

借力数字引擎 赋能民族出版

□中央民族大学出版社社长、总编辑 赵秀琴



推荐书目

“符号中国”丛书
“新时代中国语言文学研究”丛书
《中国民族语言研究70年》
《蒙古语初级教程》
《中国民族民间舞蹈钢琴伴奏曲集》

党的二十届三中全会提出“优化文化服务和文化产品供给机制”“探索文化和科技融合的有效机制,加快发展新型文化业态”,这是出版界义不容辞的时代使命。

要优化文化服务,首先要做好优质文化内容的生产。作为一家以民族类图书出版为特色的大学社,近年来,中央民族大学出版社始终坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,深入贯彻落实习近平总书记关于加强和改进民族工作的重要思想,以铸牢中华民族共同体意识为主线组织策划重点项目,打造了多套(部)特色鲜明的民大主课、教材书系。

例如,“中华民族共同体学”教材系列、“中华民族共同体意识研究”丛书、“中国民族学科发展70年”丛书、“何以中华,让文物说话:各民族交往交流交融”丛书、“国家通用语”系列教材等,其中多套(部)图书入选“十三五”“十四五”国家重点出版物出版规划,中宣部主题出版重点出版物选题,获得国家出版基金资助,建立起中央民族大学出版社“专”“精”“特”“新”的民族学术出版品牌。

在坚持以民族类学术出版物为产品主线的同时,我们也着力拓展面向大众的民族艺术、民族文化、大众健康类读物。例如,2024年策划出版的“符号中国”丛书,该丛书总计101种,选取具有典型中国文化特征的物质、非物质文化遗产,通过梳理其历史背景、发展历程、现存状况、其中蕴含的传统文化信息,帮助读者认识中国之美,激发读者的爱国情怀。“我为祖国守边疆”丛书总计20种,作者均为扎根边疆多年的军旅作家,他们的作品饱含深情,生动鲜活地讲述边防军人平凡而感人的人生故事。此外,民族艺术类图书品牌“律动炫中华”系列已陆续出版数十种,市场反响良好。

近年来,在“健康中国”战略引领,北京冬奥会、巴黎奥运会等全球赛事助推下,“大卫生、大健康”理念深入人心。我们积极策划组织相关图书出版,包括“健康中国体育训练”系列丛书、“少林武术健身”系列丛书等,已出版数十个品种。其中《少林八段锦》经多媒体平台发布、推广,取得良好的社会效益和经济效益,为我们开拓了新的利润增长点。

在数字化、智能化时代,出版行业全产业链进入快速变化期。如何在保持传统出版优势的同时,积极探索和发力融合出版,加快构建数字化内容生产和销售体系,同时反哺或促进纸质或文创的市场销售,成为出版社未来发展的关键。我们以加快发展新型文化业态为目标,依托中央民族大学丰富的教学科研资源,充分利用数字技术和融合出版平台,打造具有本社特色的数字化出版精品。

首先,对已出版的图书,特别是那些体现本社特色、具有学术价值和影响力的重点图书进行全面数字化处理,通过数字化技术,对内容、版式、插图等元素进行精细化处理,转化为高质量的数字资产。其次,积极寻求与成熟的数字出版平台合作,学习数字化出版技术,积累数字资产资源,提升本社在数字化出版领域的竞争力。同时,借助这些平台的渠道和影响力,将我社的数字化出版内容更广泛地传播出去,提高触达率和阅读率。

在数字化时代,营销模式的创新至关重要。我们近年也不断探索利用数字技术和新媒体平台创新营销模式,拓宽销售渠道,提升整体盈利能力。

对于学术类图书,我们将采取纸电同出的策略。在纸质图书出版时,同步推出数字版本,满足不同读者的需求。针对馆藏和各大图书馆,同步提供编目、检索服务,方便图书馆进行采购和管理。

对于市场类图书,我们将寻求与多媒体多平台合作。在纸质图书出版的同时,同步制作和推广音视频内容,形成多元化产品矩阵。通过音视频内容的传播,吸引更多潜在读者关注,反哺纸质图书销售。

对于教材类图书,我们将充分发挥中央民族大学的学科优势,重点打造多媒体形态的教材和全版权产品线。通过整合文字、图片、音频、视频等多种元素,为师生提供丰富、立体的教学资源。同时,我们还将提供教育教学整体解决方案,最大限度延长知识服务链条,提升我社产品的学术影响力,助推市场销售。

在数字化转型过程中,我们还将积极拓展文化产业链,助力文创产品“破圈”。通过与文化创意产业的深度融合,开发出具有民族特色、文化内涵和当代审美趣味的衍生品,满足读者多样化的需求,为出版社进一步拓展文化产品的延伸价值,提升品牌的影响力和整体盈利能力。

数字化转型之路上,我们将始终坚持社会效益与经济效益均衡发展原则,立足融合发展着力点,完善融合发展体制机制,实现文化价值和商业价值的双重提升。

2025年将是中央民族大学出版社数字化转型的关键一年。我们将继续坚持服务学校教学科研和人才培养工作,利用数字技术和融合出版平台,借力数字引擎,积极探索文化和科技融合的有效机制,加快发展新型出版业态,不断为读者提供立得住、留得住、传得开的优质文化产品。

做优专业出版 擦亮中国石化“文化名片”

□中国石化出版公司执行董事、党委书记 毛增余



推荐书目

《建设世界一流企业:全球竞争力进化之道》
《坐标中国》
《大师创新的故事》
《袁晴棠自传》

中国石化出版公司是中国石化集团唯一一家文化出版单位,包含两家出版社——中国石化出版社和中国石油出版社。上世纪80年代,两社在科技出版和经济出版专业领域持续深耕,各自走过30年艰苦创业和改革发展的历程。2015年10月,中国石化集团对中国石化出版社和中国石油出版社进行整合融合,成立中国石化出版公司,实行“一套班子,两块牌子”管理体制。2024年,两社共同迎来建社40周年。站在新起点,中国石化出版公司贯彻落实党的二十届三中全会精神,将进一步坚持“书展会片刊、科创培智(知)融”的新业态格局,走好“守正、融合、改革、创新”之路。

优化产品供给 坚持为人民出好书

在持续奋进的征程中,我们坚持“守正”为本。“守正”要守“党管出版”之正,坚持正确的政治方向和出版导向,奋力打造贯彻落实习近平新时代中国特色社会主义思想特别是习近平文化思想的重要阵地;守“为人民出好书”之正,持续推进精品工程矩阵建设,积极打造“文化名片”;守“做强做优专业出版”之正,在科技和经济专业出版领域精耕细作,不断提升学术影响力;守“既要出书更要出人”之正,接续做好干部人才三支队伍建设,持续锻造新时代全面过硬的“文化铁军”。

40年来,两社出版事业蓬勃发展。围绕主题出版、专业出版和大众出版,打造精品力作,积极主动服务党和国家大局,助力集团公司打造践行习近平新时代中国特色社会主义思想重要阵地,出版了一大批双效俱佳的重点图书。

其中,14种图书列入“十三五”“十四五”国家重点出版物出版规划,《全球构造体系概论》《国企改革若干问题研究》等13种图书获得国家出版基金资助,《陈俊武传》被评为第五届中央企业精神文明建设“五个一工程”优秀作品。积极践行文化走出去,版权工作和海外传播逐步加强,14个项目获“经典中国”“丝路书香”等版权输出项目立项,助力央企开展对外传播工作,在17个国家设立中国书架27个。中国石化“丝路书屋—中国建设”项目入选“2023中国企业文化建设跨行业融合类”优秀案例,并入选中国石化“十大社会责任示范项目”。以“四个十”精品工程和“百种万册”工程为抓手,两社持续调

结构、提质量、出精品、拓市场,分别入选工业技术领域和经济学领域“最具学术影响力出版社”(2014—2023)。

发展新型业态 打造“第二增长曲线”

党的二十届三中全会提出,探索文化和科技融合的有效机制,加快发展新型文化业态。这里的“融合”不是业态的简单叠加。两社整合融合10年来,我们通过机构融合、人员融合、业务融合,促进了思想融合、文化融合、情感融合,产生了“1+1>2”的“化学反应”。“融合”更为出版转型升级打开新天地。我们以“图书+”业务模式拓展为基础,积极探索新模式、新业态、新业务。

近年来,出版公司数字化建设取得新突破。我们研发中国石化知识服务平台(易融),上线能源化工知识库、标准知识库和年鉴知识库,在216家集团所属企业和单位推广应用。中国石化知识服务平台荣获“王选新闻科学技术奖”项目奖。积极向集团内外推广智能共享书柜,累计服务近百万人次,配合集团公司推动乡村振兴教育帮扶,为学校量身定制

了校园版智能共享书柜。通过举办高端论坛和交流研讨会等方式搭建宣传央企形象的传播平台,承办中国炼油技术高峰论坛、碳中和经济论坛等,积极履行服务国资央企职责。打造影视活动、展览展示、科普文创“三个中心”,拍摄世界地热大会宣传片等530余部;举办、组织参加中国国际进口博览会等230个重点展览,全方位展示了中国石化在保障能源安全等方面的突出贡献;策划系列科普文化活动,普及绿色能源知识,推广绿色发展理念。

到今天,两社已经形成“书展会片刊、科创培智(知)融”业务格局,“第二增长曲线”轮廓初步显现。展望未来,我们将着力打造中国石化“三个中心”,将展览展示、影视制作、科普文创做强做精,为打造中国石化“文化名片”注入动力活力。

全面深化改革 服务效能不断提升

党的二十届三中全会对全面深化文化体制机制改革作出系统部署。今天,出版公司全面完成了深刻的“转企改制”文化体制改革,正积极主动投入到国资央企深化改革大潮之中。我们以增强核心功能、提升核心竞争力为重点的改革深化提升取得实效,“四个服务”能力明显增强,出版公司内部管理机制持续优化,为高质量、可持续发展奠定了坚实基础。

两社整合后,制定落实“三步走”机构整合方案,稳妥推进机构、业务、制度等全面整合。我们深入学习贯彻习近平总书记关于国企改革的重要论述,深化体制机制改革,作为集团公司综合改革试点单位,全面推行任期制和契约化考核,高质量完成了深化改革三年行动各项任务。干部职工市场化意识增强,动力活力得到更好激发,人才支撑更加有力,汇聚了不竭的智慧力量。落实对标世界一流管理提升行动方案,科学精准严密的管理为公司高质量、可持续发展保驾护航。今天的两个出版社,巩固改革成果,扎实推进改革深化提升行动措施落实。4家子公司充分发挥自身禀赋优势,重构业务格局,加速业态创新和业务模式创新,成为公司战略发展、效益提升新的增长点。

新征程呼唤新担当,中国石化出版公司将坚持建设国内一流知识、文化、智库服务企业的愿景目标,以服务集团、服务行业、服务国企、服务社会为己任,奋力谱写高质量发展的新篇章,向新时代交出优异答卷,续写新的辉煌。

锚定出版高质量发展 自觉担负新的文化使命

□湖南人民出版社党委书记、社长 张勤繁

党的二十届三中全会提出“优化文化服务和文化产品供给机制”,这为宣传思想文化工作指明方向并作出全面部署。湖南人民出版社坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,深入贯彻落实党的二十大和二十届二、三中全会精神,紧密围绕中心,提升供给质量,精品出版成效显著,营销模式持续创新,积极推进全民阅读,构建融合出版新格局,全力以赴担当新的文化使命。

坚持守正创新 深耕主题出版

2024年11月16日,“2024中国文学盛典·骏马奖之夜”在广西南宁举行。湖南人民出版社精心打造的“海牛”号获报告文学奖,这是继《乡村国是》之后,湖南人民出版社又一部荣获重要文学奖项的作品。

2024年,湖南人民出版社聚焦时代精神,发挥资源优势,深耕湖湘特色,一大批兼具长远意义与时代价值、以人民为中心创作、弘扬中华优秀传统文化的主题出版精品持续推出,44种(次)图书获国家级、省级重点奖项。其中,《大兴安岭深处》《田野诗班》入选2024年度主题出版重点出版物选题;《毛泽东文谭》入选2023年度“中国好书”;《中国共产党建设史》《现代化的中国图景》入选2024年度国家出版基金项目。

北京图书订货会上,湖南人民出版社将集中展示一批叫好又叫座的主题出版精品。《中国共产党建设史》高举思想旗帜,全景式展现中国共产党成立100多年来的伟大建设历程;《现代化的中国图景》系统论述中国式现代化的科学内涵,回顾历史,着眼未来;《大兴安岭深处》弘扬时代精神,书写一曲“壮美山河,守护有我”的英雄赞歌;《为有牺牲》彰显伟大长征精神,致敬万里征途中的追光者;“鉴往知来”系列图书“新读”红色经典,于名家名篇中探寻民族复兴之路;《靠什么团结 凭什么胜利——中共七大启示录》带领读者回到历史现场,读懂延安精神;《蒙达尔纪的青春岁月》全景记录留法勤工俭学运动,反映时代青年精神风貌。

2025年,湖南人民出版社将重点策划推出《望山河》《铸牢文化同心圆》《从东方来》《改变中国的“第二个结合”》《改革永远在路上》等以宣传阐释习近平新时代中国特色社会主义思想为核心内容的主题出版精品,以中国理论解读中国实践,向着主题出版领航高地奋进。



推荐书目

《大兴安岭深处》
《靠什么团结 凭什么胜利——中共七大启示录》
《中国共产党建设史》
《为有牺牲》

提升服务能力 涵养阅读风尚

从阅读中汲取经验智慧,从书香中凝聚奋进力量。2024年,湖南人民出版社贯彻习近平文化思想,习近平总书记致首届全民阅读大会贺信精神,以精品图书为载体,提升全民阅读服务水平,策划举办了一系列主题鲜明、形式丰富、极具特色的全民阅读活动。

创新方式方法,营造沉浸式阅读体验。举办“我和我的祖国”湖南省青少年主题读书教育活动,邀请知名作家、企业家代表和青少年共聚一堂,分享主题好书与阅读感悟。《音乐里的衡阳记忆》发布会上,衡阳党史专家为青少年上了一堂“音乐党史”互动体验课。《大兴安岭深处》首发仪式上,书中主人公“奇乾中队”指导员深情讲述消防指战员们戍边守护大兴安岭的故事。

以渠道为抓手,多样开展阅读活动。抓住各大书展机遇,在北京图书订货会、全国图书交易博览会、北京国际图书博览会、岳麓书会等现场举办10余场新书发布会、读书分享会、作家签售会,拉近与读者距离;与合作单位强强合作,

联合人民日报出版社在湖南女子学院共同举办《毛泽东的青年时代》新书首发,“爱粉”青年读者群,与新华出版社、作家出版社等积极合作,让好书抵达更多读者;连续多年参与湖南“新时代乡村阅读季”活动,推介《田野诗班》《袁隆平的故事》等好书,用书香助力乡村振兴;在世界读书日、岳麓书会邀请龙新民、陈晋等党史专家来湘授课,让权威学者与读者面对面交流。

创新营销渠道 探索融合出版

2024年1月,在董宇辉直播间里,湖南人民出版社出版的《人生的智慧》当晚售罄,卖光了该书的2万册库存。直播结束后,该书在线上渠道依然反响热烈,最终累计销售4.3万单。

近年来,面对日新月异的技术迭代,湖南人民出版社持续推进营销渠道创新,与知名KOL、达人合作带货,让更多好书从线上飞抵千家万户。一是线上搭建新媒体矩阵,在重要时间节点利用自有微信公众号、微博平台,以图文、短视频和直播形式持续推广新书好书,微信公众号连续两年开展“名家作者谈读书”活动,邀请丁晓平、张占斌、王义桅等名家作者与读者开展云阅读交流。二是持续巩固平台电商,大力开拓新兴营销渠道,在深耕天猫、京东、抖音、快手、拼多多、有赞等电商渠道的基础上,2024年全新开拓小红书、视频号小店,实现主流新媒体全平台营销。三是结合社主题出版、人文社科的产品优势,将直播带货和达人带货相结合。2023年全新升级直播团队,精准定位受众画像,推介一批红色历史、人文社科经典名作,直播场次超过300场。积极与知名KOL、达人联动带货,如与樊登、李筱懿等大咖合作,打破平台壁垒,触达更多“知识转化”的销售可能性。

在探索融合出版上,湖南人民出版社将优质资源与多媒体技术相融合,持续探索研发数字出版、融合出版精品。2025年,湖南人民出版社将以红色资源为基础,抢抓文物数字化等建设机遇,持续推进“湖南革命文物文献资源数据库”“智慧新思政”项目,探索基于相关数据库构建、应用与融合教育读物开发的增值服务模式,向着融合出版赋能高地奋进。

中流击水,奋楫者进。展望未来,湖南人民出版社将深耕内容创新和内容建设,继续打造精美的文化产品,持续推进文化创新和科技赋能,在构建出版高质量发展、践行新的文化使命中展现新作为、彰显新担当。