

观点速览

在“方正之间”赓续中华文脉

“汉字中国——方正之间的中华文明”特展无疑是今年夏秋最火爆的展览之一，甚至成为不少文博爱好者专程奔赴成都的理由。数以十万计的游客来到成都，与本地观众一起排队打卡，掀起了一场汉字文化的热潮。

此次特展能吸引众多观众，在一笔一画之间掀起一场文化热潮，最为根本的还是汉字本身的力量。世界上曾诞生过上千种古文字，但大都消失在历史尘烟中，唯有汉字沿用至今。从距今8000余年的刻符龟甲，到殷墟甲骨、西周金文、秦诏版等文字载体，再到楷书、行书、草书等书体风格，汉字仿佛黄河长江，从源头的涓涓细流，一路汇聚成波澜壮阔的大江大河。观众可以从汉字的演变历程中看到，汉字促进了中国多民族统一国家的形成，维系着多民族的融合发展。我们应该看到，观众喜爱“汉字中国”特展，还在于这个展览满足了他们文化寻根的需求。来自全国各地的珍贵文物穿珠成链，直观呈现出悠久中华文明的“源”与“流”，让观者找到自己的文化归属，有力增强了文化自信。

我们深入品读“汉字中国”特展。是为了面向未来，赓续中华文脉，就是要厘清中华文明的脉络，搞清楚我们从哪里来、到哪里去，承担起在新的起点上继续推动文化繁荣、建设文化强国、建设中华民族现代文明这一新的文化使命，更加自信地奔向未来。（10月12日 《光明日报》 周洪双）

书香社会助力文化强国建设

推进书香社会建设，离不开优质内容供给。改革开放以来，我国出版业实现了快速发展。如今，全国有580余家出版社，年出版图书约50万种。特别是近年来，图书品类结构日益优化、原创精品不断涌现，为人民群众提供了更加丰富、更有营养的精神食粮。

推进书香社会建设，要完善基础设施。加大财政倾斜力度，制定和完善公共图书馆、基层综合性文化服务中心、市民书屋、农家书屋等公共文化服务设施建设标准和资源配置标准，加快促进城乡基本公共文化服务均等化，实现农村、城市社区公共文化服务资源整合和互联互通，以创新管理机制、提升服务效能为重点，提供处处可读、时时可读、人人可读的条件。

推进书香社会建设，要适应数字时代的生活方式。加强数字化阅读基础设施的建设，包括网络、终端设备、电子书库等，提高网络速度和稳定性。同时，拓展和提升电子阅读的品质和内涵，推进更多以经典书目为代表的高质量阅读资源数字化。

推进书香社会建设，要加强对特殊人群的重视，保障他们的阅读权益。例如，可以推进盲人读物出版工程，开发智能听书机等设备方便盲人阅读；重视少数民族文化，挖掘、开发适合少数民族阅读的资源。

建设书香社会需要政府、企业、社会组织 and 团体的共同参与和努力。只有全社会形成共识和支持的氛围，让全民阅读蔚然成风，才能不断提高文明程度、增强文化自信、建设社会主义文化强国，以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴。（10月13日 《经济日报》 姜天驷）

给“知产”撑腰，为创新赋能

只有实施严格知识产权保护，才能营造更好的创新环境，充分激发全民创新活力。否则，创新成果得不到有效保护，创新动力和保障便会出现缺失。通过推动国家知识产权保护示范区建设，广州不断加大知识产权保护力度，将使创新环境和营商环境更加优化，让创新创造的源泉竞相涌流。

在推进国家知识产权保护示范区建设方面，现在各地都在持续发力。综合来看，主要有三方面的着力点。一是在体制机制改革方面，二是在全链条保护方面，三是在保障高质量发展方面。以全链条保护来说，知识产权工作并不限于保护，还包括创造、运用、管理好服务等多个环节，是一项链条式的工作。如果这个链条上有断点、堵点，知识产权对创新发展的支撑力就会不足。接下来，对照目标要求，广州按照全面加强知识产权保护、推动高质量发展的功能定位，将为创新主体营造更有利于减负提效、创新驱动、开放发展的知识产权环境，扎扎实实地推进示范区建设。

建设现代化产业体系是实现高质量发展的关键所在。广州坚持“加快构建以实体经济为支撑的现代化产业体系，坚持产业第一、制造业立市”，目的就是为了在未来发展和国际竞争中赢得战略主动。知识产权作为从科技强到产业强的重要桥梁，能强化企业创新主体作用，推动产业结构优化升级，有效提升经济创新力和竞争力。因此，广州要持续深化知识产权领域“放管服”改革，靠前探索、疏堵破难，盘活用好知识产权资源，着力提升知识产权质量效益，加速释放全社会的创新创造活力，努力实现知识产权强市建设与高质量发展同频共振。（10月13日 《广州日报》 杨博）

大学社如何保持凝聚力和战斗力——“大学出版社落实党的全面领导”调研与思考

吕建生 刘少鹏 史昊婷

党的二十大报告明确将“坚持和加强党的全面领导”作为未来我党前进道路上必须牢牢把握的第一个重大原则，强调要“把党的领导落实到党和国家事业各领域各方面各环节”。大学出版社既承担着“为人民群众提供更加丰富、更加优质的出版产品和服务”的任务，又具体参与“为党育人、为国育才”的工作，还是大学服务社会、展示形象的窗口，并集中服务大学师生，处于意识形态工作的核心地带，责任重大。党的全面领导是保证大学社发展方向、落实意识形态阵地管理和促进企业改革发展的必然要求。

为进一步了解大学社的党建现状，探索大学社落实党的全面领导的具体路径，作为学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育的内容之一，今年5月—8月，北京师范大学出版集团党委通过座谈和问卷相结合的方式，围绕“大学出版社落实党的全面领导”主题，调研了21家大学社。调研对象占大学社总数约五分之一，覆盖了不同地域、特色、规模，具有较强的代表性；调研问题设计以客观题为主、开放性问题为辅，力求客观、准确。经过对调研结果的汇总分析，我们得出以下一系列分析结论和工作建议，摘编如下。

观点1.大学社党员人数占比高，党组织内部架构完善，党务人员配备齐整，落实党的全面领导基础良好，优势突出；基层支部的设置多数按照“业务相近或互补”的原则，利于党业融合的实现

参与本次调研的所有单位党员占比均超过20%，近三成单位党员占比超过50%，可见大学社的党员队伍壮大，在落实党的全面领导方面的突出优势。大学社要用好这一优势，不断提高每个党员的政治觉悟和业务能力，充分发挥党员的先锋模范作用，使其成为大学社保持凝聚力和战斗力的关键保障。

大学社党组织存在党委、党支部、党总支三种情况。在14家党组织为党委或党总支的单位中，关于设置党支部的原则，选择“业务相近或互补的部门设置为一个党支部”的最多，占比近六成；其次是“分管领导相同的部门设置为一个党支部”，占比超三成。这样的设置为党建和业务融合奠定了良好基础，利于党建和业务同谋划、同部署、同落实、同考核。

在参加问卷调查的单位中，党支部均设置了支部书记、组织委员、宣传委员；设支部副书记、纪检委员的比例分别约为四成和九成。可见，大学社党组织内部机构完善，党务人员配备齐整，党建基础扎实。同时，调研发现，大学社兼职党务工作者非常普遍，发挥作用也越来越重要，既承担党务工作，又背负着专职岗位的绩效指标，任务繁重，但仅有不到四成的单

核心阅读

大学社整体上完成了党组织的规范化建设，但少数大学社的相关工作还未完全到位，需尽快完成制度建设和顶层设计，把党的领导融入公司治理的各个环节，将企业党组织内嵌到公司治理结构之中，确保党组织的政治作用得到有效发挥。

位为其设置了补助或津贴，标准为800—4800元/年不等（统一按年折算），经费均由本级企业匹配。为了对兼职党务工作者给予认可和鼓励，建议一方面用好上级经费支持，另一方面通过正规决策程序形成明确的规则，为他们提供适度的补助或津贴，体现价值，形成激励，并结合考核等对其工作进行引导。

观点2.大学社在高校内的归属关系如何设置有待进一步研究，探索与大学社使命和定位更契合的管理方式，理顺管理逻辑，进行顶层设计，避免大学社发展中出现方向性问题，确保坚守文化属性和教育初心

在参加问卷调查的大学社中，七成的单位党组织由学校党委任命、领导、考核，三成的单位党组织由产业党委任命、领导、考核。在与学校相关部门的管理关系方面，在作答的单位中，三分之二归属大学资产经营公司，三分之一归属大学宣传部部门。

不同归属关系和管理方式，反映了高校对所属出版社企业属性和文化属性的定位侧重不同。大学社的文化属性为第一属性，但在实际管理工作中，还有不少高校更侧重其资产属性。这与大学社的使命地位有偏差，也容易造成管理中的具体问题。建议尽快完善大学社党组织的工作法规、领导制度与工作制度，从大学层面理顺三条线的关系：组织上，由大学党委直接领导并任命大学社党组织书记，奠定大学社党组织领导企业的架构基础；资产管理由学校资产经营公司负责，在经营利润的分配上，通过科学测算，确定长期稳定的分配比例，避免大学对所属出版社采取“竭泽而渔”式的利润上缴方式。业务指导上，在意识形态、选题方向等重点方面，由宣传部门、科研部门承担或协助。

观点3.大学社党组织参与企业重大事项研究和把关的要求整体上落实较好，但在一些具体事项上还需进一步夯实

所有参与问卷调查的单位均完成了“制定并落实‘三重一大’实施细则”工作，超过八成的单位完成了“党建相关要求写入公司章程”和“制订和完善党委委

议事规则”工作，但已落实“领导干部双向进入、交叉任职”和“党组织负责人和公司董事长由一人担任”的单位占比为超七成和超六成。

可见，大学社整体上完成了党组织的规范化建设，但少数大学社的相关工作还未完全到位，需尽快完成制度建设和顶层设计，把党的领导融入公司治理的各个环节，将企业党组织内嵌到公司治理结构之中，确保党组织的政治作用得到有效发挥。

观点4.关于如何更好地履行对编辑出版业务方向的把关职责，大学社党组织需根据自身实际探索有效的具体机制和路径

参加访谈的大学社均充分认识到，发挥党组织“把方向、管大局、保落实”作用，最重要的一条是管好出版主业，做好意识形态阵地管控和选题的政治把关，具体可以在以下方面予以加强。

基层支部方面，强化对所覆盖部门把方向、管大局的作用，尤其是编辑业务部门集中的支部要着重在选题论证、质量把关上发挥关键作用。大学社党组织则应该为此提供保障，营造敢管、会管、善管的支部工作理念和氛围。

大学社党组织可重点对选题方向进行引导和把握，引导单位策划符合学科发展、科学进步与时代需求的选题。同时，要发挥好总编辑、总编辑办公会的作用，通过前置研究、交叉任职等方式，确保党组织牢牢把握意识形态工作的主动权。

对于通过大选题以及关于意识形态、舆论宣传等方面的重大问题，应及时提请大学党委进行研究、把关，寻求支持和指导。同时，大学社普遍感受提请上级的审读工作流程较长，建议针对本环节加强研究，在确保把关到位的前提下简化流程、提高效率。

观点5：大学社注重加强党建对业务的引领，但工作方式仍有创新空间，可重点在党组织参与人才择优和绩效考核、加强非党员职工思想工作 and 课题研究引领业务发展方面做文章

调研显示，大学社党支部在人才推荐、评选的工作中普遍发挥了作用，例如

宣贯优政政策和导向、组织候选人的推荐工作、组织对候选人的民主谈话工作等。但是，党支部参与业务和行政管理部门考核的还不多，多半的单位选择“暂无相关政策或机制支持”，仅有约五分之一的单位的党支部“参与且支部评价占一定的得分比例”，其余单位的党支部仅参与考核的组织工作，不参与评价。建议在制度层面将党组织在评价考核工作中的责权进行明确，确定基本的范围、流程，做到有章可循；在落实层面，要注重发挥基层党支部的作用，例如在推优工作中负责酝酿、组织和宣贯工作，在业务和行政部门的绩效考核工作中参与评价并占有一定权重等。

调研显示，大学社普遍高度重视支部在加强非党员职工思想工作中的作用，主要通过“负责所覆盖部门的理论学习、政策宣讲等工作”“参与企业文化建设，通过支部文化墙等形式进行宣传”“通过工会、群团组织传达党的声音”等做法，占比分别为九成、七成、近五成，工作方式相对传统，内容也不够体系化。建议大学社通过搭建学习体系，全面促进思想工作建设。一是加强理论学习与政策学习，及时学习党的声音和相关部門的政策；二是及时学习与跟进行业发展要求和技术发展要求，并带动出版业的上下游共同转型升级；三是不断学习先进文化企业的管理经验，提高管理能力，向管理要效益。

课题研究引领业务发展方面，约五分之一单位党组织开展课题研究的，每年审批的课题数量不定。可见，课题研究的开展还不够普遍，相关工作机制、制度尚未完全形成。建议大学社进一步重视党建课题，在如何更好服务国家发展大局、如何进行融合发展、如何确保合规发展等方面，通过课题形式进行专门研究，引领大家在脚踏实地的时候仰望星空，确定业务发展方向和改革创新方式。

观点6.大学社党组织要将从严治党和企业风险管理相结合，前置防范和后置惩戒相结合，为企业健康发展保驾护航

调研发现，大学社党组织都设置了纪检委员，基本上设有纪委，有的正在探索设置纪委。大学社基本上是依托上级党组织的纪检资源，同时企业内部将纪检工作和企业风险管理工作相结合。前置方面，可以通过对监督、督办、干部的培训、个人事项管理、企业合规管理体系建设等方式，强化防范机制，为企业的风险管理提供有力的指导和引领；后置方面，则可结合企业经营实际，充分按照“三个区分开来”的原则，落实严管和厚爱结合、激励和约束并重的精神。（作者单位：北京师范大学出版集团）

提升少儿期刊读者黏性的路径探析

黄艳彬

斥说教，因此肩负着教育职责的少儿期刊如若不能平衡好教育性和趣味性，只是生硬地说教，就存在读者黏性丧失的风险。

少儿期刊要和电子产品争夺读者群体的注意力。近年来移动互联网发展迅猛，短视频、电子游戏等都在蚕食着少年儿童 的注意力。作为纸质读物，少儿期刊的阅读方式是沉静的，需要手、眼、脑并用。因此，少儿期刊面临的挑战不仅在于与同类期刊竞争，更要与这些新媒体争夺少年儿童有限的注意力。

综上，少儿期刊在维护读者黏性方面面临着重重挑战，增强少儿期刊的读者黏性是当务之急，也是推动我国期刊出版行业进一步繁荣的重要部署。为此，本文从内容、互动与服务三个方面提出提升少儿期刊读者黏性的策略。

提升读者黏性的策略

差异化定位打造高质量内容。目前国内 的少儿期刊有200多种，但部分期刊存在着定位模糊、同质化严重等问题。因此提升读者黏性首先要进行差异化定位，要做到人无我有，让读者有记忆点。

少儿期刊所面对的读者群体差异性比较大，有时候只是相差一个年级，在阅读能力、心理需求上都会有很大的差异。因此少儿期刊首先要有精准的读者定位和市场定位。定位时要避免大而全，厘清不同年龄段读者的需求，明确读者年龄段，着眼于细分市场。

其次，在内容为王的时代，通过新颖的选题、特色栏目等高质量的内容输出也能做到差异化。《小火炬》作为福建省少

年队队刊，多年来深耕少先队领域，精心打造了“闪亮的坐标”“见字如面”“飘扬的红领巾”等多个特色栏目，对少年儿童进行启蒙教育，引导他们树立正确的价值观。这些差异化的内容输出既凸显了《小火炬》作为福建省少先队队刊的特色，也为《小火炬》赢得了良好的社会效益。

线上线下联动打通互动渠道。少儿期刊的读者正处在快速成长的人生阶段，希望被倾听、被理解。在孩子的眼中，一本少儿期刊也是一个可以获得情感慰藉的朋友，因此通过提高少儿期刊的互动性也是增强读者黏性的策略之一。

开设互动栏目，与少儿读者展开互动。《小火炬》的特色栏目“小囡屋”，是一个与小读者进行交流的栏目。在栏目中，编辑会对小读者来信中的苦恼、困惑进行心理疏导。同时，每一期的《小火炬》都会附上《评刊表》，请小读者对内容进行评价。这种方式不仅能增强小读者的参与陪伴感，还能让编辑部了解读者的反馈，不断接近目标群体的需求。

此外，组织丰富多彩的线下活动，也是增强读者互动感的途径之一。《小火炬》编辑部每年都会组织小读者到编辑部参观，向小读者讲述《小火炬》的发展历程，讲解杂志的制作过程。在期刊的重大活动中，该期刊也会邀请小读者参与，让小读者见证期刊发展的成果。

在互联网背景下，期刊还可充分利用线上媒介，更快速、直接地与读者互动。如建立多媒体矩阵，让读者能够将反馈信息第一时间传递给编辑。建立读者社群，让小读者更有归属感。通过线上线下的互动和沟通，加深小读者对期刊的了解、信

任和认可。当小读者对期刊的了解越多、在期刊品牌建设中的参与度越高，与期刊的黏性就越强。

增强品牌意识满足读者的多维体验。少儿期刊要加强品牌意识，进而利用品牌的传播力和影响力，增强读者黏性。高质量的期刊品牌建设，不仅需要优质的内容，还需要让读者满意的服务。

首先是媒体融合，将期刊内容音频化、可视化，打造多元化、多场景的阅读体验。通过将期刊内容进行二次创作，把文字内容变成音频或者视频，在多媒体矩阵上播放。《小火炬》在喜马拉雅平台开设了“小火炬”电台，将期刊中的部分内容，制作成音频，供小读者收听。

其次是用用户本位，为小读者提供才艺展示平台。如刊登优秀作文和绘画作品、举办大规模的征文和绘画大赛等。《小火炬》组织的少儿征文和绘画大赛，目前已进行了12届，每年都得到小读者、学校的积极响应。

再次是瞄准刚需。大语文时代，怎样提高阅读和写作能力，是小学生和家长特别关注的话题。《小火炬》从2010年策划“火炬点亮阅读”公益阅读讲座，讲座由编辑主讲，内容涉及阅读、科普、传统文化等小学生感兴趣的主题。同时，少儿期刊拥有丰富的作家资源，也可邀请作家与小读者面对面，谈一谈他们是如何阅读、如何创作的。

肩负着启迪青少年心智重任的少儿期刊理应正视自己的读者定位，兼顾经济效益与社会效益，从把关内容质量、提升读者互动、增强品牌思维等方面来增强读者黏性。

（作者单位：福建少年儿童出版社）