



■本期关注：第十七届全国民营书业发展论坛

民营书业高质量发展之路该怎么走

□本报记者 汤广花 文/摄

有变局之源，就有破局之道，变局常变，破局不止。5月5日，由中国新闻出版研究院、湖北省新闻出版局主办的第十七届全国民营书业发展论坛在湖北武汉举办。“民营书业要坚定信心，通过企业自身改革发展，合规经营、转型升级，不断提升发展质量。”“要积极顺应信息传播新趋势，对生产流程、产品形态、服务方式、营销手段等升级迭代，积极向新业态跨界融合。”民营书业作为建设文化强国、出版强国的重要参与力量，在新的市场环境下，该如何继续高质量发展？来自全国各地的300多位民营书业代表、国有出版发行单位负责人及相关领域专家学者共话民营书业高质量发展之路。



第十七届全国民营书业发展论坛活动现场。

应抓住政策红利实行跨界融合转型升级

国家新闻出版署发布的《2021年新闻出版业分析报告》显示，2021年新闻出版行业共有企业法人单位15.1万家，其中，民营书业等企业13万多家，占比87.8%。据了解，近年来，一批民营书业在大众出版、教辅出版、童书出版、学术出版等细分板块，策划了较受市场欢迎的龙头产品，一批民营书业逐步向大文化产业衍生，在投融资领域深入探索，给民营书业发展注入了一剂强心针。

原国家新闻出版总署署长柳斌杰在视频讲话中表示，从市场竞争环境中成长起来的众多民营书业之所以能做大做强，就是它们长期坚持的结果。“国家出台文化数字化和数字产业化的战略性政策，面向所有文化市

场主体，这保证了民营书业数字化产业发展的广阔前景，民营书业应当积极参与到数字化和产业化的进程中。”柳斌杰说，民营书业要在掌握国家相关发展政策的同时，立足长期发展，遇到困难不气馁，注重突出主业，实行跨界融合，继续做大做强产业，为文化强国建设和出版强国建设贡献力量。

中宣部印刷发行局副局长、一级巡视员董伊薇说，要提高政治站位，认识民营书业的重要性；要抓住政策红利，推动民营书业做大做强；要主动拥抱新技术，助力出版行业转型升级。民营书业从一个个小作坊、夫妻档，一步步发展成为新闻出版行业的重要组成部分，除了依托其市场敏感度高，

策划适销对路的图书产品，也离不开政府和主管部门的政策扶持。

中国书刊发行业协会理事长艾立民认为，总体上看，疫情3年，发行企业经受了严峻的考验，虽有生有死，但整体上没有发生塌台式倒退，许多分化领域的企业，通过行业自律、抱团取暖等方式，在行业寒冬中坚持了下来，为行业转型升级提供了重要支撑。图书行业以自己特有的文化魅力和应变能力，在文化消费领域持续保持了自己的发展空间。

“无论是选题策划、印刷发行，民营书业已占到整个出版行业非常重要的地位。”在中国新闻出版研究院院长魏玉山看来，无论是在传统出版发行领域，还是在数字出版领域，

民营书业都是非常重要的力量，在我国的文化建设中发挥了重要作用。民营书业要在强产业、强事业、强对外传播、强内容创新等领域继续发力，共同为出版强国建设贡献力量。

据湖北长江出版传媒集团有限公司党委书记、董事长黄国斌介绍，该集团很早便与民营企业开展合资合作，实现了互利共赢。国有和民营书业各有所长，国有书业有深厚的品牌、资本、人才及政策资源；民营书业机制灵活，促进新技术、新媒体融合发展，在数字阅读、知识服务、IP运营等领域，部分民营书业已经取得了令人瞩目的成绩。他希望双方加强交流，互惠共赢，共创书业高质量发展新局面。

渠道重构全域营销是转型关键

“3年疫情过后，出版行业重整旗鼓，吹响了新的集结号。”艾立民指出，当前推进出版行业高质量发展过程中还存在诸多挑战。在他看来，线上图书发行量大于线下，并占据了绝对优势地位，这一趋势已不可逆转。目前传统发行企业虽然正在加大线上营销的力度，但尚未形成营收的主要来源。加快融合发展的步伐，加强渠道建设，实施全域营销，将成为转型的关键。此外，大数据、私域流量已成为发行企业生产力的核心要素和重要资产。目前很多发行企业虽然已经建立了自己的数据中心，但数据的使用效率还不高。实施科技驱动战略，夯实信息化基础，增强发行企业核心竞争力，迫在眉睫。

艾立民认为，对实体店来说，阅读服务是其生存之本和发展之道。

尽管实体店在全民阅读中已经开始发力开拓阅读市场，但商业模式仍在探索之中，尚未形成双效俱佳的局面。实体店如何发挥自身优势，以大文化视角，全方位、多层次、宽领域地覆盖所有阅读服务领域，打造阅读服务产品，成为公共文化服务重要提供者，还有很长的一段路要走。他希望民营书业继续发挥自身产业活力，借助市场复苏的商机，稳生存、求发展，广泛融入互联网科技带来的新兴价值链，快速提升市场竞争力，为行业的高质量发展作出积极贡献。

韬奋基金会理事长聂震宁在论坛上呼吁，出版人要积极投身全民阅读。他说，出版人才成长必须从全民阅读开始。全民阅读弘扬民族精神，建设书香社会，编辑出版人责

任重大。出版业的发展繁荣是全民阅读必不可少的条件，出版人首先要做好自己的阅读，才可能为全民阅读作出应有贡献。

武汉大学数字出版研究所所长徐丽芳建议，民营书业要向“专精特新”方向发展，特别是在本地化和垂直细分领域发力，通过行业中做深、在细分领域做透，实现企业价值最大化；要通过技术赋能，创新产品与服务形态，结合AR、VR、元宇宙等，打破“虚—实”“人—机”界限，创造文化产品开发无限可能。

大同出版传媒有限公司总经理冀素琛认为，无论是直播带货、短视频的兴起，还是短视频电商的快速发展，这些变化的内核是渠道的重构。渠道重构一方面要适应人们沟通交流的模式，以人的需求、兴趣为驱动；

另一方面，要顺应科技发展带来的变化，以新技术、新平台以及媒体融合发展作为支撑，不断重构内容价值链，以此推动出版行业整体升级。

与会领导嘉宾也纷纷建议，民营书业要抓住政策红利，通过企业自身改革发展、合规经营、转型升级，不断提升发展质量。民营书业应进一步跨代、跨界、跨业，应用技术迭代，推动文化、科技、经济跨界融合，向大文化产业跨越并延伸自身产业链；要积极顺应信息传播移动化、可视化、智能化、场景化、社交化等新趋势，对生产流程、产品形态、服务方式、营销手段等升级迭代，拓展推广渠道，加大流量的运营和直播带货力度，向IP运营、电子竞技、文化旅游、“剧本杀”、教育地产等新业态跨界融合。

走融合发展特色之路

《中国新闻出版广电报》记者从论坛了解到，民营书业高质量发展的路径，目前已有不少民营书业进行探索和实践。

其中，融合发展最受业内关注，民营书业参与者众多。武汉天成贵龙文化传播有限公司通过“教育+提质增效”“文化+技术创新”“出版资源整合”，不仅构建优质精准的多元化内容价值体系，媒介形态也由单一转向多元融合，组建了微课堂矩阵的教学资源，把数字化资源作为纸质图书重要的增值服务和方向，其线上课程点击率达到了3亿多次，每年服务近1000万名学生。

武汉亿童文教股份有限公司近年开发了融合出版平台，推出公益性的在线师资培训平台“亿童幼师网

校”、幼儿家长在线学习平台“亿童学园”及数字资源平台“亿童幼师云”，目前“亿童幼师网校”平台累计服务园长教师150万人，亿童学园服务家长幼儿320万人。

陕西嘉汇汉唐图书发行有限公司正引进资本，采用资本投资和运营的模式，启动融合出版数字产业园项目，计划整合串联产业上游的文化内容、数字场景开发商，中游的深加工数字服务，下游的数字产品发行商、数字硬件提供商、数字图文处理商，打造文化+科技+制造的融合出版产业生态圈和产业集群，预计2024年年底园区可实现交付运行。

此外，不少民营书业立足自身实际，走特色化发展之路。湖北中文在线数字出版有限公司拥有10余万种

电子书，并推出数十款AR、VR产品。近年来，湖北中文在线公司结合自身的数字文化建设经验，积极推进全民阅读工作，推动海量数字资源进农村、进社区、进家庭、进学校、进机关、进企业、进军营、进网络。近期该公司还与“学习强国”学习平台联手，共同打造了全品类、知识性、学习型的数字阅读平台“强国阅读”。

智慧宫国际文化传播集团有限公司则将视角放到海外，自2010年开始将中国文化面向“一带一路”阿拉伯国家传播，布局有阿联酋指南针出版社、埃及东方文化出版社，及阿联酋线下实体店、沙特社下实体店。目前该公司译制出版、版权输出中阿文图书1481种，

影视、动漫作品300部，占到了整个中国面向阿语地区图书出版近九成市场份额。

刚刚在第二届全民阅读大会上获得“年度最美书店”的德芭与彩虹书店，聚焦垂直细分市场，深耕自然博物书店，主要经营自然、博物、科普主题图书及相关文创；“后厂”即研发中心，着重了解圈内信息、行业动态，并开展选题策划、跨界合作、产品交流等。在此基础上，德芭与彩虹书店推出了一系列具有鲜明武汉特色的博物类图书，并常常组织开展形式多样的公益科普文化活动，走出了一条实体店特色发展之路。

湖北民营书业：

扎根沃土 构建产业生态

□本报记者 汤广花

湖北武汉是中国民营书业的重要发祥地之一，民营书业蓬勃发展。湖北省委宣传部副部长黄学龙介绍，近年来，湖北大力加强主题出版、精品出版，深入推进出版供给侧结构性改革，切实加强版权保护和行业治理，积极支持民营书业的繁荣发展，涌现出了一大批优秀的民营书业品牌。在第十七届全国民营书业发展论坛上，湖北多家民营书业与国内同行交流，分享各自的探索和经验，以及对未来发展的思考。

修炼内功 提高产品竞争力

武汉天成贵龙文化传播有限公司成立17年来，以教育类图书的研发与制作为主，业务涵盖发行、线上课程等。据该公司总经理成海蛟介绍，天成贵龙不仅构建优质精准的多元化内容价值体系，还以抖音直播带货等新型营销方式为企业引流，促进发展。近年来天成贵龙业绩稳步增长。“我们要坚守文化底线，践行工匠精神，不断提升自身的专业素养和技术水平，提高产品竞争力和质量。”成海蛟认为，民营书业的发展要坚持政策先行、“纲”、创新营销策略为“要”、底线意识和工匠精神为“魂”，要积极了解、研究对接政策，建立创新机制，激活创新活力，以新技术新方法为抓手，线上线下互动，助力产业升级。

湖北三新文化传媒有限公司副总经理宋相濡也认为，无论何时，面对危机最大的解决方案就是修炼内功，提高自身的核心竞争力。据介绍，湖北三新除以馆配图书、教材、期刊等各类出版物销售为主营业务，其卷藏信息技术、智慧图书系统、全民阅读平台、直播电商、社区团购及图书“七进”等业务也收入颇丰。值得一提的是，该公司于2004年开始举办全国地方版图书博览会，每年在春秋两季各开展一场上下游行业交流盛会，颇具影响力。宋相濡坦言，目前馆配市场面临着人口红利因素在衰减、电商对渠道的拉动趋缓、上游内容创新不足等宏观变化，无论是馆配市场还是想要在馆配市场有所作为的出版商，都应该提高信息化水平，完善人才梯队建设，夯实上下游合作基础，“沉下心来去做更优质更高端的产品，一定会在市场有所回报”。

创建于1999年的海豚传媒股份有限公司，20多年来积极进行产业链布局，在做优做强儿童图书业务的同时，积极探索“内容+技术”“出版+幼教”“文化+商业”的多元发展、融合发展的产业链发展模式，构建了儿童图书、儿童数媒、幼教装备三大儿童教育产业生态。在海豚传媒股份有限公司董事长兼总裁夏顺华看来，企业的价值是创造更多更好的产品，海豚将继续立足中国、心怀儿童、深耕教育，以“培养祖国未来的栋梁”为己任，助力广大儿童健康成长。

技术赋能 推动产业转型升级

武汉市新新传媒集团有限公司业务涵盖图书发行、文创用品、在线教育、幼儿教育、海外版权输出等。近年来，公司以书法图书为核心，打造“墨生态”系统，以用户为中心，推出相关服务。例如，公司围绕用字书写用字帖所打造的“墨点字帖”，软硬笔品种数量近千个，已成为用字帖出版的头部品牌；围绕用户对写字培训和书法培训的需求，打造“墨点课堂”和“小墨同学”两个在线平台，满足广大用户的书法学习需求。新新传媒还深入挖掘练字人群需求，通过墨点在线教育、墨点文具等模块反哺图书营销主业，已逐渐形成相辅相成的生态闭环。在武汉市新新传媒集团有限公司董事长王奎英看来，文化企业的竞争归根到底是思想和理论的竞争，企业文化方略要与消费者文化需求相契合，因此，民营书业要不断加强社会科学理论学习，促进企业快速发展。

聚焦学前教育装备领域的武汉亿童文教股份有限公司，主要通过教育图书、教育装备、文化设计和信息技术类产品的研发和创新，推动学前教育事业发展。在该公司董事长陈先新看来，传统出版与数字出版融合发展是必然趋势。近年来，亿童文教在开发室内游戏装备、户外游戏装备、户外运动装备等学习教育教具装备和相关课程外，陆续开发了融合出版平台、亿童幼师网校、亿童学园、亿童幼师云等数字平台，创新服务广大园长教师、家长幼儿。陈先新表示，未来，亿童文教将继续通过新技术、新理念，奋力开创高质量发展的新局面。

“我们将聚力推动出版产业转型升级，深入实施出版融合发展工程，有效融通各种资源要素，创新出版业态、传播方式和运营模式，推动数字技术赋能出版全链条，推进出版产业数字化和数字出版产业化，不断壮大出版发展的新引擎。”黄学龙表示，湖北将聚力打造新时代出版精品，整合出版机构和民营书业的力量，不断提升内容建设水平和阅读供给能力。与此同时，培育出版业高质量发展沃土，全面贯彻中央和湖北省委关于支持民营书业发展的政策，不断完善产业配套，持续优化营商环境，为民营书业到湖北投资兴业提供优质高效的服务，实现企业发展、产业壮大的双赢。