

<<老猫学出版>>

图书基本信息

书名：<<老猫学出版>>

13位ISBN编号：9787308066914

10位ISBN编号：7308066916

出版时间：2009-7

出版时间：浙江大学出版社

作者：陈颖青

页数：245

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<老猫学出版>>

内容概要

出版的“秘密”，尽在其中。
网络时代的编辑“圣经”！

此刻的时势，出版将是一个整合的概念，编辑必须从头就注入营销的思考，出版必须把经营视为整体，成本、效率、品质、推广、调度、营运、编辑、营销、财务、库存、通路，全部都要熟悉。

这一行最成功的编辑，骨子里都是精明的生意人，只有他们够精明，最后才有办法表现得优雅。

编辑的乐趣在哪里？

乐趣在于“发现”。

发现一个题材、发现一个作者、发现一部作品、发现一个书名、发现一个可以与读者共享的意念，最后，发现你具备能够让读者喜爱你编辑的作品的的能力。

这种乐趣又是作为编辑人永远不变的享受。

作者简介

陈颖青，1963年生，25岁进入出版业，经历多种跨部门工作，包括编辑、业务、营销等。现任台北猫头鹰出版社社长。曾主编“自然珍藏系列”、“猫头鹰书房”及“科幻推进实验室”等书系。主编丛书多次荣获金鼎奖和媒体年度好书奖。

<<老猫学出版>>

书籍目录

第一篇 新手入门

第一章 出版业的秘密

出版字源学

故事、故事、故事

一个人的火车头工业

对出版理想最大的辜负

(美国)大学出版社的商业化

经典是如何炼成的？

为什么新书越来越多？

为什么书会越做越厚？

书为何会绝版？

出版业的矛盾与统一

第二章 给新手的八堂课

如果你想进出版业

创意编辑：我的编辑入门推荐书

出版辞典：前置页

出版辞典：印张

出版辞典：解析度

新手编辑（几乎）一定会犯的错

新手容易误会的事——海报解析度

如何扫描图片？

第二篇 编辑实战现场

第三章 排版是你必须知道的事

编辑可以不知道排版吗？

出版辞典：易读性

读不下去的版面

段落的秘密

中英文排版差别

为什么你必须知道美编如何排版？

为什么美编做的颜色印不出来？

出版辞典：页码

第四章 老师不会教的实战技巧

编辑还有在做编辑吗？

亲爱的“也是无奈小编”

文字工作也能做进度管理吗？

<<老猫学出版>>

为何会出现离谱的错别字及其解决方法
如何让你的出版计划更准确？

DK风格

编辑的决断

编辑效率的秘密

想出书，该怎么对出版社提案？

我所知道的封面设计

我所知道的腰封设计

一本书在达尔文世界

一页20行的秘密

“单页起”的缘由，以及为什么我们不重视

第五章 编辑也要谈钱

书的损益平衡试算

谈钱是编辑的责任

照面积算

预付版税的数学和哲学

第六章 如何做翻译书？

为何坏翻译始终无法绝迹？

改稿改到挂

保证可以找到好译者的发译指南

编辑与译者的关系

编译同盟

译书和跑马拉松

如何找专家解决疑难？

思果的遗产

要不要附原文？

翻译稿费要等书出版以后才能领？

第七章 编辑禅：有些事只能靠领悟，光是知道并无用处

如果你想做编辑

编辑工作到底有何乐趣？

编辑这一行

钓鱼、打猎、种田和经营博客

20年编辑生涯悟一词：对比

一个编辑的成长

如果有理想，你就得准备好付代价

第三篇 出版业的生存竞争

第八章 营销：印书容易卖书难

图书营销的第一课

出版辞典：书名

<<老猫学出版>>

到底要怎样才能定出有力量的书名啊？

社会能量与经典营销
一本书为什么会卖？

如何预测并量化一本书的销售潜力？

最会卖书的人
如何发传单？

“常有人买出国”：有意思的店招
“好书会自动贩卖”时代之消逝
现在谁决定了畅销书榜？

第九章 出版经营

出版社的“钱坑”
小出版社求生指南
出版社还有存在的价值吗？

共同印刷的问题
“城邦”成长的秘密

第十章 数字冲击

还好我是做书的：图书和音乐产业
人类所有知识的集合
电子书生死之谜
电子书的微型化障碍
不可能的电子书商业模式
纸书到底会不会消失？

停止购买实体报纸两月记
出版业是不是夕阳产业？

第四篇 产业视野与国际观察

第十一章 市场、文化、政策
诚品报告和台湾人的“心理史学”
一年出4万种书会不会太多？

分类、分类、分类
决定你读什么书的人
这是自由市场，但也是杀戮战场
“销结”的条件：通路可以避免以势压人
书店的毛利太高？

如何推荐翻译书给出版社？

第十二章 书展：从台北到法兰克福
台北书展往何处去？

<<老猫学出版>>

逛法兰克福书展建议装备

第十三章 世界各国的出版业

美国图书市场有多大？

美国畅销书排行榜分析

（美国）那个卖书的也开始做书了

以爱国之名（美国）

与大国为邻的麻烦

外资称霸的地方（加拿大）

英国出版业所缔造的世界纪录

第一名的代价：翻译书消失（英国）

后记

章节摘录

第一章 出版业的秘密 出版字源学 出版的英文, publish, 这个字出现于14世纪前期, 早期的意义是公开、公布、公之于众。

相关的字源是从public (公众) 来的。

两百年后, 这个字被借用来描述一种人类世界从未出现过的全新行为。

1529年, 这个字第一次被用来指称“印出一本书, 发行到市面上, 卖给一般大众” (to issue a book for sale to the public) 这一连串过程。

出书、卖书的行为, 过去也不是没有, 只是在印刷术诞生之前, 那是手工业。

副本靠手抄, 速度快不了, 那时候的书业大体上跟“公众”无关 (只是书业, 还不是出版业), 只有少数贵族、僧侣、精英阶级才享受得起。

是印刷术解放了这个行业, 并赋予这个行业一个全新的标记。

出版 (publish) 开始跟公众 (public) 绑在一起了。

前阵子我跟一位学界朋友闲聊, 他问起某出版社发行能力如何?

那是台湾最老牌的学术书出版社, 发行能力当然是没问题的。

可是某教授最近给他们出书, “怎么在书店都看不到?”

他问道。

“那没办法, 学术出版社实力雄厚, 但他们的专长是学术发行, 而不是书店发行。”

我说。

朋友没有接话, 可是我听得出他的沉默——出了书, 市面上却看不到, 那还算得上是出书吗?

提起这个事, 意思是要跟前面的字源学做点印证。

中文的“出版”, 虽然在字面上不像英文那样紧紧扣着“公众”的关联。

但在我们的潜意识里, 出书跟公众依然是密不可分的。

这个行业从编辑、印刷到 (公开) 发行, 让大众读者知悉, 是全套的, 缺一个都不行。

从英文的字源学, 结果我们可以追溯到出版这一行的本质来。

真是个有趣的经验。

广义一点解释, 公众不只跟阶级有关 (从贵族阶级下放到庶民大众), 也跟数量有关 (三五个人不能称为公众) 。

所以出版这一行的当代特征, 跟手抄书时代相比, 最值得注意的不是印刷术的采用, 而是跟着印刷术而来的, 即书的公共性格。

因为现代出版的公共性, 这个产业里, 发行的角色比印刷吃重得多, 只有发行才有办法完成你的出版物的公共化 (并且让那个公共化为你带来金钱的收入), 只靠印刷是办不到的。

这样好像又太强调发行?

其实印刷也很重要, 印刷是军备, 发行是野战, 没有军备, 野战不可能成功。

本文只是要说, 发行不是独立于出版的下游单位, 发行是内含在出版里的, 是出版的基本元素, 不是补充或附加。

我们的工作如果只料理到写作、编辑、印刷成书, 都不能算是出版, 必须把发行算进来, 才算数。

.....

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>