



北京师范大学出版集团
BEIJING NORMAL UNIVERSITY PUBLISHING GROUP
北京师范大学出版社

北师大集团转型发展引领产业风潮

■中国出版传媒商报记者 刘海颖

优化结构加速产业转型升级

近年来,北师大出版集团围绕教育出版的核心业务,积极探索新的业务模式,大力推进出版业务升级转型,开拓数字出版新局面。通过资源整合、品牌带动、立体开发,北师大出版集团对产品结构进行了调整,形成了包括图书出版、期刊出版、音像出版、数字出版和数字印刷在内的综合化、立体化的出版业务格局。

作为传统出版转型的关键之举,数字出版是北师大出版集团近年来持续发力的工作重点,并取得了初步成效:在出版行业数字出版试水阶段普遍亏损的大环境下,出版集团数字出版业务从一开始就实现了盈利,2013年,北师大出版集团成为国家首批“数字出版转型示范单位”。在2011年成立数字出版中心全面启动数字出版业务的基础上,北师大出版集团2013年年初又组建了北京京师图灵数媒科技有限公司,公司在为纸质图书提供多媒体、立体化支持服务的同时,将积极开拓新的业务领域,充分利用互联网、移动互联网、智能技术和设备,整合内部和外部数字出版资源、教育资源,为读者提供全媒体、全方位、个性化、所得即所需的数字学习产品和服务,实现从传统内容提供商向数字内容运营商和数字内容服务商的转变,重构和延长出版产业链,探索、建立适合北师大集团的、可持续健康发展的数字出版模式。

在数字出版资源与平台建设方面,北师大集团正在进一步完善图书资源库,搭建综合化的数字出版平台。目前,资源库中图书资源近6000册,素材图片7000多幅,知识条目6000余条,为出版集团的数字产品授权、数字产品开发、按需印刷和优势资源的再利用奠定了基础。综合化的数字出版平台正在筹建之中,未来将为读者提供基于互联网和移动互联网的数字出版物在线阅读、在线支付、在线互动和个性化的定制推送服务。在数字内容营销推广方面,北师大出版集团已与中国移动、中国联通、中国电信、诺亚舟公司、金太阳公司、步步高公司、京东网、当当网、淘花网等建立了长期的、良好的、稳定的销售合作关系。2013年,版权收益和电子书的销售收益将有大幅提升。

为延伸数字出版产业链,北师大出版集团与北京北大方正电子有限公司强强联合,在集团下属的京师印务公司成立了数字印刷示范基地,搭建了一体化的按需印刷流水线生产线,建成了具有保存、管理、查询和统计分析功能的数字资源及印刷管理平台,大幅降低了印制成本。京师印务公司大力拓展按需印刷业务,与北京大学出版社、中国人民大学出版社等数十家单位建立了实质性的业务合作关系,正在成为国内主流出版社的图书数字资源集成和储备中心。2012年,京师印务公司承印的《高中历史必修2教师教学用书》荣获“绿色印品大奖”,是全国10个获奖产品中唯一一个数字印刷产品。

在传统板块方面,图书结构转型成果显著。在完善基础教育教材体系,提升助学读物水平的基础上,北师大出版集团以“主干的教育科学(包括心理学)和人文科学,精干的社会科学和自然科学”为定位,精心打造学术著作品牌,重点发展职业教育教材、高等教育教材,同时拓展大众和少儿图书的出版,图书结构转型取得明显成效。早在2009年底,在北大出版社3500个动销品种中,高等教育教材、职业教育教材和学术著作品种已占全部动销品种的56.6%,图书结构转型就品种而言已经基本完成,这是北师大出版社发展史上的一个里程碑。2012年,北师大出版社动销品种7409种,除中小学教材、教辅以外其他图书品种已占全部动销品种的62.2%。北师大出版社已从一个以教辅出版为主营业务的传统出版社转变为以教育出版为主体的综合性的现代出版社。同时,北师大出版社又加大力度、加快速度推进新书、修订书、重印书结构的优化,连续几年重印率达60%以上,为可持续发展奠定了可靠前提。

从经济结构而言,北师大出版社基础教育教材销售业绩稳中有升,2012年义务教育课程标准及其配套用书市场覆盖率达85%;除中小学教材、助学读物外,其他种类图书销售占总销售码洋的比例,从2008年的11.27%,上升到2011年的17.08%,2012年一跃而为26.69%。在总体经济规模不断提高的背景下,中小学教材、

助学读物以外图书占比持续提升,反映北师大出版社码洋结构继续向合理方向发展,经济结构转型已初见成效。

在推动图书出版结构转型的同时,北师大出版集团对北师大音像社进行业务重组,启动了音像产品结构转型工作,将幼儿教育、基础教育、启功作品作为产品主线,围绕主线打造了一系列“双效益”产品,开发了《中国文化入门》、《鞠萍姐姐新故事》、《中国经典成语故事》、《中华国学经典诵读》、《启功讲书法》、《启功挥毫》等一系列名家作品。点读产品《优优英语》获第四届中华优秀出版物电子类提名奖;APP产品《爱吃竹子的熊猫》入选“2012年‘原动力’中国原创动漫出版

点图书出版规划;《当代学者视野中的马克思主义哲学》、《马克思主义基础理论研究》、《中国艺术通史》等图书获得中国出版政府奖、中华优秀出版物奖等国家奖项;《马克思主义哲学基础理论研究》、《元代古籍集成》等多种图书入选“国家出版基金资助项目”、“经典中国国际出版工程”、“国家哲学社会科学成果文库”等国家重点出版工程;自国家出版基金项目设立以来,北师大出版集团每年都有项目入选,累计达到8种,共计资助总额近600万元。仅2012年,北师大出版社获国家、省部级奖项就达129项,安徽大学出版社获国家级、省部级奖项有10余项。

2009年,北师大出版社获“全国文化体制改

入选“经典中国国际出版工程”,英文版由德国斯普林格出版公司和北京师范大学出版社共同出版,且作为系列产品与斯普林格出版公司达成系列出版的框架协议。该集团与斯普林格出版公司的合作还包括“综合风险防范系列丛书”等多个项目,并已经签订了版权输出合同。

《中国教育》由北师大出版集团和圣智学习集团共同策划,联合出版,中英文版全球同步首发,是北师大出版集团和圣智学习集团进一步巩固合作基础、创新合作模式的积极探索。北师大出版集团与圣智学习集团还针对《当代中国经济学家文库》、《中国文化通史》、《中华艺术通史》等多个项目签订了版权输出合同;《均衡与非均衡:中国宏观经济与转轨经济问题探索》、《应急管理:中国特色的运行模式与实践》、《转轨中的经济增长:中国的经验和问题》等图书以数字版权的形式授予圣智学习集团。

2012年,《传统与现代之间:中国文化现代化的哲学省思》、《2012年中国民生发展报告》、《四库全书馆研究》三个项目入选国家社科基金中华学术外译项目,为中华文化“走出去”、进入国外主流发行传播渠道进行了有益的探索,国际反响较好。

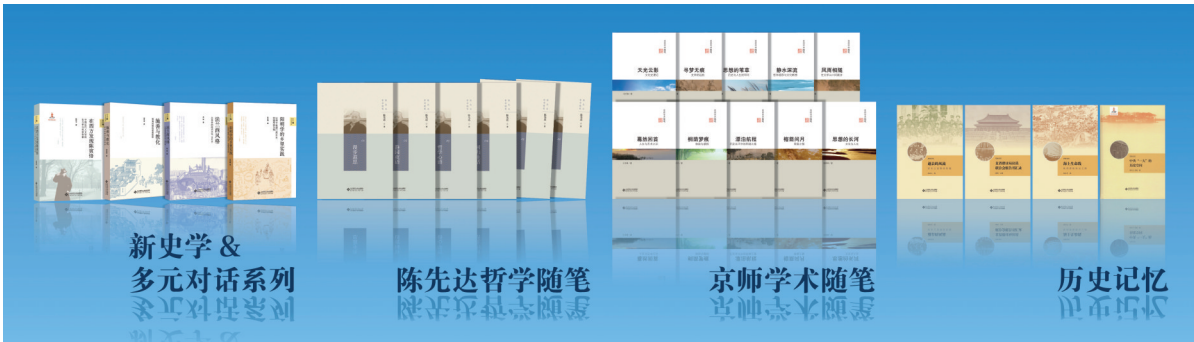
经济指标持续创新拉升综合实力

经过持续不断的创新型改革发展,北师大出版集团的各项经济指标持续刷新原有纪录,不断创历史新高。

从2007年至2012年的5年间,北师大出版集团核心企业——北师大出版社经济规模不断扩大,资产总额持续增长,利润总额持续增长,净利率持续增长且大幅提高。2007年,销售码洋首次突破10亿大关,2012年销售码洋达15.1亿,比2007年增长36.4%;资产总额达10.6亿元,比2007年的4.7亿元翻了一倍多;净资产达8.4亿元,比2007年的4.4亿元翻了一番,出色地实现了国有资产的绝对保值和快速增值。与同行业上市公司相比,北师大出版社净资产收益率、营业利润率、净利润率等指标均名列前茅。在销售业务总量激增的情况下,退书率始终保持低位,仅2.2%;库存结构合理,库存品种的动销率达95.7%;应收账款结构合理,1~2年内账龄占应收账款总额的97.5%,同时管理费用同比减少7.0%,实现了又好又快的可持续发展。

合资重组后的集团子公司优势凸显。合资重组后的安徽大学出版社焕发了前所未有的活力,销售码洋从合资重组前的4700万增长至2012年的1.7亿,资产总额同比增长13.07%,核心竞争力大幅提升,合资重组后的优势初步显现。合资重组后的京师印务公司2007年成功扭亏为盈,2012年完成加工值4000万元,工业生产总值破亿元大关。同时,富有前瞻性地开创绿色印刷、数字印刷,成为首批获得绿色印刷认证的企业;与北大方正电子有限公司合作建立了喷墨数字印刷示范基地,推进数字印刷在中国图书出版行业的应用和发展,为出版集团的按需出版创造了物质条件。京师普教文化传媒有限公司2012年销售码洋达3.23亿,比公司成立时的销售码洋翻了一番;利润同比增长30.89%,不仅遏制住北师大出版社助学读物图书下滑的趋势,而且提高了助学读物的质量。重组后的北师大音像社2008年成功扭亏为盈,2012年完成销售码洋3446万,生产产值破亿元大关。2010年,音像社成为国家重点支持的20家独立音像(电子)出版、制作企业之一,是唯一进入这一行列的高校音像出版社。

未来5年,北京师范大学出版集团将继续坚持以数字出版为先导,图书出版为主体,音像电子网络出版和印刷产业为两翼;以教育出版为主体,专业出版和大众出版为两翼的发展思路;继续坚持适时、适度进行跨地区经营,适时、适度进行跨所有制经营,适时、适度进行跨媒体经营,适时、适度进行多元化经营的发展定位;继续坚持不断扩大生产规模、提高经济效益和改善员工生活相结合,面向市场和为学校教学、科研服务相结合的原则,以优质教育资源的集成、开发、提供和服务为宗旨,以内涵发展为主、外延扩张为辅,出效益、出精品、出人才,使北京师范大学出版集团成为特色鲜明、规模适度,国内顶尖、国际知名的现代文化企业。



扶持计划”新媒体项目;《中国课堂》(25种)、《未成年人健康上网指导手册》等入选“十二五”国家重点音像出版物规划项目;《我的成长课堂》等7个品种入选农家书屋;《未成年人健康上网指导手册 家长篇》、《北京童谣》等入选北京市重点选题。

国内影响力与国际传播力双管齐下

作为一家文化企业,北师大出版集团通过产品品牌、机构品牌不断提升自身在行业内、读者中的社会影响力,同时也注重在国际传播力层面下足功夫。

目前,在产品品牌方面,北师大出版集团建构了一个优质的职业教育和高等教育精品教材体系,形成了以《教育哲学》、《普通心理学》、《世界通史》、《薪酬管理》等十五、十二五国家重点规划教材和经典教科书为代表,具有较强学术影响力和社会辐射力、层次分明、特色突出、需求广泛的教材体系。在专业出版和大众出版方面,以《当代中国名家文库》、《启功全集》、《本雅明作品系列》、《舍勒作品系列》、《中国美术史》、《西方美学史》等为代表的一系列学术精品,成为深受学术界、理论界和读者欢迎的品牌图书。《当代马克思主义研究》等多个项目入选“十二五”国家重

革先进企业”称号,同年获“全国百佳图书出版单位”称号,成为国家一级出版单位,并获得中国政府文化产业发展专项资金奖励。2010年,北师大出版社荣获第二届中国政府出版奖先进出版单位奖;社长杨耕荣获第二届中国政府出版奖优秀出版人物奖;由袁贵仁、杨耕主编,北师大出版社出版的《当代学者视野中的马克思主义哲学》荣获第二届中国政府出版奖图书奖,北师大出版社成为此次中国出版政府奖获得图书奖、先进出版单位奖和优秀出版人物奖三项大奖的唯一一家出版社。2012年,社长杨耕再次荣获“全国文化体制改革工作先进个人”称号,北师大出版社成为高校出版社中唯一一家荣获“先进企业”和“先进个人”两项大奖的出版社。

在提升国际传播力方面,北师大出版集团结合图书结构转型,积极向国外推介反映中国传统文化和现代化建设的哲学社会科学著作、译作,已同162家境外出版机构和代理建立了联系,与欧美主流出版社,如培生教育出版集团、圣智学习集团、麦格劳-希尔教育出版公司、施普林格科学+商业媒体、牛津大学出版社、剑桥大学出版社等建立了长期稳定的合作关系,积极探索国际出版、合作的新模式和新方法。

其中,《2011中国绿色发展指数报告》2011年