

编者按 春意盎然的3月,“三八”国际劳动妇女节如约而至。在出版发行业,女性劳动者扮演着举足轻重的角色。不久前,2024年度全国三八红旗手、全国巾帼文明岗名单公布,出版发行业4组个人和集体获此殊荣。《中国新闻出版广电报·出版周刊》推出“三八”妇女节特别策划,采访呈现获奖个人和团队故事,致敬出版发行界“她力量”。

致敬闪闪发光的出版发行“她力量”

重庆新华出版集团重庆出版社重点图书编辑室主任徐飞—— 实现从“匠人”到“架构师”的角色跨越

□本报记者 隋明照



“出版行业女性比例向来比较高,我们出版社也不例外,我觉得女性出版工作者充分发挥了‘半边天’的作用。”谈到女性编辑的作用,刚刚获评全国三八红旗手的重庆新华出版集团重庆出版社重点图书编辑室主任徐飞如是说。徐飞觉得,女性往往认真细致、敏感敏锐,在书稿的编校中可以发现隐藏在微小处的错误,在选题的策划上可以敏锐地洞察市场和读者的需求,在与作者的沟通中善于建立良好的情感联结,在工作中可以与同事共情,于出版工作的要求很是契合。

打开徐飞的出版“成绩单”,《马克思画传:马克思诞辰200周年纪念版》《恩格斯画传》《列宁画传》《中国特色社会主义道路研究》……一个个闪亮的名字映入眼帘。

其中,《马克思画传》获得入选2018年度“中国好书”、中宣部2018年重点主题出版物选题等荣誉。回想起这部书的策划出版过程,徐飞觉得,这部书能在众多同类主题出版物中脱颖而出,关键在于其打破传统理论读物“严肃说教”的框架,努力做到了“思想深度、艺术高度、情感温度”的三维融合。

这套书以通俗的“画传”为切口,通过“图像叙事+文献考据”重构经典。大量珍稀手稿、历史图片、艺术作品的可视化呈现,消解



了理论的距离感,让抽象思想具象化为可感知的历史场景,契合了当代读者“轻阅读”与“深思考”并存的需求。依托中央编译局的权威文献资源,在确保内容严谨性的同时,通过“时间轴+故事化分镜”的编排(如青年马克思的求学困惑、家庭生活细节),塑造有血有肉的思想家形象,打破“神化”刻板印象,增强读者情感共鸣。好内容还要配合好制作,为了精益求精,编辑团队与作者、设计师、印厂等密切合作。编校要达

到零差错;成书形式上图片与文字的呈现既要便于阅读又要美观大方,封面设计也是反复修改;印制上为了选择合适的材料,制作了几十次样书。

《马克思画传》出版后,受到广泛好评,为了更好地宣传普及,马克思诞辰200周年之际在重庆中国三峡博物馆举办了图片展,一共只有3天的布展时间,在大家加班

加点的通力合作之下,将这个“不可能完成”的任务圆满完成。

徐飞编辑的图书,大多理论性很强,徐飞坦言其大学学的传媒专业,在从事出版工作后发现作为图书出版编辑,特别是从事主题类图书出版工作,对政治和历史素养的要求很高,需要持续学习和在实践中注意积累。于是,她学习线上课程,阅读相关权威作品,扩展知识面,在工作实践中注意“问题导向”积累,构建专家网络,不懂就问,并且密切关注社会热点和学界动向。“我觉得,编辑的政治、历史素养并非完全依赖科班训练,而是知识体系、实践经验和责任意识”的复合体,可以通过持续学习建立认知框架,再以职业敬畏心和责任感学以致用,即使非专业出身,也能做好出版工作。”徐飞说。

工作多年,徐飞已经成长为部门主任,多次被重庆出版集团评为优秀中管。作为编辑室主任,徐飞深知自己既是团队管理者又是内容质量的最终责任人,她觉得需要实现知识维度、责任维度、战略维度的三重跃迁。包括通过不断地学习,建立“学者型管理者”思维,实现自我提升,提高政策敏感度,追踪学术前沿,在选题策划上下功夫;构建“全链条风险—质量双控体系”,强化工作流程,保证内容质量,提升图书品质;注重人才培养,打造素质过硬、高效配合的出版团队。徐飞觉得,作为部门主任,需要用战略思维思考编辑室未来发展,个人也要实现从“匠人”到“架构师”的角色跨越。

江苏省盐城市恒瀚文化传播有限公司总经理、盐城市“言+买”书汇主理人王明瑜—— 带动更多女性投身文化事业

□本报记者 李婧璇



在文化教育与旅游深度融合的时代浪潮下,书店已成为新型文化空间的代表,作为这股浪潮中的先行者代表,获评全国“年度最美书店”的“言+买”书汇已成为盐城旅游打卡的新地标。

作为“言+买”书汇的主理人,刚刚获评全国三八红旗手的王明瑜立足建设新时代新型书店的同时,还牵头创设了“言+买”书汇妇女微家,以书店为原点,以阅读、公益为半径,绘就了一幅助力社会发展、点亮民众心灵的画卷,诠释了新时代女性的卓越风采。

“我期望能以这份荣誉为起点,带动更多女性投身文化事业,让书店化作城市中熠熠生辉、温暖而坚韧的‘她力量’。”王明瑜在接受《中国新闻出版广电报》记者采访时笃定地说道。

回溯往昔,南京的求学岁月,是王明瑜与书结缘的温暖章节。那时,每逢周末,王明瑜总是怀揣着满心欢喜,径直扎进南京书城(大众书局的前身)。

久而久之,一颗种子在王明瑜心中悄然生根发芽。“我梦想着有一天能够经营一家满溢文化魅力的书店,让更多的人在这里找到心灵的慰藉和精神的滋养。”王明瑜回忆道。

2017年,王明瑜着手筹建大众书局盐城宝龙城市广场店,从单纯的爱书之人蜕变成成为书店的经营



者。“我们坚持推荐好书籍、好文创,主办好沙龙、好课程、好演讲,逐渐集聚起以书店会员为核心的读者群,编织起以门店为圆心的传播网络,吸引了无数艺术爱好者与文化追求者。”王明瑜感慨道,在每一个静谧的午后,在每一个温暖的黄昏,书店里总是座无虚席,“读者们沉醉在书的世界里,他们的专注与热爱,如同一盏盏明灯,照亮我前行的道路,让我坚信我们的坚持意义非凡。”

2020年,王明瑜开始全身心投入“言+买”书汇的运营,立志将其打造成一座城市的文化灯塔。

为了吸引读者走进书店,王明瑜将书店定位为“城市文化客厅”。“我们紧扣不同主题和重要节日,策划并举办各类特色展览与文化活动,以此凝聚读者,同时为适应时代的发展,我们积极探索‘线下线上融合’的阅读新模式。”据王明瑜介绍,书店通过充分整合线下门店与线上

平台资源,为读者创造了全新的品质阅读空间。“迄今为止,我们已成功举办上千场阅读推广活动。”

借鉴“书店+文旅”模式,王明瑜将“言+买”书汇打造成为连接知识、教育与旅行体验的多元空间,让每一位走进书店的游客仿佛踏入一座充满惊喜的奇妙花园。仅新弄里书汇年接待旅客就近30万人次。“这一数字背后,是文化教育

与旅游深度融合释放出的强大吸引力与发展活力。”王明瑜说。公益赋能则彰显书店社会担当。在盐城市妇联指导下,王明瑜建设了“言+买”书汇妇女微家,推出微阅读、微创业、微讲堂、微沙龙、微乐园的“五微”工作法,创办“朗读者”阅读品牌,为基层女性搭建起一座学习、交流、成长的温暖桥梁。

“妇女微家更是扶持妇女创业、助推妇女发展的服务平台。”王明瑜介绍说,她们以“店中店”的模式,扶持女性小微创业,110名妇女在烘焙培训方面创业就业,120名妇女在文创设计加工等方面发挥特长,其中“她的厨房”在盐城烘焙市场占有一定份额。这一系列公益举措,不仅彰显了书店的社会担当,也在无形之中增强了书店的凝聚力与影响力,实现了公益与商业的良性互动。

采访临近结束时,王明瑜表示:“我将一如既往地文化与市帼志愿服务紧密结合,通过举办更多富有创意和意义的文化公益活动,吸引更多女性参与到文化事业中来,为她们提供广阔的发展平台和成长空间,助力她们在文化领域绽放光彩,实现自我价值。”

广西壮族自治区来宾市新华书店有限公司来宾书城——

爱岗敬业与职工关爱双向奔赴

□本报记者 隋明照



开展亲子阅读活动600余场,影响带动1万余户家庭;举办培训讲座、读书分享会、作家作品分享会等500余场,动员约10万名读者参与其中;开展送书下乡文化惠民流动售书活动近200场;联合党政机关、企业单位党组织举办支部联学共建活动、主题党日活动等300余场……在广西壮族自治区来宾市,来宾书城是当之无愧的全民阅读推动者。在来宾书城丰富的活动、优质的服务背后,凝聚着女性店员的默默付出。来宾书城现有职工13人,其中女职工8人,形成了一支“学习型、创新型、实干型”的巾帼团队,而来宾市新华书店有限公司也倾注精力为女职工打造舒心的工作环境和氛围,实现了爱岗敬业与职工关爱的双向奔赴。

打开来宾书城的活动列表,“三月三”新华书课及背篓抛绣球主题活动、寒假新华小店长职业体验之旅等颇具特色的阅读活动引人注目。《中国新闻出版广电报》记者在采访中了解到,在阅读活动策划方面,来宾书城“月月有主题,周周有活动”,为此专门成立了活动策划小组。女职工韦伊就是书城活动策划团队中的佼佼者,结合“三月三”主题的民族文化阅读推广活动、“朗读者计划”公益阅读活动、少儿阅读节等系列活动都是她策划的,她还充分发挥播音主持专业特长,兼顾活动主持,用充满亲和力的笑容和富有感染力的声音,拉近书城与读者之间的距离。

不光是在活动组织中,在导购、收银等岗位上,书城的女职工都在用耐心和专业为读者提供更好



的环境,比如朱依迪主要负责文创区域业务,她强化数据分析,结合时下热点调整文创产品的品类、摆放等,在她的带领下,来宾书城文具文创销售连续3年实现涨幅6%以上。在包括女职工的共同努力下,来宾书城赢得中国“最美新华书店”、“全国家庭亲子阅读体验基地”等荣誉。

心往一处想,劲往一处使,团结协作是来宾书城女职工团队的突出特点。采访中,记者了解到两个小故事。2024年2月,来宾书城开展了“讲好红色故事 共建阅读家园”全民阅读进乡村农家书屋活动。在活动前期准备时,女职工精心准备各类图书,并把要送给孩子们的红领巾一条条拿出来仔细检查质量。活动当天,天刚蒙蒙亮,在组长陈彩云的带领下,女职工就早早来到了大湾镇新时代文明实践所,分工协作布置场地,为孩子们带去了精彩活动。在来宾市新图书馆开放前期,来宾书城女职工协助市图书馆拆书验收、盖章贴码、录入信息、粘贴书标、分类上架图书,10多名女职工通力合作,连续奋战9天。

这支团结友爱的巾帼队伍背

后,是来宾市新华书店有限公司领导的有力支持。在业务方面,公司建立健全职工终身学习制,举办专业技能培训班,员工每年平均培训学时达219学时以上。公司在排班方面充分考虑女职工的实际情况,尽量做到兼顾她们的家庭与工作,当有女职工生病时,公司会及时安排人员探望慰问,对于遇到困难的女职工,公司则会提供帮扶支持。公司每年的“三八”妇女节活动都有不同的主题,例如2022年是茶艺体验活动;2023年安排了“抢凳子”、乒乓球比赛等趣味运动;2024年聚焦民族团结与健康知识普及,大家共同学习“两癌”筛查、疾病预防等知识。

今年,来宾书城“三八”妇女节活动的主题是“书香巾帼,绽放芳华”。来宾市新华书店有限公司本级党支部联合柳州高速公路运营有限公司来宾分公司党支部于“三八”妇女节前夕开展“巾帼心向党 奋斗绽芳华”主题党日活动,女职工共同观看了专题片《榜样9》,学习林则银同志事迹,并参与了妆容技巧培训、漆扇制作活动,在阵阵欢声笑语中,迎接属于女性的节日。

人民文学出版社策划部——

以青春之姿架起文学与读者的桥梁

□本报记者 李婧璇



推动作家入驻抖音、小红书,策划文学跨年盛典……成立于1997年的人民文学出版社策划部(以下简称人文社策划部)迄今已走过了28年的青春岁月。他们以文学为纽带,以创新为引擎,在新时代文化传播的浪潮中,书写了出版行业营销的创新篇章。

面对“全国巾帼文明岗”这份荣誉,人文社策划部主持工作的副主任张一说道:“这将成为我们一个崭新的起点,激励我们在更高的标准上去努力。”

人文社策划部始终肩负人民文学出版社“文学出版国家队”的使命,既是经典文学的守护者,更是创新传播的开拓者。从“四大名著”、“哈利·波特”系列等经典作品的创新营销,到莫言、迟子建等当代作家的“破圈”传播,团队始终以青春之姿,架起文学与读者的桥梁。

2月27日中午12:30,刚结束会议的张一,匆匆走进办公室,与人文社策划部高级主管李然一同接受《中国新闻出版广电报》的采访。谈到人文社策划部创新领跑行业的“破圈密码”,张一与李然归纳了四点经验。

整合资源,开辟文学传播新赛道。2020年,人文社策划部率先推出“云游大家故居”系列直播,带领读者“云访”李白、普希金等中外文豪的创作足迹,开创出版业直播营销先河。同年,与字节跳动达成战略合作,推动莫言、冯骥才等作家入驻抖音,打造“作家IP+短视频”新模式;引领作家入驻小红书,再次成为行业“首个吃螃蟹者”。

品牌赋能,打造现象级文化事件。2024年,“文学的灯光是不灭的”跨年盛典以1600万播放量刷新



纪录;《当代》文学颁奖盛典、首届雪峰文论奖之夜等活动全网观看量累计超千万。团队更将文学融入生活场景:“纸有红楼”主题展、《哈利·波特》阅读特展成为网红打卡地;与云海肴、联想等品牌的跨界联名,让文学IP突破圈层壁垒。

一书一案,缔造营销经典案例。团队坚持精细化运营,如《背影2》线上首发会创下抖音117万观看量;迟子建科普见面会登顶平台热搜;《哈利·波特》25周年纪念版通过小红书创意营销,首发日售出1.7万套。2024年,团队推动新书获央视媒体报道超5000篇,举办营销活动300场,带货转化率屡创新高。

矩阵发力,构建自媒体生态圈。截至2024年,人文社微信公众号粉丝突破126万,新增16万;微博、抖音、B站等平台总粉丝量超500万。其中,与B站UP主合作的《红楼梦》(刘旦宅插图版)推广带货超万套,小红书账号位居行业领先地位,展现“文学+社交”的传播魅力。

主导过《晚熟的人》、“哈利·波特”系列等爆款营销案例的张一,带领团队探索从文学价值到市场价值的转化路径。“他善于挖掘成员优势,如将年轻员工的网感转

化为新媒体运营势能,让资深编辑的文学积淀赋能内容策划,实现人尽其才。”人文社策划部骨干编辑张瑶表示,自己在这样的工作思路下,不仅感受到了工作的动力,也明确了创新的方向。“我们是一支血液中流淌着人文社70年光荣传统的队伍,更是一支充满活力、凝聚力、学习力,富有创新精神的队伍,在新时代文学出版事业的发展工作中,奋力拼搏、勇于开拓,始终积极发挥青年的生力军和突击队作用。”张一说。

让经典文学在新时代焕发生机,这张“全国巾帼文明岗”奖状,不仅镌刻着人文社策划部的荣光,更寄托着无数读者对文学星火的期待。

“未来,我们还将不断探索和努力。”张一憧憬地说道,我们策划部将继续在社领导的指导和要求下,通过更丰富的营销手段和一系列线上线下活动矩阵,让经典文学触达更广泛人群;不断强化品牌影响力,持续打造“文学中国”等超级IP,探索AI等新技术场景下的文学体验;坚持探索推动社里销售增长的营销策略,努力为人文社社会效益与经济效益的双赢作一些贡献。