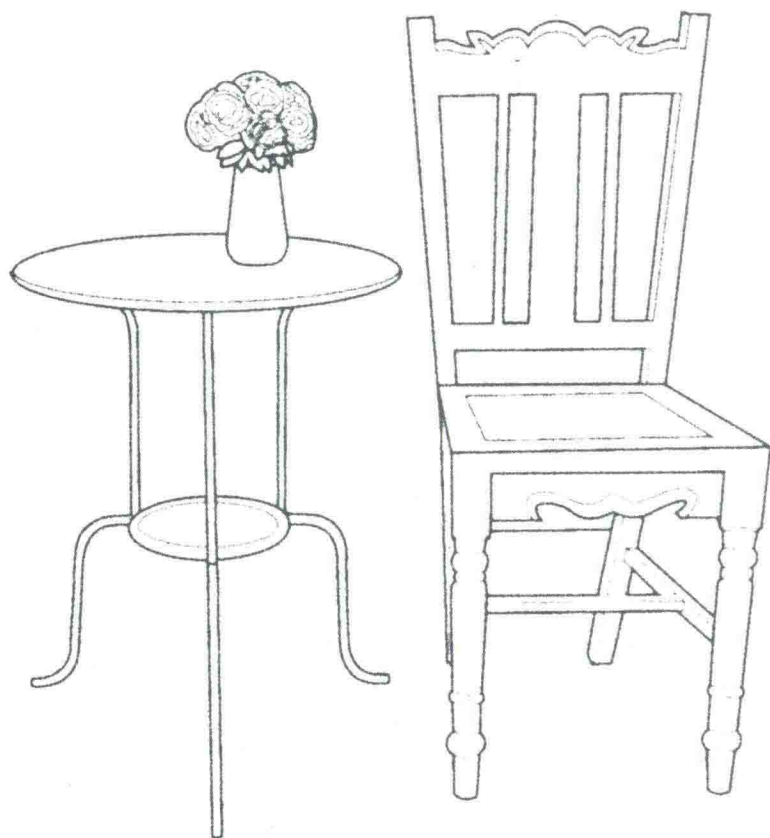


凤凰传媒·中国好编辑八问

2014

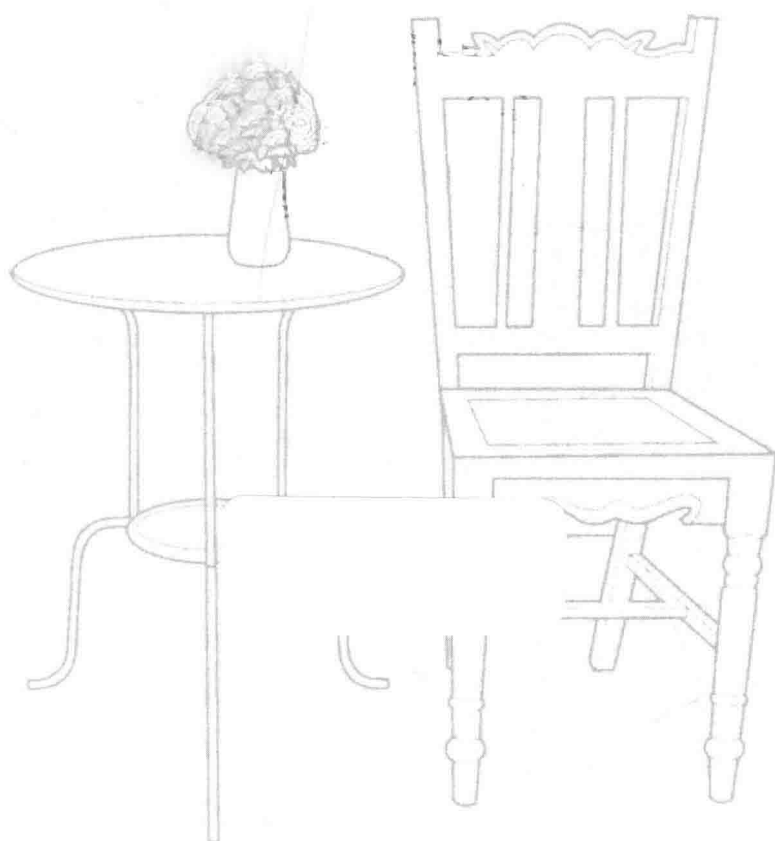
编 BIAN
说
编 BIAN
道



凤凰传媒·中国好编辑八问

2014

编 BIAN
說
编 BIAN
道



图书在版编目(CIP)数据

编说编道：凤凰传媒·中国好编辑八问 / 令嘉主编
— 南京：江苏凤凰教育出版社，2016.5
ISBN 978-7-5499-5748-4

I. ①编… II. ①令… III. ①编辑工作-中国-文集
IV. ①G232-53

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第097267号

书 名 编说编道
主 编 令 嘉
责任编辑 吴文昊
装帧设计 王 怡
出版发行 凤凰出版传媒股份有限公司
江苏凤凰教育出版社(南京市湖南路1号A楼 邮编210009)
苏教网址 <http://www.1088.com.cn>
照 排 南京前锦排版服务有限公司
印 刷 江阴金马印刷有限公司(电话:0510-86022033)
厂 址 江阴市滨江西路803号(申港)(邮编:214400)
开 本 787毫米×1092毫米 1/16
印 张 21.5
版 次 2016年5月第1版 2016年5月第1次印刷
书 号 ISBN 978-7-5499-5748-4
定 价 50.00元
网店地址 <http://jsfhjybs.tmall.com>
新浪微博 <http://e.weibo.com/jsfhjy>
邮购电话 025-85406265, 025-85400774, 短信 02585420909
盗版举报 025-83658579

苏教版图书若有印装错误可向承印厂调换
提供盗版线索者给予重奖

序

刘 杲

我有幸看了《编说编道》文集的清样，觉得非常提神，很受鼓舞。

“中国好编辑”评选已经成功办了几届。优胜者都由行业同仁依据公开的资料在网上投票，结合行业专家评议，最后选出。当选的好编辑，实至名归，当之无愧。这本文集令人对此更加信服。

在这些由好编辑撰写的文章中，我们看到了：一本又一本好书，一项又一项业绩，一个又一个故事，一幅又一幅风景。我们看到了：远大的志向，坚强的毅力，精湛的专业，艰苦的创新。我们看到了：冥思苦想和豁然开朗，精雕细刻和大开大合，夜以继日和高歌猛进，心血汗水和眼泪欢笑。这是编辑的事业，编辑的学问，编辑的心声，编辑的生命！由此我们看到了：中国编辑的光明前途和希望。

好编辑的文章没有叫苦，没有抱怨。可是我深深知道，他们的每一项工作业绩都来之不易。编辑本来就是苦差事，现在当个好编辑更是不容易。让我大致数一数难处。比如，必须把意识形态的高标准、严要求和文化产品从内容到形式的不断创新结合起来；必须兼顾出版企业建设先进文化的社会责任和出版企业追求利润的固有追求；必须遵循强化的出版行政管理，同时努力保持出版企业充分投入市场竞争不可缺少的自主经营；必须在维护宪法规定的公民的出版自由权利和维护社会稳定的政治要求之间找到可行的平衡；必须在极端复杂的舆论环境中，把原则性和灵活性结合起来，既突出主旋律，又实现多样化；必须在认真做好编辑加工工作的同

时,积极和善于参与后期设计、印制、发行、推广等一系列不属于自己可掌控的工作,等等。要把这些问题都处理好,容易吗?可是如果不能把这些问题都处理好,能拿下成果吗?我相信,好编辑都不同程度地遇到过这些难题。我更相信,好编辑都在不同层面取得了妥善处理这些难题的成功经验。事情不好办,但是必须办。关键在于找到适合实际情况的办法,关键在于创新。工作思路、工作方法、人际关系、利益调整、文化追求、思想境界、市场压力、技术飞跃、选题开发、编辑含量……方方面面,都需要创新,都需要有独到之处,都需要敢为人先,敢为天下先。只有这样,才能成功。我们必须在现实的矛盾的两端之间,找到双方能够兼容和重合的发展空间。应该说,这个空间还是足够大的。问题是你要下功夫把它找到。人的智慧是什么?人的智慧就是在客观条件许可的范围内最大限度地完成自己的目标。

互联网是编辑工作现在面临的巨大挑战,也是发展的空前机遇。怎么办?处在第一线的好编辑,对未来在信息传播数字化的环境里编辑工作发展的前景,提出了多种预测和设想。大家的共识是清晰的:第一,编辑工作始终是优化传播内容的决定性环节,不可或缺;第二,编辑工作必须转型,以适应信息化、数字化的新环境。从好编辑的文章中可以看到,他们的表述选择了不同的角度和层面,各有千秋。比如,“首先,编辑的本质工作不会改变,还是以检索筛选信息、优化信息、传播信息这三项基本业务为基础,为用户提供基于阅读需求的增值服务。其次,用户信息获取的效率需求会更高。编辑应该……更好地满足用户更快、更个性化、更优质的阅读需求”(卢俊);比如,“今后编辑理念可能发生这样几个变化:一是用户思维,转变‘内容为王’的发展路径,强化以读者为中心……二是简约思维……读者的耐心越来越不足,要想法在短时间内抓住他们。三是大数据思维……要深度梳理用户数据,针对个性化用户做精准营销。四是平台思维,出版业主动与新媒体融合,开放、共享、共赢。五是

跨界思维，手握用户和数据资源，敢于跨界创新”（刘晶）；比如，“编辑工作的主要任务是从海量信息中进一步分类、细化、提取、整合信息资源，其本质仍然是内容加工者，但工作的主动性、主导性与创造性进一步凸显，工作平台可能是传统纸质清样与数字化荧屏并存，编辑内容的一部分将转向数字化”（乔卫兵）；比如，“那时的编辑理念也许是内容决定出版……编辑的最大变化可能是成为一个集组稿、编辑、导演、摄影、剪辑、音视频制作、市场营销……多种身份于一人，由编辑向制片人的角色转换”（龚湘海）；比如，“从编辑理念的重塑着手，编辑应该从‘把关人’向‘引导者’转型，从单一文字工作者向综合型传媒人转型，由单一传播模式向传受互动模式转型，使传统编辑工作在全媒体时代有新的发展。编辑核心竞争力需要加强包括信息材料的集成能力、内容资源的全方位整合能力和多介质传播的协调能力等”（张懿）。我的节录有限，很多好编辑的文章，没有涉及互联网的问题，不等于他们没有思考这个问题。节录的这些议论，当然不是权威的论断，但是都有引人注意之处。我节录这些议论，是因为它表达了处在第一线的好编辑对未来的关注和思考，反映了实践前沿显现的编辑转型的需求和驱动。在这个迫切需要学习的新问题上，我从中受到了很多启发。

总之，我觉得这本文集好像是一座宝山，异彩纷呈，美不胜收，我不可能一一涉及。所有做编辑工作的、领导编辑出版单位的、研究编辑理论和编辑实务的、从事编辑专业教学的、关心和支持编辑事业的，都不妨抽空看看这本文集，你们不会空手而归。

刘杲 2015年5月28日于北京 时年八十四岁

目录

财经篇

好编辑必须是一个产品主义者 卢俊	一
琢玉成器，打磨精品 刘晶	六
做本领域的专家，和作者平等交流 袁璐	一一
让有生命力的内容流传下去 苏扬	一四
编辑法则：热爱、死磕和不断学习 王泽阳	一八
好编辑的『慎』与『巧』 高晓斐	二一
编辑最大的乐趣在于『发现』 陈丽霞	二四
内容不死，编辑永存 康晓明	二七
好编辑是具有综合能力的项目经理 李雪飞	三一
互联网时代与编辑转型：传统型、现代型和 未来型编辑 乔卫兵	三五

人
文
篇

编辑需要是杂家 魏东	四一
好编辑从知人论世开始 谭徐锋	四五
编辑——孤独的无自我者 潘宇	四九
书痴慧眼结才缘 唐明星	五四
耕耘好编辑的一亩三分地 章俊弟	五八
把书当作颜面一样在乎 吴晓妮	六二
善于思考的编辑进步更快 张洪雷	六六
与书相伴，是人生的馈赠 刘相美	七〇
好编辑应是价值观念输出主义者 覃田甜	七四
做思想的纵横家和串联家 张振明	七九

目 录

少儿篇

在不同的童书中，享受不一样的快乐	颜小鹏·····	八四
做童书，始终与美和纯真相伴	焦娅楠·····	八九
用激情和无限的想象力做每一本书	王慧敏·····	九四
勤学，勤思，勤于发现	李昕·····	九八
好编辑是职业与志业相统一	眉睫·····	一〇二
有『工匠』精神的编辑才是真正的好编辑	张亮·····	一〇六
做编辑是一种生活方式	阮征·····	一一〇
好编辑，责任意识为先	高海潮·····	一一四
织文成锦，点石成金	林淑平·····	一一九
为了做自己喜欢的书而努力	孙玉虎·····	一二三

社
科
篇

胸怀梦想，自我完善 董风云	一二七
不『回头是岸』，方修得正果 李占蒂	一三一
编辑是我真正想做的事 范新	一三六
心怀敬畏，用情用心 郭晓明	一四〇
唯好书与作者不可辜负 欧阳红	一四四
好编辑需用脑、用心、用劳淬炼而成 王保顶	一四九
坚守是修行，完美是追求 李文彬	一五四
好编辑，基本功和判断力缺一不可 王剑	一五七
学术日新，学无止境 钱厚生	一六一
出版是游弋在艺术和商业间的舞蹈 唐云松	一六四

目 录

生活篇

保持热情，坚持本真 宋舒白	一六八
朝朝夕夕，专注坚持 龚风光	一七二
用心做书，让生活变得更美好 董卉	一七七
做书如同创造生命 李娟	一八一
认真对待每部书稿是通向好编辑的敲门砖 唐洁	一八四
知行合一，不忘初心 张伟晶	一八八
只要还有编辑这个职业，就会一直做下去 樊明	一九一
心无旁骛，坚持不懈 刘欣	一九四
好编辑要上得讲堂，入得市场 刘娟	一九八
编辑是个手艺人 谢欣新	二〇二

目 录

文艺篇

找寻读书共同体，是对编辑的持续考验	张吉人	二〇六
带读者领略书中好风景	朱玲	二〇九
好编辑靠时间炼成	杨晓燕	二一二
编辑要学《沙里淘金》和《鸡蛋里挑骨头》	朱燕玲	二一五
永远抱持一颗好奇而开放的心	沈宇	二一九
平淡和兴奋并存的编辑之路	于奎潮	二二二
读者是否喜欢是唯一的尺度	田智	二二七
一个编辑要《像一支队伍》	沈卫娟	二三一
出版是充满未知的冒险，一切因热爱迎刃而解	周青丰	二三六
只做留得住的书	曹凌志	二四〇

目 录

小说篇

在创造中成就他人，完善自我	龚湘海	二四四
热爱、激情和韧劲	曹洁	二四九
用书满足读者对美的追求	龚容	二五三
『书属于作者。』	彭伦	二五九
编辑工作的基本要求和规范永远不会变	刘稚	二六三
分享是做编辑最大的乐趣	姚燧	二六七
编辑不是一种消耗性的工作，始终能学到		
新东西	黄宁群	二七一
一个包装和贩卖故事的人	马冬冬	二七五
编辑之路无捷径	李志卿	二七九
念念不忘，必有回响	张懿	二八三

目 录

新 知 篇

仆役眼中无伟人，编辑案头少杰作	徐国强	二八八
发掘、构思抑或碰到一本好书，就是乐趣	余节弘	二九三
传播思想，发现新知	姜华	二九七
在一本书的小循环里，做自己的主人	杨虚杰	三〇二
创新继承并举，两个效益并重	方鸿辉	三〇七
好书能与好读者共享，当浮一大白	李继勇	三一七
编辑工作的中心是『选择』	徐世新	三一五
读万卷书，行万里路	朱红莲	三一九
坚持有文化的图书出版理念	许苏葵	三二三
唯有保持热爱和持续学习能力，才是真正的		
『手艺』	牛瑞华	三二七

好编辑必须是一个产品主义者

卢俊

◎ 做编辑的最大乐趣是什么？

最大的乐趣就是阅读服务之乐，这种乐趣说起来容易，乐起来难。从事文字工作的人，内心多多少少都有抹不去的精英意识，这种意识让我们放不下架子为读者服务。我想说的是，做阅读产品的人，如果没有为读者服务之心，是很难做出优质的阅读产品的，所谓的快乐也自然不会真正获得。这个说起来冠冕堂皇，能做到的都懂，但这路上必定悲欣交集。

◎ 好编辑心目中的好编辑是什么样的？

左手作品、右手产品的编辑是我的目标。如果用电影人来对标，像李安这样的电影人，才符合我对最好编辑的定义。在出版业，这样的出版人鲜见，究其原因还是因为中国文人对商业的价值判断有偏见。通常要么做产品做到极致，畅销书排行榜运作风起云涌；要么做作品做到极致，卖情怀卖格调卖品位卖到穷途末路。因此，做产品和做作品的通常在销量和情怀的比拼上相互博弈。

我心中的好编辑，最重要的一点是他必须是一个产品主义者，要对商业文明的认知不存偏见，懂得利用商业机制为文化创意产品增值，从契约和尊重角度讲，越商业，越文明。文化的出路不是文化本身，而是形成共识，得以传播、改变世界的文化。另外，我认为好编辑必须能够为某些固

定的阶层提供持续的有价值的阅读。这表达了两个层面的要求，一个是专业，一个是耐得住寂寞。畅销固然美好，一个不断打造畅销书的编辑，如果回望身后，全是畅销书矩阵，或许还不足为道，如果他能为一定的阶层持续长久地提供阅读价值服务，这样的从业者，或许才真正有情怀。情怀不是你自己喜欢什么，而是你能为谁提供什么，你为此坚持的价值观便是情怀。

◎ 如果新编辑问你，好编辑是如何炼成的？你的答案是？

首先，你最好是个阅读痴迷者。其次，你最好要有为读者和作者提供专业服务的意识。第三，你最好具备很强的学习能力，能迅速掌握商业操作的技能（如信息检索和筛选能力、良好的文案写作能力、稿件编辑优化能力、营销推广能力）。第四，你最好具备良好的专注力和谈判力，专注是你出头的逻辑，谈判是你整合资源的能力。第五，如果你确定自己能在筛选信息、优化信息和传播信息这三项核心竞争力上做好任何一项，那么你就有希望在这个行业好好做下去。最后，以上都是技术层面的，从格局层面来看，你需要学会和你的团队分担责任和分享成果，格局太小是做不长的，编辑这个行业虽然是个手工活，但是团队配合是必不可少的。

◎ 说一段至今还让你兴奋的编辑故事或体验？

这样的故事要从哪儿说起呢，对于我的职业生涯来说，好像每天都有令人兴奋的故事和体验。如果站在一个第三方的角度来观察我，我是活在自我兴奋和催眠里面的人，是一个先天的彻底的悲观主义者，总是对很多事不满意，但又可以接受任何最坏的结果。更有趣的是，我在行为表现形式上却极度乐观，我相信事在人为。很多时候，我要带领团队在自我欺骗的情绪下做不确定的事，他们受到我一切往好的方向努力的情绪感染和催眠，受到那种打不死的坚持和死磕精神的影响，通常都在最困难的时候咬着牙坚持过来，最后奇迹般地实现了比我们预想的要好得多的结果。尤其是这五年来，几乎每天都遇到这样的事，我接受不可能，但不相信不可能。这种体验，有必要分享给大家。

◎ 设想一下，五年之后，如果你不再做编辑，可能是因为什么？

如果我能经常买彩票就好了。因为没买过彩票，所以也就不存在不再做的原因。至少，从目前来看，我主观上不会放弃这个行业。

◎ 五年以后，你依然在做编辑，编辑理念和方法或编辑手艺的主要改变会是什么？

首先，编辑的本质工作不会改变，还是以检索筛选信息、优化信息、传播信息这三项基本业务为基础，为用户提供基于阅读需求的增值服务。其次，用户信息获取的效率需求会更高。编辑应该学会如何利用IOT（物联网）、大数据以及人工智能等工具，更好地满足用户更快、更个性化、更优质的阅读需求。

◎ 特别推荐五本你策划编辑的书

2015年最大的一本书是基辛格的新作《世界秩序》（World Order）。在APEC之后，全球必然进入一个全新的社会秩序，全球最重要的资本、政治力量和个体都在关注，在基辛格眼中的世界新秩序下，他们应该如何决策。这本书重现了《论中国》年销五十万册的辉煌。另外，第一季度，我们在商业书领域会推出超级重磅的“奇点系列”丛书，共五册，包括《从0到1：开启商业的未来与秘密》（Zero to One）、《创业维艰：如何完成比难更难的事》（The Hard Thing about The Hard Things）、《联盟：互联网时代的人才大变革》（The Alliance）、《支付战争：互联网金融创新简史》（The Paypal Wars）、《高频交易》（Flash Boys）。以上六本书，关注商业出版领域的，大家都知道分量——没有一本不是有十万册销量预期的，所以我在这里推荐给大家，其实是想让分销领域的同行看到，2015年的商机就在这里，大家不要与财富机遇擦肩而过。