中国新闻出版广电报

2024年7月4日 星期四 责编:李子木 版式:桂政俊 责校:耿道川 邮箱:zbs404406@163.com 热线:(010)87622067

观点速览

文风之事大矣

文风之高下选择，古已有之。在中国式现代化的全面发展中，我们更需要弘扬主体与首创精神。表现在文风上，就是书写宣讲我们的寸心所得，传播我们摸着石头过河的心领神会，追求融会贯通、实事求是的智慧，引起人们对于伟大理论的理解共鸣，达到普遍性、群众性与深刻性、风格性的统一。好的文风说的是人民的话，生活的话，有心得有滋味有发见的话。可以说，好文章的写作者首先是脚踏实地、见识通透的思想者。

习近平总书记的文风为我们树立了榜样，他将传统文化的金句、人民大众的俗语、马克思主义的经典、高瞻远瞩的筹谋，集于讲话文章中。有理论有实践有生活，有指导意义。

正在实现中国式现代化、书写崭新的家国与人类历史的伟大祖国，她的千言万语、九州生气、理论经纬、思想智慧，应该表现为群言堂的生气贯注与群星灿烂。文化兴国运兴，让文风与我们的生活同样，大放异彩、活力焕发。

（7月1日 中国记协网 王蒙）

以书为媒 讲好中国故事

近些年中国出版走出去，走得越来越深远。流传有序的中国古籍经典、脍炙人口的现代文学读物、阐释科学技术发展的专业著作，分别以不同形式、不同语种向世界讲述着精彩的中国故事。越来越多中国作家的代表作被翻译成英、法、德、日、意等多个语种，被世界各国的读者捧读。国际社会在中国图书的讲述中找到了中国智慧、中国道路和中国方案，中华文明必将为人类文明进步作出更大的贡献。

讲故事、讲道理，图书都是最好的媒介之一。不断发展壮大的图博会正与著名的德国法兰克福书展一起，搭建起世界文明交流互鉴的舞台。国际书展以“请进来”与“走出去”并举的方式，为文明成果在全球“流动”起来提供了平台、架起了桥梁。书展之外，中国与其他国家的版权交易与国际出版合作也已经成为常态。各国人民在聆听不同国家精彩故事的同时，相互了解、增进友谊，为全球范围内形成多元互动的人文交流格局贡献力量。

（7月1日 光明网 刘彬）

出版发展贯通“政产学研用”的实践路径

□阎文凯

出版高质量发展是中国式出版现代化的本质要求。步入新时代，我国出版业已经由先前的数量增长阶段转为高质量发展阶段，贯通“政产学研用”是适应出版业高质量发展的必然选择，也是实现2035年出版强国、文化强国目标的重要举措。因此，基于当前的出版现状，探索其实践路径意义重大。

核心阅读

出版属于文化创意型产业，以内容为基础实现知识服务是必然选择。出版与教育、文化、影视、游戏等相关文化产业密切相关。以出版为主要业务方向，实现跨界融合，在内容、主题、形式等各方面完成新转化与新输出，完成产业创新，是挖掘出版价值、实现出版增值的重要方式，也是激发市场活力的重要途径。出版与教育、影视、游戏、艺术等诸产业集群积极联动，也将能发掘出版物应用的新形式和拓展出版产业发展的新空间。

政府总体统筹，引导政策激励，加强制度保障

首先，制定政策统筹指引，明确出版高质量发展的目标和方向。国家对出版产业升级、出版人才培养、出版学科建设、出版税收优惠、知识产权保护、出版公共服务体系完善等各方面都在作系统性布局，为出版业高质量发展提供政策保障。出版兼具经管、文化、科技等多重属性，其发展直接统属于出版管理部门，又密切涉及教育、文化、经济、财政、科技等部门，因此以系统性方案解决出版问题，是实现出版高质量发展的重要途径。

其次，强化政策激励，持续提升出版发展的市场竞争力。政府充分发挥政策的激励和引导作用，通过政策奖励和基金扶持等方式来支持鼓励出版单位实现内容创新、管理优化和技术革新，持续提升出版物的质量和市场竞争力，是出版业高质量发展的应有之义。

再次，规范市场秩序，为出版高质量发展营造良好的市场环境。政府通过加大市场监管力度，提高违法成本，严厉打击盗版等违法行为，并通过制度性建设切实保护作者和出版社的合法权益。通过制定合理的市场准入条件，鼓励有实力、有条件的企业进入市场，并简化审批流程，提高市场准入效率。

推动出版产业链的纵向整合和横向跨界融合，以新科技赋能出版全产业链

首先，推动出版产业链纵向整合。出版产业是出版各个链条环节的集合体，广泛涉及创作、策划、编辑、设计、印刷、发行、宣传、营销、财务等各大环节。就出版产业发展而言，推动出版产业上下游的各个环节高效协同、紧密对接，是提升产业链整体效能的有效路径，以期优化供给、高效产出，提升出版效能。而创新出版机制是推动出版产业链的重要手段，针对出版的栓塞和阻碍，通过创新出版机制，确保出版产业链整合的长久和高效。

其次，实现出版与相近相关产业的横向跨界融合。出版属于文化创意型产业，以内容为基础实现知识服务是必然选择。出版与教育、文化、影视、游戏等相关文化产业密切相关。以出版为主要业务方向，实现跨界融合，在内容、主题、形式等各方面完成新转化与新输出，完成产业创新，是挖掘出版价值、实现出版增值的重要方式，也是激发市场活力的重要途径。出版与教育、影视、游戏、艺术等诸产业集群积极联动，也将能发掘出版物应用的新形式和拓展出版产业发展的新空间。

再次，出版技术是赋能出版高质量发展的必要手段。当下我们已经步入数字出版时代，以数字出版技术赋能高质量发展刻不容缓。出版业从数字化、数据化到数智化趋势明显，且人工智能、大数据、云计算、元宇宙、区块链、ChatGPT、Sora等现代数字出版技术，持续推动着出版业日新月异地发生变化。以先进的人工智能出版技术积极赋能传统出版业全流程迫在眉睫，积极推动出版业的数字化转型，提高出版业在内容创作、编辑加工、营销推广方面的智能化水准是我们当下出版面临的艰巨任务。

以科研筑基出版创新，建强出版学科培养高端出版人才

首先，出版科研是出版业高质量发展的重要支撑。当下我国出版业已经步入高质量发展阶段，在没有现成经验可以借鉴的情况下，只能在实践中探索前进，而出版科研则是实现出版高质量发展的先导性条件。学术界注重出版科研，能够以出版理论创新来引领业务发展。业界也基于业务需要积极开展出版科研，一批大型出版单位如人民教育出版社、北京师范大学出版集团等，组织开展科研课题申报工作，以有组织的科研工作，推动出版单位向研究型、学习型方向发展。也有一些大型出版单位基于自身雄厚的科研实力，如中国出版集团、凤凰出版传媒集团、社会科学文献出版社等单位，通过申请设立博士后科研工作站，以出版科研来引领行业发展。

其次，建强出版学科是整体推进出版科研、培养高端出版人才的重要抓手。近年来，伴随出版实务的发展，出版学科建设快速发展。2022年，教育部颁发《研究生教育学科专业目录（2022年）》，出版学以0553单列其中，具备招收专业博士资格，愈加凸显出版发展的专业性及重要性。然而，当下在出版企业实际用人过程中，出版学科专业的学生与中文、历史等学科类专业学生相比，优势并不明显。高校在建强出版学科专业过程中，要把好入口关，吸收真正热爱出版、愿意投身奉献出版的优秀青年人。既要重点关注当下盛行日炽的数字出版发展新趋势，又要洞悉出版学科专业所需解决的核心问题；既要了解当前出版企业的急迫性需求，又要熟知自身面临的困境短板。继而在政府的指导统筹下，实施学科共建，为出版企业提供订单式专属人才。与此同时，高校积极配备优质师资力量、编写新教材、设置合理课程、优化管理制度等，实现软硬件整体升级，为后期优秀出版人才培养提供坚实基础。

再次，出版科研积极融通业务实践。出版学毕竟属于一门以实践性见长的学科，出版科研应该针对业务实践，举办出版学术论坛、组织出版技能大赛、合作课题研究等，以共赢的方式推进出版科研工作，并达到锻炼队伍高质量发展的目的。

“政产学研用”贯通，在实践中合力推进出版高质量发展

第一，搭建产学研一体化平台，合力创新。出版机构发展升级是大势所趋，集出版业务、出版科研于一体，以平台型、智库型机构发展方向，促进政府、企业、高校和科研机构之间的资源共享，实现信息互通、技术应用的合力创新，实现出版高质量发展。

第二，强化出版科研成果的引导、转化与应用。出版科研主要承担引领方向、解决难题、锻炼队伍、成果转化的重要作用。因此，贯彻落实国家的方针政策、统一思想，执行企业的发展战略是当务之急。就高校和出版研究机构而言，只有完成出版科研成果转化才能形成更明显的实际效果，同时也能激发更强大的科研动力。而出版企业只有强化出版科研工作，才能更扎实地夯实业务发展。

第三，针对市场需求，完善知识服务体系。树立知识服务思维是当下出版企业转型发展的必由之路。当下出版社不应简单视其为传统出版单位，而是以知识服务的思维方式来运营，以获取整体性收益。这实际上对出版的专业性提出了更高要求，需要以出版专业性来拓展产业发展的可能性。对出版实践中所涉及的其他行业领域，亟须以新思维来拓展联合，以放大一体化效应。因行业聚合所引致出现的新产业、新现象、新问题，持续拓展出版的应用边界，也将能激发学界对出版作出新思考。

总之，出版发展贯通“政产学研用”，意在打破出版各环节独立割裂的现象，它要求高质量发展背景下，出版各环节各司其职、各主其业、各归其位，以系统性思维和整体性观念来贯通全局，以期有效解决出版发展所面临的问题、难题，实现新目标、提升新层次，共同致力于出版业的发展繁荣。

（作者单位：山西科学技术出版社有限责任公司）

1952年6月1日，新华书店皖南分店和皖北分店合并为新华书店安徽分店。72年发展历程中，安徽新华发行集团赓续红色血脉，筚路蓝缕，披荆斩棘。在新时代，集团高质量发展的需要在哪里，党的领导作用发挥就在哪里，新华红就闪耀绽放在哪里。

“新华红”助力“事业红”

安徽新华发行集团党建品牌建设实践

近年来，安徽新华发行集团党委始终以习近平新时代中国特色社会主义思想为指引，认真落实新时代党的建设总要求，把党建品牌建设作为推动集团党建工作创新、提升基层党建工作质量的重要载体，经过探索凝练融合发展，创建实施了集团“新华红”党建品牌，进一步传承红色基因、践行红色使命、弘扬红色精神、开创火红事业。

创品牌 “新华红”唱响党建工作好声音

针对党建品牌不够响、不够亮的问题，集团党委坚持把党建品牌建设作为推进党建与业务工作深度融合的抓手，始终积极尝试、大胆探索，从“领航计划”到“党建品牌培育库”，再到积极选树优秀基层党建案例，力求提炼更多更好的“新华经验”。2021年，集团党委开拓性尝试并坚持一年一主题，希望逐步培育出叫得响、立得住、有特色的党建品牌。

在2022年“党建质量提升年”中，聚焦示范交流，推行党建片区管理，组织开展南、中、北片区党建工作推进会，根据片区特色对各单位党建品牌工作进行全方位指导。聚焦精准导向，尝试“点对点”反馈，针对考核中出现的缺项短板，向每家单位详细反馈书面意见，有针对性地查缺补漏，帮助指导和有效改进工作。聚焦共建联促，推行党建结对共建，截至目前，集团所属81个基层党组织与服务单位、定点帮扶单位和内部单位开展结对共建活动，累计开展近400场活动。

在2023年“党建品牌建设年”中，集团党委以“书记项目”为切入点，着眼“切口小、有难度、能抓实”，指导22家公司把“书记项目”作为加强和改进基层党建工作的创新实践。以“一支部一品牌”为着力点，推动所属6家板块公司和16家市公司打造党建子品牌，集团114个基层党支部开展“一支部一品牌”活动，为集团“新华红”党建品牌夯实基础。以党建品牌建设为落脚点，组织开展党建品牌升级项目启动会和调研座谈，开展线上问卷调研，广泛征求意见，“把脉”党建品牌建设。以党建工作片区会议机制为载体，对各单位党建品牌工作进行全方位指导，逐步形成了集团“新华红”党建主品牌和114个特色党建子品牌。

2024年，集团又以“党建创新年”为主题，以“夯实党建基础、打响党建品牌、提升党建成效”为目标，围绕凝心、强心、齐心、聚心、连心、爱心“六项工程”，持续推动党建各项工作创新发展。

立品牌 “新华红”晒出党建工作成绩单

立足集团中心工作，通过持续在实践中创新总结提炼，党建品牌成效得以体系化显现，构建出“1+6+16”党组织品牌体系。其中，“1”是一个“新华红”集团党委党建主品牌，由“新华红”党建品牌文化体系、工作法和视觉识别系统组成，一体化推出《“新华红”党建品牌名称内涵释义》《“新华红”党建品牌标志》《集团“新华红”党建品牌工作法》《“新华红”党建品牌手册》，品牌内涵丰富。“6+16”为集团所属6个板块公司和16个市公司的党组织党建品牌，其中涌现出众多特色品牌，有突出公司特色的，如皖新租赁公司的“红”领“青”锋；有突出地域特色的，如亳州公司的朝气蓬“亳”青春先锋；有突出行业特色的，如合肥公司的红新聚合·书香映庐、文化服务总公司的“皖阅先锋”等。在这些品牌中，创建成果屡受表彰肯定，六安公司党总支党建案例《传承红色基因 打造革命老区红色书店》入选省级“领航”计划示范库和“首届新华书店品牌强企案例”，《红土地上的文化先锋》微视频荣获第一届“新时代全国机关基层党建新成就”短视频作品“百优作品奖”；3家基层党支部品牌入选省委宣传部“一支部一品牌”，《江淮》杂志对皖新租赁公司“青春党建”工作进行报道。

安徽新华发行集团旗下前言后记安庆劝业场店。 安徽新华 供图

强品牌 “新华红”谱写高质量发展新篇章

紧密围绕“高质量发展”主线，通过实施“六红六强”工程，强根铸魂、凝心聚力、促进发展。

“品牌红”强引擎。构建“点、线、网”工作格局，实现党支部点上突破，板块公司及市公司党组织连点成线、集团党委结线成网，通过破解基层党建工作中遇到的难点、痛点问题，凝练提升党建工作的亮点、特色，积累成果、经验和规律，最后形成品牌，充分发挥党建品牌强引领、聚人心、树形象作用。

“思想红”强根基。牢牢把握“学理论”主线，抓住“关键少数”，带动“绝大多数”，综合运用调查研究、交流研讨、实地研学等学习方式，以“学习月刊”为抓手，将学思践悟达成闭环。全面构建起“党委讲导向、典型讲经验、员工讲故事”的“三讲”格局，“宣”出精神，“讲”入人心，激发思想共鸣，汇聚精神力量。

“文化红”强聚力。把先进典型挖掘与具体工作紧密结合，综合融媒体资源，讲好皖新故事，综合运用“声、屏、刊、网、端”等融媒体资源优势，用更直观、更形象的方式讲述先进典型感人故事。以廉洁文化教育为基础，强化党规党纪教育，实现干部清正、政治清明。

“阵地红”强堡垒。线下立足集团主责主业，巩固重点政治读物发行首位度，发挥好新华书店卖场和教育服务送书到校两个发行主渠道的思想宣传主阵地作用。线上积极探索“互联网+党建”新工作模式，构建集管理、教育、宣传、服务等功能于一体的“智慧党建”平台，充分利用“一微两网”，擦亮宣传窗口。

“载体红”强发展。以“书记项目”“领航计划”等载体，以项目化思维破解重点任务，全力服务保障年度生产经营。通过“结对共建”“片区会议”等载体，整合党建资源，加强交流协作，促进共同提升，强化党建与生产经营互促共融，不断把党建工作成效转化为企业的发展活力和竞争力。

“机制红”强保障。通过健全“四化”监督机制、“三强化”巡察机制、“两协同”贯通机制，坚持严的基调、严的措施、严的氛围，让压力层层传导到最基层，推动各级党组织和领导干部知责明责、履责尽责，为集团高质量发展铺路、护航。

通过创品牌、立品牌、强品牌，近年来，集团党建工作呈现一系列变化，政治意识深入人心，党建工作从“有形覆盖”向“有效覆盖”转变。党建责任逐年压实，工作方法从“被动响应”向“积极主动”转变。能力素质显著增强，队伍建设从“补齐短板”向“延伸跳板”转变。高质量发展齐头并进，党建路径从“围绕发展”向“融合发展”转变。

下一步，集团将继续以擦亮新华书店“金字招牌”、争创一流文化企业为点，打造终身学习、终身记忆两大品牌为线，构建文化、教育、数字三大产业矩阵为面，持续打造“四本书”发展路径，提升文化事业新高度，打造文化产业新规模，拓展文化业态新赛道，开创集团高质量发展新局面，让“新华红”在新时代江淮大地上熠熠闪光生辉！

社址:北京朝阳区东四环南路55号 查询电话:(010)87622114 邮编:100122 开户银行:交通银行松榆里支行 账户名称:《中国新闻出版报》社有限责任公司 开户账号:110060900012015027658 经营许可证:京朝工商广字第8016号
发行单位:北京市报刊发行局 发行方式:邮发 国外总发行:北京399信箱 每周一、二、三、四、五出版 每份1.37元 录入组版:本报机房 印刷:经济日报印刷厂(北京市西城区白纸坊东街2号)