



## 出制度建平台 走出去结硕果

□本报记者 范燕莹

《中国刻瓷艺术》尼泊尔文版新书首发,《极致与从容:王蒙经典散文》阿拉伯文版新书首发,《红色传承——为了不能忘却的记忆》波斯文版版权签约……在不久前落幕的第三十届北京国际图书博览会上,山东出版集团旗下各出版社举办了多场外贸活动,取得丰硕成果。

山东出版集团开发的阿语地区汉语学习教材《新编汉语教程》,列为沙特阿拉伯王国国民教育体系选定教材。山东出版集团近日在沙特阿拉伯王国首都利雅得举办《新编汉语教程》出版座谈会,助力中华文化在海外传播取得新突破。

### 加强顶层设计 科学制定规划

近年来的出版实践使山东出版集团感到:文化走出去,内容建设是关键。国际传播能力,主要靠产品的竞争力、品牌的生命力、出版社的国际影响力共同构建。必须坚持出版工作的品牌意识和精品路线,这是支撑走出去可持续发展的根本。为此,山东出版集团把内容建设摆在了突出位置,打造出一大批既叫好又叫座的精品力作。

山东出版集团确立了“以内容体系建设为核心,以渠道平台搭建为关键,以文化交流活动为载体”的总体工作思路,从内容、途径和形式上,构建了国际传播能力建设的内容内核和实践模式。

### 加强制度引导 建立激励机制

说到近些年山东出版集团走出去工作取得的成效,有这样一组数据为证:自2015年强化走出去工作,至2024年5月,山东出版集团共向43个国家输出图书版权1498种,输出语种37种,其中向28个“一带一路”沿线国家输出了版权。此外,山东出版集团有260个项目入选丝路书香工程、经典中国国际出版工程、中国当代作品翻译工程、“中国图书对外推广计划”等国家走出去工程,累计获得国家专项资助3300余万元。

取得这些成绩的背后,不断创新激励内容生产和传播的体制机制尤为关键。从2015

年起,山东出版集团开始实施“双品工程”,专门设立了国际化传播奖,对各出版社入选国家级走出去工程、外版书出版等给予奖励和支持。2016—2022年,山东出版集团实施奖励超2100万元。

2018年12月,山东出版集团专门出台《关于进一步促进走出去工作的实施意见》,从内容、平台、人才、激励、保障等多方面,为走出去工作提供制度引导和常态化支持。

从2022年开始,山东出版集团加大奖励和扶持力度,将出版奖励基金提高到每年8000万元,重点保障各单位入选国家级走出去工程的出版项目的顺利实施。同时,山东出版集团积极拓展走出去领域,奖励支持各单位参与出版物国际评奖、国际媒体推介,以及参与海外举办的国际书展、高端论坛、有影响力的文化交流等活动,进一步推进山东出版集团走出去工作向走进去、融进去拓展和延伸。

与日本书籍出版协会、大韩出版文化协会共同成立中日韩出版协会共同体。共同体的成立,直接促进了“亚洲(中韩)经典互译计划”的实施,推进了中华传统文化经典在韩国的出版和传播,同时也推动中国优秀图书逐步进入日本、韩国的一些知名大中学校园。

业内众所周知,尼山书屋工程是山东出版集团旗下山东友谊出版社打造的重要走出去平台。2022年,山东出版集团积极参与实施“魅力山东·友城互融”项目,在山东的海外友好城市的公共图书馆、高校图书馆、市政厅等公共文化场所,设立“中华文化之角·尼山书屋”,不定期开展主题文化交流活动,更好地触达、服务当地读者。自2013年启动尼山书屋工程以来,共在亚洲、欧洲、美洲、非洲、大洋洲的38个国家落地97家尼山书屋,5万余册中国图书落户“中华文化之角·尼山书屋”,常态化服务海外读者阅读中国。

在积极参加海外文化交流活动方面,山东出版集团利用法兰克福书展、伦敦书展、博洛尼亚童书展等几十个国家的国际书展和其他渠道,“借船出海”,积极举办出版合作、文化学术交流等活动。此外,山东出版集团还积极配合领导文化出访,举办各类文化交流活动。比如,《中国字·中国人》汉字之美主题展、座谈会,以及版权输出签约仪式等文化交流活动的举办,都取得了很好的效果。

围绕当下的青少年研学热,聚焦中华文化走出去这一大主题,山东出版集团有着自己的特色做法。当前,山东出版集团正致力于开展中外青少年研学旅游活动,将中华文化走出去这一单向输出模式,拓展为走出去与引进来、带回去结合为一体的、双向奔赴的沉浸式体验模式。

山东出版集团成立山东新铎文旅发展集团,重点开展中小学生学习研学旅游业务。在曲阜建成的中华优秀传统文化研学营地,被中国人民对外友好协会授予“中外青少年文化交流基地”,被沙特阿拉伯王国列为中沙“国际汉语教育培训基地”。2024年9月,营地将组织千人的中外青少年诵读经典等一系列文化研学活动,作为山东省举办的中国(曲阜)国际孔子文化节重要配套活动。今后每年9月26日到国庆假期,山东出版集团都将集中组织海外青少年学生参加国际孔子文化节的系列研学活动,深化中华优秀传统文化的国际民间交流。

近10年,是山东出版集团踔厉奋发、加快发展的重要时期,也是山东出版集团改革创新、加快转型升级的关键时期。下一步,山东出版集团将紧紧抓住当下战略转型重要机遇期,团结奋进、勇于担当,努力为中国文化走出去作出新的更大贡献。

2022年9月,山东出版集团

## 推动门店转型 赋能文旅融合

□辛华雯

山东新华书店集团有限公司(以下简称山东新华)自1944年7月6日正式成立至今,已走过了80年的奋斗历程。长期以来,山东新华深刻领会全民阅读工作的时代使命和根本任务,积极创新思路,加快改革步伐,在推动转型升级和高质量发展方面取得了实质性成果。

### 红色基因 跟随红旗的脚步前行

作为中国共产党最早创办的省级新华书店之一,山东新华紧跟红旗的脚步前行,为中华民族的独立和解放事业贡献了自己的一份力量。在社会主义革命和建设时期,山东新华牢牢把握政治方向,努力提高发行质量,积极发展城乡网点,为提高人民的科学文化水平作出了应有的贡献。

随着改革序幕的拉开,山东新华走过了“恢复财权统一”“实行三多一少”“推进三放一联”“培育和规范图书市场”“实现股份制改造”等几个历史阶段。2008年6月,山东省新华书店整体改造为山东新华书店集团有限公司,标志着传统的山东省新华书店逐步发展为现代文化产业集团。

新时代以来,山东新华开始不断探索线上线下融合发展,坚持市场化方向的转型升级,拉开了新一轮改革、创新、发展的序幕。自2015年开始,山东新华陆续打响了企业转型升级“三大战役”,“第一战役”以提升书店“颜值”为核心,“第二战役”以调整经营方式为导向,“第三战役”以融合创新发展为要义,逐步形成了“以传统优势业务为支撑,以文旅融合业务和多元业态为辅助,推动新的商业模式和盈利方式不断涌现”的发展格局。当前,山东新华正以“一三四五”总体战略思路为指导,持续推动书店由单纯的图书经销商向综合文化服务商转型,一系列创新性举措确保了山东新华近年来的稳健发展,也在全国塑造了新华书店转型升级的山东现象。

经过80年的发展,山东新华已成为山东省规模最大、实力最强、服务最专业的图书发行商和文化渠道运营商。山东新华下设分公司122家、子公司6家,拥有职工6200余名,全省共有653家营业网点,已形成大型书城、综合门店、校园书店、社区商圈、乡镇农村发行网点等协同发展的网点布局。

作为党和政府的宣传思想文化阵地,推动全民阅读的主力军,山东新华始终把社会效益放在首位,积极服务“三农”、服务读者、服务教育,赢得了各级主管部门和广大读者的一致好评。2023年,山东新华营业收入保持稳健的增长态势,企业总体经济规模、综合

实力保持在全国新华发行集团第一方阵。

### 文化引领 推动全民阅读走实走深

近年来,山东新华充分发挥实体书店优势,以文化惠民为己任,以全民阅读为目标,围绕不同读者群体打造有特色的文化阅读空间,为广大读者提供高品质、高水准的文化阅读服务,于传承、融合、创新中为书香社会建设保驾护航。

推动门店转型升级,创新阅读服务场景。当前,山东新华着力培育实体书店自主发展能力,创新突破、敢试先行,初步打造了城市的“文化教育中心、时尚体验中心、社会交往中心”。经过近几年的发展,山东新华建设了以潍坊新华新闻广场、济宁漫舟书城为代表的文化综合体,在全省各地门店培育了“新华书店老年大学”“新华自习室”“新华青年夜校”“新华书香实践营”等一系列新商业模式项目,不断给文化阅读注入新的活力。

整合文化资源体系,打造阅读活动品牌。为深入推进融合创新工作,山东新华重视做好集团总部的统筹管理,进一步整合文化资源、创新活动方式、建立长效机制,依托文化活动建立起省、市、县、乡镇四级的品牌活动推广体系。2024年,山东新华推出“新华领阅计划”全民阅读品牌,开展面向不同群体的“新华·童乐绘”“新华·名家齐鲁”等活动。全省年累计开展的各类文化活动1万余场次,营造了全民阅读的良好风尚。与此同时,山东新华注重基层首创精神,鼓励市县分公司打造阅读推广品牌,如济南分公司“泉·悦·读——名师公益讲堂”,融合教育资源共同打造品牌文化活动;寿光分公司面向全市中小学教师开展的“新华杯”假期读书征文活动,为师生提供阅读写作平台,让广大读者共享文化成果。

助力书香社会建设,扩大阅读服务半径。自2016年开始,山东新华连续7年承办山东书展,为打造“书香山东”品牌、建设文化强省起到重要作用。同时,山东新华参与承办4届全国图书交易博览会及两届山东省全民阅读大会,连续多年承办滕州书展、沂蒙夏季书市等全国性、区域性活动,有效激发了广大读者的阅读热情。为促进基层文化建设,助力乡村振兴发展,山东新华遵循全民阅读“七进”工作要求,深入社区、乡村、学校等开展“书博大篷车 美丽山东行”等惠民文化活动,如德州分公司组织党员先锋队、枣庄分公司开展主题图书展销夜市等,打通全民阅读的“最后一公里”,满足广大基层群众的阅读需求。

### 力求创新 拓展转型升级新路径

山东新华聚焦自身定位,积极转换员工新角色,搭建营销新场景,开拓产业新领域,努力将自身打造成为读者心目中的公共阅读服务平台。

加快布局线上渠道,创新阅读服务模式。山东新华持续深化数字化转型与实体书店经营的融合创新,聚焦内部私域、外部私域和三方公域流量入口,精心打造数字化门店、企微社群、三方店铺和线上分销4张网络。山东新华借助考核、竞赛,基层分公司到总部轮训、分公司团队驻训、项目制运作等分步措施,加快员工角色转变,聚集全省优秀青年员工开拓直播及电商运营的新领域,创新实施“员工变群主”“客户变团长”等新型运营推广模式,逐步拓宽线上渠道服务领域。

深化大客户战略合作,探索实施文化共建。山东新华以文化阅读为链接,创新阅读服务模式,启动与大型企事业单位间的战略合作机制。全省各新华书店根据大客户战略合作机制,主动对接驻地单位,凝聚合作共识,推进双向赋能,把战略合作关系筑实筑强,搭建起融合创新、聚力共赢的大客户合作新模式。山东新华现在已与省委老干部局、省监狱管理局,山东省工行、建行、农行,省人保集团,省教育电视台等单位达成战略合作,陆续吸引更多单位参与到文化共建中来。

拓展“阅读+研学”,赋能文旅融合发展。自2018年起,山东新华进军文旅研学行业,文旅研学业务已成为山东新华多元发展的第一主攻方向。目前,“新华·爱书客”逐渐成为山东省研学旅游知名品牌,立足山东特色文化资源,组建研学课程研发团队,研发推出了七大课程体系、八大主题课程、200余套课程,旗下“一大两小”特色研学营地集群已全部投入运营。同时,山东新华借助图书资源优势,打造精品化、体系化课程,组织开展了系列特色鲜明的店内研学活动,如开展的“一本书的诞生”“小小图书管理员”“家门外的自然课”“噢!中草药”等系列研学课程,深受学生喜爱,推动全民阅读赋能文旅板块快速融合发展。

未来,山东新华将一如既往地以“一三四五”总体战略思想为指引,以传统图书经销商向综合文化服务商转型为目标,在强基固本的基础上,发挥资源整合优势,用求真务实的举措和成效,为广大读者提供更加优质的阅读文化服务,擦亮“新华书店”金字招牌、推进文化强国建设贡献自身力量。



尼山书屋工程是山东友谊出版社打造的重要的走出去平台。本文图片均由山东出版集团提供

### 搭建交流平台 创新出海模式

精心打造“一带一路”图书版权贸易洽谈会品牌,发起成立中日韩出版协会共同体、实施“海外中华文化之角·尼山书屋”工程……从2015年开始,山东出版集团着眼于构建文化国际传播力,积极探索实践,打造了图书版权贸易、出版国际合作、文化海外服务、国际文化交流、中外青少年研学5种多维度文化走出去自有平台和模式。

中韩图书版权贸易洽谈会、“一带一路”图书版权贸易洽谈会分别创办于2015年7月、2017年8月。其中,“一带一路”图书版权贸易洽谈会相继走进阿语地区、新加坡、吉尔吉斯斯坦、韩国、俄罗斯等20多个国家和地区。可以说,中韩图书版权贸易洽谈会创建了中韩出版界和文化界沟通交流的新平台,“一带一路”图书版权贸易洽谈会打开了小语种出版的一片新天地。经过几年的发展壮大,图书版权贸易洽谈会品牌已经成为山东出版集团打造的推动文化走出去的全国知名品牌。

2022年9月,山东出版集团



济南分公司书香童趣研学营。

临沂分公司线上读书直播活动。

本文图片均由山东新华提供

