

九州出版社社长张黎宏

加强零距离交流 满足读者深层需求

党的十八大以来,在以习近平总书记为核心的党中央引领推动下,全民阅读工作深入推进,书香社会建设进展明显,读书学习蔚然成风。阅读提升人民思想境界、增强人民精神力量的作用更加凸显,中华民族的精神世界更加厚重深邃。九州出版社以“专、精、特、新”为特色,以涉台出版为主业,持续打造台湾文献史料、涉台教育、涉台研究、中华优秀传统文化等出版品牌,推动全民阅读活动向深层次发展。

让人民群众多读好书

全民阅读活动实施十几年来,取得的成效是显著的,我们身边越来越多的人关心起阅读,社会各界、各个层面的读书会、阅读分享会、诗歌朗诵会等活动也越来越活跃。然而,推进全民阅读是一项需要长期坚持不推的任务。目前,我国人均阅读量仍然偏少,与发达国家相比仍然有一定的差距,人民群众对阅读这项最基本的文化权利的认识还有待加强。《政府工作报告》从“倡导全民阅读”到“深入推进全民阅读”,再到今年的“深化全民阅读活动”,正体现了政府为推动人民群众真正享有这项最基本的文化权利不断做出的努力,提醒我们不仅要要在覆盖范围和影响数量上有所突破,还要注重阅读质量的提升和阅读效果的深化。

深化全民阅读活动,需要各方共同努力,营造阅读氛围,搭建更多阅读平台,引领“爱读书、读好书、善读书”的社会风尚。一方面,我们需要与各类新媒体加强合作,继续扩大阅读的宣传力度和影响范围;另一方面,需要认真分析不同读者群体的需求,研究提升阅读内容的吸引力和真实效果的方式方法或途径。作为出版单位,我们需要“始终坚持为人民出好书理念”,加强供给侧改革。目前,在党和国家的大力倡导下,“多读书、读好书”的观念已经逐渐深入人心。只有出版单位多出好书,才



能让人民群众多读好书。

要多出好书,需要先明确什么才是好书,即好书的标准是什么。习近平总书记提出的“展现党和国家发展历程”为我们指明了重点方向,“丰富人民群众精神文化生活”为我们指明了明确目标。从我们的本职工作出发,就是要多出从各个层面展现伟大成就的作品,多出能够给人民群众的精神生活提供有益营养的图书。继续挖掘人民群众喜闻乐见的题材和易于接受的形式,进一步促进融合出版;在充分发挥优秀出版物的引领作用的同时,深化出版单位内部机制改革,激活营销活力,积极组织和参与各种形式的读书活动,用好作者资源,创新内容推送方式,行使出版企事业单位的责任和使命。

解读读者之惑是不变初衷

近年来,九州出版社始终把服务阅读、为广大读者提供高品质的出版物作为工作重点。为推广阅读、服务读者,九州出版社从2013年就创办了“九州出版社读书会”。截至目前,“九州出版社

读书会”策划、组织了线下读书会100多场,尤其是近两年,读书会从单一的线下活动,开始转变成“线上+线下”双渠道的模式。线下读书会的举办,方便了读者与作者进行零距离的沟通交流,既满足了读者对作品的深层理解需求,也增强了我社优秀作品的感染力。据不完全统计,我社举办的读书会活动影响的受众群体从中小學生至耄耋长者,解读读者之所惑,一直是我们不变的初衷。

为满足读者对学术类著作的解读需求,我社自2015年8月创立了“钱穆先生共读会”。《钱穆先生全集》是由我社引进并出版发行的,对于喜欢钱穆先生作品的读者,我们共读会会策划并带领钱穆先生较为经典的著作。共读会不同于之前的读书会,而是邀请学者带领读者进行逐字逐句的阅读,截至目前,已经共读过钱穆先生的著作20余部。参与共读的读者,既能阅读到最纯正的文字,又随时可以得到学者的解惑、答疑和指导。2021年,“钱穆先生共读会”入选韬奋基金会阅读组织联合会。

为配合重点图书发行,我社进行了多层次、多方位的营销活动。目前已初步建成九州出版社新媒体矩阵,其中包括微博、微信公众号、豆瓣小组、抖音及小红书等新媒体渠道;同时在短视频及直播领域开始发力,尤以微信视频号及直播平台最为突出,平台直播自上线以来,无论是社会效益还是经济效益,都取得了不凡的成绩。

在推动阅读方面,九州出版社积极响应“深化全民阅读活动”的号召,积极参与北京读书节和读书季、南国书香节、农家书屋、图书捐赠等活动,努力推送精品内容,为读者提供有价值的服务。

此外,我社积极拥抱AI领域新技术,将在数字化营销上探索更直接、更有效的方式,例如数字主持人、AI学者等等,以期加强我们与读者之间的沟通互动,满足不同领域读者的阅读求知需求。

精品出版助力全民阅读

我社今年已经出版或即将出版的重点图书包括“台湾研究系列丛书”、“台湾地区国学丛书”、“海外中国研究丛书”、“跨越丛书”、“戴国辉讲台湾系列丛书”、“吕正惠集”、“克里希那穆提心灵哲学系列单行本”、“亲历中国丛书”、“中国历史地理名家丛书”等系列。其中,“台湾地区国学丛书”新作品包括《戏曲演史》(6—8)、《墨家哲学》、《仇入圣域:权力、信仰与正当性》。

同时出版优质图书《立潮头 书春秋:结缘史学七十载》(张宪文教授自传)、《方寸之地:五五诗体一百首》,此书入选“2023年海外华文诗歌优秀作品名录”。

今年,九州出版社将计划重点出版《中国台湾问题干部读本(修订版)》《血沃宝岛(第二辑)》《台湾史:大明荷据与明郑》《台湾史:前清盛世与发

展》《百年黄埔》《台湾岛史记》《台海情缘》《明本固根:两岸国学名家十五讲》,生活美学类重点新书包括《香乘(修订版)》《发现日用》《民艺之美》等。

为将精品图书第一时间推送给读者,在图书发行方面,九州出版社进一步加强客户管理,稳固和拓展线下客户的同时,扩大网络书店的促销活动,加强图书馆馆配业务及新华书店线上业务,重点展示和展销我社精品图书,并得到了客户和读者的一致认可。这种线上和线下发行相结合的形式,对我社新书的重点推广效果尤其突出。另外,九州出版社还积极拓宽非传统销售渠道,与航空、通讯、邮电等大型企业建立合作关系,利用其平台客户资源,进行积分换购活动。

第三届全民阅读大会开幕在即,祝愿本次大会圆满召开。期待:爱书读书智慧润中华,精品经典筑梦有九州。大家共同努力推动全民阅读活动向深层次发展,使本次大会成为深化全民阅读活动新的里程碑。



4月13日,九州出版社在上海葛里屋书屋举办《制瓷笔记》书友见面会,邀请该书作者涂黎明分享创作感悟。九州出版社 供图

中国经济出版社/中国石化出版社总经理兼总编辑毛增余

创新业态,打通出版—传播—阅读服务链

2024年年底,石化出版公司两社将迎来“不惑之年”。石化出版公司围绕主责主业,发挥专业出版优势,开展业态创新,打通出版—传播—阅读服务链条,为建设书香中国、打造中国石化文化名片持续发力。

坚守主责主业

石化出版公司围绕国资委和集团公司中心工作,营造浓厚阅读氛围,丰富职工精神文化生活。

服务国资央企书香企业建设。石化出版公司积极了解委机关和企业等机构的文化需求,在持续提供知识服务的基础上,不断优化阅读资源配置,开辟公共阅读空间、共建读书角、营造书香氛围,近年来累计共享图书近700种。

《国资报告》杂志社配合国资委新闻中心,举办反映中央企业标志性建设成就的新书——《坐标中国》新书发布会,彰显了央企在建设中国式现代化进程中的主力军作用。

举办中国石化职工全民阅读书集活动。继第28个世界读书日期间,石化出版公司发挥自身优势,联合中石化集团公司直属工会、后勤服务中心举办“书香石化‘阅’见美好”首届职工全民阅读书集活动后,今年还将持续举办第二届。活动将以主题图书作为重点展区,同时展出“精品图书”“少儿图书”“外版图书”等,以文化服务为主线,为职工带来一站式阅读体验,营造出“爱读书、读好书、善读书”的浓厚阅读氛围。该活动是深入贯彻落实全民阅读进企业精神的重要体现,将在完善工作机制、扩大覆盖面、提升活动品质的基础上长效化开展。

聚焦专业出版

石化出版公司锚定新形势、新任



务,拓展新业态,服务企业阅读、行业阅读和全民阅读新需求。

以石化主题出版和优秀传统文化抢占全民阅读市场。主题出版对全民阅读具有引领作用,是全民阅读的重要组成部分,也为全民阅读提供了重要的内容支撑。石化出版公司深入挖掘自身优势资源,大力弘扬铁人精神、劳模精神等,推出了《新时代铁人精神之光》《诗画铁人》《感动石化》等一批石化主题图书,并赴大庆油田铁人王进喜纪念馆举办座谈会,让全民阅读深入行业一线,深入人心。石化出版公司还积极整合大众教育出版力量,在推动中华优秀传统文化创造性转化和创新性发展方面发力,出版了《启功中国文化四讲》《故宫太有趣了》《国学日历》等图书,抢占全民阅读市场,取得阶段性成果。

创新性开展“好书”评选和“图书+”奖项评选。为更好践行“每一本都是承诺”的出版宗旨,石化出版公司通过每月一次“出版阅评”形式,评选出“月度好书”,为读者筛选出优质的阅读

内容,满足大众多元化的阅读需求。自2021年以来,石化出版公司持续开展“月度好书”和“年度好书”的评选,共评选出“月度好书”226种、“年度好书”64种,将更多权威专业的经营类、科技类好书呈现在企业和个人读者面前。石化出版公司还将进行“图书+创意奖”和“图书+创意奖”的评选,奖励在出版转型升级过程中探索专业化阅读、普及阅读的好做法,为阅读推广拓展更多可能性。

新业态项目助力数字阅读,数字阅读开启全民阅读新时代。石化出版公司积极打造以平台服务、知识服务、内容服务为主的数字化服务,中国石化知识服务平台——易读,能够提供12万种电子书和1600余种有声书,涵盖经济管理、能源化工等多个领域;中国石化图书采购平台——易书汇,拥有百万种图书,覆盖2000余家出版社和供应商,今年将对两个平台进行数据和功能整合,扩展服务项目,为全民数字阅读的普及储备新动能。

搭建多种平台

石化出版公司聚焦创新引领,搭建多种平台,开展多方合作,推进全民阅读走深走实。

做强做实常态化阅读推广活动。自2016年起,石化出版公司连续多年积极承办以“公益学雷锋·爱心加油站”为主题的“捐衣赠书”活动,用实际行动诠释新时代雷锋精神,在传递爱心的同时,营造全民阅读、建设“书香石化”的良好氛围。这一活动已成为一项品牌公益活动。未来,石化出版公司将广泛调动各种资源,吸引更多志愿者加入阅读推广队伍,持续开展阅读推广并提供公益阅读服务,将常态化阅读推广活动做出品牌、做出实效。

做亮做活主题阅读推广活动。依

托重要平台、载体和时间节点,石化出版公司打造了一批特色鲜明的阅读推广活动,如中国经济书店参与第21届北京国际图书节分会场“书店之夜”活动,以“书店选品特色大荟萃”集中展示特色图书,诚聘领读人进行阅读分享,点燃大众回归线下书店的热情;参与“我与地坛”北京市市,探索图书销售与阅读服务、文化产品销售、阅读解决方案提供相结合的新型业务模式。

在即将到来的第29个世界读书日期间,石化出版公司将围绕《新质生产力》《建设世界一流企业——全球竞争力进化之道》《启功中国文化四讲》等图书,举办多场分享发布及线上直播活动,从而将热点话题与重点图书推广结合起来,分享专业优质的内容,引导大众提升阅读兴趣、养成阅读习惯,以高质量的供给满足人们的精神文化需求,以丰富厚重的阅读推动精神生活更加富有。

围绕不同专题定制主题书单。基于服务集团的职能,石化出版公司针对主题教育、安全生产月、普法宣传周、消防安全日等不同专题,定制100余期优秀图书目录,推荐给中石化总部各部门及所属企业,将阅读服务深入一线,让好书真正能够触达员工。2024年是两社成立40周年,我们将制作“中国经济出版社40周年精选书单”和“中国石化出版社40周年精选书单”,将两社建社以来出版的经典经管图书和科技图书整理出来,供广大读者重读经典,细品好书。未来两社将继续出版更多具有优质内容、能够长久传承的精品图书,回馈广大读者的信赖和支持。

拓展全民阅读场景

石化出版公司加快“石化智能共享书柜”扩容,建设常态化、生活化的全民阅读场景。

在“集约、共享、开放”的理念指

导下,石化出版公司将传统阅读与数字阅读相结合,积极推进“石化智能共享书柜”建设。截至2024年4月9日,石化出版公司已经在石化系统内完成120余个办公区域、200余台智能共享书柜的部署,总计覆盖16个省市百余家企业及对口帮扶学校,总用户近2万人,服务用户近50万人次,为石化员工和对口帮扶学校教师、学生提供了唾手可得的阅读新体验。“石化智能共享书柜”按照“去中心化”的数字服务模式,打通了读书学习等文化服务的“最后一公里”,为读者创造了更好的阅读条件。通过“荐书委员会”优选精品图书以及图书的定期轮换更新,每台书柜每年可提供2000种以上的纸质图书和10万种电子书,“心愿书单”功能还可满足员工的个性化阅读需求。

为加快推广智能共享书柜,4月16日至30日期间,石化出版公司将以智能共享书柜为载体,开展“书香石化 荐书有礼”活动。同时还将继续织密阅读服务网络,将书柜送进更多的国资央企,建设“职工身边的图书馆”。通过这些努力,进一步激发广大读者的阅读学习热情,倡导好学、善学的健康志趣,培育并形成具有石化特色的文化生态,推动全民阅读工作在中国石化更加长期、广泛、深入贯彻落地。

石化出版公司将紧密结合集团公司“牢记嘱托 感恩奋进 创新发展 打造一流”的主题行动,借势世界读书日与全民阅读大会,不断提升阅读服务的品质,不断创新优质阅读内容的升级方式,不断探索主题阅读活动的新载体,优化传播方式,提升推广效能。在企业内部,大力倡导读书学习,使之成为一种责任担当、一种精神追求,成为企业文化的组成部分,助力新时代全民阅读工作不断提质增效,为中国石化文化名片打造和建设书香中国贡献出版力量。