

重庆大学出版社:

三大板块协调发展 创新融合开创新篇

□蒲添

近年来,重庆大学出版社在年均新书品种保持基本稳定的情况下,销售码洋、营业收入、利润历年持续保持稳步增长,体现了高质量发展的强劲动力。

2025年重庆大学出版社迎来了成立40周年,笔者了解到,重庆大学出版社把推进高质量发展放在首位,以打造特色精品出版为抓手,坚持专业化、品牌化、融合化发展,近年来在教育出版、学术出版、大众出版3个领域持续发力,让重庆大学出版社的优质出版物以及最新出版融合成果惠及广大读者和用户。

持续发力三大领域出版

近年来,重庆大学出版社在教育出版、学术出版、大众出版都形成了一定的专业和品牌优势。重庆大学出版社正在挖掘并着力打造具有重要支撑作用的专业板块,围绕特色领域形成教育出版稳步增长、学术出版成果丰硕、大众图书品牌影响力持续提升,三大板块协调发展的格局。

在教育出版领域,重庆大学出版社的大中专教材的出版品种和销售规模稳步增长。公共基础课、建筑、旅游、外语、电子商务、信息等专业教材板块获得长足发展,形成了多个在全国或区域具有一定影响力的套系教材;“十一五”以来立项建设的国家级规划教材品种超过400种,入选品种居全国大学出版社前列。

在学术出版领域,重庆大学出版社坚持“高水平、有特色、可持续、有影响”的工作原则,依托国家出版基金、重庆市出版专项资金的支持,围绕改革开放、科幻研究、山地城市交通、重庆近代城市历史研究等主题,策划出版了多套学术丛书;历时20余年组织出版的大型学术工具书“万卷方法”,已出版200余个品种,是国内社科研究方法领域最具影响力的图书品牌;皇皇50卷近2000万字的《纳西东巴文献字释合集》,是近年来东巴文字研究释读、纳西文化传承传播的重要标志性成果。中国知网等第三方数据显示,重庆大学出版社在工业技术、艺术理论等领域入选最具学术影响力出版社,连续多年入选海外馆藏百强出版社。

近年来,大众图书的“品牌化”发展成为重庆大学出版社的一个重要名片。近20年来,围绕心理自助、自然科普、大健康等领域打造了“鹿鸣心理”“好奇心书系”“里程碑”“万花筒”“微百科”“认识你自己”等多个大众图书品牌;《中国蜘蛛生态大图鉴》《无限事》《薄薄的故乡》《中国色彩简史》等多部作品获中国出版政府奖、中华优秀出版物奖、鲁迅文学奖、中国好书等大奖(含提名奖、入围奖);《自我训练:改变焦虑和抑郁的习惯》《数学之书》《健康人生 快乐百年》《最初三分钟》等一批大众图书被中宣部、科技部、教育部、农业农村部等国家部委推荐表彰。

“在教育出版、学术出版、大众出版3个领域深耕并不容易。其实在出版社发展的历程中面临过很多诱惑,需要我们保持定力、敢于放弃、舍得放弃。比如说,在一个阶段童书市场火了,我们没有去跟风;下一个阶段经管类图书市场好了,我们也没去跟风。我们整个出版选题的组织,就是一代一代的出版人、一脉相承地专注在特定领域里,就像几根针一样地扎在市场中,做到专业化。它虽然小,但是扎得很深。”重庆大学出版社有关人士告诉笔者。

创新融合形成特色品牌

近年来,重庆大学出版社以中宣部《关于推动出版深度融合发展的实施意见》等政策文件为指导,积极践行专业化、品牌化、融合化发展路径,坚定推进“特色融合、优势转化”,打造出了一系列可以进行独立市场运营的融合产品。

在2024年,重庆大学出版社全力推进数字教材平台建设,享有自主知识产权的“课书房”数字教材出版运营平台正式上线,实现了全流程运营,目前已储备一批体系完善、资源丰富、交互性强的数字教材选题,并有近百种教材正式出版发布。

2017年以来,重庆大学出版社组织来自全国的特殊教育专家和特殊教育学校开发的“迪帕特教”融合出版产品,已形成体系化、生长性的产品体系;通过运用大数据和人工智能等技术,将纸质书籍、富媒体内容与自研运营的智能化教学平台深度融合,形成了“纸书+资源+软件”的特殊教育融合出版系列产品——“迪帕特教”。

据了解,“迪帕特教”融合出版系列产品是重庆大学出版社转型升级的典型代表,其相关内容均来自重庆大学出版社已正式出版的相关图书。从立项至今,历时近10年,“迪帕特教”从一本书到一套书,再到一个平台、一系列平台,“一生二,二生三,三生体系”,实现了真正的深度融合。目前“迪帕特教”已在全国1000余所学校和康复机构落地应用。

此外,在技术和出版融合方面,重庆大学出版社也结合出版生产实际,积极探索人工智能在出版实践中的应用。目前,人工智能技术已在摘要提取、文案撰写、翻译以及图片和视频生成等方面取得显著成效,并已成功应用于我们的出版实际工作中。

值得一提的是,2029年是重庆大学建校100周年,作为背靠重庆大学的出版社,未来5年,重庆大学出版社将以“百年新重大”为主题,积极组织策划,力争推出一批高水平、有影响的学术著作,为充分挖掘和彰显重庆大学的学术影响力贡献出版力量。

筑书山学海以启迪智慧 循墨香简韵以传承文明

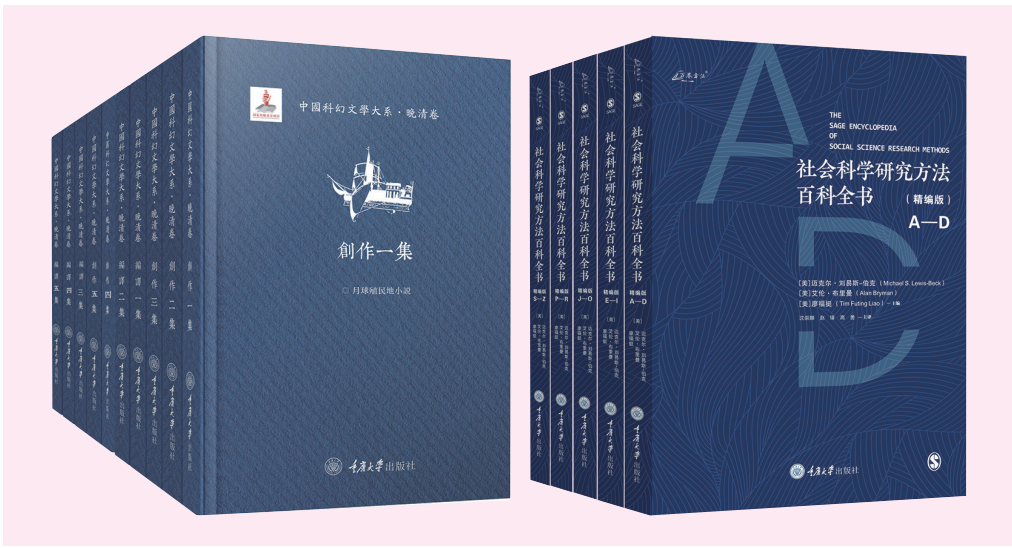
——记重庆大学出版社成立40周年

□蒲添

40年,筑书山学海以启迪智慧;40年,循墨香简韵以传承文明。地处西南的重庆大学出版社经过了40年的历练与发展,正利用自身的品

牌和比较优势,践行专业化、品牌化、融合化的发展路径,围绕教育出版、学术出版、大众出版的特色领域精耕细作,朝着国内一流、国际有

一定影响的大学出版社的目标迈进。



守正创新 稳步向前

40年,重庆大学出版社始终坚持把社会效益放在首位,坚守大学出版社的出版使命,服务党和国家工作大局,服务地方经济社会文化发展,服务母体大学“双一流”建设。一路走来,他们积极进行战略调整,从建社以来的教材为绝对主体,到新世纪前10年的“一主两翼”,再到现今确立的“一三三一”战略,助推教育出版、学术出版、大众出版协调发展。近10年来,围绕既定发展战略,重庆大

学出版社积极优化组织架构,已形成事业部、分社、营销部、电子音像出版社等分工明确、层次明晰的专业保障部门,为推进“专业化、品牌化、融合化”,奠定了良好基础。目前,重庆大学出版社教育出版、学术出版、大众出版的销售比例达到6:2:2,数字教材、融合出版产品等已在重庆大学出版社形成一定规模,充分体现了做优做大出版主业,全面推进高质量发展的精神内涵。

领域深耕 做强主业

教育出版作为重庆大学出版社的主业,他们在力图做强做优做大。作为教育部高校教材出版中心和职教教材出版基地,重庆大学出版社以国规省规教材、优质教材、数字教材为统领,在公共基础课、建筑、旅游、外语、信息、机电、影视传媒艺术等学科领域已形成明显的出版规模及专业特色,教材出版能力、教材质量和出版规模位居同类出版社前列。迄今,已出版大中小学教材近万种,常销教材约4000种。出版社“十一五”以来,入选并出版国家级规划教材420种,基础教育国家课标教材2套。2021年,《数控机床故障诊断与维修》等两种教材获首届国家优秀教材奖。

在学术出版领域深耕,重庆大学出版社的学术出版已形成鲜明的品牌和优势。他们围绕

国家重大战略布局,服务科技发展需求,发挥区域资源优势,深耕学术出版。20余年打造的“万卷方法”至今已出版200余种,成为国内社会科学研究方法类图书领域最具影响力品牌。出版社设立重点项目库制度,积极扶持具有重要学术价值的学术图书的出版,着力打造“弘深文库”,收录理工文法等学科大类国家级学术成果100余种,相关图书多次入选国家出版基金资助项目,并荣获中国出版政府奖、中华优秀出版物奖(提名奖)等国家级大奖,在学界和业界塑造了“重大”特色的学术出版品牌。2024年,重庆大学出版社的《趣味符号学》《古人怎样说话:古汉语音韵文化探幽》入选(首届)国家社科基金哲学社会科学学术通俗读物项目(共30个项目入选),是唯一入选两个及以上项目的出版社。



立足特色 融合发展

品牌代表品质,体现了出版社在读者和作者心目中的知名度和美誉度。重庆大学出版社立足自身特色在40年间打造了一批具有代表性的特色品牌。

经过多年的发展,科普、心理学、时尚文化与艺术等类图书已然成为重庆大学出版社在大众出版领域的“代名词”与“名片”,并具有明显的市场优势。他们创立了“好奇心”“里程碑”“鹿鸣心理”“万花筒”“懒蚂蚁”“认识你自己”等具有较高市场辨识度和影响力的图书品牌。“好奇心书系”已成为中国原创自然博物类图书第一品牌,时尚文化类图书的出版规模和影响力在国内同类出版物中居领先地位。

重庆大学出版社在时代发展的浪潮中,主动顺应出版业变革趋势,积极推进数字化转型进程与出版融合发展。他们的融合出版工作从“十一五”期间开始起步,近年来获得长足发展,已经形成了数字出版+传统出版的融合出版常态化格局。“十三五”以来,重庆大学出版社先后有4个项目获得国家文化产业专项资金资助,成功开发“课书房——重大社新形态教材支撑平台”,实现从单一的传统纸质教材转型为“纸书+数字资源+平台”的融合产品工作的常态化,为出版社教材持续稳定的市场增长提供了有力的技术支持。

重庆大学出版社在推动出版社转型升级的同时,还打造出了一批特色产品。他们自主研发的“迪帕”特殊教育融合出版系列产品,实现1000余所学校(康复机构)落地运营,累计服务20余万特教教师及家长,年均提供200万+次个性化教学支持,形成了特教领域领先的数智服务生态。

大型重点融合项目的成功打造,也带动了社图书编辑融合出版意识及能力的提升,带动了一批传统图书项目的转型升级。编辑团队和技术团队合作的《艺术启蒙有声书》和《穿越科学大事件》等两个项目入选国家新闻出版署“2021年全国有声读物精品出版工程”。

国际合作 硕果颇丰

2003年,重庆大学出版社正式成立国际合作部,其创立初衷旨在通过更加专业和高效的方式,搭建一个连接出版社与国际出版界的沟通平台,帮助出版社更快地融入全球出版市场。这一举措为如今重庆大学出版社的图书品牌建设、图书选题策划以及市场书的宣传推广工作,打下了坚实的实践基础。

重庆大学出版社积极参加各大国际书展,充分展示高水平学术图书和市场畅销品牌图书,与施普林格·自然、爱思唯尔以及威利等多家国际知名出版机构建立了长期良好的合作关系,显著提升了出版社在学术出版领域的国际影响力。近年来,《高塑性镁合金材料》(中英双语)、《天堑变通途——中国桥梁70年》等多种图书向爱思唯尔等国际知名出版社实现版权输出;11个项目入选丝路书香工程、经典中国国际出版工程、国家社科基金中华学术外译项目等重要对外文化项目;《纳西东巴文献字释合集》等大型丛书被哈佛—燕京图书馆等著名学术机构收藏。

随着国际合作工作的不断深入,重庆大学出版社的国际化战略也逐步从单一的版权引进,向版权输出、海外发行、境外承印、合作出版等多个维度拓展。精心布局走出去市场。在走出去的市场选择方面,积极贯彻落实国家对外文化战略并聚焦“一带一路”国家和地区,积极开展与“一带一路”国家尤其是新加坡、泰国、越南等东盟国家的文化交流与合作,并与东盟版权贸易服务平台建立了战略合作伙伴关系。同时依托重庆大学科研团队的雄厚学术资源,持续打造学术精品,与国际知名学术出版机构开展学术交流对话。2024年,重庆大学出版社荣获“全国版权示范单位”“中国图书海外馆藏影响力出版100强”等荣誉称号。

站在40年的新起点上,重庆大学出版社将继续以质量和效益为中心,坚持专业化、品牌化、融合化出版理念,全面推进教育出版、学术出版和大众出版协调发展,全面推进传统出版与数字出版深度融合,在将出版社建设成为专业板块突出、企业品牌响亮、融合出版模式成熟的高质量发展的现代出版企业的康庄大道上阔步向前。