

# 中国编辑

## » 在线办公系统

- 专家审稿系统
- 编辑办公系统
- 作者投稿系统

## » 在线期刊

- 我要点击排行
- 被引用次数排行
- 本期栏目
- 过刊浏览
- 高级检索
- 全文下载排行

## » 下载中心

- 投稿须知
- 论文模板

## » 访问量统计

访问量: 20082

### ▪ 2004年04期目录

- #### 本期特别推荐

**《正》 书在我心目中一直是个神圣的空间,它寄托着我的文化向往,求知、正义、善、美等等是人类更高级的需求,人类因此而区别于野兽,区别于荒蛮,人类创造的精神文化遗产几千年来主要是靠书籍流传至今的。如果我们的出版同行群起而踢卖我们的文化,毁灭我们的产品,使文化不文化,使精神物质化,我们终将失去文化,也将失去读者,失去市场。**  
2004年04期 1页 [【查看全文】](#) [下载 824k]
- #### 论出版物效益中的矛盾

**燕峰**  
《正》 一个大的事物,在其发展过程中,包含着许多矛盾。毛泽东在《矛盾论》中说“没有什么事物是不包含矛盾的,没有矛盾就没有世界。”矛盾是普遍的和绝对的,存在于事物发展的一切过程中,又贯穿于一切过程的始终。”出版物效益运动就充满了各种矛盾,并构成错综复杂的关系。 出版物效益运动的种种矛盾,任何物质产品都有使用价值。在商品经济条件下  
2004年04期 4~6页 [【查看全文】](#) [下载 1050k]
- #### 2004年图书编辑学术研讨会在京举行

**林福耕**  
《正》 2004年5月21~22日,中国编辑学会图书编辑专业委员会2004年图书编辑学术研讨会暨《科技图书编辑手册》首发式,在北京西山杏林山庄举行。会议由图书编辑专业委员会主任委员林福耕主持,中国编辑学会常务副会长姜文同志到会并作重要讲话。会议邀请人民出版社出版副总编辑、中国编辑学会常务理事徐修存同志作了《关  
2004年04期 8页 [【查看全文】](#) [下载 61k]
- #### 文化向往与出版理想

**汪苏明**  
《正》 人的许多习惯和爱好是特殊环境造成的。“文革”开始那年,我十三岁。学校闹革命,不上课,在空闲时,百无聊赖,惟有读书——当时中武大的图书馆被“破四旧”了,书大量流转到学生手中——这是那时在橡研中的城市孩子们唯一的“文化娱乐”。读小说,武侠、侦探(如《七侠五义》、《福尔摩斯探案集》);谈爱情,谈人物传记(如《陈花女》、《马背上的水手》);读诗,普希金、海涅、惠特曼、雪莱、读史诗(如《战争与和平》、《欲望三部曲》);读  
2004年04期 9~11页 [【查看全文】](#) [下载 964k]
- #### 贵一名“动态编辑”

**陈文彬**  
《正》 人们常说,生命在于运动,其实,编辑的生命也在于动。只有动,才能成为一个有活力、有创新、有创造力的编辑。在编辑的工作中离不开运动,在这一对矛盾中,静重要,动更重要。这里的静是动中之静,我们提倡动,因为只有“动”才能与时俱进,才能真正成为时代的弄潮儿。一、“动”是时代的需求 在过去的计划经济条件下,不好动的编辑流程可以  
2004年04期 12~14页 [【查看全文】](#) [下载 556k]
- #### 到底谁在畅销

**韦律, 三非**  
畅销书带给业太多的诱惑,太多的悲情,但畅销书带给业更多的是欢喜,是希望。畅销书,书业最耀眼的一颗明星。畅销书,对读者来说,充满了十足的神秘感,抢购后虽然不愿再仔细琢磨,但至少赶上了时尚,满足了自己的好奇心。畅销书,对书人来说,充满了巨大的诱惑力,不但能够带来可观的利润,还能使自己身价倍增,跻身书业名流行列。没有哪一本畅销书能够打动所有读者的心,但是,任何一本畅销书,都会使许多出版人人心旌摇曳。  
2004年04期 15~16页 [【查看全文】](#) [下载 893k]
- #### 如何制造畅销书

**李朝辉**  
读者关心的是畅销书本身,内容好与坏,装帧简与精。书人则不同,不但要把畅销书找出来彻底解剖,还要研究制造了畅销书,如何制造畅销书。畅销书的产生于偶然性,偶然与自然。但据多年从业经验,畅销书的偶然因素更多一些。没有哪个策划人、编辑能够复制出这本畅销书的作品。是谁制造了畅销书?是作者、编辑、策划人、时事共同造就了畅销书。当然,人、出版机制是诸多因素中的决定性因素。  
2004年04期 17~19页 [【查看全文】](#) [下载 1670k]
- #### 畅销书该怎样炒作

**高欣**  
许多书业新人甚至是书业老手,都认为畅销书是炒起来的。真是如此吗?梳理思路,回顾市场,不发现,许多大书,下大人为炒作图书却兵败麦城。炒作可以造就畅销书,但要花掉大笔的钱财,结果可能只是生了一个超命鬼。畅销书的产生更多地是一种自然过程,炒作可以推波助澜,但决不可能翻云覆雨。不可否认,中国的图书市场已经进入营销时代,一本书没有通过营销信息传播给读者就是守株待兔。畅销书可谓中国书业受益于现代营销方式的当之无愧者。  
2004年04期 20~21页 [【查看全文】](#) [下载 947k]
- #### 畅销书的编辑

**尹江辉**  
在人的眼中,编辑的角色五彩斑斓:睿智的想编者,把握书籍灵魂的救世主,平凡凡尔奇的魔术师,奔波在作家与出版社之间的双面人……没有人能用寥寥数语,白描出编辑这样一个带有神秘色彩的职业。但不论是普通图书的编辑还是畅销图书的编辑,都是出版界的英雄。  
2004年04期 22~23页 [【查看全文】](#) [下载 1234k]
- #### 畅销书带来了什么

**朱桂龙**  
出版人喜欢畅销书,满眼充满爱意。出版人讨厌畅销书,躲身换来的却是两手空空。但对于出版业来说,畅销书是拉动出版产业的一种魔力,它加速了出版产业的发展。  
2004年04期 24~25页 [【查看全文】](#) [下载 670k]
- #### 凭什么报道畅销书的风险

**翁青**  
书人最关心的是:畅销书能给出版人、书店人带来多少利润?假若销售图书定价三元,五万册书,码洋一百五十万,毛利是多少?净利是多少?为本畅销书付出了多少心血呢?销售一千册定价三十元的书,码洋三万,毛利是多少?净利是多少?销售出书店总销售多少比例?  
2004年04期 26~27页 [【查看全文】](#) [下载 1110k]
- #### 何以不谈畅销书

**止庵**  
一本书畅销,本身并不是普通读者读或不读这本书的理由。对读者来说,读书纯属一己之事,自有取舍标准;即便与别人所读相同,也是经过一番考量的。读书不是凑热闹,所以无所谓“畅销”,只要“销”就行了。  
2004年04期 28~29页 [【查看全文】](#) [下载 1049k]
- #### 杨红樱:做一个理想的童书编辑

**郝建国**  
至今仍身为编辑的杨红樱,从十九岁起开始从事少儿文学创作。从作家出版社推出《女生日记》、《男生日记》起,“杨红樱校园小说系列”销售已过百万册。去年7月,接力出版社又全力打造“淘气马小跳系列”,至今已推出十二种,销售一百六十八万册。新近出版的“杨红樱童话系列”首印三十万册,也在不到一个月的时间里销售一空。一时间,杨红樱成为“畅销书”的代名词,各家出版社争相约稿,业界也开始关注少儿畅销书的本土化话题。杨红樱作品的走向,到底是偶然还是必然?编辑身份与作者身份到底谁更重要哪一个价值在书市的判断。本书对杨红樱进行了专题采访。  
2004年04期 30~32页 [【查看全文】](#) [下载 671k]
- #### 理想高我们有多远

**彭凡平**  
《正》 我是在2000年9月接任湖南少年儿童出版社社长的,这时的湖南少年儿童出版社正处于经济上的低谷。在此之前,湖南少儿出版社是一个社会效益和经济效益都比较突出的出版社,连续四年获得中宣部“五个工程”奖,三次获得国家图书奖,连续多年年实现利润都在一千多万元。但是,1999年教育行政部“减负”政策出台,构成我们经济支柱的一套教材,一套省编教材和一套  
2004年04期 33~36页 [【查看全文】](#) [下载 836k]
- #### 让童书永远不老——谈少儿出版的四个原则

**侯炜**  
《正》 当下的少儿出版陷入了三大误区:一是以“不变应万变”。许多出版社编辑都认为少儿儿童成长迅速,我编辑一本书今年的七岁孩子能看,明年的七岁孩子也能看,一本书十年八年不敢面脸。既节省人力物力财力,又容易形成品牌。殊不知,明年的七岁孩子的审美都会因时代和社会的发展影响而不同,十年前的七岁孩子可能看见一黑一白的连环画小人书就高兴得手舞足蹈,现今的七岁孩子要是没有异于寻常的时代感  
2004年04期 36~38页 [【查看全文】](#) [下载 857k]
- #### 装帧艺术众人谈

2004年1月,一本名为《书籍装帧创意设计》的书由中国青年出版社出版发行甫一上市,立刻引得业界追捧。2004年3月30日,书作者邵中和先生与中国美术家协会、中国出版工作者协会、中国青年出版社、业界主要媒体的专家、领导、编辑同人相约北京,共同研讨对书籍装帧的种种看法。本刊编辑部亦应邀前往。这里选录有代表性的发言,以供读者。  
2004年04期 39~42页 [【查看全文】](#) [下载 788k]
- #### 深入浅出话“编辑”

**杨笑**  
《正》 编辑的“忙”与“闲” 编辑是在作者、读者之间,有点像开茶馆的闲汉,是个服务行业。“来的都是客,全凭嘴一张,骂得万人嫌,骂得万人嫌……”反正,永远也别指望在办公室打电话就能拿到好稿费。真有人有这本事,甭问,无数功劳铺地在前,多半早就发财逃了。 我供职的出版社,领导有一年突然心血来潮,要  
2004年04期 43~45页 [【查看全文】](#) [下载 955k]
- #### 藏书需欣赏

2004年04期 46页 [【查看全文】](#) [下载 625k]
- #### 编辑之看家本领

**开捷**  
《正》 多年来,竞争力较强的书社,编辑与策划人、发行人之间一直存在着一种微妙的情愫——一本书刊销售不畅,策划人发行人常常埋怨编辑人没有把书刊的选题抓准,或是没有编辑出优秀的书刊,而编辑则认为问题出在策划人的操作手法不娴熟,发行人的分销渠道不够畅通。策划人、发行人、编辑人,三者都是书刊出版过程中的实务操盘手。策划人倾向向书刊整体的市场化运  
2004年04期 46~48页 [【查看全文】](#) [下载 377k]
- #### 闲聊“编辑”与编辑工作

**何伟**  
《正》 常有认识与不认识的作者打电话来,说他写了部长篇小说请我给看看。说得都非常客气,而且也是真心实意地要意见,但却说我写得实在太差。推辞到最后一页,我往往掏出数学手册,“一清算,我从来没有写过这么差,实在是看不好稿子哪”,也怪一般认识到这儿,对方也就不再坚持了。于是,我加罪过重。 写作之初,我对编辑工作一点也不了解,总觉得那是捉谜的工作,而编辑呢,自然就是捉谜师又有权威的人。20世纪80年代初的逻辑  
2004年04期 49~50页 [【查看全文】](#) [下载 157k]
- #### 我当总编辑的败笔

**李人凡**  
《正》 当了十多年老总,自然有得有失。按照人情世态,人们只愿说错过失折,都讲遗憾走妻妾,津津乐道于一得之功,自有他的道理。说错了,美功总比邀功、邀功好一些。以在我大会小会、写文章、作总结,也免不了炫耀一己之功,自满于一孔之见。其实,并非自满于几十年来,本期工作交平安,所在的书不但没有跌大败,反而且见颇,总该反思、反省、反躬自问吧?于是就有了这次的写作动机。 回顾老总的十九年,败笔有二  
2004年04期 51~53页 [【查看全文】](#) [下载 663k]
- #### 一个编辑心中的哲学大师——记与张岱年先生的几次交往

**李俊平**  
《正》 自获悉哲学大师张岱年先生辞世的消息迄今,每每闭目,我便情不自禁地忆起与先生的几次短暂交往。 首次走近先生是在1986年。那时我任河北人民出版社副总编辑,主要负责政治理论读物书稿的审工作。是年初,一个全国性的中国哲学史专业研讨会在石家庄召开。我躬逢其盛,便主动参加了这次会议。记得与会的学者人数不少,却代表了中国哲学界的最高层次人才,张岱年、钱穆等哲学大师先后  
2004年04期 54~56页 [【查看全文】](#) [下载 939k]
- #### 我们的编辑是“客户经理”

**张兴旺**  
《正》 引入“经理”概念,《销售与市场》杂志是一本营销类期刊,主要是传播营销知识、营销思想与方法。十年磨一剑,《销售与市场》已经发展为月出版本期刊的产品组合,并且两本期刊通过IPX发行认证,发行量在国内经济类期刊中名列前茅。随着竞争环境的变化,《销售与市场》编辑方面也面临着一些挑战。  
2004年04期 57~59页 [【查看全文】](#) [下载 314k]
- #### 期刊评价不得不想的问题

**真健[1]**  
《正》 目标读者:期刊评价的主体 期刊的信息选择与传播功能、文化普及与建构功能、舆论引导与感召功能都建立在读者对刊物的接纳与吸收的基础之上。对期刊来说,读者拥有对期刊定位、期刊内容、期刊形式、期刊经营的最佳发言权。因为读者是市场的主力,失去了读者就等于失去了市场。读者,内涵极为广泛的一个概念。不同性别、不同年龄、不同文化背景、不同人生经历的读者,他们在生  
2004年04期 60~63页 [【查看全文】](#) [下载 277k]
- #### 厚重历史下的调整与发展

**王五娟**  
《正》 《世界知识》1934年9月诞生于上海,创办者是胡愈之先生。当时正值中国内忧外患、民族危机深重的特殊历史时期。《世界知识》积极宣传抗日救国,帮助读者认识世界认识中国。后因于战争的原因,杂志辗转汉口、广州、香港等地,1941年被迫停刊。日本投降后,《世界知识》1945年12月在上海复刊,归上海地下党领导。1949年7月,又随国民党迁京,《  
2004年04期 64~66页 [【查看全文】](#) [下载 630k]
- #### 百年大计 育人为本——胡乔木与编辑出版专业教育

**宋应露**  
《正》 编辑出版教育的倡导者 中国是一个历史悠久的文明古国,其编辑出版活动的历史源远流长。可惜编辑工作作为一门学科,作为培养编辑队伍(伍)的出版专业教育,在我国却起步较晚,迟迟没有引起人们的普遍重视。但中国没有一所专门的培养编辑出版人才的高等学校。新中国成立后,鉴于当时的历史条件,为了适应出版形势的需要,当时只能以短期培训的形式来培训出版干部。  
2004年04期 67~70页 [【查看全文】](#) [下载 954k]
- #### 打开出版的视野

**王卫兵**  
《正》 改革开放二十年来,政治、思想、学术、文化等社会环境的转变,使中国出版业迎来了历史上从未有过的繁荣,产业的发展壮大,内容的丰富多彩,都进一步满足了读者日益增长的文化需求。但在不断前进的同时,我们也看到,出版业也面临着从未经历过的考验。从国内情况来看,各种民间力量的介入,使出版业增添了活力,也使竞争进一步加剧,而更多的压力来自国外;根据中美入世双边协议,我国出版业,对出版业最直接的竞争对手——音像制品分销权的开放上,但这也仅是表  
2004年04期 71页 [【查看全文】](#) [下载 588k]
- #### 出版业告别幸福时代——《出版大崩溃》读后

**程二国**  
《正》 日本小林一博的这本书,上海三联书店名为《出版大崩溃》,此前台湾尖端版书名为《日本出版大崩坏?》。台湾版的书名似乎更贴切一点儿,事实上日本出版远非崩境,单从《日本出版大崩坏?》这本严肃而直告世人的专业读物就能来一万万本这一点,也不能下这样的结论。重读此书,我的思绪不再停留在日本,有点浮想联翩。放在一个更大的背景纵深中看,日本出版业的崩溃,很多方面其实并非日本所特有。事实上世界主要国家的出版业都遭遇过不同程度的困境,或者可以说,种种迹象早表明出版业已告别幸福时代。 日本出  
2004年04期 72~76页 [【查看全文】](#) [下载 927k]
- #### 长使前人留遗憾——谈王建辉《老出版人肖像》

**宋吉述**  
《正》 叶至善在谈到老一代出版家徐调孚时感叹道:“一輩子在出版界工作,知道他的人不很多,我也不免地他感到寂寞。”其实不只是徐调孚,惯于为他人作嫁衣的编辑、出版人,往往都隐身于文字的背后,不肯留下片言只语。所以有的尽管刚刚去世几十年,曾经开一代思想与出版新风气的前辈读者早已是身影模糊,淡出了人们的视野。不过可喜的是,这两年已陆续有研究者关注这些远去的身影,推出了一些著作,王建辉的新著《老出版人肖像》就是其中之一。 如书所言的,这是一本关于老出版人的随笔集,我讨了  
2004年04期 77~78页 [【查看全文】](#) [下载 262k]
- #### 《魅力》的成功之道

**祝博彬, 李进平**  
《正》 《魅力》是欧洲历史上最大的杂志之一。该杂志同时成功创办英国版和德国版,这大大激发了维康纳仕在其它市场的兴趣。赫德斯、西热马斯和法斯曼随后问世,并以英国版为标杆,很快就成为当地此类刊物的第一大利。 这一切主要归功于这是这些版本为严格遵循本地市场的战略,各版本之间还有交换特写的协议,这些特写有时甚至还成为杂志的主打内容。但是绝大部分内容还是以本地视角采写的。2004年《魅力》  
2004年04期 79~82页 [【查看全文】](#) [下载 1188k]
- #### 我与福音馆的绘本出版

**松原直**  
福音馆成立于1952年,是一家已有五十年历史的日本专业儿童图书出版社,现有图书品种一千种,月刊十种,职工一百四十名。是日本少儿图书出版社中人数最多的。编辑部门的员工七十名,其中图书编辑二十名,杂志编辑四十名。编辑工作完全不依赖外部工作室。销售部门员工五十名,负责书店销售和以幼儿园作为销售中心的“儿童之友社”的业务指导,其余的二十名负责物流、制作、后勤、管理。福音馆年销售额约70亿日元(约四点九亿人民币)。  
2004年04期 83~85页 [【查看全文】](#) [下载 962k]
- #### 福音馆的行销模式及战略

**郑和敬**  
《正》 福音馆成立之初,并不是儿童出版社,主业是出版发行面向初、高中生的参考书。但出版这类图书的大出版社很多,竞争很激烈。对福音馆这样创业时较难的出版社来说,这是一个难以拓展的领域,必须开拓能提升增长速度的战略。现任总编辑的松原直先生提出进入儿童图书领域的提案,并且很快得到一致通过。通过五十年的销售业绩来追溯我社的发  
2004年04期 86~91页 [【查看全文】](#) [下载 776k]
- #### 补差论编辑

**孙云川**  
《正》 1. 在过得长长的年月里,我即编辑这一工作,视作神圣的职事,全力以赴。久而久之,才知道这种工作,虽是社会会看作有名无实,但实际做起来,做出去成绩来,是最不容易的。有人把它看作敲门之砖,有人把它看作晋升之阶,你是一个老实人,也很难别人当作联盟的砖石、炫耀的陪衬。比如担任责任编辑,作穿金戴银去,一两周个假,作个配角。对于这些,你能够看得开些,甚至躲开一些。不与名利之徒争利,不与好名之徒争名,不要因为别人说你的工作伟大,就自我膨胀;不要因为别人  
2004年04期 88页 [【查看全文】](#) [下载 474k]
- #### 人机结合提高编辑质量

**刘波**  
《正》 长期以来,科技图书编辑率一直居高不下,成为图书出版的难题。实践证明,只有在人机结合的基础上应用系统工程的方法,把作者、编辑和校对作为一个整体,共同为出版物编辑质量把关,才能构筑科技图书的质量保障体系。人机结合的关键流程见第四图。 由图中可以看出,编辑流程存在几个关键环节:作者写作、编辑加工、初校样审核和印样审核。对这  
2004年04期 89~91页 [【查看全文】](#) [下载 182k]
- #### 古书版本知多少(二)

**中陈**  
《正》 刻本亦简称宋本,指历代国子监刻印的书本。经厂本专指明代经厂所刻印的书本。内府刻本所谓内府刻本,并不专指由内府出资益所刻的书本。历来在运用内府刻本这个称谓时,都是指中央官刻御批书和内阁各部内所刻的书本,或者指直隶本中,属中央国家机关所刻的那一部分。  
2004年04期 92页 [【查看全文】](#) [下载 55k]
- #### 机构名称谨防“泛时”

**王志雄**  
《正》 最近,在军校一位著名国史大师的演讲时,却听到这样两条:—1)1960年加入中国少年先锋队(即)1966年加入中国共产主义青年团。从文字上看,简明扼要,无一赘言,但这却是两个存有“硬伤”的句子。“你”在何处?你究竟“你”中国少年先锋队!”和“中国共产主义青年团”这两个组织的称谓上。 据悉,中国少年先锋队,简称“少先队”。解放战争时期,在解放区及国民党统治区都建立过公开的 and 秘密的  
2004年04期 93页 [【查看全文】](#) [下载 68k]
- #### “北京”、“北平”切莫混用

**高言**  
《正》 北京是我国历史最悠久的城市和七大古都之一。从金代起,建都历史达七百多年。金称中都,元为大都,明、清称京师,通称北京。但民国期间,北京曾改称北平。许多著作撰文涉及这一时段时,往往不作细致考察,因此常常出现“北京”、“北平”混用、滥用的情况。如有篇文章写道:“李大钊1927年4月6日被奉系军阀张作霖逮捕,20日在北平英勇就义。”还有篇文章写道:“傅作义1949年1月接受中共提出的和平解放北京的条件率部起义。”其实,这些错误的出现都是想当然的结果。  
2004年04期 93页 [【查看全文】](#) [下载 60k]
- #### 荐书雷

2004年04期 94~95页 [【查看全文】](#) [下载 3199k]
- #### 读泉雅

**崔王欣**  
《正》 中小出版社生存之道 王立群在《出版参考》2004年第4期上撰文指出:根据中小出版社的特点,结合自身新闻出版的现状,中小出版社的生存之道主要有:第一,要集中精力打造自己的专业领域。第二,寻求出版社以外各种社会力量的合作。第三,努力开发新华书店以外的图书流通渠道。第四,加强出版社各种人才培养。第五,加强经营管理的现代化进程。中小出版社在考虑其生存和长远发展时,一定要结合我国的出版政策和方针,对出版业发展有一个前瞻性的考虑,结合本出  
2004年04期 96页 [【查看全文】](#) [下载 85k]
- #### 2003年度全国出版专业技术人员职业资格考试试卷 出版专业基础知识(初级)

2004年04期 97~102 \*108页 [【查看全文】](#) [下载 466k]
- #### 2003年度全国出版专业技术人员职业资格考试试卷 出版专业理论与实务(初级)

2004年04期 103~108页 [【查看全文】](#) [下载 424k]
- #### 把握未来印刷方向

《正》 深圳市佳信达印刷有限公司拥有目前世界领先的商业轮转机三台、海德堡CTP计算机直接制版系统和德国产海德堡印刷设备十台,集制版-印刷-装订-运输等一体化的服务体系,适应各种高档精美图册、图书杂志、手册、号簿、广告、电话本等印刷品的印刷,为客户提供快捷、方便、高质量等增值服务。 公司目前以集团化的规范迅速扩张,在全国各地建立省级办事处八个,上海、厦门、深圳设有多个分厂。 在北京  
2004年04期 109页 [【查看全文】](#) [下载 1458k]