

与时代同行 与人民同心

□四川人民出版社社长 黄立新

四川人民出版社是以出版人文社科类图书为主的综合性地方出版社，我们从大力夯实出版物内容建设、坚持举办阅读推广活动、持续完善读者服务工作3方面着手，为广大读者提供丰富的精神食粮，为社会主义文化强国建设和全民阅读工作贡献力量。

大力夯实内容建设 精品出版物不断涌现

向党的生日献礼，策划推出《入党：40个人的信仰选择》，入选2016年中宣部主题出版重点出版物选题，荣获第七届中华优秀出版物图书提名奖；全面记述进军西藏、和平解放西藏、建设新西藏的军事文学作品《雪域长歌：西藏1949—1960》，入选2014年度“中国好书”；培育和践行社会主义核心价值观与当代中国发展”丛书，入选中宣部迎接党的十九大精品出版选题、2018年度国家出版基金资助项目；解读中华五千年不断裂文明的延续脉络及贯穿其中的“中和”家思想的《不断裂的文明史：对中国国家认同的五千年考古学解读》，获第五届中国出版政府奖提名奖图书……一项项国家级图书荣誉，正是我社10年来持之以恒紧抓内容建设、精品力作不断涌现的见证。

坚持举办阅读推广活动 不断丰富其内涵和形式

我社连续10年向企事业单位、学校等单位捐赠图书；还曾作为四川唯一参与出版单位，参加中国出版协会和西藏自治区版协联合主办的出版行业援藏研讨会暨援藏图书展示会，也是全国捐赠图书码洋最多的10家出版单位之一。我社积极引导全社会参与阅读、热爱阅读，每年发布“业界关注综合好书榜”，营造浓厚的阅读氛围。我社的融合出版项目《欢乐中国节》，入选首届虚拟现实新闻出版创新应用案例·融合出版物类名单。伴随着数字时代



的到来，我社积极策划组织如“雪域新颜 好书为伴”全民数字阅读专题活动，从丰富藏区干部群众精神文化生活目的出发，从尊重藏区实际阅读需求着手，使藏区人民深刻感受到了国家文化惠民政策带来的巨大变化。

持续完善读者服务工作 做好全民阅读“八进”活动

10年来，我社坚持各部门协同配合，从各方面努力做好读者服务工作，积极开展形式多样的读书活动。在各大高校举办阅读主题活动。如在清华大学，举行“灵魂经营”主题演讲暨《灵魂经营：富士胶片的二次创业神话》新书发布会；在上海交通大学，举行“一路奔行——《股是股非》读者见面会”等。在全国各地书店或图书馆举办读者见面会和专题研讨会。如在四川各地举行《富爸爸穷爸爸》20周年修订版新书发布会、《诗词若干首：唐宋明诗人咏四川》赏析会等。走进少数民族地区，如向西藏自治区图书馆捐赠优秀藏语、藏汉双语和汉文出版物及其电子书等。

最是书香能致远。阅读，是中华文明数千年来绵延不绝的基石，是巴蜀大地耕读传家、诗书济世的文脉源头。在党和国家统筹推进全民阅读工作的指导和鼓励下，全川“爱读书、读好书、善读书”的阅读氛围愈加浓厚，四川人民出版社也将为全民阅读工作的持续深化继续作出新的更大的贡献。

强化精品图书出版 推动主题阅读活动

□红旗出版社总编辑 杨凌云

近年来，围绕习近平新时代中国特色社会主义思想 and 党的二十大精神，红旗出版社精心策划组织了系列主题出版，在取得良好社会效益的基础上，更注重精品出版物的传播推广。

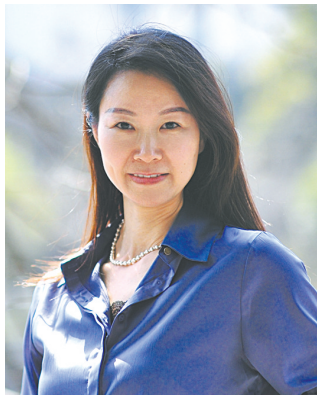
4月19日，红旗出版社与浙江海盐盐山街道北团村共同打造的红旗书屋落成，除展陈红色党建图书外，书屋还邀请知名作家作为“阅读达人”入驻推荐优秀书目，开展一系列主题阅读活动，成为当地党员群众一个温馨的阅读角、红色充电站。

这是红旗出版社自2019年年底落成第一个红旗书屋后，截至目前建成的第125个红旗书屋。依托红旗书屋开展一系列阅读活动，红旗出版社把近年来强化精品图书出版、提升主题出版质量方面的探索和实践效果放大，并进一步在全国展现和推广。

今年1月，由权威党史专家陈晋主编的青少年党史学习丛书“奋斗之路——中国共产党历史简读”由红旗出版社出版。丛书针对不同年龄层的孩子读史需求，从生动的党史故事切入，图文并茂、通俗易懂地展现我党的百年历史和奋斗历程。

配合丛书上市，红旗书屋西北中心策划推出线上红旗读书会，邀请西安交通大学马克思主义学院副院长梁军作指导，制作视频分期推送《奋斗之路》解读文章，从3月10日推出首期视频，至今已播讲30余期，吸引了一大批读者粉丝。

2月24日下午，第35届北京图书订货会活动区迎来一场阅读分



享会，红旗出版社新书“全国党政干部文化自信学习丛书”未上市先受瞩目。

丛书共两辑，囊括讲仁爱、重民本、崇正义、守诚信等中华优秀传统文化精华，由国内权威专家学者阐发解读，从其传统内涵到时代价值和现实意义，着力论述对于当下培育社会主义核心价值观的借鉴意义和精神力量。

该丛书计划于5月下旬在北京首发。

“大家写小书 马恩经典著作新读”丛书（第一辑）是红旗出版社入选中宣部“优秀通俗理论读物出版工程”的精品出版物，2022年继续推出第二辑，先后十几位国内权威大家把经典大作精心著成“小书”，让普通读者也能无门槛地实现畅快阅读。

今年，我们将策划“大家写小书”进高校活动，号召青年读马恩、青年讲经典，以“青年说”的形式在高校巡讲、视频展播、组织评阅，以此再掀一波青年读经典的全民阅读热潮。

丰富内容供给 提升阅读服务

□教育科学出版社社长兼总编辑 郑豪杰

作为教育专业出版社，教育科学出版社多年来以教育出版人和阅读推广人的使命感，主动担当，积极作为，充分运用和挖掘自身优势，不断丰富优质内容供给，不断提升阅读服务能力，为全民阅读深入推进持续助力。

打造教育精品 提升阅读内容质量

近年来，教科社从理论和实践两个方面深入挖掘优质内容，打造教育精品，为教师的精神成长和专业发展提供源源不断的活水源泉。

传播教育新理念、新思想，教科社出版的联合国教科文组织的《学会生存——教育世界的今天和明天》《教育——财富蕴藏其中》等重要教育报告对世界各国的教育都产生了深远影响；“中国教育思想文库”“世界教育思想文库”等均是教育大家名家的经典著作，历久弥新，帮助教师扩展知识视野，建构起自身的思想大厦。教科社围绕课程改革和课堂教学的新趋势，持续开发了课程标准解读、核心素养、深度学习、项目化学习、整本书阅读等方向的选题，帮助教师不断实现专业技能提升。这些图书出版后广受好评，为教科社赢得了市场和读者、口碑和赞誉。



建立长效机制 形成特色阅读活动

教科社高度重视出版传播能力建设，由编辑部门、品牌推广部门等多部门组成工作小组，结合年度重点图书、面向读者群体进行差异化的策划和组织，通过研讨会、专题直播活动等多样化的形式，让精品图书走近读者，激发其进一步学习和阅读的兴趣。

近年来，教科社持续开展各类阅读推广活动，“联合国教科文组织‘教育的未来’报告

做强“三农”出版 服务乡村阅读

□中国农业出版社副社长、副总经理 刘爱芳

阅读，从来就离不开出版。作为一名出版人，亲身经历了新时代十年中国农业出版社扎根“三农”，服务行业产业，策划精品力作，推广乡村阅读，担起“三农”领域知识服务者使命的点点滴滴。

深耕“三农”，提供优质内容。新时代十年来，我们立足主责主业，以社会效益为先，坚持社会效益与经济效益良性互促，深耕农业专业、农业教育、农村读物领域，遴选出版优质内容，年均出版图书3000余种，其中新书超过1300种。一是做强主题出版，围绕粮食安全、脱贫攻坚、乡村振兴、百年农史、农耕文明等策划系列主题出版物，《新中国农业七十年》《产业扶贫故事》《中国共产党百年农史纲要》等一批优质选题入选中宣部主题出版重点出版物选题。每年有大量宣传党的“三农”政策、推广最新农业科技、介绍农民致富经验等主题出版物面市。二是做精专业出版。服务农村改革、“三农”理论、农业科研、农技推广、产业发展、农村生态、乡村治理、农村建设等，出版大量专著、报告、年鉴、年报以及科普读物，仅入选国家出版基金资助项目的出版物10年累计29项201种。三是做优教育出版。中国农业出版社在涉农高等教育、中等职业教育、农民教育培训教材出版方面积累丰、传承久、创新多，年均出版超过330种，涉农教材市场占有率超过50%，10年累计入选国家级规划教材、省部级规划教材超过3600种。在2021年首届全国教材建设奖评选中，优秀教材奖总量列全国前茅。四是做实大众科普。围绕优势领域，立足农民致富、农村变美、市民生活需求，聚焦园艺、宠物、农耕文化普及等领



域，策划出版接地气、有市场的图书，如茶与茶文化系列、小动物系列、民俗系列、少儿农耕系列等。不少品种成为市场畅销书常销书，如策划出版的国内首套农耕主题少儿原创绘本《田野里的自然历史课》由袁隆平院士题写书名，一上市就深受小读者欢迎，目前累计销售超过70万册。

顺势借力引领乡村阅读。相较于城市白领、学生群体、考试群体等，推广乡村阅读既要借力，融入农家书屋、文化三下乡等农村阅读工程和文化活动，也要顺势针对乡村阅读新需求，提升服务手段和质量，精准用力，引领乡村新阅读。农家书屋是出版领域的重要文化惠民工程，中国农业出版社每年都把服务好农家书屋作为全社的一项重点工作，精准策划、精选产品、精心服务，为农家书屋定制大批促进农业生产、加快农村建设、增进农民致富方面的特色图书，年均超过百种。此外，我们还积极参加中宣部、农业农村部和国家乡村振兴局联合主办的“新

倡导全民阅读 共建书香中国

□山西教育出版社副总编辑 薛海斌

出版单位把全民阅读活动进一步引向深入，建设学习型社会，一定要积极做好以下几方面工作：

一、积极倡导阅读新风尚，提高人民群众对全民阅读重要意义的体悟和认识。倡导全民阅读，建设书香中国是国家的一项文化战略。当前，文化在综合国力竞争中的作用和地位越来越重要，开展全民阅读有利于提高我国的综合国力。同时，文化也是一种重要的社会精神力量，对社会的发展具有深刻的影响。开展全民阅读活动，不但能够增强全民族的文化素质，为建设社会主义文化强国、实现中华民族伟大复兴提供强大的精神动力、智力支持和思想保证，而且有利于促进社会发展和加强社会主义思想道德建设。要通过开展全民阅读活动，进一步在全社会形成“爱读书、读好书、善读书”的良好氛围和社会风尚，让人们在阅读中养成自觉阅读的良好习惯，获得科学文化知识，增加知识储备，增强文化自信，提高全民族的文化水平和综合素质。

二、实施重点出版工程和精品出版战略，为全民阅读活动提供更多更好的精神文化产品。面对人民群众日益增长的精神文化需求，出版单位最迫切的任务是打造更多更好的品牌出版物，为全民阅读提供高质量的文化精品。出版单位要坚持把社会效益放在首位，努力实现社会效益和经济效益的统一。事实上，多年的出版实践证明，只有将社会效益和经济效益二者结合得好的产品才是真正的文化精品。人民群众真正需要的好出版物不仅社会效益显著，而且经济效益也不差，对出版单位来说，出版好书就是一



举两得。因此，出版单位要始终坚持正确的出版导向，牢牢把握社会主义先进文化的方向，努力为广大人民群众策划出版内容高尚、积极健康的文化精品。

三、充分利用作者资源主动组织策划阅读推广活动，为全民阅读活动助力。出版单位提供的是文化产品，其核心竞争力是内容，因此出版单位集聚了一大批各行各业的优秀作者队伍。当下，优秀的作者大都自带流量，他们在特定的读者群体中有很大的号召力和影响力，这对于出版单位来说就是一种“资源富矿”。出版单位要积极谋划，充分利用作者的影响力、号召力在校园、书店、社区等企事业单位开展阅读推广活动，不断扩大图书影响力，助力全民阅读活动开展。山西教育出版社于2012年推出了《中学生名家作品典藏版》系列图书，学者王开玲作品多次出现在中考阅读题目中，在教师和学生群体中有很大的影响。该书

中文版发布和研讨”等一系列重要活动，得到了媒体和社会各界的关注，产生了广泛的影响力，带动了教育新理念、新思想的传播；“名家·名师面对面”等一系列专题直播活动，围绕图书内容主题进行知识普及，进一步提升了教科社的品牌影响力。

研发阅读课程 提升阅读服务能力

近年来，教科社培养了一批专业的阅读推广人，发展和培育遍及全国的社外阅读推广伙伴，推动教师阅读活动整体发展，传播全民阅读理念。教科社联合社会公益组织持续开展年度公益教师阅读项目，3年来共计8万人次参与。该活动启动以来，来自全国各地越来越多的书友加入其中，他们在有组织的阅读中逐渐养成阅读的习惯，并积极推广这种阅读模式，迁移到更广泛的学校和组织中，使更多教育工作者受益。

开展全民阅读旨在营造良好的阅读氛围，提升全民文化素质，这需要社会各界的共同努力。教科社将以精品出版、特色阅读活动、共读领读课程为抓手，不断强化阅读内容质量提升，不断创新阅读推广路径和方式方法，为推进全民阅读、建设书香中国不懈努力。

时代乡村阅读季”系列活动。联合中国移动咪咕公司连续3年主办“我爱阅读100天”农民阅读打卡活动，仅2022年就吸引了全国31个省（区、市）、332个市（州、盟）、2506个县（区）级组织及社会各界广泛参与，线上活动累计访问近亿次，超过691万农民群众注册参与了活动。我们还积极通过中国农民丰收节等平台，策划乡村少儿阅读体验活动，2023年，我们将联合腾讯公司、抖音公司、中国人民大学等机构策划推出“影像中的美丽乡村”“乡村振兴优选书单”等服务乡村阅读的新形式、新内容，以我们的担当引导乡村阅读新风尚。

融合发展，练内功强支撑。新时代的十年，也是中国农业出版社强基础、谋长远的十年。一是加快数字化转型升级，以信息化、数字化为手段，变革策划、生产、管理、营销、物流手段，提高出版效率、提升经营效益。二是创新产品形态，大力拓展融合出版，研发“智汇三农”农业专业知识服务平台，二维码融合图书、农业数字教材等新的产品形态，适应了市场变化和用户需求，有力支撑和拓展了“三农”知识服务的边界。三是构建新型市场推广体系，布局新媒体营销，建立新媒体宣传推广矩阵，社、部门和个人层面联动，在各专业领域聚拢、运营私域流量，以短视频、直播、达人代言等方式推广内容和产品，适应了网络化、移动化新需求，打造乡村知识传播新力量。

作为“三农”出版人，我们要锐意进取、踔厉奋发，不断策划、研发、编辑、出版更多优秀作品，更好服务乡村阅读，在民族复兴、强国建设伟业中彰显“三农”出版人的责任担当。

10年来累计发行达50余万册，取得了很大的社会效益和经济效益。

四、大力推动传统出版业向数字出版业转型，进一步满足人民群众高层次、多方面、个性化的阅读需求。随着社会的发展和技术的进步，人民群众对信息和知识的获取方式和途径发生了深刻的变化，同时人们的消费方式和习惯也相应发生了很大的变化，其表现就是利用手机网上购书的人越来越多，利用手机等终端产品阅读电子书、购买网课学习知识的人越来越多。这些新变化和新需求，要求出版单位必须作出相应的调整。推动传统出版向数字出版转型，对出版资源进行二度开发、数字化改造，已成为出版单位应对这种需求新变化的不二选择。为读者提供适销对路的产品、充分满足人民群众的精神文化需求是出版单位的神圣职责，也是出版单位回应市场变化、积极调整产品结构获取最大效益的主动选择。因此，出版单位在选题策划和产品开发之初，就要充分考虑产品的数字化转化方式，充分利用新媒体技术，精心布局、主动作为，切切实实为读者提供物超所值的精神文化产品。2019年，山西教育出版社全新开发出版了教辅产品《高中练习册》，该产品配备了视频讲解，并通过山西教育出版社“问路网”平台供全省高中生免费使用，不仅扩大了该套产品的发行量，而且实现了平台引流，吸收了大量高中生成为平台用户，为出版社其他产品的销售和宣介以及作者队伍建设提供了很大的帮助，对出版社扩大影响和品牌建设作出了有益的尝试，在教育界和出版界产生了很大影响。