



北京印刷学院新闻出版学院主办
新出版人杂志社出版

新出版人

The New Publisher

顾问：聂震宁
主编：陈丹
副主编：邓漪
责任编辑：张紫薇
执行主编：马栋
印刷：北京印刷学院实习工厂
2018年5月10日 总第25期

就业，你准备好了吗？

第六届北京地区新闻出版广播影视行业人才招聘会在校举行



3月31日上午，第六届北京地区新闻出版广播影视行业人才招聘会在北京印刷学院实验楼举办。现场有超过100多家用人单位参会，提供了需求岗位约1000多个。本次招聘会吸引了人民出版社、人民教育出版社和掌阅科技等知名出版社和企业前来招聘。

参加招聘会的同学不仅有面临毕业与就业压力的大四毕业生，也有其他年级的同学们。这些同学抱着了解出版就业行情，加深专业认识的想法来到了招聘会的现场。

求职目标应提前明确

此次参加应聘的同学大部分都有自己心中的目标单位。一位刚从招聘会会场走出来的同学说：“今天就投了十家出版社，都是自己预先准备好的，所以投完简历就直接出来了，非常有效率。”相比较此类对于就业单位明晰的同学，有一部分同学对于出版单位的了解并不多。走在招聘会会场里，相对有名气的出版社展位前排起了长队，然而更多的同学不是在投身面试，而是游离在各展位前，拿着简历却不知所措。



新出版人

微信扫一扫，
行业动态早知晓！

专业是否对口与企业所在地 为求职者首要考虑的问题

专业对口问题是每位即将投入工作的同学的一项焦虑。一位学习信息工程的同学想要从事出版行业，原因是这位同学的家乡在浙江，而恰好目标单位也在浙江，解决了就业的便利性问题。即使专业不对口，但是却可以在自己的家乡工作。

大部分同学都谈到了对口的实习经历对于参与工作的重要性：“除了学习专业知识以外，还要洞察行业情况，深入行业前沿。对于职业定位不准确的同学，更重要的是做好职业规划，找准定位。在此基础上参与相关实习，丰富自我就业经历，为正式工作做好充分准备。”

学历与本科专业为第一道门槛

通过采访人民卫生出版社和人民教育出版社的负责人，我们了解到了专业型出版社在策划编辑方面对于专业性要求较高，一般会考虑到相关专业院校进行招聘，另外对学历有较高要求，一般要求在硕士以上。

但是除了策划编辑这类比较核心的工作岗位，发行、营销、印刷等工作岗位对于人才的要求不高，学历在本科以上即可。无论是策划还是发行，出版单位对于人才的需求都是很大的。应聘者是否有扎实的专业知识和踏实的工作态度

是招聘方首先考虑的因素。

人民教育出版社的招聘负责人杨凯分享了参加招聘会的感受：“我看很多同学都非常迷茫，虽然来到了招聘会的现场，但似乎对行业行情并不了解。哪些出版社业绩显著、哪些出版社专业突出，大部分同学并不了解，这是错过了多好的机会啊。”显然很多同学仅仅是知道出版社的名字，但是具体出版社的业务、业绩、行业排名并不了解，显然这样缺乏准备的面试对自己是不负责任的。

谈到对实习生的技能培训，杨凯说：“我们一直延续师徒制，刚进出版社的新人都有前辈来带，传授实践经验，等到新人可以独当一面的时候就可以独立完成任务。”

“你至少要花一周的时间去学习设计你的简历，让招聘单位在这么多的简历中，一眼相中你的。”杨凯还表示，现在大学生的专业水准要更专，更精，更高。大三大四的时候应该多参加一些实习工作，了解现在用人单位的实际需求和市场需求。

记者：李宇琦 刘杨 马栋
编辑：李宇琦
视频：韩玉洁 宗美琳
于小莹

扫描二维码
观看精彩采访视频



明晰市场需求，找对实习方向

访人民教育出版社校友杨凯

3月31日上午，第六届北京地区新闻出版广播影视行业人才招聘会在北京新刷学院的实验楼举办。会后，负责本次人民教育出版社招聘的北印校友杨凯接受了新出版人杂志社记者的采访。



今天单位来面试大概八十人，投简历的有六十人左右。我觉得下一步可以深入关注的大概有二十人。今年我社预计在全国高校招聘八人，希望在北京这次招聘会上选拔三到四人。

学生其实差不多，但首先我们要看简历是否用心做。工作包括很多方面，而简历实际上就是一个很好的展示自己的机会。如果你没有用心做，只是随意应付，（那我认为这样是不行的）可以说，你大学四年，没有比简历再重要的一份文件了。可能你写毕业论文，需要画很长时间。那你究竟会花多久做简历呢？在我看来，如果说你没有用一周的时间去分析、比较、学习制作简历的方法，不能抓住特长去撰写简历，那你的面试就是失败的。原因是这样的，例如我今天这六十份简历，一位招聘方可能只会看不到十秒，那你如何保证自己（的简历）能够脱颖而出呢？因此在我看来首先你应该用心制作简历，突出自己的特点。

今天面试结果如何？

人民教育出版社挑选简历的标准是什么呢？

这次招聘有出现让人印象深刻的应聘者吗？

我觉得我们每个人在负责招聘时，脑子里都有对相应岗位的需求，实际上这些需求已经体现出来了。举一个例子，我这次在其他学校遇见一名应聘者，一看就像是我们要招的出版校对，他话不多，然后眼神很清澈，甚至有一点木讷，可能这就是我们想象中的校对的样子。因为我就会想象我们这个岗位，最擅长（适合）的人是什么样的，他就是这样的，所以我觉得他（给我的印象比较深刻）。而且他又是中国政法大学的，这些方面我们觉得他又做了这方面的专业的工作。比如说你们学生在毕业之前，大三大四很多时候要去实习，要去你了解你想面试的一个单位和这种工作。比如说，出版社里边，如果你要想找这个出版社的单位，你要了解现在出版社的行业是什么样子的，每个出版的需求是什么样子的，甚至你要了解前十名、前三名的出版社究竟是哪些家，这样的话你就不会不知所措。虽然我是咱们学校毕业的，但是我觉得人教社对我影响也比较大。我觉得进入人教社这个平台，视野更开阔了，然后对自己的要求也更高了。我发现我们大部分同学不了解这个情况，他不知道他究竟要找一个什么样的单位。你不知道这个，机会就错过了。

出版社会渴求哪些方面的人才呢？

我们单位招的咱们印刷学院的就是出版、印制、管理，校对也不是我们的优势，校对我们可能更多地偏向于师范类或文科类的校对。我们更多的就是出版印制，包括下一步的数字印刷。

出版校对文学素养有很高的要求吗？

有的，要求很高。但是也有几个学生可以参与我们的面试，也不能说（完全）能够上，要经过考试。因为我们是编写教材的。我们单位跟我同一年去的，工作15年了一个编辑，就因为错了一个字，就辞职了。这就是社会的竞争力，工作的要求，我觉得可能比较简单的一个例子就是你上大学的时候可能你学的课很多，需要的只是60分，但是你工作之后，你只学这一门课，你就是要100分。而且你大学中的大部分专业到工作中基本没有什么作用，因为你学校不可能针对这个一个单位去培养人。

本次招聘对于学历方面有要求吗？

要进我们单位的话都是研究生起步，只是因为我们学校有这个专业，所以我们可能会放松到本科，而且是本科里特别优秀的才可以。

针对本科生的招聘主要是看哪些方面呢？

首先就是任何单位招人都是要看人品的，我们每个来这里招聘的人心里都有一个标准。这个心理层面我就不说了。我觉得需要掌握的技能的话，就是你们尽量大三大四的时候要去实习，要瞄准自己的这种单位，想去的单位。然后了解他们的需求，实习是了解需求的最好的方式，了解完了之后，要专门的去补充，你要说对印刷学院的期待是什么，直白一点说，要更饥渴，对工作要更饥渴，要想一想来到了一个单位，一种职务就是我的猎物，要想猛兽一样扑向猎物而不是在边上犹疑。而且首先你要分清吃什么是猎物，不能把所有的都当成猎物，你要去选择适合自己自己的，在我到人教社将近20年来，每年都是1到2个名额，今年是因为我们的市场扩大了，教材统编了。

对北京印刷学院学生有这样的期待呢？

今年我们人教社需要更多的学生，出版印制就提供了5个岗位，因为我们的市场扩大，教材统编了，而往年只需要1-2个，这对于学生而言是一个特别好的机遇。近来我走访了许多印刷企业，我认为我们做印刷的，尤其是从学校出来的人，需要有尊严。起码从我了解的教材和图书印刷，我们要知道我们做的不是工艺，而是文化，传承和传播的是中国文明。

现在许多知识都以数字的形式展现，对相关方面的专业教育有什么建议？

我做了印制管理二十多年，做了五年数字出版，从教材教辅领域来看，通过屏幕学习的东西是很难记忆的，这是人的生理特点决定的。数字行业对于别的学校来说，是直接进入数字领域去学习和应用，但从印刷学院做数字领域，从我个人观点来看不一定要从这里走，应该是从媒体融合角度来进入。因为如果从纯屏幕文字来讲，印刷院没有什么特别大的优势，而且我觉得对于现在同时代的孩子们来对比，美国发达不发达？美国的高校都是数字的，但是中小学是没有的；韩国说2015年向全国普及，但他向全国推广也没有推开，包括在中国，也是纸质为主。对于咱们学校学生的发展，更多考虑从纸质向数字的转化，就这种需求的牵引与融合，也就是一直在讲的媒体融合，我们应该从这个角度出发，而不是简单说“我们也做数字”。

记者：李宇琦 刘杨 马栋

立足数据，把握细分市场

李炜授课：捕捉需求，做好选题

4月19日上午，中南博集天卷文化传媒有限公司少儿图书编辑中心总监李炜来到新闻出版学院为16级编辑出版专业的同学做专业讲座，讲座的主题是“选题策划的实践：什么是好选题”。

李炜老师从数据和案例两个方面向同学们介绍了国内童书市场的现状以及好选题应有的特质，同时也给将来想从事出版行业的学生提出了一些建议，指明了发展方向。

数据是选题策划的前提和条件

在谈及策划好选题的基本条件时，李炜指出：“选题论证是要靠数据的支撑，在选题策划中，数据分析一定要做得完美。”现在有很多平台都可以获得公开权威的数据：开卷数据、新华书店、亚马逊、纽约时报畅销书榜、当当网等，策划编辑要养成勤看数据的习惯，多看多观察就能找到数据的规律，这样能降低研发产品的风险，还能帮助编辑建立自己的数据库。

李炜以开卷数据提供的资料举例：从童书市场码洋来看，少儿文学、少儿科普百科、卡通/漫画/绘本等3个细分市场，连年位居少儿图书市场前三甲，市场优势地位不可撼动。但实际上并不是哪个细分市场的码洋占比高，就说明产品好，关键还要看该细分市场的发展潜力。有些细分市场，市场规模连年下降，呈“悬崖效应”。主要原因是进入市场的门槛儿过低，一般化选题过多，形成了“泡沫效应”。除了通过码洋看市场规模，还要看出书的效率值，这个由码洋除以图书种类得来的“效率值”是相对客观的，反映了整体市场的瞬息变化，效率值越高说明该版块与市场贴合得越紧密，反之亦然。

李炜强调：每个人看数据的角度是不一样的，应理性对待每一个（套）产品。不同的产品有不同的研发策略。谨记：市场没有空白点，做出差异化才是取胜之匙。

由点及面，搭建细分板块的矩阵

面对庞大且竞争激烈的童书市场，李炜有一套自己的产品策略——由点及面，全面开花。“真正打造细分市场的板块可以分三步走”，李炜说，“第一步是树立标杆产品，之前我在接力出版社打造传统文化板块时，用《中国汉字听写大会》作为标杆产品。当这个产品销量达到100万册时，我想到了左右护法，要集点成线，于是就策划了《中国成语大会》、于丹老师的作品、易中天老师的作品，用两到三部重量级作品撑住这条传统文化产品线。最后就是将这个板块全面开花，挖掘更多更好的作品，发现好的草根作者，实现影视联动，打造IP产品，这样才能丰富整个产品板块。”

着眼细分市场，把握行业脉搏

为帮助我们更好地理解如何针对不同的细分市场制订产品发展策略，李炜分析讲解了少儿文学、卡通/漫画/绘本、科普童书这三个少儿图书细分市场的发展状况。

李炜认为少儿文学板块一直是少儿图书出版市场中的高地。很多优质资源，包括作家资源、



作品资源、市场资源、营销资源等，都向这个细分市场倾斜。从开卷周榜、月榜的发布情况看，除了这两年脱颖而出的四川少儿出版社出版的“米小圈上学记”系列，绝大多数的作品还是多年前出版的经典少儿文学作品。同时少儿文学出版的集中化程度很高，门槛亦很高，很多出版机构（出版公司），虽然想开拓，但是因为核心的少儿文学作者的核心作品集中在几个大的出版社，因此很难进入这个细分市场。

最近几年卡通/漫画/绘本的市场发展得风生水起，且正在空前地发展壮大当中。但李炜提醒我们需要理智看待这一细分板块，“我们去观察市场，这个板块畅销的书几乎都是引进的。看似国内绘本市场发展得风生水起，但是出版效率值是很低的，我们画的好，但是编故事的能力和国外相比还是有很大的差距”。李炜分析这块市场时说到：“经典卡通形象仍然是这一细分市场中的常青树，有很稳定的销量。随着经典卡通漫画形象市场化程度越来越高，带动了全产业链发展，而仅从出版的角度讲，一家出版机构（文化公司）已经没有运作全版权的运营能力，现在多家授权运营成为趋势”。

科普童书板块同样也是飞速发展，李炜认为科普童书还有很大的发展空间，他指出，一直以来，原创类的少儿科普读物精品少，引进的作品水平参差不齐，这从各种数据、整体的策划思路、产品的内容和形式，以及营销等方面均有体现。同时这方面新书很少，有特色的书很少，原创类的少儿科普读物更少。李炜建议做儿童科普时，要从三个方面思考。一是如何让成人科普作家专门为孩子写作，二是从引进类少儿科普读物中学习好的经验，三是通过特色营销拉动产品效益。对于少儿科普的未来，李炜提到：“在策划选题时，就将产品线布局完整，无论是产品的内容，产品的形式，还是产品的营销，都要在第一时间考虑周全。”对于引进图书，“我们不排除，但我们最终还是要回归到自主研发，做原创类的少

儿科普读物。这对于大家来说，机会是均等的，未来哪家原创类的少儿科普读物做的有想法、有思路、有水平、有独到之处，才是一种实力的体现。同时我们需要静下心来，睁开眼睛看世界，做国际化的少儿科普读物，做属于我们自己的少儿科普读物。走出去在国际市场上秀一秀。”

想要在竞争激烈的童书市场做强做大靠的是一味地跟风或是追求出版效率，而是要学会洞察出版市场，把自己地书做成精品，做出特色。

回归大环境，抓住“国学热”

对于少儿国学经典这一细分市场，李炜认为国学是整个国家的意识形态所推崇的，近年来的教材也加入了大量的文言文，要抓住这个方向。

从数据看少儿国学经典市场，有惊人的稳定性，加之国家和全社会对弘扬传统文化的重视，可以说，此细分市场在未来整个少儿图书出版中必然受到高度关注。目前这类读物，品质良莠不齐，低端劣质的产品，几乎占据了全部市场，被大家熟知的产品，已经是多年前出版的了。如今的市场，急需有系统的、跳脱知识的局限性，又侧重于对精神世界关照的、有启发性和思辨性、打通古今，用现代的眼光去审视国学的精品少儿图书。

在专题讲座中，李炜通过大量的实战案例向同学们介绍了选题策划的方法，特别强调了选题策划中数据的运用，并且深度剖析了现在大热的童书市场。告诉同学们要成为一名好编辑一方面不能好高骛远，要脚踏实地；另外一方面，要有专业主义精神，对自身专业有认同感。鼓励同学们开阔眼界，打好学习基础，做一个有责任感，有情怀的出版人。

编辑：魏志鹏

学校召开新增博士学位授予单位建设规划项目专家论证暨工作推进会

根据国务院学位委员会《博士硕士学位授权审核办法》《国务院学位委员会关于开展2017年博士硕士学位授权审核工作的通知》及《北京市学位委员会关于开展新增博士、硕士学位授予单位建设规划的通知》等文件要求，为全力推进北印新增博士学位授予单位建设规划项

目申报工作，3月21日下午，学校在新实验楼会议室组织召开了新增博士学位授予单位建设规划项目校外专家论证会暨工作推进会。学校党委书记高锦宏，校长罗学科，副校长蒲嘉陵、王关义、田忠利，校长助理张养志出席会议。出席此次论证会的外请专家有中国人民大学原校长

助理、新闻学院院长倪宁教授，清华大学美术学院林华教授，北京工业大学材料科学与工程学院严辉教授。学校各二级学院学科负责人及相关教师代表参加了此次会议。会议由王关义主持。

来源：研究生院

公版书之议：五十年后，何去何从？

公版图书，即公共版权书籍，是指不受著作权法限制的作家、艺术家及其他人士发布的作品，使用不会侵犯作者的版权，也无须再征得作者和继承人的同意并支付版权费用。

根据《伯尔尼公约》，作家去世达到一定时间，其作品不再受著作权法保护，出版发行无需授权。我国著作权法将这一时间限定为50年，即作家去世50年后，其作品进入公共版权领域，也就成为公版书。

按照我国著作权法50年的保护期限，2017年老舍、傅雷、陈梦家、邓拓等名家的作品结束保护期限。而从2018年开始，张恨水、潘光旦、周作人、翦伯赞、吴晗、赵树理等知名作家的作品也将陆续结束保护期。

公版书能否拿来就用？

公版书看上去似乎成了许多人眼里的香饽饽，但近年关于公版书的版权问题却纠纷不断。

2015年9月，中华书局出版的张荫麟《中国史纲》遭中国友谊出版公司模仿抄袭，中华书局提起诉讼并胜诉，侵权方除停止出版、发行涉案图书并登报致歉之外，还赔偿中华书局6万元。该书编辑、中华书局人文图书编辑室副主任

徐卫东说：“虽然是公版书，但我们并不是单纯地把原书拿来翻印，而是加入了编辑的创意，编辑的知识产权也应受到法律的保护。”

2017年3月3日，傅雷著作财产权合法继承人、傅雷次子傅敏等两原告方来到北京海淀区法院，要求被告台海出版社停止侵权、公开致歉并赔偿。事件的起因是台海出版社出版发行了《傅雷家书》。

由于《傅雷家书》不仅仅包含傅雷夫妇的家信，还包含傅聪家信，傅雷夫妇给儿媳弥拉的英文文信的中译本和楼适夷的代序。《傅雷家书》是由这四部分构成的，是不可分割的一个整体。傅雷的著作权进入公版并不意味着《傅雷家书》也进入公版。

可见，由于作品原创元素构成的复杂性，即使是版权进入公共领域，稍不留神也会踩到侵权的雷区。

公版书也有版权之争

在大批名家作品进入公版领域之前，法律界人士就曾经提醒，公版书也并不是随便都能出。首先便是版权的复杂性。而且即便是共有的出版资源，认真负责的出版方和不负责的出版方所出

的书的影响也是截然不同的。

同样的内容，从不同的角度出发的有创意的策划，能够使已有的内容“翻新”，给读者带来不一样的阅读体验。即使是一样的内容也可以做成经典，如国外译本的翻译版本、图书版式的独特装帧设计等等都可以发挥独创性。

人们担心的往往是粗制滥造的公版书重复出版，尤其是对原文内容进行不合理删改增补的版本。而想做好公版书，其深度加工的难度不亚于新书。公版书不该拿来就用，应该从传承文化的角度出发，进行更高眼光的重制。经典重制自然有不小难度，但是不可忽视的机遇。

其实不管是传统出版业还是数字出版业都可以在公版书再翻新方面作出可观的贡献。无论是传统纸媒的经典重制，还是经典数字化给人带来视听盛宴，都是有意义的尝试，都可以在经典普及化方面作出努力。让公版书经典以新的面貌进入大众的视野并为大众欣然接纳，未尝不是一件社会效益与经济效益并行的好事。但对于将面临大量同类型公版书集中的市场的读者来说，提高好坏版本的鉴别能力，也需要时间来培养的。

文：徐文璟

北印毕业生韩雪参与平昌冬奥会新闻报道 出境记者光鲜亮丽的背后是“台下十年功”的不断积累

北京印刷学院2016届编辑出版系毕业生韩雪，第二次以记者的身份参加了奥运会。这一次，韩雪踏出了国门，走进韩国平昌，走进2018年平昌冬季奥运会的第一线，见证了赛场上的许多精彩瞬间。在2018年2月9日到25日之间，韩雪与伙伴们始终坚守在报道前线，为观众们记录下一次又一次历史性的时刻。

此次冬奥会，韩雪以北京中学生通讯社指导教师的身份带着三十余名北京中学生记者前往平昌完成冬奥会后半程的系列采访，并完成了北京青年报体育版的部分采访工作。主要采访了北京冬奥组委运动员委员会主席杨扬，观看奥运赛事进行现场报道，探访冬奥会MPC、IBC、新华社和中央电视台前方工作室、腾讯前方直播间，采访奥运赞助商安踏，并见证“北京8分钟”的启动。

关于2018年平昌冬奥会的亮点，韩雪有自己的看法。首先是新媒体给报道带来的改变。此次平昌冬奥会中，CCTV特别设立了新媒体专区，打破了电视台线性播出的内容局限，观众可以随时看到感兴趣的项目。在视频显示技术方面，央视网通过VR技术则使观众体验到身临其境的感觉。一系列先进的技术手段也迅速拉近了观众与现场比赛之间的距离。其次是无处不在的人工智能，有可爱的白色扫地机器人；有提供瓶装饮用

水得服务机器人。最后是中国之家的文化之旅，中国之家正是承接平昌冬奥与北京冬奥的地方，中国体育代表团来到了中国之家，给自己的照片签上名字；国际友人在中国体育代表团的照片墙前合影留念，在展厅内的书桌前，手握毛笔在朱红色的纸张上书写出“中国福”、对联等具有中国特色的文字，用这样的方式传达着中国文化。



韩雪在平昌冬奥会现场（左）

台上一分钟，台下十年功。韩雪从小热爱传媒，并且抓住一切可以接触传媒的机会。采访名人，获得一手传媒资源，时刻关注传媒动态……许多同龄人所羡慕的工作，韩雪通过自己的努力

都一一得到实现。韩雪说，她从八岁开始学习摄影，九岁在报刊上发表了人生中第一幅作品，成为中国少年报的小记者；十三岁考入北京中学生通讯社成为一名中学生记者；学生时代曾以学生记者的身份采访过史铁生、刘墉、白岩松等社会名人；参与过2008年北京奥运会、2010年上海世博会、中国网球公开赛等大型活动及赛事的报道。

丰富的传媒工作经验，光鲜亮丽的履历并没有成为韩雪骄傲的资本。在大学四年间，每个假期她都会到报社、出版社进行学习实践，讲课堂上所讲的专业知识融入到工作中，打磨自己的工作技能与工作能力。因为韩雪相信，只有不断接触行业、触碰专业才可以成为一名真正专业的编辑记者。现在，她希望通过自己的报道可以让更多学生、家长得到一手的教育信息；让更多学生可以具备时事素养，拥有家国情怀。

编辑：李宇琦 来源：校宣传部

“新闻出版先锋号”第二批红色出版史教育活动启动仪式举行



（图为数字出版党支部在延安革命纪念馆）

4月26日下午，北京印刷学院“新闻出版先锋号”第二批红色出版史学习教育活动启动仪式在康庄校区教学楼404教室举行。

“新闻出版先锋号”红色出版史学习教育活动是由新闻出版学院和马克思主义学院联合主办、由新闻出版学院学生党支部、教师党支部承办的学习教育活动。从2017年3月中旬筹备工作开始已历时近一年之久，学生以“红色出版史”为主线，通过挖掘、整理、编写、传播与代表性红色出版物有关的史料，旨在贯彻落实全国高校思想政治工作会议精神，对广大学生开展党史、国史教育，在参与的过程中受教育。

在2017年秋季学期，新闻出版学院学生曾走进学校图书馆、国家图书馆以及北京有关纪念馆，查阅书面文献资料。在中国知网、中国共产党历史网等网络平台上，查阅电子文献。100余名学生党员和入党积极分子共收集到文献资料621份。在教师党员的指导下，学生按照“刊物简介、出版机构、编辑队伍、刊登名作、红色故事”的体例要求，撰写文稿，共提交了102份近50万字的文字材料。同时，参与的学生还前往红色出版资源丰富的瑞金、延安、上海、西柏坡等地实地参观学习。

编辑：马栋