

一粒不会熄灭的火种

□王为松

写《从〈战上海〉到〈火种〉》时，文章写到《火种》书名出来就戛然而止。有朋友说，你还没写完，应该写下去。其实，真要写的话岂止一篇。用我小学作文里忆苦思甜的惯常笔法，那真是好多往事涌上心头。

我拿到《战上海》的书稿后，说服作者刘统同意我们用学林出版社书号、由上海人民出版社与学林社联合出版。这对那时的学林社不仅是巨大的支持，也确立了学林社主题出版大众化的出版定位，在后续的两年时间里，学林社迅速完成了扭亏为盈的局面，实现“两个效益”肉眼可见的快速增长。这不能不说是刘统对一家小型出版社的信任与支持，学林社也没有辜负他的希望，《战上海》一举拿下了诸多奖项，从“中国好书”到精神文明建设“五个一工程”奖皆在其中。

记得那一届精神文明建设“五个一工程”表彰座谈会在北京举行，这是我第一次走进在电视与书里见过无数次的京西宾馆。有位领导在讲话时突然脱稿说，这次得奖的《战上海》我还没来得及细看，当年解放上海，不仅得到了上海市民和社会各阶层的支持与援助，还得到了来自上海周边城市与人民的支持，上海解放后更是得到来自全国的援助，这一点不知道书里写了没有。我一听到这里，就不自觉地举着手站了起来，您说的这些书里都写了。他应该没想到真会有人现场插嘴，说，写就写好。

我回来告诉刘统，他哈哈一笑说，打仗就是要讲究配合，单兵突进是最危险的；而且解放上海绝不是上海一城一池的事儿，毛主席不就说过，上海的解放，引起了全中国人民和全世界进步人类的欢呼，就因为上海不仅是近代中国的光明的摇篮，是中国工人阶级的大本营和中国共产党诞生地，而且上海还是一个世界性的城市，上海的解放会促使中国的内外关系发生根本的变化。

我说，今天的上海开放包容，就是因为它具有既是中心节点又是战略链接的特殊地位，是世界了解中国的窗口，也是中国走向世界的门户。能不能把这一层意思在《火种》里进一步阐明：为什么是上海，为什么在上海。我们一定火力全开，再打一次配合，让星星之火，再次燎原。

刘统说，这次光写上海可不够了，我想了一个副书名，叫做“寻找中国复兴之路”。2021年正好是辛丑

年，我就从120年前的辛丑年写起。写到1929年古田会议确立了思想建党、政治建军的原则，确立了党对军队的绝对领导。

跟刘统商量，这次《火种》在上海人民出版社政治读物编辑中心出版。如果说《战上海》更多的是以营销取胜的话，这次《火种》更多的是依靠专业编辑的力量打磨精品。刘统很快就交来了将近70万字的书稿，比相约的交稿时间提前了不少，他说，给你们留足编辑看稿和送审的时间。我粗粗一翻，看得出他急切的心情与面对众多珍贵史料不忍割舍的纠结。第二天，我们就和政治编辑中心主任鲍静、青年编辑李旭等具体讨论编辑加工的基本原则和倒排进度的时间表。

《火种》第一章为“崩溃前的改良”，我们跟刘统商量能不能把这部分变成第二章，再补写第一章，从百年未有之大变局讲到为什么中国共产党会诞生在上海，再回头讲中国的历史。

刘统说，这回你们想得比我周全，我再补写一个“引子：开天辟地的大事变”。

我说，做了编辑以后，无论是拿到书稿，还是在书店买书，我都要看看全书第一句话作者是怎么写的。然后看最后一句话，再看目录、前言、后记，最后才看正文。你看杨子荣打虎上山，人还没出场就是声振寰宇的“穿林海，跨雪原”，把观众给镇住了。

刘统一听，说：“有道理，可以。”然后，我们又分析，如果这本书要在各种畅销书榜上出现，70万字显然太多了，最好是能压缩到40万字以内，考虑到有好多上了年纪的读者爱读这类题材，所以字号不能小，行距也要疏朗，但页码也不能太厚，那就只能在排版上动脑筋了。

刘统说，是不是删太多了，我下不了手。

于是，我们请了章百家、徐建刚等京沪两地党史专家审读，目标是既使其成为一本严肃的学术新著，又要顾及大众读者。我们关门讨论了半天，当着刘统的面，大家只提意见，不说优点，认可了就改。有些史料确实珍贵，但与“火种”的主题主线关系不密切，就整章节移除。有的专家非常认真仔细，不仅看全书框架体例和写作倾向，还指出了个别语句在表述上的细微差别。这使得我们在出版时，避免了一些不必要的差错



王为松 陆杰摄

与麻烦。打磨到最后一稿，刘统说，我不用看了，你们看得比我还仔细，你们看完就印吧。

2020年12月31日下午，我们在上海书城21楼最东头的上海人民出版社会议室，举行了刘统新著《火种》出版媒体通气会，打响了我们的2021年建党百年主题出版的“第一枪”。

随着七一临近，刘统突然住进了瑞金医院。他虽然看上去比以前虚弱，但是已经开始和我们讨论《转折：1947年中共中央在陕北》的出版，他还要再写两本新书，一本元帅传记，书稿还没动笔但序言已经写好了，还有一本书稿两级目录都拟好了，想着等身体恢复去一趟法国，沿着早期革命者的足迹走一遍。他说，这两本书都可以在我退休前出版。

我没预料到我在这一年的8月离开了出版社。到了第二年，他瘦了很多，但人还是很精神，见了面只谈写作计划，不谈病。但是，刘统的所有时间还是停在了2022年12月21日。

刘统是一粒火种，只要他存在过，燃烧过，他就不会熄灭。

（作者系上海市社科联党组书记、上海人民出版社社长）

编辑故事



三人出版行，必有我师焉

9月的江南，早过了立秋，更过了白露，可迟迟不见秋风送爽。上海迎来了高温，苏州也在持续迎战酷暑。气候和环境的变化不得不引起人们的注意。我以为，大家的事还是要大家一起来管。

王为松是《文艺报》的老朋友，一直关注和支持“编辑故事”的版面。他在栏目初创之时便写了《从〈战上海〉到〈火种〉》，今又再为刘统著文，不仅满怀对故人之思，更充满了对出版的情怀。

卢海鸣社长是出版“老人”，长期主持南京出版社工作，前两年退休。卢海鸣在南京出版社任社长期间，使出版社成为“两个效益”高速增长典范。因为地域关系，我和他交往甚深，对他在南京地域文化的深入挖掘方面自叹弗如，也就索性放弃这方面的努力。他对选题“一鱼六吃”的做法，让我徒增“羡慕、嫉妒、恨”。

李黎是我和《文艺报》的“媒婆”，让我服役近三年，似乎没有给过任何帮助。他或许自感内疚，五个月之前主动发我一篇文章。文章虽短，但霸气十足，提出一个编辑必须具备的五条“军规”，即熟悉书稿、能写文章、阅读成习、长期宣传、加强合作。这些教条有新有旧，但在他笔下我读出了力量。

以上三人，有离开出版还在做与出版有关事情的旧师，有退休的老师，有热火朝天正在大干的“壮师”。三人出版行，必有我师焉。

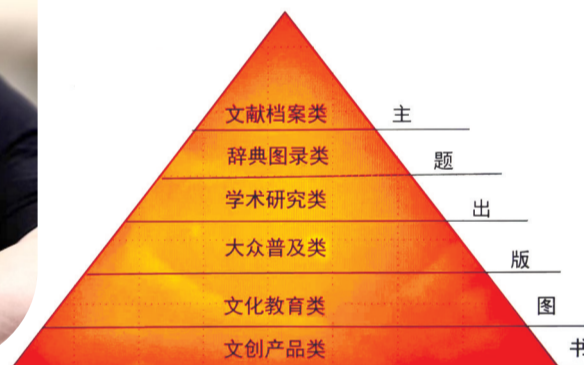
——主持人 徐海

用出版“七度”吃透南京

□卢海鸣



卢海鸣



金字塔形“六位一体+1”的出版体系示意图

我从事出版行业30余年，经历了出版业的繁华，也目睹了重复出版、无序出版、跟风出版和平庸出版的乱象。在担任南京出版社社长12年间，为了有效整合出版资源，实现从数量规模扩张到质量品牌优先的发展模式转变，培养更多出版人才，经过反复探索和实践，我尝试创建了“六位一体+1”的图书出版体系，并在一些出版社推广，收到了良好的反响。

所谓“六位一体+1”图书出版体系，由文献档案、辞典图录、学术研究专著、大众普及读物、文化教育图书和文创产品，以及活跃在这六个层次中的“主题图书”构成，形成一个自上而下、由深及浅、互相支撑的图书产品生态系统，以适应不同层次、不同年龄、不同性别、不同爱好的读者需求。这一出版体系宛若一座金字塔。在该体系中，每一个层次既相互独立，又互为补充，缺一不可。其中，“文献档案”要有浓度，“辞典图录”要有厚度，“学术研究专著”要有深度，“大众普及读物”要有广度，“文化教育图书”（尤其是乡土教材）要有黏度，“文创产品”要有温度。在这一出版体系中，富有鲜活度（时代感）的“主题图书”显得格外引人注目。

1.“文献档案”有浓度
在“六位一体+1”的出版体系中，“文献档案”处在金字塔的顶端。这个层次的图书，立足原典和原著，涵盖方志、文献、史料、档案各门类，以及自然科学、哲学社会科学各领域，为其他五个层次提供最原汁原味的、富有浓度的文本，同时也决定了其他五个层次的发展规模、质量和水平。

文献档案的挖掘、整理，是弘扬中国特色社会主义文化的基础，需要我们对丰富的城市文化资源进行系统梳理，在摸清家底后，才能循序渐进地推出相应的作品。以南京出版社为例，截至2025年9月，该社先后出版了《金陵全书》354册、“南京稀见文献丛刊”88种134册，还推出了《中山陵档案》《中国战区受降档案》《世界记忆名录：南京大屠杀档案》《南京长江大桥档案》《南京保卫战档案》《南

京城墙档案》《南京近代教育档案》《江水泥泥厂档案》《南京云锦及丝织业档案》《长江档案》《渡江史料丛刊》，在此基础上还将推出一批从未问世的文献档案。

2.“辞典图录”有厚度
“辞典图录”处在该体系的第二层，要做出厚度。这个“厚度”不仅仅指的是体量上的厚重，更重要的是内容上的厚实、准确，具有权威性。

围绕南京的文化亮点，我们邀请一流的专家学者编写出版了一批具有学术厚度的精品力作，如《中国革命纪念馆概览》《南京大屠杀辞典》《中国共产党南京历史辞典》《中国丝绸图典》《南京地名大全》等。在此基础上，还将推出《雨花英烈辞典》《全南京诗》《全南京词》《南京名人辞典》《南京名著辞典》等。

3.“学术研究专著”有深度
“学术研究专著”处在第三层，要做出深度，代表当代我国学术界最高学术研究水准。这其中丛书主编和作者是关键。

我们立足南京，放眼全国，按照近期、中期和长期三个时段，制订了相应的出版规划，组织国内外的专家学者，撰写出版了一批富有思想底蕴和人文传统的作品，如“六朝文化丛书”“明朝文化研究丛书”“十朝古都文化丛书”“侵华日军暴行史研究丛书”，以及《南京通史》《南京大屠杀史》《南京城墙志》《中山陵志》《钟山志》《雨花台烈士陵园志》《南京学研究》《南京行政区划史》《中国近代建筑的奠基人：吕彦直研究》，还将推出《秦淮河新志》《南京长江志》《南京全史》等。

4.“大众普及读物”有广度
“大众普及读物”处在第四层，要符合大众的需求。

我们既要“在普及的基础上提高”，更要“在提高的指导下普及”，多出适宜大众阅读的读物，如“中国国家文化公园”丛书、“中国工业遗产故事”丛书、“抵御外侮：中华英雄传奇”丛书、“大运河人物故事丛书”、“品读南京”丛书、“南京地标”丛书、“南京印象”丛书，以及《南京：世界文学之都》《南京简史》《南京历史

文化干部读物》《南京诗歌地图》等。

5.“文化教育图书”有黏度
“文化教育类图书”尤其是“乡土教材”，处在该体系的第五层，要做到学生爱读、教师爱用、家长爱看。

这一层次针对的是幼儿园的孩子、中小学生。我们围绕立德树人的根本任务，遵循幼儿园孩子和学生的认知规律和教育教学规律，以幼儿、小学、中学乡土教材出版为重点，采用绘本、童谣、儿歌、动画等形式，编写出版了立意高远而又接地气的系列乡土教材，如国家和省市重点项目《南京大屠杀国家公祭读本》（小学版、初中版、高中版）、《璞石成玉的秘密——孩子们心中的社会主义核心价值观》《问道——中学生心中的社会主义核心价值观》以及《南京童谣》《我们的节日》《字说字画》等，陆续走进了中小学课堂。

6.“文创产品”有温度
“文创产品”处在金字塔出版体系的最底层，未来的发展空间最大，必须做出温度。

一件件文创产品让中华优秀传统文化活起来。读者一见倾心，乐于购买，带回家中，时刻受到熏陶。例如，已经面世的《南京成语故事》书·茶组合、“《南京传世名著》书·茶套装”，和“南京旧影·老地图”系列、《南京传世名著》笔记本等，以及以中山陵、雨花台、明孝陵等景点和一些重点展览为题材的手绘地图、导览手册、笔记本、明信片、文件夹、台历等，与相关图书配套出售或零售，都是成功的案例。

7.“主题图书”有鲜活度
“主题图书”形式多样，是这一出版体系中最活跃的因子。我们要善于抓住每年的重大主题和重要时间节点，超前谋划，做出准确判断，敢于做“期货”，从而推出既接地气又独领风骚的富有“鲜活度”的作品。

就南京地区而言，雨花英烈、梅园风范、渡江战役，以及长江文化、“大运河文化带”建设、中外文明交流互鉴等题材，均是主题出版的重点。该社出版的《世界记忆名录：南京大屠杀档案》《人民必胜——渡江战役史前档案》《渡江战役口述史》《南京长江大桥口述史》《南京红色印记》，以及“南京不会忘记”丛书、“大运河人物故事”丛书、“长江国家文化公园100问”等，渗透到“六位一体”空间的每一个角落，适应了不同层级读者的需求。

“六位一体+1”的出版体系与其说是我个人的理论探索，不如说是一种实际操作方法。“授人以鱼，不如授人以渔”。在新形势下，对于出版界同仁来说，如果能够用好“六位一体+1”出版体系，就可以弯道超车，避免图书出版乱象，持续不断地策划出具有高水准、传承历史文化、彰显当代风采、适宜国际传播的作品。

（作者系南京出版社原社长）

图书编辑的「五步走」

□李黎



李黎

乐、追剧、玩游戏，长期如此，然后期待自己编辑的纸质图书能够获大奖、畅销，可能吗？

阅读就是和行业同频，处在一个和行业隔绝的状态里，还想着把本行业的事情做好，这是悖论。如果编辑都放弃了系统的、相对集中于一个专业领域的阅读，那么我们又为什么要出版一本本图书？编辑和阅读几乎是同一个概念，优秀的编辑、出版人，无一不是阅读推广人。

第四，长期宣传。很多年前，一本书下厂，编辑的工作就基本完成。但最近行业的变化大家都很清楚，一本书的完成绝对不是出厂签样，而是一个完整的流程。反过来说，目前大量的图书，包括我们看到的和我们自己做的，严格意义上说并没有完成出版的整个流程。

一本书的宣传计划，主要在编辑这里，发行、宣传等环节的参与者可以催促，可以代替编辑做一些事，但图书的后续工作应该主要由编辑掌控。编辑需要对一本书出版后半年、一年和更久的走向负责，任何人都不能取代。

第五，强化各个环节各部门的合作。有人不愿意和别的部门沟通交流，情绪都可以理解，但站在更高的高度来看，任何人的工作都只是一个环节，如果缺少了前后环节，这个环节也就不存在。没有编辑部就不会存在发行部，没有总编办就不存在编辑部，没有发行部就不存在出版科，大家可以随意组合。因为别人存在，“我”才存在。

在工作中，最起码的一点就是和前后左右多家沟通，任何一本书、一个活动，只要希望它有品质有影响力，都不可能由谁单独完成。如果不能和其他部门分工协作，基本上意味着你的工作本身存在巨大的疑问。现代社会的一个关键词就是分工合作，我们不能一边在社会上工作，一边用反社会的方式开展工作。

这五个方面都是最基本的常识。了解这五个方面并身体力行地努力，我们的工作才会更长久，才能更好地面对这个时代剧烈的变化。（作者系江苏凤凰文艺出版社副总编辑）

每年谈出版我们都会说和以往不同，今年也不例外。今年主要是出现了两个方面的情况，一是图书市场的持续下滑，一是人工智能的爆发和全民狂欢。此时此刻，为什么还需要图书？怎样才能做好图书？

每个人可能都会说图书依然有其他载体不具备的功能和情绪价值；它的整体感和专业性，它的物理形态，都不容易被取消。

2025年，凤凰文艺出版社必然会出现很大的变化，甚至是剧烈变化。历史就是由一个个重要改革节点构成的，其他时间都是平常时间，甚至是潜伏期、静默期。我们要理解这一点，并做好迎接巨变的准备。

以下五个问题如果能彻底解决，我认为就可以不怕任何变革。

第一，把自己做的书多读几遍。一个编辑不可能在对图书内容一无所知、一知半解，或者模模糊糊的情况下，把书做好进而把书卖好。一个编辑对图书内容不够清楚却期待这本书大卖，这在逻辑上完全说不通。

编辑对一本书要烂熟于胸，标志就是无论在什么场合下都能介绍这本书，不管是电梯里遇到领导，只有三十秒来介绍，还是面对客户讲半小时，或者在聚会上和同学朋友闲聊，都要能张口就来。

在熟读的基础上，反复谈论，不断挖掘图书话题，不断进行类比，这是基本要求。

第二，既然是文字工作者，写作不能或缺。编辑未必是作家，但写作这件事应该是编辑的特长。对外，写作可以拉近和作者的关系，增加了解，在热情、客气、夸奖之外，获得对话的资格。对内，如果是一个编辑写出来的文字，无论思路还是文采都低于当前社会的及格线，他编辑的图书会非常好吗？如果我们的论证表、图书简介、征订单、项目和评奖申报材料、三审意见等都写得一塌糊涂、应付了事，凭什么说我们的书是好书？

对编辑来说，写作的首选是书评，表达对图书的判断和情感、对行业的看法。几乎所有的编辑都主动写过书评，但我没有看到哪位编辑写几百上千篇、坚持十年八年，基本上都是写几篇就放弃了，因为这个方法太辛苦、见效太慢。但其实，我们今天看到的很多大红大紫的事物，都是在深厚的积累和海量的工作基础之上诞生的。希望大家能字斟句酌，习惯之后会越来越顺手。

第三，养成阅读的习惯。到目前为止，我们的主产品依然是文字作品、纸质图书，也就是说我们都是文字工作者，那么就需要大量的阅读。很难想象，一位编辑下班之后到第二天上班之前这么长时间，一个字不看，只是刷视频、听音