本书系所展露的正是新的文化生命的运演轨迹，所唱响的正是时代精神的浩然之歌。这组运演轨迹的精彩片段和浩然之歌的华美乐章，包括：人民文学出版社的《光荣与梦想》，商务印书馆的《品牌之道》，中华书局的《守正出新》，中国大百科全书出版社的《拓荒与飞跃》，人民美术出版社的《滋兰树蕙》，人民音乐出版社的《弦动华章》，生活·读书·新知三联书店的《守望家园》，中国对外翻译出版公司的《译道与文化》，东方出版中心的《日出东方》，荣宝斋的《荣名为宝》，世界图书出版公司的《阳光与彩虹》。

在出版文化史日益为学术界所重之际，这套包含众多“老字号”“人民字头”“中国字头”出版品牌的书系集中出版，不仅有抛砖引玉之效，且有填补空白之功；而由当事者和亲历者执笔所写，其史料价值之珍贵、细节描述之真切、人物故事之引人入胜，也有着很好的阅读和收藏价值。

《名社 30 年书系》编辑出版委员会

二零零八年十一月

《品牌之道——商务印书馆》

总主编 杨德炎 王 涛

编委会 (以姓氏笔画排列)

王乃庄 史建桥 刘正培 江 远 李 平

张 稷 陈小文 孟传良 周洪波 周 欣

胡中文 梁 音

主持编写 于殿利

撰稿人 (按姓氏笔画排列)

于殿利 史建桥 冯华英 孙 舸 吕海春

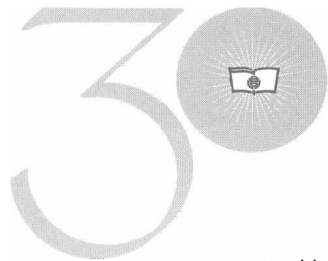
李 霞 吴满蓉 何 瑛 金欣欣 徐式谷

戴文颖 魏令查



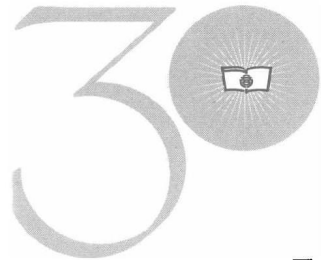
目 录

第一章 文化的品格	1
一、奇迹源自信念	5
1. 筚路蓝缕，木铎启路	6
2. 矢志不渝，终成大器	7
3. “为国难而牺牲，为文化而奋斗”	9
4. “历史名字要保存”	11
5. 守得云开见日出	12
二、文化人共主文化事	19
1. 创业奠基之元老	19
2. 守业改革之将才	21
3. 新时代之当家人	22
4. 栖凤引凰之育才馆	25
5. 藏龙卧虎之群英会	28
三、中国现代出版的品牌标杆	32
1. 品质铸就品牌	33
2. 创新保证领先	35
3. 使命决定未来	37
第二章 用生命谱写的世纪传奇	43
一、东方的新曙光	46
1. 历史翻开新的一页	46
2. 科学技术日新月异	48
3. 新的思想文化	50
二、“国无辞书，无文化之可言”	51
1. 文化使命，《辞源》传承	52



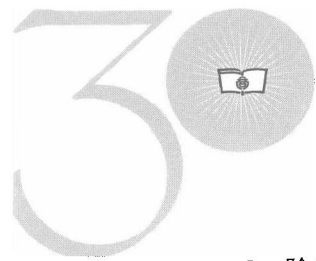
2. 钻研旧学，博采新知	54
三、出版大家张元济与《辞源》	56
1. 老翰林、名出版	56
2. 难解的“源”分	59
四、创新缔造品牌	60
1. 新瓶装旧酒的《文科大辞典》	60
2. 创新铸就百年品牌	62
五、树立图书营销典范	64
1. “得此一书，胜他万卷”	64
2. 浓缩亦是精华——《新字典》	66
六、痛并快乐着	67
1. 三足鼎立，《辞源》居首	67
2. 一片痴心修《辞源》——吴泽炎的30万张卡片	70
3. 一群饱学之士	74
七、《辞源》和“八”的不解之缘	77
1. 千淘万漉虽辛苦，吹尽狂沙始到金	78
2. 十年方得磨一剑	81
八、伐山嘉惠，代代相传	84
1. 国家领导人与《辞源》的故事	84
2. 知名学者与《辞源》的故事	86
3. 普通老百姓与《辞源》的故事	88
4. 时尚生活离不开《辞源》	90
九、向着新目标启航	97
第三章 遍地盛开蒲公英	99
一、不变的文化担当——传统与奠基	102
1. 传“天演”，奠根基	102
2. 顺潮流，启民智	105
3. “一名之立，旬月踟蹰”	107

4. 文化荒漠中的一片绿洲	109
5. “翰伯同志”的眼光和胆识	110
6. 汉译名著重振馆威	113
二、不变的文化担当——光荣与挑战	114
1. 一个新时代的开端	114
2. 不慕流行求传世	121
三、聚英才以成事	125
1. “开门办社”结书缘	126
2. 以书聚人，以诚留人	129
3. “既出书，也要出人”	134
四、传世藏书，传世品质	136
1. 捧得真经奉国人	137
2. 以“译经”之虔诚对待每一个字	139
3. 为学术翻译“立圭臬”	143
五、基业长青	146
1. “有千年的著作，没有千年的译作”	146
2. 持重但不保守，守成更重开拓	149
3. 尊重权利方显尊重知识	150
4. “高端产品也有大众需求”	151
5. 众星拱月，相得益彰	153
第四章 小字典，大文化	155
一、向“圣人”们致敬	158
1. 《新华字典》的“教父”	159
2. 《新华字典》之父	160
3. 编者中的常青树	162
4. 众多无名英雄	163
5. 初版的首席学术顾问	165
6. 王力先生和《新华字典》的两次缘分	166



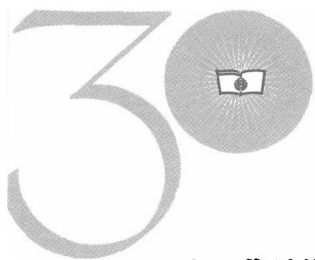
7. 承前启后的里程碑式人物	167
8. 以“戴罪”之身参与修订	170
9. 为解“焗油”去焗油	171
10. “非典”期间的“地下工作者”	172
二、周总理亲订《新华字典》	174
1. 心急如焚为字典	174
2. 亲定原则挽救小字典	176
3. 亲笔订正显功力	177
4. 关心定价，情系民生	178
5. 两次接见修订小组代表	179
三、引领规范，超越规范	182
1. 超前规范显识见	182
2. 遵守规范树榜样	185
3. 引领规范建功绩	186
4. 超越规范见胆识	188
四、封面题字和附录中的文化	190
1. 书名题字的故事	190
2. 附录的演变	192
五、《新华字典》之最	196
1. 发行量最大的辞书	196
2. 版本众多的辞书	196
3. 修订次数之最	197
4. 层层把关之最	197
5. 周总理亲自指导修订	198
6. 全国出版工作座谈会集体审阅修订稿	199
7. 众多学术权威担任校对工作	199
8. 出版总署副署长亲自终审	200
9. 文革期间一次特殊的全国辞书质量评比	201
六、有“上帝”就更有质量保障	202

1. 母鹅的“冤屈”	202
2. 种莲人的疑惑	203
3. 登门访谈献真情	203
4. 关于错误率为零的误解	204
5. 关于标点符号用法的争论	205
6. 《新华字典》与环保	207
7. 以人为本的“多开门”检索方法	210
七、“凡有中国书籍的地方都有《新华字典》”	211
1. 走出国门的《新华字典》	212
2. 少数民族兄弟热爱《新华字典》	213
3. 沟通世界的桥梁	214
八、商务印书馆最亮的名片	215
1. “天下谁人不识君”	216
2. 从读者到出版者	217
3. 编辑——隐藏在背后的故事	218
九、小字典影响大社会	222
1. 小字典，大外交	222
2. 班禅副委员长的艰难岁月	225
3. 文学艺术家的好伴侣	226
4. 语言学家也爱《新华字典》	227
5. 文革期间学者们的精神慰藉	229
6. 博士生通读《新华字典》	229
7. 《新华字典》征服红卫兵	230
8. 命运从这里拐弯	231
9. 文学作品的真人真事	231
第五章 圣人的苦役	235
一、探寻《现代汉语词典》的品牌之路	238
1. 前无古人，后无来者	239



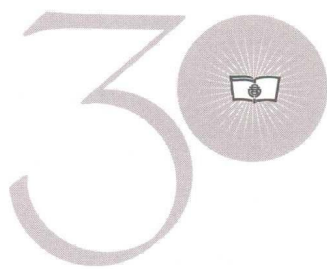
2. 险遭灭顶之灾	245
3. “开门编词典”	248
4. “新生”与遗憾	251
5. 一边修词典，一边打官司	252
6. 做梦都在解词	259
7. 大红衣裳穿起来	262
8. “体认”、“愿景”一夜走红的背后	264
9. 从《现汉》触摸历史	268
10. 《现汉》的读者缘	272
二、平凡的故事，非凡的境界	277
1. 成个“家”哪有这么容易	277
2. 躲进小楼成一统	279
3. “编词典，我吃过苦头”	280
4. 被训哭了的资深编辑	281
5. “我是来写封信的”	282
6. 卡片一族	283
7. “我就是资料员出身”	284
8. 开“中药铺”的编者	284
9. 编词典，“要强调学习”	285
10. 三人行，必有我师	286
11. 《现汉》加了一个音节	287
12. 一名之立，论之再三	288
13. 为辞书受难的“圣人”们	290
14. 词典背后的“助产士”	292
三、《现汉》精神——不能忘却的书之魂	296
第六章 梧桐引凤，居高声远	297
一、从“辞书荒”到“工具书王国”	299
1. 入学订书，毕业到手	299

2. “七年规划” 奠定基础	300
3. “工具书王国” 百花盛开	304
二、沟通中外，努力书林	309
1. 历史回眸	310
2. 有秋收获仗群才	311
3. 矫矫兮云中之龙	312
三、开路先锋，屡创第一	313
1. 首次法兰克福之旅	313
2. 版权卖给美国人	314
3. 开放潮涌机缘来	315
四、绅士与儒商的化学反应	318
1. 有客自牛津来，不亦乐乎	319
2. 英语学习词典王冠上的明珠	322
3. 疑义相与析，携手谱华章	324
4. 投之以木桃，报之以琼瑶	327
5. 战略合作，志存高远	333
五、珠联璧合的“异类”词典	337
1. 开创辞书新形式	337
2. 行政命令“压迫”出来的不菲收入	337
3. 异型渐成标准本	339
4. 投石问出新路	340
六、中国书模走进蓝登书屋	343
1. 机场迎宾：A False Surprise (虚惊一场)	344
2. 你“故伎重演”，我将计就计	345
3. “全军出击”——24位教授齐“参战”	346
4. 从“牡丹之乡”押运回京数十箱卡片	346
5. “孤军奋战”——一个人五年的日日夜夜	347
6. “百年”巨献	348
七、从日商手中引进英语词典	348



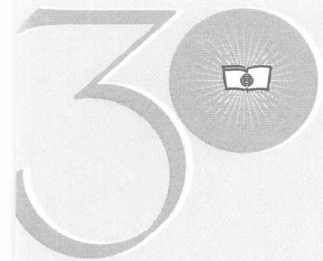
八、将地道英语进行到底	349
九、“小语种”大合作	350
1. 日语词典，“双名”政策得以实践	350
2. 法兰西的热情	354
3. 德国的“红宝书”现象	355
4. 获俄罗斯专家好评的《俄汉大辞典》	358
5. 西班牙语学者的人格魅力	360
十、以点带面，实施“走出去”战略	361
第七章 时代商务，时代脚步	365
一、从计划走向市场	367
二、为了维护品牌——收回《新华字典》租型	372
1. 为了维护一个民族品牌	372
2. “四个统一”	374
3. 首创独家代理制	374
4. 精选印厂，遍寻纸张	376
5. 赤膊上阵，奋战三天	377
三、自办发行——起步晚，起点高	378
1. 从商务人的市场意识谈起	378
2. 自办发行，时不我待	381
3. 在关键的转型期	383
4. 首秀订货会	384
5. 成效源于改革	385
四、每一次改变都面向市场	387
1. 机构调整和创建——掌握市场的脉动	387
2. 涵芬楼书店——为读者建造气质独特的精神家园	390
3. 营销策划部——为市场而生	392
4. 教育图书——放弃也是一种坚守	395
5. 经济管理图书——开创我们的蓝海	398

6. 教全世界说中国话	401
7. 汇集最顶尖的辞书专家	404
8. 从“人手一台电脑”到构建“四化商务”	405
9. 从建设者到维护者的全方位角色	406
10. 源于时代的每一次改变	410



品牌之道 商务印书馆

第一章 文化的品格



品牌之道 商务印书馆