

## 上海大学出版社新书讲述母体大学历史

中国出版传媒商报 10月23日,《20世纪20年代的上海大学》新书首发暨学术研讨会在上海大学举行,上海市新闻出版局副局长阙宁辉、上海地方志办公室副主任生健红、上海大学党委副书记忻平等出席会议。

上海大学出版社有限公司党委书记郭纯生介绍了新书出版情况。2014年是新上海大学成立20周年,为了更好地了解、宣传和继承上大的历史、传统和精神,上海大学组成了以校长罗宏杰为主任的《20世纪20年代的上海大学》编委会,组织专家、教授遵循“以历史为经、以专题为纬”的原则,收集资料,编

撰完成此书。全书共分上、下两卷,上卷内容包括上海大学的办学历程、上海大学的爱国运动、国共两党在上海大学的合作与斗争、共产党上大特别支部及共青团上大支部的活动等;下卷内容包括上海大学的期刊杂志、上海大学演讲录、师生记忆中的上海大学及附录等。书中还采用了一些珍贵的老照片,以期能将上海大学历史反映得更真实、更形象和更具体。

新书首发式上还举行了向上海市中共党史学会、中共一大会议纪念馆、上海市第六十中学、上海大学图书馆、上海大学人才学院代表赠书的仪式。在随后进行的“20世纪20年代的上海大学学术研讨会”上,相关学者做主题发言,如“上海大学与中国共产党的早期发展”、“上海大学史料集的编撰与史料发掘”、“上海大学师生名录的考证与挖掘”、“20世纪20年代上海大学史料集的学术意义”等。(文)

## 数字化创新 大项目突破

■王 焰(华东师范大学出版社社长)

今年是“十二五”规划的第四个年头,截至目前,华东师范大学出版社8项入选国家“十二五”规划的图书项目已完成4项,23个人入选上海“十二五”规划的项目已完成了13项。在企业发展战略上,华东师大社长期的发展目标是“提高核心竞争力,打造基业长青的出版社”,而“创新战略”、“品牌战略”是出版社发展的核心战略。在实际运营当中,出版社也确实在脚踏实地贯彻这一企业发展战略。

数字出版是华东师大社“创新战略”中的主力。这两三年来,传统出版社纷纷进行数字化转型,而华东师大社对数字出版的重视也是众所周知。早在2009年,出版社便已成立数字出版部,在经过第一个五年之后在这方面取得了令人满意的成绩。华东师大社对数字出版的长期目标是,坚定不移地坚持数字出版战略,全面整合“内容提供、教学支持、辅导评估、平台服务”功能,打造“大教育”新媒体,实现“教育信息服务提供商”的转变。

而实现这一长期目标,就必须坚持先进技术为支撑、内容建设为根本,推动传统业务和新兴媒体在内容、渠道、平台、经营、管理等方面的深度融合,固化并提升现有产品的内容资源和市场优势,持续推动增值服务的快速增长;必须把握好移动互联网的发展趋势,研究数字出版产品形态与商业模式,策划并开发系列具有核心竞争力与品牌效应的数字产品,构建“智慧树”数字教育云平台等平台项目,不断拓展“数字教育”的市场,培育新的经济增长点;“力争到‘十三五’末,数字出版成为华东师大社产值增长的重要支柱之一”,同时实现“集‘内容提供、教学支持、辅导评估、平台服务’为一体”教育信息服务提供商的定位转变,使华东师大社数字出版整体水平保持在我国出版行业数字化转型发展的第一梯队。

去年,由教育部基础教育课程教材发展中心组织编写的全国唯一一套为中国3~6岁幼儿教育提供支持性、扩展性内容的立体化综合资源库“智慧树·幼儿园主题课程资源”问世,这套资源以华东师范大学周兢等教授领衔主持的“领域核心经验(PCK)”研究成果为理论基础,从幼儿学习核心经验出发,按照当今国际上最新的学前教育课程资源编写模式。

今年,华东师大社在“智慧树”全媒体数字平台项目上取得突破。在“科技见证个性化教学奇迹”的理念下,华东师大社与

华东师范大学学前教育专家及上海市60多位学前教育骨干教师强强联合,依托华东师大社丰富的学前教育资源及深耕多年的数字教育出版经验,倾力打造“智慧树全媒体数字平台”。“智慧树”全媒体数字平台是基于《智慧树·幼儿园主题课程资源》的理念与资源架构,以移动互联网技术为驱动,旨在为学前教育提供多元化和体系化的内容资源、自主化和个性化的教学管理方案。它为每一位幼儿教师开创了一种个性化的数字课堂模式,汇集课程计划、课程实施、家校互联功能于一体,真正满足幼儿园对高度定制课程计划、全媒体授课、专家移动指导、家园实时互动的需求。经过半年的试水运营,该平台现已作出了富有成效的探索,在北京、上海、江苏等地的数十所幼儿园纷纷落地。

除数字出版之外,从出版社整体发展来看,在现有基础上,华东师大社还是希望在重大出版项目上能够继续有所突破。重大出版项目的建设,是提升出版社社会影响、品牌形象及核心竞争力的重要途径。华东师大社现阶段正在操作的重大项目主要侧重于古籍整理、国学经典和西学经典以及原创精品。

作为一个大学出版社,华东师大社一直以弘扬优秀历史文化、传播先进科学知识和学术成果、启迪人生智慧为己任,出版了一大批深受读者好评的文化精品,其中不乏国家重大出版项目,因而在这方面积累了较为丰富的经验,也汇聚了丰富的作者资源和出版资源,培养了一支专业素质过硬的编辑队伍。我们在讨论重大选题计划时,非常注重从本社实际出发,既要充分发挥自己的优势,又要保证选题的可行性。继《朱子著述宋刻集成》成功出版并在国内外引起强烈反响之后,出版社依托其优秀的制作功底,广泛吸取经验,在第一时间迅速启动了另一重大项目——“元明刻本朱子著述集成”。另外,从上世纪末本世纪初开始,华东师大社就组织一流编译团队,引进并出版了“当代心理科学名著译丛”、“当代教育理论译丛”和“影响力教育理论译丛”等一系列反映世界范围内经典理论和最新研究成果优秀学术著作,在翻译西学经典方面独树一帜,赢得了良好的口碑。近期,华东师大社还将推出另外一个重大翻译项目——《杜威全集·晚期著作》,“杜威全集”的翻译出版,将填补在杜威思想研究领域缺少中文版全集的空白。

## 大众出版晋升为纵深发展突破口

■林 杰(北京理工大学出版社社长)

近年来,北京理工大学出版社考虑到市场影响力和品牌影响力建设,依托于满足大众读者日益增长的精神文化需求,在大众出版领域进行了重点建设和重点发展,努力打造优质的大众文化产品,并迅速取得了社会效益和经济效益的双赢局面。目前,北理工社大众出版净销售总码洋已经突破1亿元,并向着精品化、国际化的出版方向发展,获得了行业和读者的高度好评。2013~2014年度,科学普及类图书《基因的故事:解读生命的密码》荣获国家科技进步二等奖以及第四届中华优秀出版物奖提名奖,动漫类图书《滚蛋吧!肿瘤君——我与癌症斗争的一年里》荣获中国文化艺术政府奖最佳动漫出版物奖,“小布丁科普知识漫画”丛书被科技部评选为全国优秀科普作品并荣获北京市优秀科普作品奖,“BBC科普三部曲:生命、地球、海洋”丛书荣获中国版协引进版优秀图书奖等,这也反映出北理工社在大众出版领域的长足进步。

北理工社着力推进大众出版领域建设,立足精品出版,坚持文化传承,展开国际视野,打造了一批在人文历史、青少年出版以及动漫出版领域的高水平作品;出版社高度重视加强版权引进与输出工作,既要“引进来”,也要“走出去”,推出了一批具有世界水平、符合主旋律建设意识形态需求的作品;重点发展少年儿童类图书出版,通过科学普及、幼儿教育、青少年阅读领域的产品建设,打造和构建少儿图书出版品牌;2016年末,北理工社将力求实现大众出版净销售总码洋2亿的目标。

在实现这一目标的过程中,人才培养被视为突破关键;同时,真正意义的现代企业管理与经营思维,以及理性的市场分析和积极的竞争心态,都将促成这一突破能否带动企业的更好发展。因此,北理工社将重点推进人才培养领域建设,切实推进人力资源管理工作,加强对优秀人才培养政策的制定与实施工作,加强对优秀员工的培训培养工作,打造一批优秀的管理人才和技术人才;通过规范化的培训体系,为优秀员工提供更多的学习机会,拓展视野,提升能力;诚信建社,鼓励更多员工参与出版社政策制定研讨和工作方案实施,为后备人才培养奠定基础。

同时,北理工社提出了“四个强化”的机制,即强化项目体制,以项目化的策划、出版、运营和管理为依托,全力推进品牌建设和拳头产品建设,提升出版社的软实力和影响力;强化共赢理念,努力吸引和整合社会优质出版资源,全力推进出版平台建设,构筑多赢的出版平台,努力实现出版社进一步的盈利能力和高速发展;强化互联网思维,全面应对出版业态的变化,客观分析实体店销售大规模向网络销售转移的事实,全力推进互联网平台的运营能力,努力实现面向互联网的全新策划与营销能力;强化传媒意识,努力提升出版社市场化的竞争能力与水平,将北理工社打造成为融合纸质出版与数字出版,融合纸质媒体和多媒体文化传播能力,更加具有战略高度、国际视野和市场竞争力的文化出版传媒机构,打造成拥有优质人力资源的培育能力、优质出版资源的研发能力的现代出版机构。

# 大学社社长总编谈 新拓展 新增长

中国出版传媒商报记者 刘海颖采写整理



王焰 李永强

林杰 刘东风

鲍光明

文化出版改革为出版带来新机遇、新挑战,陕西师范大学出版总社强化“优胜在转型,优化在结构,优秀在内容,优势在融合,优质服务,优先在人才”的“六优”思路,以人文学术出版为突破,实施大项目带动的精品战略,加快产品线、产业链构建,在学术文化精品化、大众出版品牌化、陕西区域项目特色化方面拓展创新。

在学术文化出版方面,以大项目库建设与实施为切入点,走精品化之路。出版社从选题策划开始就以选题创新为重点,以内容创新为手段,突出项目原创特色,实施统一储备、集中评审、优先培育的大项目管理。社里对各类项目分类管理,把主要力量放在双效开发潜力大、资源聚合作用强的优质项目上,并实施有效的过程管理、跟踪管理。社里制订的《大项目库管理办法》规定:入库项目应符合国家产业政策、符合总社发展规划及产品线设计和产业链构建,能满足市场和社会需求,项目具有关键性或示范性,能有效

## 研发课程开展培训,业务呈现良好势头

■李永强(中国人民大学出版社社长)

2014年中国人民大学出版社尝试开拓了培训业务。根据出版社在出版行业从业各个流程工作的实践经验,从自身需要出发,研究、调研各个出版社需求的课程,结合人大社及其他社某些出色板块、经典案例,加以分析、分享,提供方案、设计课程,以期达到出版业共同进步、共同发展的目的。例如,结合人大社在版权输出引进工作的突出成绩,社里设计了版权业务人员培训课程,得到国家新闻出版广电总局的认可,于2014年4月组织了37家出版社版权工作负责人员集体学习,参与人士均表示无论在宏观指导还是实操经验上都受益良多。

人大社近期立足自身优势做课程研发,不仅针对出版,还有针对优秀作者资源开发新课程,以满足部分读者的再学习需求。

人大社的培训业务,得到出版社从上而下、从领导到各分社员工的支持,群策群力。与国家新闻出版广电总局培训中心合作,推出设计课程,可以较快地使各兄弟出版社了解课程,并选择参加。

此外,人大社与作者紧密联系,搭建

作者与读者的桥梁,拉近距离。我们将出版社作为各种资源汇集分享的平台,让各方面资源可以在出版社平台上施展,出版社既是桥梁也是展示的舞台。比如在图书出版涉及的诸多流程中,每一个环节都至关重要,人大社愿意与同行分享自己的实操经验,并在分享及讨论中再学习,再成长;再如针对优秀的作者资源,人大社不仅限于把作者的思想以文字或者音像形式呈现给读者,还会通过培训课堂让作者与读者变成老师与学生的关系,以面对面授课、课后微信等方式持续沟通。

对于新部门的业务发展,社里从多方面扶持,人员配置、人员管理、薪酬体系均与传统出版行业不同,激励工作热情;全社从领导到员工均为智囊团,启发、点拨课程设计方案,亲身授课或推荐授课资源等等。

根据这一年的探索,我们发现出版社很适合作为培训平台,因为各种优秀资源均可以在出版社这个平台上发光出彩。希望社里的培训可以成为相关管理部门指定的培训基地之一,我们也将研发出更多优秀课程。

## 大项目带动 聚力精品出版

■刘东风(陕西师范大学出版总社社长)

促进总社经营。几年来,已有10个大项目入选“十二五”国家重点出版规划,4个项目获得国家出版基金资助,1个项目入选总署“双百”出版工程首批重点选题,3个大项目获得国家文化产业专项资金2000万元资助,2个大项目入选国家新闻出版改革发展项目库等。(对入选政府重点出版项目与获得资金资助项目实施奖励的暂行规定)则对入选政府重点出版项目、获得资金资助项目实施专项奖励,鼓励编辑人员积极创新、研发长效精品项目,积极申报、申报政府重点项目。这些促进了一批学术文化精品图书顺利出版,也获得了良好的社会效益。教育部与光明日报社主办的“中国高校出版社书榜”自2013年7月评选以来,社内已有5种图书入选,是上榜品种较多的出版社之一。

针对大众出版,陕西师大社实施两步走:一是着力解决项目和品种多而杂、小而散的问题,把重点放在项目开发上,提升优质资源的聚集和开发能力,努力打造品牌。经论证,社里确立经典文学、历史读本、宗教文化三个方向的产品线,并组成专业化开发工作室,实施配套措施,效果显著。新出版的《先前的风气》获第六届鲁迅文学奖,《塬上》获陕西省“五个一工程奖”,《看左手》等6种图书获“陕西图书奖”、“冰心散文奖”。“悦经典”系列本着“作家中的作家,名作中的名作”的遴选标准,已相继出版了10多种经典译本,《狄仁杰真相》、《巾幗相上官婉儿》等“百家讲坛”系列丛书,多次登上全国畅销书排行榜。17卷本的历史读本“红色延安口述·历史”丛书,获得国家出版基金资助。二

是强化市场营销推广,建立社内外、上游下游共同参与及全程服务、综合解决的产品营销服务模式。在强化传统营销模式的基础上,强调编辑部门参与营销,设置营销编辑,利用多媒体手段加大推广力度。调整、完善编辑部门考核机制,将一线创新经营、市场开发推广过程考核和经营绩效考核并重,实施对编辑创意策划、项目绩效、市场开拓等的综合考核评价。

充分利用陕西悠久的历史文化和独特的人文文化底蕴,策划优势项目,这既是陕西师大社创新发展的方向之一,也是近年图书出版的特色所在。以《延安文艺研究大系》、《秦直道》等大批图书为代表的“红色经典系列”、“历史文化系列”、“地域特色系列”等项目已形成规模和影响,多项目被列入国家重点规划项目,获得政府资金支持。《陕西社火脸谱》等28个项目获陕西出版基金资助。

面临数字化的挑战,陕西师大社提出“全员关注,全媒融合”的理念,推进数字化转型。国家文化产业专项资金项目“延安知青口述实录数据库”,所涉内容具有独特的历史学、社会学、教育学价值,且具有原创性、独特性和衍生性,便于进行复合出版和全媒体开发、数字化运作。这一项目的成功运作也必将发挥带动出版转型、引领产业升级的作用。为此,总社将此项目列为总社转型创新“一号工程”,着眼全产业链运营探索,长远规划,持续推进。此外,大型数字化古籍文献《汉籍数字图书馆》历时10年而成,收入中文古籍文献近9万种、120余万卷册,数据量1814GB,已经获得了一定的经济效益。

## 产品开发与机制改革双线拓进

■鲍光明(浙江工商大学出版社社长)

列等数百种。

以转型升级为核心,探索数字出版新模式。浙江工商大学社的数字出版工作从2010年启动,一开始主要以电子书、手机阅读和纸质出版物配套光盘等为主要形式,合作渠道也只限于1-2家单位。从2014年开始,社里加大了数字转型升级的力度,深度挖掘出版资源,大大拓展了数字出版的形式和内容。首先,在系统整理本社出版物的基础上,优选了一批市场书,根据大众阅读的需求进行改编,提供数字出版渠道专供版本;其次,在现有精品图书的基础上,开发数字出版衍生产品,如与酷听网合作开发的《警犬汉克历险记》广播剧已于近期正式上线,玩具书配套的三维立体动画APP软件试玩版已研发成功;接下去,出版社还将在立体化教材开发的基础上,开发在线学习平台,该平台能实现在线培训、在线学习、在线考核、结业等功能,实现科技与教育的良好结合。

以机制改革为抓手,提升管理核心竞争力。作为一家直接按现代企业制度建制

的出版单位,浙江工商大学社自成立以来就致力于构建高效的管理机制。推行事业部制管理是浙江工商大学社自2013年推进的探索。和编辑部相比,事业部制是分级管理、分级核算、自负盈亏的一种形式,事业部使出版社从“编、印、发”为特点的传统出版模式向以“研发、资金、营销”为核心的新型出版经营管理模式转变,促进出版社的内涵发展,为分支机构成立、实现规模扩张夯实了基础。目前率先实行了事业部制管理的部门的工作效率和工作效率都有大幅提高。今年年初,出版社正式颁布了《浙江工商大学岗位分类管理实施办法》,对所有岗位进行整理规范,设立编辑、营销、行政三个系列,每个岗位系列按照考核条件的不同设置3-5级岗位,员工根据自身特长、特点和潜能,合理定位,自主申报,出版社聘任委员会审核聘任。岗位聘用分类管理制度的推出,使员工个人发展和出版社整体目标得到了有效统一,使员工进一步明确了职业目标和努力方向,收到了良好的效果。