

■ 有一段时间，在逐利冲动的驱使下，出书的品质大大地下滑了。打开我们的畅销书榜，弥漫着一种享乐主义、利己主义、犬儒主义、活命主义的气息。黄钟毁弃，瓦釜雷鸣，“精明”的商人自我作践，使得人们和社会对出版的崇高印象发生了动摇，人们更多看到的是，出版人在为赚钱而疲于奔命。出版人的社会地位悄然下降了，出版人的尊严在许多场合也默默丧失了。因此，重新塑造正确的出版价值观又成为了我们这个行业不得不面对的重大职业问题。

■ 当然，做好出版工作除了要有正确的出版价值观作为指导外，还需要我们对出版产业的特征和规律有清醒的认识，妥善把握和处理出版产业发展中的各类关系和问题。从产业的角度来观察出版有三个维度：内容、技术和资本。

我的出版观

■ 陈 昕



陈 昕

我常说，我是一个幸运的出版人。这是因为四十年前我有幸在中国近现代出版的发祥地上海投身出版事业并守望至今。上海出版界一百多年形成的传统和作风熏染了我，老一辈出版家的学识、胆略、智慧浸润了我，他们的言传身教鞭策了我。还因为我亲历了改革开放的大时代，参与并见证了中国出版业所发生的巨变和进步。在上海这块出版沃土上，在时代的风云际会中，我慢慢地形成了自己的出版观。

四十年的“三个时代”

我刚参加出版工作那会儿，在上海市出版局组织处任干事，正赶上粉碎“四人帮”后平反冤假错案，接待过不少前来找领导解决遗留问题的老出版家，如赵家璧、胡道静、钱君匋、刘哲民等，听闻过老同志讲述他们醉心出版与文化的感人故事，这使我对出版工作有了最初的崇高感和神圣感。后来因为参与重大出版项目的机缘，亲炙了上海出版界文化界的领导夏征农、王元化、罗竹凤、马飞海、宋原放、巢峰等同志的教诲，他们对出版的虔诚、理解和把握使我对出版的地位、价值和功能有了清醒的认知。此外，我还研读了中国和海外著名出版机构的成长史与杰出编辑的传记，进一步深化了我对出版工作的理解。2008年2月27日，我在首届中国出版政府奖颁奖典礼上的发言是我对出版地位和价值的一次较为完整的表述：

三十年前，1977年，历史给了我一个机遇，我成了一名出版人；从那时起，我选择出版作为我的终身职业。因为在我看来，出版是人类最神圣、最美好的职业，它是人类冲出黑暗和蒙昧的“火把”，出版人就是那一批高举火把的人，他们引领着社会精神生活的走向与品质，直接参与了社会精神生活的建构。还因为，出版是历史长河与时代风云的镜子和明灯，映照了人类精神生活的波澜壮阔，回首观潮，总是心生豪迈和崇敬。

三十年的出版生涯，我深深爱着这份总是藏在幕后辛勤操劳的职业。我把“努力成为一代又一代中国人的文化脊梁”，作为自己一生的使命和追求，一天都不曾动摇或放弃。此次获得中国出版政府奖优秀出版人物奖，我更加感到“文化脊梁”不仅是一份使命，而且是一种生命的价值。

三十年的出版生涯，我领悟到，人类精神价值的评判，一定是坚硬的“岩石”，而不是美丽的“浮云”；做出版就是要追求“潜入历史，化作永恒”，而不仅仅是一时的“激扬血肉”，或“洛阳纸贵”。

“做高擎火把的人”，既是我从事出版工作的追求，也是我对自己做出版的要求。但矢志不移地坚守纯粹的出版理想和追求不是一件很容易的事情。我从事出版工作的四十年，是中国出版业发生巨大变化的四十年。这四十年中，出版业度过了三个时代。前十年是出版的纯真时代，出版人颇为“任性”和“逸放”，不迫求高利润，一门心思为社会的进步和发展多出有价值的好书。其后二十年，出版业进入了管理的时代，在向市场转型的过程中，出版社开始对每本书进行盈亏核算，以是否盈利或者盈利多少来决定一本书是否值得出版。最近十多年出版业开始进入资本的时代，一些出版企业试图把出版业当作一般的商业特别是娱乐业来经营，指望投资能带来丰厚的利润。于是，既往的学术文化追求、出版价值底线漂移了，进步主义的出版意识产生了危机，出版业有沦为大众娱乐业附庸的危险，读书也有可能成为轻浮无根的娱乐节目。

在这样一个巨变的时代，在向市场经济转型的过程中，中国出版业有过迷失，上海也不例外。例如，上世纪八十年代末九十年代初，上海也有两家出版社因为片面

追逐利润出了格调低下的书，受到国家新闻出版行政部门停业整顿的处罚。还有一段时间，在逐利冲动的驱使下，出书的品质大大地下滑了。打开我们的畅销书榜，弥漫着一种享乐主义、利己主义、犬儒主义、活命主义的气息，市场上出现了伪书（没有原版的引进版）、猎奇书（《水浒传》被改名为《105个男人与3个女人的故事》）、跟风书（《十万个为什么》就有1000多个内容雷同抄袭的仿品）。黄钟毁弃，瓦釜雷鸣，“精明”的商人自我作践，使得人们和社会对出版的崇高印象发生了动摇，那些美好的东西似乎烟消云散了，人们更多看到的是，出版人在为赚钱而疲于奔命。出版人的社会地位悄然下降了，出版人的尊严在许多场合也默默丧失了。因此，重新塑造正确的出版价值观又成为了我们这个行业不得不面对的重大职业问题。

重塑出版价值观

那段时间，我经常在各种场合给大家讲现代出版史上两个对我影响至深的案例。一是上世纪三十年代上海出版业的历史地位。上海历代出版人都以曾经是中国出版中心而自豪，但对上海何以成为全国的出版中心却有着不同的解读。我的解读是，上世纪三十年代上海之所以成为全国的出版中心，与上海当时拥有250多家出版社，出版总量占全国三分之二有关；但更重要的是，当时上海的商务印书馆、中华书局、生活书店、开明书店等一批著名出版社秉持启蒙—教育—救国的使命，经过长期的努力，从教科书、工具书、大众知识读物、传统文化、外来文化等方面，以一大批优秀的出版物为那个时代的中国人提供了系统的高质量的文化知识资源，形成了完整的知识生产体系。这才是上海当时成为中国出版中心的根本所在。这一辉煌业绩的取得完全是近代上海出版人坚持正确的出版价值观，自觉努力的结果。当时各家出版单位的主政者和骨干，如商务印书馆的夏瑞芳、张元济、王云五，中华书局的陆费逵、舒新城，开明书店的夏丏尊、叶圣陶，生活书店的邹韬奋、胡愈之，文化生活出版社的巴金，世界书局的沈知方，良友图书公司的伍联德，无不以开明启蒙、培育新人作为其从事出版的价值追求。正是因为他们将出版作为教育国民、塑造社会的大事业，同时辅之以现代资本主义的商业经营手段，把文化与商业作了有机的结合，才促成当时的上海成为中国的出版中心。

二是被誉为现代德意志文化高原的苏尔坎普出版社在战后德国文化建设中不可轻慢的地位和作用。第二次世界大战后，德国被盟军占领并分为两半，全国到处是废墟瓦砾，但更可怕的是人们的思想颓废、空虚，一片昏暗。在德意志民族这样一个极其艰难的历史时刻，以翁泽尔德为社长的苏尔坎普出版社毅然站了出来，倾全社之力着力重建战后联邦德国的思想文化“大厦”，他们在六十年代推出了“彩虹计划”，用赤橙黄绿青蓝紫七种颜色标识出七个系列，试图为战后新一代德国人系统地普及全世界和德国的优秀文化，提升整个德意志民族的思想文化水准。当时，他们这一壮举被认为是德意志民族昏暗的思想上空悬挂了一条绚丽的彩虹。以致多少年后，德国的思想界普遍认为，联邦德国的真正纪元应该是1959年，因为在那一年翁泽尔德主持苏尔坎普出版社开始了战后德意志民族的思想文化复兴之旅。到目前为止，“彩虹计划”已经出版了两千多种图书，其中有不少图书被译成十多种文字，介绍到世界各地，版权收入成为苏尔坎普出版社重要的收入来源，而苏尔坎普出版社也成为当今德国最重要的出版机构之一。苏尔坎普出版社在推出“彩虹计划”的同时，还团结、培养了全德国几乎所有的大师级作家和学者，包括黑塞、阿多诺、布洛赫、普莱斯

纳、霍克海默、哈贝马斯等等无一例外均是苏尔坎普的签约作者。由此可见，正是坚守文化建设的使命，苏尔坎普出版社才奠定了今天他们在德国出版界的地位。

现代出版史上的这两个重要案例突显了在大变动时代，出版人站在时代的潮头，以编辑出版为志业，开启和推动文化建设的抱负和伟绩，成为民族精神之火不灭的象征。它也说明，只有解决了出版价值观上的根本问题，我们才能够摆正与读者形成良性互动；从而努力成为一代又一代中国人的文化脊梁。”我在各种会议上提出这一使命追求是集团的核心价值观，应融入每个员工的血液里，规范到每个员工的行为中，引以为自豪，为之而奋斗。

回望最近几十年中国出版业的历程时，会发现有一些问题和关系会反复出现在出版人的面前，需要我们去回答去解决。记得上世纪八十年代初期，针对出版业出现逐利为上的苗头，邓小平同志就尖锐地讲过要做多出好书的出版家，不做唯利是图的出版商之类的话，向出版界敲响了警钟。八十年代中期，随着出版改革的开展，出版社日益成为自负盈亏的主体，出版界在经济效益与经济效益的关系上也曾众说纷纭，莫衷一是，有过一场讨论。最后，时任国家出版局局长宋木文同志把这一关系概括为四句话：“既要重视社会效益，又要重视经济效益，以社会效益为最高准则；作为自负盈亏的出版社，如果不讲经济效益，也难以实现社会效益；在具体问题的处理上，如果经济效益与社会效益发生矛盾，经济效益要服从社会效益；在总体上，我们要争取做到社会效益与经济效益的统一。”这才统一了出版界的思想。但是，到了2005年出版业进行转企改制以及上市时，片面追求产值、利润而忽视质量的情况一度又十分盛行，似乎经济效益、经济规模成了主宰出版业的唯一力量。这对出版业多出好书造成的冲击是显而易见的。

为什么在社会效益与经济效益关系上的偏差会反复出现，我认为问题出在出版价值观的层面，在于我们不重视出版价值观的研究和教育，没有正确的出版价值观作引导，以至往往离开了出版价值观来讨论具体的发展问题。这里的教训值得记取。

产业的根本是内容

当然，做好出版工作除了要有正确的出版价值观作为指导外，还需要我们对出版产业的特征和规律有清醒的认识，妥善把握和处理出版产业发展中的各类关系和问题。相比出版价值观，这是一个更高层次的问题。过去我们总是习惯

于把这两个不同层次的问题混在一起谈，以致既忽视出版价值观的指导作用，又讲不清楚具体的产业发展问题。

前已述及，在中国，出版业早已不再是单纯的文化部门，它已经同时发展成为一个具有相当规模的产业部门。从产业的角度来观察出版有三个维度：内容、技术和资本，哪一个都不能轻视。

维度一：内容是根本。出版产业从本质上说是内容产业，出版业是通过出售依附在各类载体上的内容来占领市场获得收益的。因此抓好内容创新和内容建设就成了出版产业发展的第一要务。抓内容建设首要的是抓规划。出版是长线性质的，有的图书往往需要几年、十几年，甚至几十年的时间才能完成。因此做好长期出版规划就变得十分重要。一方面，每家出版社从较长一段时间看，他们向读者提供的并不是某一本或某几本书，他们所承担的是向读者提供某一方面或某一学科或某一领域的知识体系；就一个大的出版集团而言，可能就有一个向全社会全民提供较为全面和完整知识体系的任务了，所以，长期规划还有个结构和布局的问题。长期规划对一家出版企业的发展极为重要。

八十年代初中期，巢峰同志与上海辞书出版社制定了二十年的工具书出版规划，选题几乎涵盖了社会科学所有领域，这些项目的完成使上海辞书出版社成为了中国当之无愧的工具书特别是专科工具书的重镇，这个地位是其他出版社很难撼动的。上海世纪出版集团成立后，我们先后抓了四个“五年出版规划”和一个“十年长远出版规划”的建设，规划出大众出版、工具书出版、古籍出版、高等教育、基础教育、专业出版六条产品线，完成了基本学科的结构布局，这也是上海世纪出版集团能长期雄踞全国出版业前列的重要原因。

其次还要抓选题和项目，这是因为规划还得落实到具体的选题和项目上。好的出版人要紧紧抓住重大选题和项目不放，近现代出版史上这样的事例不胜枚举。远的不用说，就说一下陈翰伯同志。陈翰伯同志是抓规划和重大项目的高手。上世纪七十年代初，周恩来总理对恢复出版事业作了批示。陈翰伯同志那时刚刚被“解放”，担任国家出版局的领导成员，但处境依然十分困难，被造反派认定是“旧势力”的代表。可是他敏锐地抓住周总理批示的机会，顶住重重压力，和陈原同志一起规划了一项规模宏大的基础工程，就是后来周总理在病榻上批准的《现代汉语词典》和《现代汉语词典》等。后来经过全国出版界和学术界十多年的努力，这些词典全部出齐，在中国当代出版史上铸起一座丰碑。陈翰伯同志除了主持指导词典编纂全局性的工作外，更是亲自组织、协调、统筹了从1975年开始由一市五省协作的难度很大的《汉语大词典》的编纂工作，可谓呕心沥血、死而后已。陈翰伯同志抓选题的还有一个做法影响了我一辈子的“文革”结束后，陈翰伯同志担任了国家出版局的副局长，成为了全国出版系统的最高领导，诸事缠

身，忙得不可开交，但对于抓选题、抓重大项目，他是丝毫不放松的。每年都要下到十多家直属出版社抓一次出版选题，检查重大项目完成情况。因为他深知，离开了一个个具体的选题和项目，内容建设就成了空中楼阁。上海世纪出版集团成立后，我也是每年要到集团所属的20多家出版单位一到两次，对年度选题计划的编制和重大项目完成情况逐一“过堂”，抓住不放。长年抓选题的结果当然是硕果累累，这些年我们赢得国家重大奖项方面一直走在全国前列，列入全国重大出版规划的项目数量也长期居于全国首位。

内容建设最终要落实到出版物的质量上。质量是出版物的生命，搞好出版工作必须坚持质量第一。“文章千古事，得失寸心知”，宋木文同志说过，出版工作者不能忘记鲁迅先生在《写在坟后面》里的一段话：“还记得三四年以前，有一个学生来买我的书，从衣袋里掏出钱来放在我手里，那钱上还带着体温。这体温便烙印了我的心，至今要写文字时，还常使我怕毒害了青年的生命，迟疑不敢下笔。”他提醒出版人，在编辑出版时，“别忘了自己的责任，别耽误了青年。对精神产品的生产，宁可少些，但要好些”。他还指出，在数量与质量的关系上需要妥善处理，说到：“我们强调要有一定的数量，因为好的质量是从一定的数量中产生的；但数量与质量之间有一定的平衡关系，增速过快，就会失衡，难以保持总体质量水平。”前几年在盲目追求经济规模的驱动下，我们在图书出版的数量上呈现跨越式增长的势头，很快年出版总量突破40万种，成为世界第一出版大国，但导致的却是总体质量下滑的后果。我曾参观过一家出版集团的图书精品陈列室，发现一位译者竟然在一年多的时间里翻译了英法德意四种文字的二十多种社会科学名著，真是难以想象。显然，以这样的速度翻译出版的图书大多是剪刀加浆糊、拼凑抄写出来的。这种粗制滥造的现象并不是个别的，可见问题的严重性。当然，这种现象很快就引起业内人士的担忧，反对之声四起，国家出版行政管理部门对此也有反思。2014年，国家新闻出版广电总局在全国范围开展了提高图书出版质量的活动，并把这一年定为出版质量年。

内容质量的要求是多方面的，包括思想政治质量、学术文化质量和编辑印制质量，哪一方面都不能偏废。出版人担负的就是一个质量把关人的角色。互联网兴起之后，人们可以自由地在网络平台上发布自己的作品，出现了“自出版”这一新的出版形式，以至一度有出版业将快速“去中介化”（去编辑化）的残酷预言。但后来的发展证明，面对互联网上海量的信息和内容，人们更需要依赖专业的编辑出版人员对其进行选择和把关。

我们的社会已经逐步数字化、网络化和信息化了。在这个新的社会中，内容建设和内容创新对出版而言变得比以往更加重要，这是因为数字化、网络化和信息化将一些原来互不相干的部门和行业之间的藩篱彻底拆除，使出版的跨界运营有了可能，但这里的前提是要“旧势力”的代表。可是他敏锐地抓住周总理批示的机会，顶住重重压力，和陈原同志一起规划了一项规模宏大的基础工程，就是后来周总理在病榻上批准的《现代汉语词典》和《现代汉语词典》等。后来经过全国出版界和学术界十多年的努力，这些词典全部出齐，在中国当代出版史上铸起一座丰碑。陈翰伯同志除了主持指导词典编纂全局性的工作外，更是亲自组织、协调、统筹了从1975年开始由一市五省协作的难度很大的《汉语大词典》的编纂工作，可谓呕心沥血、死而后已。陈翰伯同志抓选题的还有一个做法影响了我一辈子的“文革”结束后，陈翰伯同志担任了国家出版局的副局长，成为了全国出版系统的最高领导，诸事缠

身，忙得不可开交，但对于抓选题、抓重大项目，他是丝毫不放松的。每年都要下到十多家直属出版社抓一次出版选题，检查重大项目完成情况。因为他深知，离开了一个个具体的选题和项目，内容建设就成了空中楼阁。上海世纪出版集团成立后，我也是每年要到集团所属的20多家出版单位一到两次，对年度选题计划的编制和重大项目完成情况逐一“过堂”，抓住不放。长年抓选题的结果当然是硕果累累，这些年我们赢得国家重大奖项方面一直走在全国前列，列入全国重大出版规划的项目数量也长期居于全国首位。

内容建设最终要落实到出版物的质量上。质量是出版物的生命，搞好出版工作必须坚持质量第一。“文章千古事，得失寸心知”，宋木文同志说过，出版工作者不能忘记鲁迅先生在《写在坟后面》里的一段话：“还记得三四年以前，有一个学生来买我的书，从衣袋里掏出钱来放在我手里，那钱上还带着体温。这体温便烙印了我的心，至今要写文字时，还常使我怕毒害了青年的生命，迟疑不敢下笔。”他提醒出版人，在编辑出版时，“别忘了自己的责任，别耽误了青年。对精神产品的生产，宁可少些，但要好些”。他还指出，在数量与质量的关系上需要妥善处理，说到：“我们强调要有一定的数量，因为好的质量是从一定的数量中产生的；但数量与质量之间有一定的平衡关系，增速过快，就会失衡，难以保持总体质量水平。”前几年在盲目追求经济规模的驱动下，我们在图书出版的数量上呈现跨越式增长的势头，很快年出版总量突破40万种，成为世界第一出版大国，但导致的却是总体质量下滑的后果。我曾参观过一家出版集团的图书精品陈列室，发现一位译者竟然在一年多的时间里翻译了英法德意四种文字的二十多种社会科学名著，真是难以想象。显然，以这样的速度翻译出版的图书大多是剪刀加浆糊、拼凑抄写出来的。这种粗制滥造的现象并不是个别的，可见问题的严重性。当然，这种现象很快就引起业内人士的担忧，反对之声四起，国家出版行政管理部门对此也有反思。2014年，国家新闻出版广电总局在全国范围开展了提高图书出版质量的活动，并把这一年定为出版质量年。

内容质量的要求是多方面的，包括思想政治质量、学术文化质量和编辑印制质量，哪一方面都不能偏废。出版人担负的就是一个质量把关人的角色。互联网兴起之后，人们可以自由地在网络平台上发布自己的作品，出现了“自出版”这一新的出版形式，以至一度有出版业将快速“去中介化”（去编辑化）的残酷预言。但后来的发展证明，面对互联网上海量的信息和内容，人们更需要依赖专业的编辑出版人员对其进行选择和把关。

出版的技术进程

维度二：技术是手段。工业革命以来，经济的持续增长都依赖于不断的技术创新与产业结构的调整，出版产业当然也不例外。现代数字技术进入出版领域的时间，可以追溯到上世纪七十年代，然而真正给出版业带来巨大影响则是进入二十一世纪以后。随着数字技术、信息技术、网络技术、网络技术在出版领域的广泛应用，出版的内容文本全部数字化了，出版社内容管理逐渐建立在信息化的基础上，各项业务开始全面进入互联网领域。例如，各个出版主体都从各自的业务出发，建

立了各种类型的大型数据库和在线平台，开发了以互联网为基础，以计算机、阅读器、手机等为载体的各类数字产品，并通过电子商务进行交易。数字技术带来的传播方式的变化，还改造并创新了人类的学习内容和方式，出现了在线学习、广域学习、主题学习、先锋学习、自组织学习、多媒体刺激、学习的循环加速机制（瞬间反馈、即时评估、快速纠错与提升）、最大限度地满足个性化需求（按需定制、一对一指导）、趣味化学习、娱乐化学习，等等。与此同时，围绕着人们学习和阅读方式的改变，出版人根据不同的出版类型和需求，利用数字网络技术，在大众、教育、专业三大出版领域建立起数字出版的商业模式及盈利模式。如今，在发达国家，在专业出版领域，数字出版已经基本替代了纸质出版；在教育出版领域纸质产品与数字产品在销售上已捆绑在一起，难分你我；在大众出版领域，电子书已占到全部图书销售的二成至三成。

建立在现代数字技术、信息技术、网络技术上的数字出版，是自五百年前古登堡时代现代印刷术诞生以来出版领域最重要的技术革命，它给整个人类社会尤其是科学领域带来的变化，现在我们已经完全预料。2014年，时任国家新闻出版广电总局副局长的郭书林同志在一次报告中曾举里德·阿尔思维尔出版集团的实践来说明大数据的运用对科学发展所带来的进步。他说到：“里德·阿尔思维尔公司利用自有的1100多万篇全文科研文献，来自全球5000家专业出版社的5300多二次文献（文摘和引文）、6000多个国际学术会议产生的会议论文和被引信息、2400多万条专利信息和，以及OECD等国际组织的海量信息，通过专业大数据技术HPC（高性能集群计算），2013年曾被英国 BIS (Department of Business, Innovation and Skills) 作了英国科研竞争力国际比较和模糊、拼凑抄写出来的。这种粗制滥造的现象并不是个别的，可见问题的严重性。当然，这种现象很快就引起业内人士的担忧，反对之声四起，国家出版行政管理部门对此也有反思。2014年，国家新闻出版广电总局在全国范围开展了提高图书出版质量的活动，并把这一年定为出版质量年。

令人遗憾的是，对于技术进步的重要性，我们相当多的出版人还是重视不够，理解不足，以至最近几年当标准电子书在大众出版领域始终徘徊在二至三成之间，甚至有所滑落，而纸质业绩还不错时，有些同志又开始忽视甚至排斥从传统出版向数字出版的转型。其实，数字产品谋变的工具很多，其后，人们可以自由地在网络平台上发布自己的作品，出现了“自出版”这一新的出版形式，以至一度有出版业将快速“去中介化”（去编辑化）的残酷预言。但后来的发展证明，面对互联网上海量的信息和内容，人们更需要依赖专业的编辑出版人员对其进行选择和把关。

我们的社会已经逐步数字化、网络化和信息化了。在这个新的社会中，内容建设和内容创新对出版而言变得比以往更加重要，这是因为数字化、网络化和信息化将一些原来互不相干的部门和行业之间的藩篱彻底拆除，使出版的跨界运营有了可能，但这里的前提是要“旧势力”的代表。可是他敏锐地抓住周总理批示的机会，顶住重重压力，和陈原同志一起规划了一项规模宏大的基础工程，就是后来周总理在病榻上批准的《现代汉语词典》和《现代汉语词典》等。后来经过全国出版界和学术界十多年的努力，这些词典全部出齐，在中国当代出版史上铸起一座丰碑。陈翰伯同志除了主持指导词典编纂全局性的工作外，更是亲自组织、协调、统筹了从1975年开始由一市五省协作的难度很大的《汉语大词典》的编纂工作，可谓呕心沥血、死而后已。陈翰伯同志抓选题的还有一个做法影响了我一辈子的“文革”结束后，陈翰伯同志担任了国家出版局的副局长，成为了全国出版系统的最高领导，诸事缠

身，忙得不可开交，但对于抓选题、抓重大项目，他是丝毫不放松的。每年都要下到十多家直属出版社抓一次出版选题，检查重大项目完成情况。因为他深知，离开了一个个具体的选题和项目，内容建设就成了空中楼阁。上海世纪出版集团成立后，我也是每年要到集团所属的20多家出版单位一到两次，对年度选题计划的编制和重大项目完成情况逐一“过堂”，抓住不放。长年抓选题的结果当然是硕果累累，这些年我们赢得国家重大奖项方面一直走在全国前列，列入全国重大出版规划的项目数量也长期居于全国首位。

内容建设最终要落实到出版物的质量上。质量是出版物的生命，搞好出版工作必须坚持质量第一。“文章千古事，得失寸心知”，宋木文同志说过，出版工作者不能忘记鲁迅先生在《写在坟后面》里的一段话：“还记得三四年以前，有一个学生来买我的书，从衣袋里掏出钱来放在我手里，那钱上还带着体温。这体温便烙印了我的心，至今要写文字时，还常使我怕毒害了青年的生命，迟疑不敢下笔。”他提醒出版人，在编辑出版时，“别忘了自己的责任，别耽误了青年。对精神产品的生产，宁可少些，但要好些”。他还指出，在数量与质量的关系上需要妥善处理，说到：“我们强调要有一定的数量，因为好的质量是从一定的数量中产生的；但数量与质量之间有一定的平衡关系，增速过快，就会失衡，难以保持总体质量水平。”前几年在盲目追求经济规模的驱动下，我们在图书出版的数量上呈现跨越式增长的势头，很快年出版总量突破40万种，成为世界第一出版大国，但导致的却是总体质量下滑的后果。我曾参观过一家出版集团的图书精品陈列室，发现一位译者竟然在一年多的时间里翻译了英法德意四种文字的二十多种社会科学名著，真是难以想象。显然，以这样的速度翻译出版的图书大多是剪刀加浆糊、拼凑抄写出来的。这种粗制滥造的现象并不是个别的，可见问题的严重性。当然，这种现象很快就引起业内人士的担忧，反对之声四起，国家出版行政管理部门对此也有反思。2014年，国家新闻出版广电总局在全国范围开展了提高图书出版质量的活动，并把这一年定为出版质量年。

（下转8版）