

国家新闻出版署公布65种编校质量不合格出版物

中国出版传媒商报 近日,国家新闻出版署公布了“质量管理2018”社科、文艺、少儿、教材教辅和生活类编校质量不合格出版物,涉及41家出版单位的65种出版物。

今年国家新闻出版署组织开展了出版物“质量管理2018”专项工作,重点围绕社科、文艺、少儿、教材教辅、生活和地图类出版物开展编校质量检查,共组织抽查出版物355种,其中社科类71种、文艺类71种、少儿类73种、教材教辅类72种、生活类64种、地图类4种。经专家审核,认定65种出版物编校质量不合格,其中社科类12种、文艺类16种、少儿类10种、教材教辅类10种、生活类17种,涉及41家出版单位。

根据《出版管理条例》第六十七条、《图书质量管理规定》第十六条和第十七条的规定,相关出版单位自检查结果公布之日起30日内全部收回不合格出版物。依据《关于开展出版物“质量管理2018”专项工作的通知》,连续2年在抽查中有不合格出版物的出版单位或同一批次抽查有2种不合格出版物的出版单位不得参加当届中国出版政府奖评奖。

相关负责人表示,各级新闻出版行政部门、出版单位主管部门和各出版单位要深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想 and 党的十九大精神,围绕高质量发展这一根本要求,牢固树立质量意识,不断加大质量管理力度,狠抓出版质量保障制度的完善和落实,为广大人民群众提供更加丰富、更有营养的精神食粮。(穆)

(上接第1版)

近年来,中国大百科全书出版社在承担国家文化使命的同时,积极探索市场化和数字化的转型新路,确立了“翼”齐飞的发展战略——全力推进《中国大百科全书》第三版等国家重大出版工程的建设,为中华科技、文化的发展和普及搭建百科知识服务平台;以各学科各门类百科全书为基础,把握市场脉搏,优化产品结构,深化内容建设,努力淬炼出一系列市场标杆品牌和知名品牌出版物。与此同时,积极拓展文化“走出去”的宽度和广度,共向海外输出包括综合性和专业性百科在内的出版物版权500余种,产生了一定的国际影响力。

中国大百科全书出版社社长刘国辉表示,大百科社将继续以习近平新时代中国特色社会主义思想 and 党的十九大精神为指引,增强“四个意识”,坚定“四个自信”,坚持改革创新,践行工匠精神,紧密团结好学术界、知识界、科技界、文化界广大专家学者,在中国出版集团的领导下,把《中国大百科全书》第三版建设成世界一流的百科全书知识服务平台,把中国大百科全书出版社建设成现代化的一流的出版传媒企业。

来自中国科学院、中国社会科学院、中国工程院、中国人民解放军军事科学院、北京大学、清华大学等单位的专家学者、出版发行界代表、大百科社职工代表、中版集团所属单位负责人等各界人士500余人参加了座谈会。

(综合新华社消息)

商报专递

京版集团邀中外文学期刊主编热议「设计文学」

中国出版传媒商报 为探索中国文学“走出去”的新方式和途径,了解世界各大语种文学期刊的现状和发展,加强中国文学期刊与其他主要文学期刊的相互交流,由北京出版集团《十月》杂志主办的“北京·国际文学期刊高峰论坛”近日在京举行。北京出版集团总经理曲仲、首都师范大学外国语学院院长王宗琥致辞。俄罗斯《外国文学》杂志主编亚历山大·利维尔甘特、西班牙文学杂志《客迈拉》主编费尔南多·克莱默特、法国文学杂志《现在》主编雷吉尔·加亚尔、日本文学杂志《昴》主编羽喰凉子、德国柏林《每日镜报》文学编辑格雷戈尔·德绍及《人民文学》主编施战军、《收获》副主编钟红明、《当代》主编孔令燕、《世界文学》主编高兴、《钟山》副主编何彤彬、《花城》主编朱燕玲、《北京文学》主编杨晓升、《花城》特约学术主持何平、翻译家、《十月》杂志“世界文学期刊概览”专栏作者、首都师范大学外国语学院教授刘文飞、北京大学西语系教授赵振江、北京大学德语系教授黄燎宇、中国社会科学院外国文学研究所研究员树才、秦岚出席活动。论坛由《十月》杂志主编陈东捷主持。

作为第三届“北京十月文学月”重要对外交流活动之一,论坛以“设计文学:以期刊为中心的世界文学生产”为主题,中外文学期刊的主编们在论坛上相互介绍了各自文学期刊及本国文学期刊的历史与现状,并就相关话题展开交流。

据了解,《十月》杂志于2018年推出《世界文学期刊概览》栏目,邀请外国文学研究和翻译领域有代表性的专家撰稿,介绍俄语、法语、日语等语种代表性文学期刊历史和现状。此次文学期刊论坛在该栏目基础上,邀请中外代表性文学期刊主编就世界范围内的文学期刊话题进行交流,未来将进一步合作,互译互介稿件,促成作家互访和对话。(穆宏志)

高质量

新时代主流出版力的关键词

关键词 主流出版 产品 企业 服务

中国出版传媒报记者 温珮滢

党的十九大报告指出,我国经济已由高速增长阶段转向高质量发展阶段,正处在转变发展方式、优化经济结构、转换增长动力的攻关期,建设现代化经济体系是跨越关口的迫切要求和我国发展的战略目标。对于质量的定义,管理学大师德鲁克曾表示:“质量就是满足需要”。把质量的定义嫁接到出版业中,高质量出版意味着出版物能够满足读者的精神文化需求,对提升国民文化素质和精神追求起到正向作用。

进入高质量发展的新时代,作为与经济、政治、文化、民生密切相关的出版业,也需要真正由数量规模型转变到质量效益型发展轨道上来。正如中国出版协会理事长柳斌杰近日发文《发展高品质高质量高效益出版业》中提出:高质量的出版业,主要包括出版工作的高质量、出版产品的高质量、出版企业的高质量、出版产业的高质量、出版服务的高质量及出版人才的高质量。

中国出版集团公司总裁谭跃近日在学习贯彻全国宣传思想工作会议会议精神学习交流会上提出,出版业高质量发展包含内容、市场、经济、产业、机制、党建、人才等多个维度,关联着数量、速度、结构、效益等多种指标,而其核心在于紧紧抓住坚持政治导向和出版导向、引领主流话语的内容高质量。

高质量之出版产品

近年来,随着传统图书年度出版品种不断增加,出版融合步伐加快,无论是传统出版还是融合出版,都面临如何做好精品出版、攀登文化高峰、走高质量发展之路的课题。打造高质量的出版产品,就是要反映中国精神、中国价值、中国力量以及人类思想文化创新的优秀成果,要体现对主流文化的弘扬、对读者价值观的引导、对阅读市场的精神整合。主流出版作为时代的主旋律、出版的主阵地,追求高质量更是题中应有之义。

我国出版产品的高质量,在几个细分领域表现可圈可点:

主题出版全面繁荣。自2015年国家新闻出版广电总局启动评选主题出版重点出版物选题以来,到2017年共评选出图书选题273种、音像电子出版物选题69种,推动了主题出版欣欣向荣局面的形成。今年正值我国改革开放40周年,反映时代变迁的主题出版物备受关注,一批引领学术、担当文化、紧扣时代脉搏的强社、好书推动了我国出版内容高质量发展。商务印书馆2018年度好书评选中,《国家相册——改革开放四

十年的国家记忆》位居年度“十大好书”之首,《涵芬楼烬余书录(稿本)》《久旷大议》《见证——中国改革开放四十年四十八人》等展示百年老社文化积淀的图书也都位列前十。

传统文化成出版热点。近年来,《关于实施中华优秀传统文化传承发展工程的意见》等政策红利,推动传统文化传承工作持续深入实施,以《中国诗词大会》《朗读者》《海错图笔记》《给孩子的古诗词》等为代表的传统文化图书持续热销。党的十九大报告明确提出“推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展,继承革命文化,发展社会主义先进文化”,为进一步推进传统文化出版提供了方向指引。今年8月,中华书局举办“传统文化月”启动仪式,与京东图书联手推出了“传统文化月·每月一主题”页面,重点推介“大家讲史”“古典散文”“园林建筑”等主题的传统图书书单。

现实主义题材图书日受关注。现实主义题材图书日受关注,成为当代文学的主流。如《平凡的世界》《活着》等经典现实主义小说一直在图书销售排行榜前列。近年,出版了一批极具文学艺术性的本土化现实主义题材图书,如《中关村笔记》《试飞英雄》等图书,通过现实主义文学形式讲中国故事,符合当下我国“一带一路”与文化“走出去”的战略要求。

本土少儿图书市场发展空间巨大。优质原创少儿出版担负着教育下一代的文化使命,也是当代文化“走出去”的宝贵财富。2016年儿童文学作家曹文轩荣获国际安徒生奖,助推我国本土原创少儿图书站到了国际出版舞台的中央。2017年,中国本土原创少儿图书无论从数量还是质量上都进入爆发期,在小读者中“圈粉无数”,市场发展潜力巨大。

高质量之出版企业

站在新的历史起点上,出版业既要坚持正确的政治导向和出版导向、引领主流话语,又要创新体制机制,适应时代

商报专递

人民交通出版社跨界影视 首部海上救援题材电影《紧急救援》开机

中国出版传媒商报 日前,林超贤导演全新力作《紧急救援》在福建厦门举行开机仪式,这是继《红海行动》后,林超贤打造的又一国际水准巨制。交通运输部政策研究室副主任张姝为,人民交通出版社社长朱伽林,交通运输部救助打捞局党委委员、纪委书记季求知,总制片人李语,英皇影业集团主席杨受成,博纳影业集团创始人、董事长兼总裁于冬,导演林超贤,监制梁凤英等出席仪式。《紧急救援》作为我国首部海上救援题材电影,也是林超贤牵手交通行业,与人民交通出版社的首次“跨界”合作。开机前恰逢大众电影百花奖颁奖典礼,《红海行动》横扫最佳故事片、最佳导演、最佳男女配角、最佳新人等多项大奖,频传喜讯无疑为此次合作燃起更强劲动力与期待。

开机仪式现场,人民交通出版社社长朱伽林作为第一出品人,将写有“救援精神 全力以赴”的旗帜赠予林超贤,期待他能够超越自己,改写中国电影史的票房纪录,再树中国重工业电影的里程碑。一直备受关注的演员阵容首次曝光,彭于晏、王彦霖、辛芷蕾、蓝盈莹、李岷城、徐洋、刘亦淳悉数亮相。

从实地勘察选址、演员进组训练开始,《紧急救援》力求打造更劲爆、更震撼的场景设置。奥斯卡最佳摄影鲍德熹和《泰坦尼克号》美术指导 Martin Laing 等国际级幕后制作团队的加盟,令整部影片的制作水准全线升级,预示着将成为首部打开国际市场的华语救援题材作品,也势必会成为华语电影的又一标杆之作。(禾)

纪念李时珍诞辰500周年 《本草纲目全本图典》典藏版发布

中国出版传媒商报 为纪念我国伟大医药学家、科学家李时珍诞辰500周年,人民卫生出版社近期出版全套共20册《本草纲目全本图典》全彩精装典藏版。该书由人民卫生出版社组织,中国中医科学院中药研究所、中国医学科学院药用植物研究所、李时珍医药集团有限公司、北京悦读无限文化发展有限公司等单位的医药专家和学者200余人深入中草药生长生境和产区,收集了近10万幅药用动物、植物、矿物等相关照片,通过野外考察、文字点校、本草考证,历经16年时间收集分析、研究整理而成,收载原色图片万余幅。全书由中国中医科学院中药研究所所长陈士林担任主编,被誉为“当代李时珍”的中国工程院院士、中国医学科学院药用植物研究所名誉所长肖培根担任顾问,中国工程院院士、中国中医科学院院长张伯礼作序。

11月13日在京举行该书新书发布会。人民卫生出版社有限公司董事长、党委书记郝阳在致辞中表示,该书出版将对“一带一路”倡导、弘扬中医药文化、实现中华民族伟大复兴起到积极作用。该书主编陈士林,国家中医药管理局传统医药国际交流中心项目负责人郑亚峰,国家药典委员会首席专家钱忠直,中国中医科学院中国医史文献研究所研究员郑金生,香港浸会大学中医药学院副院长赵中振,台湾中国医药大学教授张

的发展要求,建立起适合自身情况和市场需求的管理模式,承担起举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象的使命任务。

中国出版传媒集团在经营管理和转型升级进程中提出“以精细挖潜着力加快内涵式增长,实现精细管理催生内涵发展;以扩大开放着力助推产业做强做大,实现开放合作推动外延发展;以内生突破着力推动传统业务转型升级,实现改革创新撬动转型发展;以项目建设着力打造产业新的增长极,实现项目拉动加快发展”4条产业发展路径。

近几年,民营策划发行机构也更加主动地参与到主流文化建设中来,在主题出版、“走出去”等方面成果斐然。如新经典策划的反腐小说《人民的名义》广受好评,纸质图书年销售过百万,电子书点击过5亿人次;世纪金榜的“中国梦”系列连环画,把古今中国的杰出人物以连环画的方式向青少年进行普及;北京求是园文化传播有限公司面向“一带一路”国家的选题策划力度很大,每年的“丝路书香”出版工程都有多种图书入选;还有不少民营书企在东南亚国家建立书店,把中国图书推广出去;晋江文学、17K等在文化“走出去”方面也取得可喜成就。

原国家新闻出版广电总局规划司司长朱伟峰曾表示,坚持出版融合发展、新技术的布局与应用,是企业高质量服务的重要手段。目前,国内出版机构持续推动出版融合发展和数字化升级,探索利用互联网新技术新应用对传统产业进行全方位、全角度、全链条的改造,传播力持续增强,服务大局能力全面提升。

在国有上市出版集团中,出版公司立足自身内容资源,探索动作不断,传播力、引导力、影响力持续增强。中国出版集团旗下人文社、商务印书馆、中华书局、生活·读书·新知三联书店、三联生活周刊的微信公众号入选“大众喜爱的50个阅读微信公众号”,人文社《朗读者》直播关注数达100多万人,“诗词中国”APP下载量超过3600万次。中国科传开发的“科学文库”“中医医库”等数字化平台已相继上线运行并形成收益,加速推进向知识服务型转型。南方传媒“时代财经”APP实现了1100万人次的用户下载量;“生活派”项目集聚了80余个社群,微博粉丝超过1500万、微信粉丝达60万。读者传媒数字版《读者》月均发行132万册;“微读者”粉丝达到350万,2017年新增130万,再次入选“大众喜爱的50个阅读微信公众号”。城市传媒启用首个“VR海洋教室”;旗下匠声公司以音频切入内容创业市场,所出品的有声产品累计播放量超过1000万次;“兰阁”产品累计点击次数超过1亿次。

据中国新闻出版研究院发布的2017民营书业发展报告显示,在互联网知识服务中,民营企业抢滩市场,得到、知乎、分答、钛传媒等知名互联网知识服务平台异军突起。在发行领域,民营书企越来越重视构建自己的营销平台,纷纷加入数字化营销队伍。西西弗目前拥有100多家线下店,为了增加用户粘性,构建了线上自媒体矩阵,包括微信号、微博号、矢量咖啡账号等,用于活动的宣传推广,粉丝量60万+。先锋书店也建有自己的微博、微信号,有30多万的粉丝量。这种线上营销的做法不仅带动了线上收益,也同样促进了实体店的销售,为书企带来额外的收益。

优质的产品、创新的企业、不断满足用户需求的服务,构成了“有血有肉”的新时代主流出版力内涵。持续提升新时代的主流出版力,还需要从数量、速度、结构、效益等方面综合发力,让出版高质量发展更上新台阶,满足人民群众不断增长的精神文化需求。

《本草纲目全本图典》以《本草纲目》(金陵版,美国国会图书馆藏本)为底本进行校勘,详细考证1000余种药物,大部分确定至物种水平并列出拉丁名,并对500余种中草药进行了物种DNA研究并附有基因鉴定序列。填补了《本草纲目》研究史上的多项空白,使读者领略中草药的独特魅力。(穆宏志)



高质量之出版服务

我国出版业在载体形态和发行渠道上发生了巨大变化:纸质书的内容被转移到电子书和互联网,传统书店经历了转型嬗变的过程,有声书的崛起开启了全民听书时代,知识服务平台创新升级“吸粉”无数……这些变化重构了出版业边界,颠覆了传统阅读模式,以提供服务为核心的出版理念在业界形成共识。

原国家新闻出版广电总局规划司司长朱伟峰曾表示,坚持出版融合发展、新技术的布局与应用,是企业高质量服务的重要手段。目前,国内出版机构持续推动出版融合发展和数字化升级,探索利用互联网新技术新应用对传统产业进行全方位、全角度、全链条的改造,传播力持续增强,服务大局能力全面提升。

在国有上市出版集团中,出版公司立足自身内容资源,探索动作不断,传播力、引导力、影响力持续增强。中国出版集团旗下人文社、商务印书馆、中华书局、生活·读书·新知三联书店、三联生活周刊的微信公众号入选“大众喜爱的50个阅读微信公众号”,人文社《朗读者》直播关注数达100多万人,“诗词中国”APP下载量超过3600万次。中国科传开发的“科学文库”“中医医库”等数字化平台已相继上线运行并形成收益,加速推进向知识服务型转型。南方传媒“时代财经”APP实现了1100万人次的用户下载量;“生活派”项目集聚了80余个社群,微博粉丝超过1500万、微信粉丝达60万。读者传媒数字版《读者》月均发行132万册;“微读者”粉丝达到350万,2017年新增130万,再次入选“大众喜爱的50个阅读微信公众号”。城市传媒启用首个“VR海洋教室”;旗下匠声公司以音频切入内容创业市场,所出品的有声产品累计播放量超过1000万次;“兰阁”产品累计点击次数超过1亿次。

据中国新闻出版研究院发布的2017民营书业发展报告显示,在互联网知识服务中,民营企业抢滩市场,得到、知乎、分答、钛传媒等知名互联网知识服务平台异军突起。在发行领域,民营书企越来越重视构建自己的营销平台,纷纷加入数字化营销队伍。西西弗目前拥有100多家线下店,为了增加用户粘性,构建了线上自媒体矩阵,包括微信号、微博号、矢量咖啡账号等,用于活动的宣传推广,粉丝量60万+。先锋书店也建有自己的微博、微信号,有30多万的粉丝量。这种线上营销的做法不仅带动了线上收益,也同时促进了实体店的销售,为书企带来额外的收益。

优质的产品、创新的企业、不断满足用户需求的服务,构成了“有血有肉”的新时代主流出版力内涵。持续提升新时代的主流出版力,还需要从数量、速度、结构、效益等方面综合发力,让出版高质量发展更上新台阶,满足人民群众不断增长的精神文化需求。