

HOW

我们  
怎么做  
编辑

—— 中国出版集团  
优秀编辑经验谈

DO

中国出版传媒股份有限公司出版业务部 编



人民文学出版社

责任编辑 // 甘慧 唐俭 姜锐刚  
封面设计 // 陶雷

HOW  
我们  
怎么做  
编辑  
DO

—— 中国出版集团  
优秀编辑经验谈

中国出版传媒股份有限公司出版业务部 编

人民文学出版社

图书在版编目(CIP)数据

我们怎么做编辑:中国出版集团优秀编辑经验谈/中国出版传媒股份有限公司出版业务部编. —北京:人民文学出版社,2015

ISBN 978-7-02-011004-9

I. ①我… II. ①中… III. ①编辑工作—文集 IV. ①G232-53

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第144126号

责任编辑 甘 慧 唐 俭 姜锐刚  
装帧设计 陶 雷  
责任印制 苏文强

出版发行 人民文学出版社  
社 址 北京市朝内大街166号  
邮政编码 100705  
网 址 <http://www.rw-cn.com>

印 刷 三河市华成印务有限公司  
经 销 全国新华书店等

字 数 287千字  
开 本 680毫米×1000毫米 1/16  
印 张 22 插页1  
版 次 2015年7月北京第1版  
印 次 2015年7月第1次印刷

书 号 978-7-02-011004-9  
定 价 38.00元

如有印装质量问题,请与本社图书销售中心调换。电话:01065233595

# 目 录

代序 .....	谭 跃(1)
因为文学也因为书 .....	脚 印(1)
文学与出版	
——一个文学编辑的思考 .....	孔令燕(5)
保持“寻找下一本好书”的热情 .....	刘 稚(12)
对出版业转型期应该如何做编辑的思考 .....	王一珂(18)
试谈以编印发一体化为抓手,做更多“双效”图书 .....	郑殿华(29)
辞书的内容设计与编辑加工 .....	余桂林(36)
生态环境主题出版的回顾与思考 .....	杜 非(43)
《牛津高阶英汉双解词典》第八版的本土化 .....	刘 彤(48)
书中岁月长 .....	丛晓眉(57)
从品牌角度看人文类图书在中华书局的定位 .....	朱 玲(62)
《龙泉司法档案选编》(第一辑、第二辑)工作总结 .....	李 静(70)
关于古籍整理纸质图书前途的一点思考 .....	张继海(76)
好书与好编辑 .....	于淑敏(83)
外向型图书:突破中国特色词语翻译瓶颈是关键 .....	马丽娜(89)
让百科之花在坚守和创新中绽放	
——《中国儿童百科全书》编辑部的故事 .....	刘金双(94)

## 宗旨是灵魂 定位是生命

- 简论《中国美术》创刊 ..... 杨会来(101)  
《六胖子油画技法》编后谈 ..... 徐永林(110)

## 浅论精英意识

- 央企出版人的价值自认及文化创新的源起 ..... 王 远(117)  
书籍装帧的基本原则 ..... 霍静宇(127)  
大众音乐图书的品质提升与品牌塑造 ..... 刘 滢(134)  
传统出版业转型期的思考与对策 ..... 竹 岗(140)

## 品牌·价值·文化

- 对我社品牌战略中西洋管弦乐图书建设的思考 ..... 刘沐粟(146)

## 我给王世襄先生做编辑

- 暨《王世襄集》的编辑经历 ..... 张 荷(154)

## “第一本书”主义

- “三联·哈佛燕京学术丛书”编辑工作随感 ..... 曾 诚(162)  
《邓小平时代》编辑二三事 ..... 叶 彤(167)  
“走出去”的实践与感悟 ..... 胡晓凯(173)

## 做童书翻译质量的守门人

- 浅谈引进版童书编辑需注意的问题 ..... 顾 恬(180)  
内容创新编辑人才的内在素质 ..... 潘灵剑(187)  
略谈书名策划的艺术 ..... 张爱民(193)  
编辑主体性与内容创新战略 ..... 鲁培康(198)  
《李希凡自述——往事回眸》编后记 ..... 梁 惠(205)  
我们都在做什么? ..... 张轶唯(211)  
对编辑和出版的认识体会 ..... 王春霞(218)  
浅析专业图书品牌维护的五个关键性要素 ..... 逯卫光(224)  
为了学术和书籍的尊严 ..... 庞从容(230)  
关于中日版贸交流的几点思考 ..... 刘小芬(236)

## 新势力探索大市场

- 试水育儿漫画新发现 ..... 苏 靖(244)

浅谈学术译著的编辑出版 .....	马可为(251)
编辑自己是自己最大的资源	
——一个图书编辑的工作感悟 .....	曹文(257)
浅谈对编辑工作的几点体会 .....	刘芳(264)
从几则实证案例谈主题出版 .....	宋军占(271)
浅论如何打造精品图书 .....	吴素莲(279)
“华文传记”:在三难三优中构建特色品牌 .....	李瑞虹(287)
大众历史图书如何突出重围? .....	张霆(295)
梦的实现者	
——浅谈编辑的策划能力 .....	赵熙(302)
浅谈新形势下编辑的创新 .....	赵海燕(309)
践行编辑五大中心职责 加强编印发一体化管理 .....	万森(315)
做童书编辑十年 .....	张昀韬(321)
大道行思,取则行远 .....	李现刚(329)
落地的梦想,这般行走 .....	李娟(336)

# 代序：在中国出版集团内容建设委员会 成立暨首届编辑大会上的致辞

中国出版集团总裁 谭跃

仲春四月，时维清明；雁栖湖畔，慎终追远。今天我们在这里隆重举行中国出版集团内容建设委员会成立暨首届编辑大会。首先，我要代表集团对各位领导和各位专家的到来，表示热烈的欢迎和衷心的感谢！

五个月前，同样是在这美丽的雁栖湖畔，中国成功地举办了第22次APEC领导人非正式会议。峰会成果，言犹在耳。实现中华民族伟大复兴中国梦的宏伟愿景，正伴随着全球化的浪潮，深刻影响着中国的发展，急剧变革着世界的格局。身处这样一个伟大的时代，我们中国出版集团的每一位同志，都深切地感受到了一种机遇、使命、责任和担当。

三年前，我们确立了集团发展的“三化目标”和“六大战略”，召开内容创新大会，推出了“内容创新十策”。三年来，我们逐步拓展了内容创新、人才强企、数字化、国际化、品牌经营等战略。从今年开始，我们将着力推进集团化战略。在中宣部、总局和中央文资办的关心指导下，近年来，集团加快了向现代化、大型化、国际化迈进的步伐。去年，我们连续第六年入选“全国文化企业30强”，位次从2011年的第9位上升到第4位；连续两年入选“全球出版业50强”，位次从2013年从第



22位上升到第14位；首次入选“亚洲品牌500强”，成为中国文化企业的唯一上榜企业；首次入选“中国经济最具发展潜力企业”，成为2014年度上榜企业的第一名。尤其值得我们重视的是，近年来在各类好书评选中，我们的参选数、入选数都印证了中国出版集团强大的内容生产和创新的能力。这些成绩的取得是集团各级领导班子、全体同仁特别是一线编辑们共同努力的结果。

在推进“六大战略”特别是企业化、集团化、市场化的过程中，我们不断地追问自己，我们企业化的本在哪里，集团化的根是什么。我们形成的共识是，根在内容，本是编辑。这个根本告诉我们，出版产业能否做大，关键在于内容是否做优，产品的竞争力是否做强。这体现在优秀的选题策划中，体现在一流的出版物中，体现在对主流文化的把握上，体现在对阅读风尚的引领上，最终还是体现在社会影响力上。内容建设关乎集团的命运，这样一个定位，决定了我们必须坚定不移地走出版专业化的发展道路，也就是要更加专注内容，更加专注出版，更加专注文化影响。对我们来说，企业化、集团化和市场化就是要学会以企业的方式做文化，以资本的方式做内容，以市场的方式做影响。对我们来说，做大做强，就是要把文化影响做大，把文化产品的生产创新平台做强。

基于这样的认识，我们经过近一年的准备，决定成立内容建设委员会，其中设置顾问委员会、咨询委员会和工作委员会。聘请各界领导和专家，作为我们的良师益友，更好地把中央精神政策的指导力转化为集团内容建设的生产力，将集团内外专家的真知灼见转化为集团内容生产的持续创新。

内容建设，编辑为本。纵观人类文明的传承和发展，编辑的作用可谓大哉。孔子筛选民歌3000余首，集305篇以成《诗经》，“诗言志、思无邪”的传统影响后世，以至于今。他注《春秋》，微信大义，仁义统之，中庸贯之，成国史之纲要，播思想于千秋。他还玩索《易经》，于连山、归藏等多种版本中独取《周易》，精注十翼，赋以哲思之魂，终成群

经之首。孔子删诗、注史、释经的往事，有人相信，有人疑之甚而否认。其实，对于文化传承而言，重要的是可以从中看到编辑工作的本质在选择，在倾向，在思想。

编辑是一项崇高的职业。回望近百年历史，集团旗下的出版机构的前辈编辑们，曾为推动中华民族的历史进程做出了重要的贡献。118年前创建的商务印书馆，103年前创建的中华书局，83年前创建的三联书店，无不在昌明教育、开启民智的中国近代化过程中，承载过使命，担当过主力。他们的所作所为，奠定了中国现代出版业的基本格局；他们所选择推出的大量出版物，有力地推动了中国的现代化进程。1949年以来，随着人字头、国字号等出版单位的纷纷设立，我们的编辑队伍更加壮大，编辑的作品也更加蔚为大观。去年在集团的品牌大会上，我们初步梳理了集团第一批290种品牌产品，以《辞源》《汉译世界学术名著丛书》《点校本二十四史》《管锥编》《鲁迅全集》《中国大百科全书》等为代表，展现了中国出版的水准，体现了中国文化的高度。

当前，数字出版逐步深入，网络媒体日益普及，信息铺天盖地，内容海量呈现。其中，健康的与颓废的并行，有益的与有害的共生，真善美与假丑恶同在。在纷繁复杂的网络世界，传统编辑的作用看似边缘化，实则更稀缺；看似无足轻重，实则更见功力。内容越是海量，选择越是困惑，传统出版的编辑优势就越是重要和珍贵。

江山代有才人出，长江后浪推前浪。作为中国出版集团的编辑，我们有前辈的荣耀，有丰富的遗产，更应有当代的作为。要有当代的作为，首先要知天时。天时是什么？就是经济、文化、政治、社会发展的主旋律。当前，中华民族正在经历伟大复兴的历史进程，和平崛起、“中国梦”、两个一百年奋斗目标、“四个全面”战略布局、“一带一路”战略构想、亚洲投资银行等等，所有这些每一个都是世界级的话题，都是世界关注的焦点。中国模式背后的思想因素，中国模式的世界意义，都是中外学术界探讨的重点，都值得我们高度关切。要有当代的作为，其次要懂天命。天命是什么？就是文化担当，就是出版使命，就是

抓住时代意义的大话题,成就里程碑式的大作品,发出中国的时代声音,掌握世界的话语权。尤其是对中国古代思想的现代阐释,对中国当代实践的学术表达,这个话语权应该是在中国,应该由我们中国人来完成。要有当代的作为,再次要建事功。作为中国出版集团的编辑,要不断学习,以增强学修见识;要倾听时代声音,以回答时代问题;要在“四个全面”的领会中,关注重大话题,凝结重大选题,以给社会精神的动力、思想的引导和文化的支撑。同时,我们也要善于运用企业化的方式、市场化的手段、数字化的途径和国际化的方法来做出版,使中国思想、中国文化、中国实践、中国故事传播得更远、影响力更大。要有当代的作为,还需要弘扬匠人精神,这就是一生专注,精益求精,持续创新,融合贯通,视专业为根本,惜品牌如生命。

各位编辑,生活工作在这样一个时代、这样一个集团是一种幸运。历史给予了我们重大机遇和重要平台,但是机遇只钟情有准备的人。中国出版集团的编辑,要在学习和实践中进一步形成中版特色的专业出版风格。这种专业风格,可不可以概括成以下一些要素:一是终生的学习能力,二是职业的专注能力,三是深刻的思考能力,四是时代的洞察能力,五是发现聚合优秀作者资源的能力,六是市场的竞争能力或者更本质地说是文化的传播能力。

我们在案头的涂涂改改中,有文字功底,有品位格调,见思想文化,见眼光胸襟,考验着知识面,透露着倾向性。对这几种专业要素,只要长期培育、集中锻造、反复锤炼、持久追求,我们就能应天时、行天命、建事功,就能文以载道、商以传道、创新弘道,使出版的思想导向力、内容生产力、媒体融合力和文化传播力转化为积极健康向上的社会正能量。

各位领导、专家,各位编辑,再有两天集团就13周岁了,我们在这里举办内容建设委员会成立暨首届编辑大会,以此纪念集团13周年。参加这次会议的有近300名编辑,我们除了邀请上级领导做指示,还邀请各位专家进行授课,安排优秀编辑进行经验交流,开展分组讨论,同时也把各成员单位的领导班子都请来了。这样做,就是要在

集团上下营造一种重视内容、重视编辑的浓浓氛围。因为我们相信，培养一大批好编辑，造就新一代名编辑，成就出一些中国出版业的大编辑，是我们推进“三六构想”的题中应有之义，是我们建成“国际著名出版集团”不可或缺的重要标志，是我们走开、走好、走成中国出版集团特色发展道路的根本所在。同时，这也是我们集团各级领导班子的战略使命。

最后，敬请各位领导和专家更多指导我们的内容生产和创新，也希望各位编辑在这次编辑大会中学有所思，学有所惑，学有所问，学有所得，将来学有所成。谢谢各位。

# 因为文学也因为书

脚 印

做文学编辑说简单了,就两件事:出门组好稿,回家把稿编好。

我做文学编辑工作30多年,其中20年做文学杂志,10多年专做图书,在做杂志时,也做一些书,是有选择性地做,自己觉得好就做,不好就推辞了。编的书不多,但几部获茅奖的书都是那时编的。之所以要谈做杂志的事,是因为文学杂志对文学编辑的训练非常有益,编辑的审美建立,阅读速度的训练,与作家打交道的能力,处理稿件的能力,各种资源的建立都是因为做文学杂志编辑而获益。在杂志社当编辑尤其便利与作者沟通,了解作家的创作动态及水准,见识各类作家,熟知与他们沟通的路数,那时候就建立起相对成熟的人际关系。

文学编辑早先的能力比较单纯:与作者打交道,即组稿的能力,与稿子打交道,即处理稿子的能力。我的体会是两者都不要偏废,两个能力相得益彰,两边做好了才有更好的成效。在与作者打交道上,编辑不要显示太强的功利性,也不能太迷恋、崇拜自己的作者,得与他们有距离。作者虽然是作品的创作者,但编辑一定要能在写作上有与作者对话的能力和自信,他得从内心里服你。所以编辑与作者应该是温和的有距离有各自观点的朋友。你对稿子的掌控能力实际上是对作家的掌控,只有体现出你对题材的眼光、语言的敏感、作家写作问题的探讨分寸把握,这些都能体现你的水准,对不同的作家有不同的谨慎

把握。我以前写过小说,熟悉表现人物、讲故事的路数,熟悉写作者的心理状态,能感受出作品要表达的东西。所以进入文学编辑很妥当,与作者沟通常常情投意合,可以说与现在好些有名的作家共同成长。

编辑是一份耐力和韧性活儿,没什么经验好谈,大家都同样做编辑,逐渐都会建立起自己的人脉,有各自的路数,每一本书的成与不成都有各自的轨迹,有可控的有不可控的失败或成功也确切说不出什么。我的体会是,作为文学编辑,不要想立竿见影,一夜之间卓有成效。你得耐下心跟你认为好的作家做十年八年的朋友,并对他们的创作充满信心。而这些作家正是因为你的关注成为著名作家并对你有很高的忠诚度,像阿来、麦家、徐贵祥,我编辑过他们最早的作品,差不多他们在写作上刚迈步时就跟他们是好朋友。有些作品你则要等很长时间,像《长征》约了6年稿,最后获得成功。因为《长征》,王树增把他创作的所有大作品都交给我,《朝鲜战争》《解放战争》《抗日战争》《1901》《1911》,都成了名副其实“双效”书,一个作家的原创作品形成了产品线。

《历史的天空》从出书到出名共5年的时间。一个选题要经历这漫长的时间,期间有各种人事、现实的各种变化,你都得对你认准的事保有信心,并朝着你认定的方向努力去做。

做图书编辑最重要的是要有方向感,编辑脑袋里装有选题的GPS。一个选题,一部书一定要清楚自己接受的理由。接受的理由不能太简单,比如说我喜欢,编辑考虑的是我能与稿子沟通的点,与作者沟通的点,与读者沟通的点,这些才是选题的方向。方向不清楚,做事没底儿,有枣没枣打一杆子再说,这很不利编辑的心理调整,忽高忽低,压力山大。其实踏实做好一本书,方向感全都会出来,比如《尘埃落定》。1998年我编辑出版被多家出版社退稿的长篇小说《尘埃落定》,但我并不知道它的流浪经历,1997年5月当我读到这部书稿时,我认定了它的价值,并为之兴奋。我说服《小说选刊》和《当代》杂志连载它,11月配合《小说选刊》召开了青年评论家对这部书的研讨会。这部小说的影响是慢慢显现的。

编辑对选题掌控能力很重要。组稿是无处不在的事。编辑要有一颗沉稳期待的心,这就要求你对很多事情、事件保有热情,同时有理性的判断。这个选题在双效上是什么样的结果,编辑需要做哪些工作达到目标,事先得架构出营运的路线:如何有合理的利润,如何有更大的社会效益,这个选题在哪个方向扩展,事先除了判断,还得有文案。我做重大作品都有营销文案,有各个步骤,谁去落实,结果如何,都要记录下来。你对选题有方向有把握,临阵不乱,有难不畏,遇宠不惊,所谓尽人事的境界。

再说说编辑的选题感,这是我们谈论得最多的,也是最让人困扰的事。因为文学的感受力不同,做文学编辑有高下之分,这可能给你带来压力,也可能囿于你的文学追求,而放弃一本真正的好书,甚至让人丧失做事的热情和能力,前段事时间争论的《平凡的世界》该不该退稿即源于此。我认为文学编辑最重要的是培养书感,扩大自己的接受范围,建立较为稳定的选题感。编辑都有自己的选题感,这决定你能做什么,不能做什么。这是由你的知识结构和人脉关系构成的。我经常会在心里对选题感保持警觉,清楚自己能做什么,做好什么,心中有个主业,才有内力。有所为,有所不为,这才能淡定,应付自如。编辑不成事有压抑感,成了事有扩张感,你每天都会碰上振振有词给你讲选题如何如何的人,但你得知道自己需要什么样的选题,自己能做什么。做书即有创意,有想法又要精准,所以定位很重要。我认为编辑不是出版家,不要那么宏观,雄心勃勃,它也不那么前程远大,这个职业是有限的,这个有限是由选题感决定的。编辑的路从窄处出。

我清楚自己的选题感:原创、有内在价值的作品。

以前文学编辑靠着自己的审美能力吃这碗饭,靠广泛的阅读,对好作品有一个价值判断,那时我们总讨论什么是好小说。而现在审美能力会给编辑带来障碍,现在没有那么多能入你法眼的作品,更可能你喜欢的作品只能局限在你的眼中,连成书都很难,而现实是要出更多的书,所以做书的编辑要建立起书感:清楚什么是好书。

今天最重要的是如何专业地把控这份工作。

有朋友在一起讨论做编辑最好的状态是什么？我脱口而出“控制”，是的，就是这个状态：你能控制着把一件事做成。一、控制风险；二、掌控主线，掌控主线也是掌控节奏，哪些能做，哪些能大做，哪些在什么时机做，主线掌控好了，节奏就出来了；三、掌控生产全过程；四、掌控内力，内力主要是指自己做事的能力、动力以及热力，并经常反省，求达平和，这是自己心力的控制；最后做到能成事，成一件是一件。

由于数字化给图书带来的各种改变，我们不得不以更灵活的编辑角度来应对，学习各种技术方面的事，提升对书的美感追求。

### 作者简介：

脚印，1994年进入人民文学出版社担任编辑工作，2012年建立脚印工作室。报刊编辑发稿1500余万字，图书发稿3000余万字。所编图书利润达2000多万元，双效突出。编辑的《长征》获首届中国出版政府奖；《解放战争》（上、下）《国运》获第二届中国图书政府奖提名奖；《尘埃落定》《历史的天空》《暗算》荣获茅盾文学奖；《历史的天空》《长征》《国运》《解放战争》荣获精神文明建设“五个一工程”奖；《敦煌之恋》《朝鲜战争》《长征》《回鹿山》《中国新生代农民工》荣获鲁迅文学奖。



# 文学与出版

——一个文学编辑的思考

人民文学出版社 孔令燕

由作家路遥的长篇小说《平凡的世界》改编的同名电视剧上映,让这部持续热销了20多年的文学精品重新成为人们的焦点。这部影响了几代人的小说一直是文艺类图书市场的畅销书,如今在影视平台的带动下更是销量激增,全国各地的多家书店断货,重新成为图书排行榜的翘楚。一部作品能有如此的生命力,能让它的衍生产品经久不衰,持续占据人们的心灵和视野,根本原因,是文学的力量。这种力量,让感受到它的人,心灵受到震撼,灵魂获得洗涤,是优秀的文学作品展示出的人性的光芒和信念的力量,是一种真实的精神力量。

历经时间的淘洗与变迁,随着社会形态和审美观念发生的巨大变化,文学走到今天,优秀的文学经典仍然能带给人们震撼和力量,缤纷的文学图书仍然能够占据庞大出版市场的一角,就是人们在精神上对文学的需求与信赖,就是出版业需要用心经营和守护的一片精神绿地。

这样文学经典的畅销案例,将如下思考带到从事文学出版的编辑面前:文学与出版是怎样的一种相互存在?什么样的文学适合出版?出版者应该去寻找、打造什么样的文学产品?好的文学作品就一定有好的出版物吗?……这些问题的本质,是需要厘清文学与出版的关