

# 《出版人》

## 图书基本信息

书名：《出版人》

13位ISBN编号：9787508662571

出版时间：2016-7

作者：[美]艾伦·布林克利

页数：547

译者：朱向阳,丁昌建

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)

# 《出版人》

## 内容概要

著名历史学家艾伦·布林克利深刻再现了一幅亨利·卢斯——堪称二十世纪最重要出版家——的画像。

作为美国《时代周刊》《财富》和《生活》杂志的创立者，卢斯改变了人名消费新闻和理解世界的方式。

布林克利向我们展示了卢斯是如何在短短的十年之内彻底再造了杂志行业。《生活》杂志的吸引力似乎超越了种族、阶级和性别的差异。

《出版人》一书讲述了一个伟大的美国股市，一个关于功成名就的故事，然而这本书绝没有忽视这些成就背后公众和个人所付出的代价，正是这些付出才成就了传奇。

## 《出版人》

### 作者简介

艾伦·布里克林，哥伦比亚大学美国史教授，著有《抗议的声音》和《未完成的国家：美利坚民族简史》，前者荣获美国国家历史图书奖。他的随笔、文章及评论曾发表在《美国历史评论》《美国历史杂志》《纽约时报》《纽约书评》《泰晤士报文学副刊》《新共和》及其他一些出版物上，现居纽约。

## 书籍目录

### 前言

在不少美国人心中，卢斯仍然是一个令人着迷的人物——尤其是他旗下杂志的内容，影响、吸引，有时甚至激怒了许多人，而这些人却很少见到他的真容。

### 第一章 海外游子

卢斯童年时和他心目中的现代圣人们生活在一起，他的父亲是其中之一，从他们身上，他继承了传教的热忱，并且带着这种热忱走进了世俗世界。

### 第二章 奋斗不息

他制定了一个日程表：什么时候读书，什么时候写信，什么时候参加社交活动，什么时候吃饭，什么时候休息，都一一列明。

### 第三章 大人物

在学校里扬名立万只是一个前奏，卢斯更大的雄心在于——过一种有意义的生活。当他把目光投向耶鲁的时候，他又在计划着发起冲锋，去夺取各种他作为学生可以得到的荣誉和殊荣。

### 第四章 创办“报纸”

为了得到这份工作，卢斯径直走进编辑办公室，声称他需要在一份优秀的报纸学习经验，从而为创办自己的报纸做准备。

### 第五章 “《时代》：每周的新闻杂志”

《时代周刊》认为其主要宗旨在于以简洁、易读和有条有理的方式，为忙碌的人士提供高效而深入的世界新闻报道。

### 第六章 建立帝国

时代公司之所以获得成功，是因为它创新、灵活并自觉地融入现代世界，现代化程度如同它即将入驻的闪闪发光的纽约克莱斯勒大厦一般。

### 第七章 时代在前进

《时代在前进》在很多方面反映了公司的文化：它过于热烈的解说中透露出来的语言风格；广泛而又有点非传统的选题以及可能是最为重要的一点——它的文化与政治态度。

### 第八章 《生活》

哈里与克莱尔开始新生活的时​​间恰逢《生活》杂志创立，这一美国出版史上最流行的杂志。这些重要的历史事件合在一起——一个人，一个专业——改变了卢斯的职业轨迹以及对自己的定位。

### 第九章 环球人物

卢斯不再只是一个成功的编辑和出版人，而成为一个有影响力的环球人物，最重要的，是一个充满想法的人——他认为这些想法对未来很重要。

### 第十章 《时代》参战

人类历史上最可怕的战争，却给时代公司带来了方方面面的好处。其旗下杂志从来没有如此受欢迎过。

### 第十一章 中国的解放

他们只是重申了政府的官方立场：“美国政府方面丝毫没有把中国作为一个失败的事业加以放弃的倾向。”但很显然，几乎所有人都明白，这些声明毫无意义，美国毫无办法去扭转共产党的胜利。

### 第十二章 “冷战”干将

卢斯不再对“冷战”念念不忘，开始把重点放在他所认为的美国巨大成功和美国生活转变上。卢斯开始不再局限于寻求权力，还要寻求幸福。

### 第十三章 国家使命

卢斯开始了一项新的使命——这个使命是他的新乐观主义与过去烦躁情绪的结合。他开始主持一个他称之为“国家使命”的调查项目，他热情而又迫切地接受了这个项目，并为之奉献了余生。

### 第十四章 让他去吧

“美国曾经的任务，同时也是现在的任务，便是要带头打造一个全新的世界秩序。”这些便是卢斯穷其一生想要表达的思想

### 后记

# 《出版人》



1、罗胖解读：终于找到一个机会，向这个人致敬。在我的青年时代，他是万里之外的一座碑。在我创业这两年，他是近在眼前的一道光。这个人叫亨利·卢斯。很多人问我——罗胖，你创业的目标是什么？我通常说，脚踩西瓜皮，滑到哪里是哪里。但是我心里知道——我们穷尽所能，都是试图在21世纪的中国，捕捉一个“亨利·卢斯式的机会”。亨利·卢斯，令他垂名史册的有三样东西：1. 创办了以《时代》周刊、《生活》周刊、《财富》为标志的出版王国。芝加哥大学前校长赫钦斯说“他的杂志的影响力远远超过整个美国的教育制度的总和”。总之，他重塑了媒体的面貌。2. 他成立了“时代公司”。这一公司后来辗转成为当今全球最大的传媒集团“美国在线—时代华纳”。总之，他重塑了内容产业的玩法。3. 他出生在中国，并在中国生活到14岁。中国，是他一生的心灵故乡。他在中国现代史上有非常精彩的侧面出演。总之，他重塑了20世纪的中美关系。不过，推荐这本传记《出版人》，我在意的仅仅是他的其中一个身份——创业者。20世纪20年代的美国，繁荣、浮华。但是创业氛围并不浓厚。那时候，“活着就为改变世界”的人，一般都在当传教士，而不是商人。亨利·卢斯的父亲是传教士，他自己则是个商人。他以一人之力，改变一个产业的格局和灵魂。1923年，创办《时代》周刊；1930年，创办《财富》杂志；1936年，创办《生活》杂志。奇哉怪也。十几年内，他闲庭信步似的，在时政、财经、生活三个领域轻松布局。每七年落子一颗。十几年内，这个市场居然就没有其他人能够稍稍和他抗衡。哪怕是照猫画虎地学上几招呢？他把所有的玩法展示给你看。但是其他人还是学不会他神乎其技的运营方略。他身故之后，有人评价——“他一生都想改变世界，杂志只是副产品。”把一份事业做到这个份儿上，确实值得这句夸赞。转眼都快一百年了。亨利·卢斯式的杂志风格已经传扬到世界各地。他在各个国家的徒子徒孙也都老去凋零。甚至，杂志这个媒体样式也已经日落西山。那，我们还能向亨利·卢斯学点什么？我们的疑问是——亨利·卢斯是怎么把握到那个机会的？而且，他的同行在十几年内，都学不到他的精髓，以至于他可以轻松布局？《出版人》这本书，以亨利·卢斯为样本，为我们推演了抓住“时代级”机会的创业方法论。在这本书里，我看到了三个维度的东西。第一个维度是“技术”。最先运用新技术的人，总会把同行甩开八条街。通常，同行们这个时候还在各种偏见中纠结。这是创业战场上最常见的悲喜剧。不多说了。第二个维度是“人”。商业的真谛不是“竞争”，而是“生长”。在存量中的“竞争”，再聪明都不会诞生伟大的生意。而和时代一起“生长”，则时代本身的伟大性将通过你的生意表达出来。一代有一代之体，是因为一代有一代新人。20世纪20年代的美国，中产阶级正在凝聚成型。一如21世纪初年的中国。他们拥有簇新的生活方式和价值观念，但是需要人勇敢地替他们呼喊出来。丢掉那个庞大的“分母”，不要迎合想象中的“大多数”，只服务于这个时代最新锐、最生机勃勃的人群，这是亨利·卢斯偏执狂似的坚持。做新的事，才可能是大的事。第三个维度是“时间”。时间是在均匀地流逝吗？不，时间是在逐步加快。20世纪20年代的美国，城市化进程已近完成。人们感知世界的周期，再也不是农耕时代的“年”，而变成了工业时代的“周”。亨利·卢斯说，要想影响这一代人的价值观，就要顺应这个时间节奏的变化。以“周”为单位影响他人的精神世界，当然就要办“周刊”。卢斯的新闻哲学：天下有两种新闻，快新闻和慢新闻。《时代》周刊是为“忙人”而办的刊物。比快的慢一些。比慢的又快一些。《时代》周刊成功的秘密，全在这个分寸的拿捏。在罗辑思维两年多的创业过程中，这个全球最著名的出版人，几乎就是我的精神图腾。我知道两件事：第一，上帝在某个瞬间会极其慷慨。把所有这个时代的可能性都呈现出来。你只要洞悉了那个机会本身，就可以布局一个极大的、可持续的体系。第二，上帝在时间长河中非常吝啬。一个机会窗口一旦闭合，就再也不会打开。剩下的创业者，即使性命相搏，也只能去喝一些残羹冷炙。至今还喊着颠覆微信、再造阿里的创业者，就是没弄明白这个浅显的道理——不要眼馋那些已经流逝的，不属于我们这代人的机会。旧机会不再。但是亨利·卢斯对我们这代创业者的启发却醒豁地摆在面前——1. 技术正在飞速进步。2. 时间正在极度地碎片化。3. 中国三亿中产阶级正在崛起。于是，衣、食、住、行每个行业都面临着一个“亨利·卢斯级别”的机会，这是“时代级”的机会。一个人在一生中，能遇上这样的机会，何其幸运。一百年前，亨利·卢斯白手起家，30多岁就实现了一个狂妄的梦想——“赚很多钱。钱多到没意义”。钱多到没有意义的时候，其他的意义就会浮现出来。今天，把我的精神图腾和他的创业传奇《出版人》推荐给你。

# 《出版人》

## 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：[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)