



高等教育出版社

- 中国单体出版社竞争力名列前茅
- 产品形态覆盖图书、音像制品、电子出版物、网络出版物、期刊
- 产品以16个语种行销世界50多个国家和地区,版权输出国内领先
- 1000余种出版物获得出版政府奖、优秀出版物奖、“五个一”工程奖、科技进步奖、优秀教学成果奖及优秀教材奖
- 惟一获得“世界知识产权组织创意金奖”的国内出版社

高等教育出版社成立于1954年5月,是新中国最早设立的专业教育出版机构之一。作为有着近60年历史的大型教育出版机构,始终坚持“植根教育,弘扬学术,繁荣文化,服务社会”的办社理念,经过几代高教人半个多世纪的奋斗,高教社已经发展成为以出版高等教育、职业教育、成人及社会教育等教育类、专业类、科技类出版物为主,产品形态涉及图书、音像制品、电子出版物、网络出版物及期刊的大型综合性出版社。

承接重大任务 不辱历史使命

高教社始终坚持正确导向,勇于承担社会责任,特别是在中央提出文化强国、增强文化软实力的大政方针后,更是责无旁贷地承担了以建设社会主义核心价值体系为核心、以服务社会推动传播正能量为目标的一系列国家重点攻坚项目,并在这些项目中打造了系列精品力作,推进了向世界传播中国文化,形成了较大的国内外影响力。

2004年以来,高教社开始承担“马克思主义理论研究和建设工程”重点教材建设项目,相继完成了思想政治理论课等重点教材建设。2013年起,教育部所有“马工程”重点教材建设拟全部由高教社承担,确保实现“当代中国马克思主义最新成果的学科体系和教材体系”的落实。对于“马工程”,高教社不仅将其作为发展的重大机遇,更是将其作为承担的政治任务和应尽的社会责任来严肃对待,调动全社会人力、物力、财力全面做好“马工程”重点教材的编辑、出版、推广、发行工作。十年磨一剑,如今“马工程”中出版的系列教材,均已成为相关学科领域的精品力作,在业内享有较高的知名度、影响力和示范性,更成为哲学社会科学领域的学科体系标准与理论风向标。

高教社配合教育部实施了“国家精品开放课程建设”项目,经过近两年努力,截至2013年11月9日,已有405门国家精品视频公开课、801门国家精品资源共享课上线,向世界传播了中国声音,实现了中国文化与教育从网络上走出去。

高教社还配合教育部做好中国大学生在线建设和全国高校教师网络培训工作。中国大学生在线网站从服务学生入手,2013年精心策划了“传递青春梦想,共话民族复兴”大学生网上接力活动、“中国梦”摄影大赛、全国大学生简历大赛、辅导员博客评选等传播正能量的网络活动,吸引了近千所高校数百万大学生踊跃参加,网站吸引力和影响力明显提升。全国高校教师网络培训网面向教师发展建设优质培训课程,满足学校和教师多样化培训需求,2013年开展了50门网络同步集中课程培训,创设了全国高校微课教学比赛,培训成效显著。



创新再造新业绩 续写基业常青篇

主业挺拔 产品不断服务多层次学习需求

在即将过去的2013年,高教社继续深化改革与发展,再上事业发展新台阶。一年中,出版新书2600余种,重印近7600种,累计销售图书超过1.1亿册,全社主业实现净发货码洋29.2亿,创造了历史最高水平;学术影响力大幅提升,6个中国学术前沿(Frontiers)系列英文学术期刊进入“中国科技期刊国际影响力提升计划”;精品战略得到不断深化,在精品力作建设方面取得重要突破:《你好,中国》大型全媒体、多语言文化体验库获第四届中华优秀出版物奖优秀音像出版物奖、入选2013年“北京市出版工程”;《认识湿地》入选国家新闻出版广电总局2013年向全国青少年推荐百种优秀图书、韬奋基金会2013全民阅读年会“全国图书馆2012年度好书推选活动”,《中华大字典(彩图版)》入选韬奋基金会2013全民阅读年会“全国图书馆2012年度好书推选活动”,《乌尔都语汉语词典》、《现代日语教学法



辞典的研究与编撰》、《中华语文大字典》、《中国高等植物电子百科全书》等入选国家新闻出版广电总局2013~2025年国家辞书编纂出版规划,《敦煌石窟美术史(十六国北朝上、下卷)》获得北京市新闻出版局2013年北京市文化创新发展专项(产业类)资金资助,《思想的力量——企业家提升领导力的6堂哲学课》进入教育部中国高校出版社书榜,《经济物理学》、《复杂网络协调性理论》、《Propagation Dynamic on Complex Networks》、《流形上的几何与分析》、《非饱和土力学》、《中国化石植物志》、《量子场论》等7种专著获得2013年度国家科学技术学术著作出版基金资助。

全领域多层次的产品满足了数字时代多样化的阅读需求,伴随着精品力作的不断涌现,立足教育、传播知识、传承文化,高教社在我国文化出版事业的中坚作用将不断得以显现。

数字化蓝图绘就 业务转型呼之欲出



数字出版是时代发展大趋势,高教社积极抓住国家深入推进教育信息化、数字出版产业加速发展的重大机遇,按照战略谋划,整体布局,把握规律,突出重点,积极推进、务求实效的工作方针,加强数字化业务,推动转型升级。经过近些年的努力,高教社在数字化产品体系、数字化业务支撑体系、数字化运营服务体系及数字化管理服务体系等四个方面做了积极的探索,取得了较好的成绩,为可持续发展奠定了坚实的基础。

在高等教育领域,以基础课教材建设为基础,重点打造配套的智能型教学软件、试题库、资源库、数字课程等数字化资源,通过精品教材和高水平数字化资源的有机融合,实现原有优秀品牌教材的数字化升级,创新课程教学资源建设机制,不断巩固和提高市场占有率;在职业教育领域,按照课程、专业规划,针对教学过程中各个环节设计教学资源,提供全程教学服务,形成以应用型、技能型精品教学内容为核心,纸质教材与数字化教学资源有机结

合的格局,并根据不同层次、不同地区的客户多样化的需求,延伸开发,集成成包括纸质教材、学习卡、网络学习资源等在内的产品,形成了“教材+数字化教学资源+网络平台”的教学资源体系;在学术出版领域,着力打造Frontiers系列英文学术期刊,形成高质量学术内容数据库,为国内外学者提供服务。

构建支持数字化转型的技术支撑体系。建设内

容管理平台,实现图书、期刊、多媒体素材、试题库、数字课程等结构化内容和非结构化内容的统一存储、查询和管理,支持数字化资源的社内共享和二次集成,提供对外运营服务内容支持;根据教育教学需求和用户反馈,持续建设网络教学平台,不断提高系统的开放性、灵活性和可定制性,使之成为服务教育教学、承载优质资源、联结学校师生的重要支撑平台;开发建设包括试题库管理系统、电子书制作工具等系列工具软件,支持多种类型数字化产品的生产;不断完善ERP系统,以满足数字化转型升级精细化管理的需要。

2013年高教社为进一步落实数字化战略,制定并开始实施了《加强数字化业务,推动出版转型升级工作要点(2013~2015)》,吹响了传统出版业务向数字化转型升级的号角。《要点》狠抓落实,责任到人,强化资金投入,优化内部组织机构,改进考核激励,加强人才队伍建设,新型数字化出版业务模式日渐形成。



泰国副总理兼教育部长隆松·帖甘扎纳率泰国教育部代表团访问高教社

2013法兰克福书展与外商会谈

增强国际影响力与竞争力 『请进来、走出去』



高教社认真落实中央提出的“文化强国”战略,坚持“请进来、走出去”,坚持服务教育出版主业,利用国内外两种资源,开发国内外两个市场,以我为主,本土化设计,形成积极主动的对外开放格局,国际影响力和竞争力显著增强。近年来高教社300多种图书获得“中国图书对外推广计划”、“经典中国国际出版工程”、“国家社科基金中华学术外译项目”等出版资助,累计资助金额1600多万元。高教社与施普林格出版公司等合作的24种中国学术前沿(Frontiers)系列英文学术期刊已有6种被SCI收录,1种被EI收录,海外全文下载量已逾130万次,并仍在不断攀升,为中国学术期刊海外出版发行提供了成功合作典范。自2007年起,高教社成为连续入选全球出版50强榜单的中国出版社。2008年,凭借在版权产业发展和版权保护方面作出的突出贡献,荣获“世界知识产权组织创意金奖——单位奖”,成为惟一获奖的国内出版机构。在实物外销、版权输出和合作出版等方面都取得了丰硕成果。截至目前,已与包括众多知名出版商在内的全球200多家合作伙伴开展了合作,16个语种版本的国际型产品行销世界50多个国家和地区,版权输出数量在全国单体出版社中连年名列前茅,海外收入已达数千万元。高教社的版权输出与合作出版数量已达700余种。

在输出国内优质资源的同时,高教社也坚持通过学习引进、消化吸收国外优秀出版资源壮大自身实力,实现了引进工作的持续、稳定、良性发展。近年来,高教社引进出版了一大批国际知名出版公司的优秀图书及教材,涵盖高等教育、职业教育、学术、大众文化等领域。依据国内高等院校的教学改革与教学需求,以及教材市场发展趋势,对外版教材进行本土化改造。这些优秀图书的引进,填补了国内特定图书领域的空白,受到了广大读者的欢迎,同时为高教社创造了良好的社会效益和经济效益。

以学术著作为例,作为打造品牌的重要手段,高教社非常重视对国外优质学术资源的引进与翻译。短短几年中,高教社已经通过版权引进,在数学、材料、生态和环境等学科领域具备了一定的品牌影响力。其中,《材料科学经典著作译选》系列已出版十余种,市场反响强烈。2012年出版的《纳米结构和纳米材料——合成、性能及应用》就是该系列中的一本。该书作为一本受众较小的学术类图书,上市一年多即实现重印,并获得了第十二届引进版优秀图书奖。

近年来,数字化对出版业的冲击日益显现,技术进步使越来越多的出版商投身并实践着数字化,持续为出版行业带来新的挑战与生机。究其根本,读者的需求就是我们进行数字化的原动力。2013年高教社与美国Amazon Digital Services, Inc.达成108种汉语图书的网络发行协议。作为高教社与亚马逊的合作试点,此举在进一步探索电子书销售的合作模式道路上迈出了坚实的一步。

