

第五届
“未来编辑杯”
获奖文集

图书选题策划报告

第五届“未来编辑杯”获奖文集

中国编辑学会秘书处 编



科学出版社

www.sciencep.com

图书选题策划报告

——第五届“未来编辑杯”获奖文集

中国编辑学会秘书处 编

科学出版社

北京

内 容 简 介

本书收集了第五届未来编辑杯大学生获奖作品 44 篇。作者们通过市场调查、相关数据分析和出版业发展调研,策划了不同内容的选题,并对选题提出了写作要求,就市场需求、计划印数和预计成本作了有根有据的论证。

这些选题策划报告充满了青春的气息,虽略显稚嫩,但值得学习和借鉴。本书可供高等院校编辑专业的学生和出版社的编辑参考。

图书在版编目(CIP)数据

图书选题策划报告:第五届“未来编辑杯”获奖文集/中国编辑学会秘书处编——北京:科学出版社,2008
ISBN 978-7-03-022429-3

I. 图… II. 中… III. 图书—选题计划—文集… IV. G232.1-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 098077 号

责任编辑:吴寅泰 吴伶俐 / 责任校对:陈丽珠

责任印制:钱玉芬 / 封面设计:陈 敬

科 学 出 版 社 出 版

北京东黄城根北街 16 号

邮政编码:100717

<http://www.sciencep.com>

铭浩彩色印装有限公司印刷

科学出版社编务公司排版制作

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2008 年 7 月第 一 版 开本: A5(890×1240)

2008 年 7 月第一次印刷 印张: 10

印数: 1—1 200 字数: 310 000

定价: 36.00 元

(如有印装质量问题,我社负责调换〈路通〉)

前言

王德有

“未来编辑杯”征文竞赛已是第五届了。看了大家写的文章，觉得青年学子们有朝气、有才气，后生可畏。

本届的命题是“写一篇图书选题策划报告”。应对这一命题，需分两步走：第一步，策划出一个好选题；第二步，写出一份好报告。

“选题”，是近些年才固定下来的术语。原本之意是思考、选取、筹划出版项目；后引申为思考、选取、筹划的出版项目。前者是指过程；后者是指结果。我们说“策划一个好选题”，是在第二种意义上使用“选题”一词的。

所谓“好选题”，一般来讲应该具备两个要素：一是有价值；二是有市场。特殊情况另当别论。例如“破译哥德巴赫猜想”，具有很高的科学价值，但不一定有多大市场；如果真的全部破译了或部分破译了，它就不但可以归入“好选题”，而且可以算是上上乘。也就是说，具有价值而没有市场的，不能说不是好选题。在这里，两个要素只剩下了一个，可仍然属于“好选题”范畴，这大概便是“一般”与“特殊”的辩证法吧！不过这个辩证法却不能乱用，只有市场而没有价值的，决然不能纳入其中。

策划出一个好选题，对没有编辑实践经验的学生来说，难度很大。不过可以按照如下的逻辑程序进行思考。

1. 确定价值取向

这里说的“价值取向”包含两层意思：其一是选题的文化领域；其二是选题的价值标准。

图书是文化积累和文化传播的载体，一个选题有无价值，要看它在文化积累和文化传播中的作用。“文化”，仅从出书的角度来讲，大体可以分作六个领域：一是科学；二是技术；三是思想；四是知识；五是情

感；六是审美。所谓“价值”，也就是要在这些领域向人类提供有益的东西。推动人类发展的科学发明，益于人类文明的技巧技能，开启人类智慧的思想火花，营养人们头脑的知识理论，拨动人们心弦的情感涟漪，净化人们心灵的艺术造型，用书把它们记载和反映出来，传给他人，这就是选题的价值。不过，每个出版社都有自己的优势，都有自己的特色，不可能也不必面面俱到。它们在确定选题的时候，都会考虑自己的出书范围和自己的品牌效应，从中做出选择。学生应对命题，更不能面面俱到，可以从自己的熟悉程度、兴趣爱好或资料掌握情况出发，从诸多文化领域中选择其一，在这个领域中思考、选取、筹划有益于人类、有益于社会的选题。

2. 进行市场调查

市场调查是一个颇为复杂的事情。简而行之，要做几件事情：

一是写好提纲。调查前要写一个简要的调查提纲，其中包括自己需要了解的图书门类、通过的途径、应用的方法、达到的目的，涉及与人交谈或开座谈会的环节，要列出问话的题目。

二是搜集资料。在确定自己的文化领域后，要搜集相关资料，其中包括《新闻出版报》、《图书商报》、《出版参考》、《中国出版》、《开卷》及各种书目中反映出的相关信息。

三是了解动态。特别要了解政治、经济、文化等社会发展动态，关注社会大气候下的读者需求。

四是实物调查。到书市、书店有目的地抽取相当数量的相关图书，记下它们的书名、出版单位、出版时间、字数、印次、印数、书价，摘要记一下图书内容，如有可能，向书店的同志了解一下图书的销售数量。

五是读者调查。读者调查可以分为书面调查和口头调查。

书面调查，是向定向的读者群发放调查表，列出一些简单的问题请读者回答，如“您喜欢读什么书”、“您喜欢买什么书”等。还可以列出一些书目让读者选择，如列出20种不同类别的书，让读者选出5种自己喜欢的。书面调查需要注意两个问题：一是调查表需要收回相当可观的数量才有价值，如500份、1000份，而且发放表时要注意对象；二是所列书目要注意类别的代表性，如《读三国·话权谋》代表人智类，《白话史记》代表通俗历史类。

口头调查,可以到读者或图书推销员中,以访问或座谈的形式进行。调查时要围绕提纲所列的问题提问。例如,在读者中问“最近读了哪些书”、“为什么要读这些书”、“这些书哪些是自己买的”、“最近还准备读什么书,买什么书”等;在推销员中问“最近一周(一月、一季、一年)销量最大的书有哪些”、“大约销量是多少”、“买这些书的大都是什么人”、“他们的年龄、职业状况如何”等。口头调查也要注意两个问题:一是要注意读者的情况,包括年龄、工作性质、文化程度、社会及家庭地位等,为分析调查材料提供参考;二是要注意所提问题的可答性和引导性,既让读者能够回答,又要引导读者循题回答。

3. 分析研究材料

分析研究材料是一门学问,涉及分析研究的方法问题。在诸多方法之中,有一种归类法是应该了解的。

归类法,是将大量图书信息材料分档归类,求出市场需求概率较大的选题的分析研究方法。使用这种方法有两个前提:其一是排除没有价值的选题入选的可能性;其二是已经掌握了大量的相关材料。第一个前提通过第一道程序解决;第二个前提通过第二道程序解决。

在两个前提都已具备的基础上,做三项工作:

一是分档。分档的标准是销售数量。如果销售数量不清楚,可以将版本记录页上的最后一次印刷的起印数作为依据。如果只印刷过一次,则以此次印数的三分之二为依据。一般可以将调查中记录下的图书分为5档,即低需档、基本档、中需档、高需档、特需档。各档的销售数量,随着不同时期成本比率的高低和中间费用的变化而变化;一般情况,5000册以下为低需档,5001~10000册为基本档,10001~20000册为中需档,20001~50000册为高需档,50001册以上为特需档。

二是归类。如果想要掌握全面情况,每档都必须归类;如果只求出市场需求概率大的选题,只将后三档归类即可。归类前首先要分类。分类可以根据自己掌握的材料从不同角度入手。比如,从内容的异同划分,从形式的异同划分等。分类不必过分考虑层次性、科学性,只要能看出图书销售趋势即可。有一个出版社曾做过一次详细的市场调查,并将中需档、高需档划分为:宽学科工具书类,如《简明伦理学词典》、《写作技法词典》等;通用工具书类,如《现代汉语小词典》、《汉语成语小词典》等;处世指导类,如《待人处世之道》、《现代人

的交际优化”等；青年生活指导类，如《怎么办？青年难题 100 解》、《青年文学丛书》等。还有通俗历史、传统、典故类；名人传记类；文学艺术类；少儿读物类；保健、气功、按摩、医术类；农业技术类；生活实用类等。

三是分析。分析是对分档、归类材料的智力加工过程。这个过程，以分档归类材料为基础，以反映读者要求、图书市场情况的其他信息为参考，将中需档、高需档、特需档图书类别作为选题路子，沿着这些类别标示的方向去发掘、构思新选题。其中需要注意两个问题：一是时效；二是雷同。注意“时效”，是说要注意某类中需档、高需档、特需档图书的时间限制。例如，股票、房地产图书在一段时间很畅销，那么，三个月、半年之后是否仍然畅销，需要结合整个经济发展形势进行分析。也就是说，在策划选题的时候，要考虑到经历一段出版过程后该书是否还适应市场需求的问题。注意“雷同”，是说要注意避免雷同。也就是说，在策划选题的时候，不能简单地以中需档、高需档、特需档已经出版的图书为蓝本进行仿制，而是要沿着它们所标示的类别方向去思考，向深度挖掘，向广度开拓，策划出新的选题来。例如，上述出版社沿着宽学科工具书类的方向策划出了《家庭实用医学百科全书》、《音乐欣赏百科全书》等选题；沿着处世指导类的方向，策划出了《祝您早日进入角色》、《沉浮自如》等选题。这些选题与原本同类图书仅属同类，而非同种。

选题策划好了，还得写出一个好报告。

报告好写，但好报告却难写，它需要一定的笔头功底和构思能力，还得遵循一定的行文格式。笔头功底和构思能力是练出来的，三言两语说不清楚，加上我自己就很差劲，所以只好免谈；行文格式，《全国出版专业职业资格考试辅导教材》讲得很清楚，不必我再赘述。

我这里仅借“前言”版面对选题策划的方法及程序粗粗勾勒几笔，以供入门者参考。

最后，我向入选文章的作者们表示祝贺。他们虽然还在读书，却在调查研究的基础上写出了相当不错的策划报告；各具特色，值得一读。让我们来欣赏他们的作品吧！

目 录

前言

《当代毕昇——王选》选题策划	林霞虹	(1)
《俄罗斯艺术地图》选题策划	沈启超	(7)
《我在网上开店》选题策划	陈菲芝	(12)
《和谐社会名家谈》丛书选题策划	杨屹东	(16)
《做自己的发言人：促进和谐的媒体策略》选题策划	徐 勇	(22)
《博客病》选题策划	韩宇明	(28)
《你所不知道的当代中国》选题策划	顾 颖	(35)
《梦华录》丛书选题策划	李广欣	(43)
《天路之侣》选题策划	杨爱梅	(50)
《许愿神灯——未来职业奇幻旅程》丛书选题策划	吴 艳	(57)
《农民工权益维护手册》丛书选题策划	黄 婷 汪 波 贺 芸	(65)
《银色风潮——时尚老人手册》丛书选题策划	郑丽芬 余 珂	(72)
《探险家的探险故事》和《探险家的探险故事资料篇选题策划》	朱 浩 邹 维	(80)
《遗失的活化石——中国人类口头和非物质文化遗产青少年读本》		
丛书选题策划	陈义望 谢瑞峰 罗晓银 黄丽君	(87)
《人文推动力》丛书选题策划	许 建	(95)
《鲜花献给爱乐女》选题策划	岳 洋	(101)
《伉俪行——风雨兼程世纪路》丛书选题策划	李海燕	(109)
《河南省非物质文化遗产》丛书选题策划	张 翮	(117)
《名人名刊》选题策划	张黎江	(124)
《儿童安全百分百》丛书选题策划	汪臻真 马可敬	(131)
《当网游袭来》选题策划	李 栋	(137)

世界奥运，图腾中华——“中华图腾”系列图书策划·····	郑旻元 刘剑雄	(146)
吹起青春文学的“励志”风——关于青春励志丛书《你好，象牙塔》选题策划·····	张 泓 应晓菁	(153)
《两岸三地大学生国学读本》丛书选题策划·····	李建科	(161)
《婆媳交响曲》选题策划·····	栾昕竹 何 坤	(169)
《完美大学生活丛书》选题策划·····	秦 瑜	(178)
《我思与我在》选题策划·····	李 琰	(190)
《儿童电影故事》选题策划·····	高 静	(197)
《都市单身族》系列图书选题策划·····	许瑞森	(203)
《大学生素养与职业生涯设计》选题策划·····	陈普林	(211)
《向往文化殿堂——中国30所著名高校校园景观览胜》 选题策划·····	王 飞 李婷婷	(220)
《他们的精彩人生——讲述36位农民工的故事》选题策划·····	冯剑侠 史建婷	(226)
《对话》选题策划书·····	吕露英	(232)
《世界音乐旅行系列》选题策划·····	何 达 李 臻	(237)
《我适合考什么证书——大学生热门证书考试》选题策划·····	陈林艳	(242)
《博客人生》选题策划·····	陈丹娥	(249)
《活着的遗产——京杭大运河》选题策划·····	任殿顺	(255)
《穿梭台湾的前世今生》选题策划·····	向恬田	(262)
《哈里·波特与罗斯特的故事》选题策划·····	钟静盈	(271)
《杰出女性成功之道》选题策划·····	陈 婷	(275)
《希望》(连环画图书)选题策划·····	黄丽娜	(281)
《给生活一缕阳光——给抑郁症患者的心灵关怀》选题报告 ·····	肖 婧	(288)
《教师职业病防治手册》选题策划·····	张 怡	(296)
《爸爸与妈妈 VS 网游》选题策划报告·····	何 兵 卢优莎 朱可鑫	(302)
编后记·····		(311)

《当代毕昇——王选》选题策划

北京大学 林霞虹

一、选题思路

（一）选题背景

1. 必要性

我国汉字激光照排技术的创始人、著名科学家王选院士于2006年2月13日11时03分逝世，享年69岁。王选同志是杰出的社会活动家，中国共产党的亲密朋友，中国人民政治协商会议第十届全国委员会副主席，九三学社中央副主席，中国科学院院士，中国工程院院士，北京大学教授。他的辞世让人悲痛不已^①。

20世纪70年代中前期，王选排除重重障碍，跨过国外的第一代手动式照排机、第二代光机式照排机和第三代阴极射线管照排机，开始直接研制世界上最先进的激光照排系统。1980年9月15日上午，我国第一本用国产激光照排系统排出的汉字图书——《伍豪之剑》诞生，在中国告别铅字的历程中画上了浓墨重彩的一笔。之后的几年，王选带领同事，研制出了华光Ⅱ型、Ⅲ型、Ⅳ型系统。为了将科研成果转化为生产力，实现产学研一条龙，1986年，在科研小组的基础上成立了北京大学高新技术企业。这就是后来驰骋中国市场、扬名海内外的“方正集团”前身。

王选研制的汉字激光照排系统使我国报业和印刷业“告别铅与火，迎来光与电”。有网友撰文悼念：“只要你看书读过报，你都要感谢他。”“在中华文明的历史上，我们永远不能忘记这些人：仓颉创造了汉字，让文明可以沉淀下来；李斯统一了汉字，让文明可以流动起来；毕昇发

^① 北京大学新闻网“王选逝世”专题。

明了活字印刷，让文明传播到世界的每一个角落；王选让汉字告别纸与笔、铅与火，让中华汉字文化进入了一个新时代。”

王选是一个科学家，是一个有创新精神、企业家头脑的科学家；他也是一名教师，是一名学高身正、提携后生的教师。他一生历经坎坷，却始终奋斗不息。他勇于创新的科研精神、为人师表的崇高风范、提携后生的长者态度，于后人都是一笔宝贵的精神财富。

王选逝世前一个月，即2006年1月11日在北京闭幕的第四届全国科学技术大会上提出：动员全党全社会走自主创新的道路，建设“创新型国家”。王选逝世后不久，于3月初召开的“两会”审议了“‘十一五’发展规划纲要”，把“增强自主创新能力，建设创新型国家”作为我国的一项长远发展战略，要将“中国制造”变为“中国创造”。

在全社会都鼓励创新的背景下，组织、策划一部王选的传记，追思先贤的丰功伟绩，用他的精神鼓舞人们、鞭策人们，从中攫取前进的动力，迫在眉睫，很有必要。

北京大学出版社于2006年1月11日已经出版了《乡土先知——费孝通》。此次王选的传记可以列入北京大学出版社为北京大学学者出版的传记系列当中，形成规模优势。王选的传记也可参考《乡土先知——费孝通》的运作方式。

2. 可行性及市场调查

据调查，到目前为止，一共出版了三部王选的传记。

最早的一部是1990年广西科学技术出版社出版的《中华之光——王选传》，列入《当代中华科学英才丛书》，仅99 000字。由于出版时间太早，且文笔枯涩、内容单薄，现在已经不具备竞争力（郭洪波和刘堂江，1990）。

2002年上海科学技术出版社出版了由丛中笑撰写的《王选的世界》。该书由国家科学技术奖励工作办公室牵头，列入《国家最高科学技术奖获奖人丛书》第一辑。该书文笔优美，内容充实，图文并茂，但美中不足的是装帧设计欠佳。另外，由于列入丛书，难免有削足适履之嫌，难以全面反映王选的一生（丛中笑，2002）。

贵州人民出版社于2004年5月出版了丛中笑写的《王选》。由于没有在市面上见到该书，可以认定它的运作不良，欠缺生命力。

最关键的是，这三部书都出版于王选生前，没有也不可能反映王选

一生的历程。我们现在抓住时机出版王选的生平传记正好填补一个空白。这也是本书最大的特色：“全”——覆盖传主经历全、生平资料全。

（二）读 者 定 位

本书主要定位于广大知识分子和大中学生，这一群体也是社会现在和将来的精英。不论是身在学校的同学，还是战斗在科研一线的研究人员，不论是教书育人的老师，还是于市场中求生存的企业经营管理人员，基本上都知道王选这个人，也了解一些王选的贡献。这是有利的读者基础。但是他们又不完全了解王选的事迹，都渴望更进一步地了解王选，从他的身上获取精神动力。此时出版王选的传记，乃应时之需，定会受到读者的欢迎。尤其是北京大学的老师、同学、校友和王选的朋友、同事、学生，以及所有关注王选、钦佩王选、受到王选发明惠泽的人，更会欢迎本书的出版。他们都是潜在的读者群。

（三）拟 请 作 者

《当代毕昇——王选》的作者，暂拟请王选生前的助理丛中笑女士。她是北京大学中文系毕业的硕士，从 1998 年起一直担任王选老师的助理，对王选的生平事迹和为人相当了解，也写过相关的文章和传记，作品情真意切，兼具可读性、科普性与史料性。在 2002 年出版的《王选的世界》后记中，她说到“王选老师一生的经历和精神世界丰富而深邃，本书挂一漏万，疏忽难免。希望以后有机会补正”。（丛中笑，2002）现在正是“补正”的机会。

此处需要提请注意的一点是，必须处理好先前已经出版的相关传记的著作权问题。

在拟请作者和准备资料的过程中，我们有得天独厚的优势。因为王选是北京大学老师，他在北京大学学习、教书、科研。正是在北京大学，他做出了一生最突出的成就。他的一生和北京大学血肉相连。此次出版王选的传记，可以充分发挥北京大学出版社“近水楼台先得月”的优势，组织人力进行采访、写作，争取为读者奉献一部佳作。

二、选题框架

1. 书名

暂拟《当代毕昇——王选》。既是点睛之笔，在书名上就概括了传主王选一生的亮点，也和已出版的《乡土先知——费孝通》在书名上保持形式上的一致性。

2. 大纲及主要内容

书中的内容必须囊括王选一生的历程。分为幼年、求学（包括小学、中学、大学）、教学科研早期、研制汉字激光照排系统、创办及经营方正集团、退居二线、生命尾声等若干阶段。尤其应该注意对王选一生的成长有重大影响的事件，如幼年的家庭教育、青少年求学时代的社会背景等，从个人、社会、时代多角度切入，描述传主的一生。至于详细大纲的拟订，还需要征求作者丛中笑女士及王选夫人陈堃铎等多方面的意见，会同编辑部共同商定。

3. 写作要求

文笔优美细腻，洗练畅达，气势恢弘，层次分明，重点突出，融个人经历于时代背景之中，务必突出传主精神魅力。字数拟定 250 千字。

4. 装帧设计及其他

总的来说应该美观、大气、典雅、精良。

（1）外观

封面力求简洁美观，要能体现王选的精神。建议选用一张王选的素描画作背景，不用照片，以免落俗繁琐。至于具体的设计，和美编商量后定。

前后勒口各 6cm，前勒口简要介绍王选生平贡献，后勒口刊载几句王选的名言。

（2）纸张

蒙肯纸。

(3) 照片

尽可能地采用反映王选生前各个时期的学习、生活、科研、教学、社会活动等照片作插图,图必须和所写内容相关。图随文走。

(4) 开本

采用 16 开本,787mm×1092mm。

(5) 印数

首印 10 000 册。

三、进度安排及营销计划

本书拟定出版时间为 2006 年 7 月。时值暑假,正是出书的黄金时段,学生及社会各界人士都有充足的时间购书、读书。

写作本书的时间拟定为两个半月,争取在 5 月底写作完毕。同步进行装帧设计等。6 月组织印刷发行等工作。

本书的首发式拟在北京大学举办,届时召开新闻发布会,并举办讲座,宣传王选的事迹。此后,在首都各高校进行巡回演讲。此外,在国内各大报纸杂志组织书评和回忆类文章,配合营销宣传。

四、效益分析

本书的社会效益在选题思路中已详细论述,毋庸赘言。经济效益,可以进行初步估算。

(1) 直接成本

16 开本,787mm×1092mm,250 千字,约 15.5 印张。如果按单位印张直接成本 0.42 元计算,单本书成本共需要 $15.5 \times 0.42 = 6.51$ (元)。

(2) 定价

定价按照每印张 1.8 元计算,单本书定价则为 $15.5 \times 1.8 = 27.9$ (元)。定价最终设为 29.8 元。

(3) 销售成本

2%的销售推广费用 $29.8 \times 2\% = 0.596$ (元)。以单本书 55% 的折扣发货, $29.8 \times 55\% = 16.39$ (元)。

(4) 盈利

单本书盈利为 $16.39 - 0.596 - 6.51 = 9.284$ (元)。10 000 册图书盈利为 $9.284 \times 10\,000 = 92\,840$ (元)。

参 考 文 献

丛中笑. 2002. 王选的世界. 上海: 上海科学技术出版社

郭洪波, 刘堂江. 1990. 中华之光——王选传. 南宁: 广西科学技术出版社

指导教师: 肖东发 宋焕起

《俄罗斯艺术地图》选题策划

北京大学 沈启超

《俄罗斯艺术地图》是一部展示俄罗斯民族艺术精华的艺术类精品图文书。

一、选题背景

2006 年是中国的“俄罗斯年”，中俄两国继在 2005 年确立“前所未有的”合作关系后，2006 年将继续加强合作的广度和深度。按照举办国家年的日程安排，今年两国将进一步加强文化领域广泛的合作以促进中俄两国民众的相互了解，届时俄罗斯将在中国开展一系列艺术展出和交流活动。

俄罗斯的民族艺术是世界艺术宝库中的重要组成部分，有着独特的魅力，而作为与中国有复杂历史关联的邻邦，它的文学、音乐、电影等曾影响了几代中国人。如今还有不少艺术爱好者对俄罗斯艺术抱有浓厚兴趣。中国俄罗斯年官方网站——“2006 俄罗斯年网”上的最新调查显示，中国民众对俄罗斯的文学、电影、音乐、舞蹈最感兴趣，比例高达 42.8%。

就阅读倾向看，北京开卷图书市场研究所提供的《2005 年六城市读者调查研究分析报告》显示：艺术类图书是市场最稀缺的图书类型之一；2005 年图书市场进入“生活年”，有关百姓家常生活和精神享受的图书市场前景可观；30~46 岁的读者是人文、旅游和地理类图书的最主要购买群体（蒋晞亮，2006）。在中国，这一群体中相当一部分人因为中国与前苏联的历史关系，对俄罗斯有着浓厚的情结。

当前市场上关于俄罗斯政治方面的书较多，而以图文形式展现俄罗斯艺术魅力的书则较少。本书以分艺术门类介绍俄罗斯艺术名家的优秀作品为主线和主要内容，在用图文介绍各艺术家和艺术作品的同时，辅

以图片和简短的文字,介绍与他们相关的出生地、故居、墓园、雕像、纪念地等人文景点,把俄罗斯民族艺术精华与俄罗斯各人文景点有机融合起来。通过走访中关村图书大厦等几大书店发现尚无此类图书,而且当前市场上介绍俄罗斯艺术的旅游类、画册类图书尚有很多有待改进之处,本书可以取长补短,做出特色(详见“本书特色”)。

本书应时而推出,市场前景看好,而且在2006年和2007年中俄两国互办国家年的大背景下,颇有做成一本畅销书的可能性。

二、选题价值

本书是一部富有文化价值、社会价值和经济价值的精品图文书,集知识性、欣赏性、收藏性于一体。

本书旨在通过准确的内容介绍、散文式的优美文字、大量精美的艺术图片,让读者在轻松阅读、得到视觉享受的同时全面了解俄罗斯艺术的精华,体验俄罗斯艺术的魅力,接受俄罗斯艺术的熏陶;对于旅游爱好者来说,则可以激发其旅游兴趣,为其提供赴俄人文旅游的初步指南。另外,本书中有大量印刷精美的图片,其中不少更是难得一见的珍稀图片,所以本书还有相当的收藏价值;还能供政府采购,在俄罗斯年的各种交流活动中作馈赠和友好交流之用。

三、读者设定

首先是30~50岁之间、有中高等收入、有中高等文化水平的人群;其次是艺术爱好者,尤其是对俄罗斯艺术抱有兴趣的人群;再次是一些俄罗斯艺术研究者;最后,也可供政府和其他一些机构作对俄友好交流之用,可供图书馆收藏。

四、本书特色

市场上现有的涉及介绍俄罗斯艺术的图书主要有以下几种:①学术类——这类图书旨在介绍俄罗斯艺术成就和艺术史,学术性强,专业术语多,图片较少且多印刷不精;②图册类——这类图书以图片为主,配以文字说明,重在逐个展现各艺术作品,对艺术家形象的塑造显得单薄;