



编者按

曾经依托部委发展而建立、主营业务均来自于相应行业的一批原“中央部委”专业社，经过半个多世纪的发展，成为我国出版行业中专业性、行业特点明显的中坚力量。经过转企改制，进入后改制时代的部委出版社选择专业化、多元化、兼并重组组建出版集团等不同发展路径的同时，彰显出专业出版社深耕主业的创新能力和勇于尝试的探索力，取得丰硕成果。为此，以“出版新时代 质量新样本”为主题的2018年中国书业实力版图专刊特别将关注视角放在行业特色明显、专业性强的“中央部委”专业社上，通过对一批“中央部委”专业社近几年发展情况的梳理及对其变革、转型的关注，呈现其发展路径与模式之变。另一方面，关注其在主业深耕，新技术、新业务拓展等方面的探索力，梳理走在数字转型前列的一批专业出版机构的探索策略，展望新时代发展方向。

# 关注“中央部委”专业社探索力 聚焦专业主业 弄潮知识服务

部委社 专业探索

中国出版传媒商报记者 张聪聪

## 专业铸就口碑 品牌塑造显成效

近两年，出版行业聚焦主业的呼声愈加强烈，各出版机构在经历数字出版、知识服务、多元经营等层出不穷的创新业务“诱惑”并进行一系列尝试的同时，聚焦主业的意识也逐渐增强。在这样的背景下，部委社、专业社在此前发展中形成的专业优势成为其增强出版品牌竞争力的直接抓手。在近几年出版品牌精细化运营愈加普遍的当下，一批有代表性的专业出版品牌不断延伸，甚至跳出出版行业在某一行业领域形成举足轻重的影响力。在图书产品销售层面，随着京东、当当、天猫等纷纷开启自营店、旗舰店的品牌分流，私域流量打造路径成熟，一大批专业出版社数十年深耕专业领域铸就的口碑和品牌塑造的成效得以借此显现。比如，机械工业出版社、人民邮电出版社、电子工业出版社、人民卫生出版社等，这些行业指向明显的专业社在刚刚结束的图书电商“双11”促销中，出现在各大电商“双11”战报的出版社TOP10排行榜中，显现出其头部专业出版社的强大竞争力。

## 知识服务探索“立潮头”

专业出版社一开始便是出版机构探索数字转型、

发力知识服务的“弄潮儿”。发挥专业优势，利用其所对应的行业资源、建设专业性数字产品或知识服务平台是专业出版社布局融合发展的必选项。在此基础上，一批起步较早的专业出版社已然成为整个出版行业数字转型的典型。一些专业图书出版业务曾遭受网络尤其是移动互联网冲击的出版机构也借此找到了新的发力和增长点。

其中，人民邮电出版社构建的面向IT领域的异步社区、面向院校的人邮学院、面向行业的通信世界全媒体平台、面向动漫迷的i尚动漫……体现了其数字出版探索的策略层次性和专业指向性。人民卫生出版社也利用其医药卫生专业出版的资源，将服务医药卫生专业教育、学术研究、应用为目的，研发了人卫智网、融合教材、人卫慕课平台等一系列数字平台、产品，开发了中国临床决策辅助系统，即“人卫助手”系列知识服务数字平台。

中国建筑工业出版社近几年也明确其数字化转型知识服务商的战略，以融合实验室和研究院智库为创新模式和顶层设计，以科技实验室和数字公司为具体实施落地机构开展数字转型工作。法律出版社在积极向多媒体法律资讯提供商迈进，立志再造一个“数字法律出版社”，目前，法律社已经和正在建成的数字化平台近10个，包括中国法律知识资源总库分销平台、法

文化资源融合平台建设、手机律师、中国法律英文服务支持平台等。开发“有章APP”是法律社近年在互联网知识服务层面做出的有益探索。

## 协同业外力量 寻求外延拓展

专业领域之外的图书内容生产是专业出版社近年不断“加码”尝试并取得一定成效的领域。在图书产品线的拓展上，一批专业社在童书市场“风生水起”便是直接证明。例如，电子工业出版社少儿分社以科普出版为核心，致力于幼儿启蒙、少儿卡通等多品类产品的开拓。石油工业出版社则将打造原创国漫、做适合中国孩子的本土IP作为其拓展少儿出版的方向。化学工业出版社旗下拥有“红贝壳童书馆”这一童书品牌，较早实行品牌经营的童书出版探索模式。国防工业出版社也曾借助新世纪出版社这一副牌发力童书出版并取得一定成效。此外，生活、人文社科、经管、艺术等都是专业出版社拓展出版业务外延发力的方向。

利用专业内容资源延伸探索纸书出版之外的业务，专业出版社也已轻车熟路。得益于近两年处于风口的内容红利，专业出版社拥有的内容资源也成为了“香饽饽”，在线音视频课程开发、行业智库建设、专业全媒体平台建设等都或多或少能从专业出版社的内容

资源中找到可挖掘点。于是，越来越多的业外力量与专业出版机构达成合作。今年7月，人民卫生出版社与国内领先的医疗领域连接者及数字化领域专业服务提供商丁香园(医学知识分享网站)达成合作，双方将共同策划开展形式多样的线上公开课，开展图书出版、推广及期刊、文献数据授权等多方面的合作。

专业社自身也有意识尝试拓展业务或跨界试水。除了不少专业出版社在喜马拉雅FM、蜻蜓FM开设音频专栏之外，不少专业出版社将教育培训作为业务拓展重点方向之一，开展多种形式的线上课程、线下讲座、论坛等活动。其中，国防工业出版社开发的与大学生安全教育配套的网络课程已在北中大学上线试用。

文创产品及相关业务是专业出版社外延拓展的另一重点。该领域拓展比较典型的便是法律出版社旗下独角兽工作室在原有图书装帧设计业务之外，拓展法律文化空间展陈、文创产品开发和普法内容策划服务等业务板块。

与图书内容、出版业务一脉相承的文化行业其他战线也是专业出版社纷纷下场的目标，如影视、游戏等。据悉，人民交通出版社投拍的首部电影《紧急救援》与香港导演林超贤签约，已于2018年11月11日在厦门正式开机。此前，人民交通社已出品纪录片《中国港口》和电视剧《碧海雄心》等。

重点  
关注

2017年1月18日，中国科技出版传媒股份有限公司(科学出版社)正式在上海证券交易所主板挂牌上市(股票简称:中国科传,股票代码:601858),成为中央出版集团上市第一股。2018年前3季度,科学出版社不断提升质量效益,扎实推进业务转型,在激烈的市场竞争环境中实现了经营业绩的较大增长,图书销售码洋20.93亿,同比增长27.94%,营业收入5.59亿元,同比增长11.80%;期刊发行量101.72万册。

## 重大项目再获佳绩

2017年以来,科学出版社打造了一批系列化精品力作。在各类出版基金项目中,该社入选数量均位列全国科技社前茅。自国家出版基金设立以来,科学出版社共承担了31个国家出版基金资助项目。其中,《中国生物多样性红色名录:脊椎动物(中英对照)》等8个项目入选2018年国家出版基金项目,《中国战略性新兴产业发展报告2017》入选2017年国家出版基金主题出版项目。

据记者了解,为加强国家出版基金等项目的管理,科学出版社设立了相应的管理机构,制定了《重大项目建设和管理办法》,并针对每个国家出版基金项目指定专门的项目制度,同时与项目承担部门签订了项目廉政责任书,以保证项目的顺利进行。《科技强国建设之路:中国与世界》《极地征途:中国南极科考日记档案》入选中宣部改革开放40周年重点项目。

## 数字出版实效显著

近年来,科学出版社以自身丰厚的“内容资源”为本,推动内容与技术、资本、渠道、品牌的融合,进一步提高新兴业态的影响力、传播力和竞争力。其中,专业数据库产品日趋成型,分学科知识库产品更加多样化、垂直化。该社的“科学文库”完成了功能升级,更加突出资源特色,在线阅读体验进一步提升。近2年,该项目新增试用机构近300家。集成了大量中国科学院、中国工程院的咨询研究项目成果的“科学智库”进行了更加细致的划分,使得用户获取内容更加便捷。“中国动物志数据库”“中国植物志数据库”实现了资源聚合、内容可视化,两库均有近百家单位试用,并成功实现销售收入。

科学出版社的数字教育产品用户数量也在稳定增长。“中科云教育”平台进行了2期升级,目前平台已与20多家院校签订协议。“爱一课”互动教学平台改版升级,目前已上线课程40门。此外,该社通过医学资源数据库产品研发,实现公司产品形态的数据化、知识化。“中医医库”已汇聚了100多家国内知名医疗机构与上千位专家的临床资源,全国试用机构达100余家。“康复医学云平台”汇集国内50多家知名康复机构临床常见疾病的典型案例、诊疗方案与规范操作技术,试用机构30余家。值得一提的是,该社还建立了SciEngine全流程期刊数字出版平台,推动实现期刊平台化、集约化运营管理;建立了EES平台和材料期刊网,推动了地球科学和材料科学领域的等分学科期

刊集群化发展。

产业链一体化方面,技术开发能力和技术服务能力不断提升也让该社整体生产销售环节逐步实现了从线下到线上的转变:在线优先出版二期建成,并试点运行;基于用户订单的POD-电子商务一体化流程已基本打通,逐步实现从“以产定销”到“以销定产”的转变,大幅提高销售满足能力。建设基于CN-ONIX的信息化管理平台、搭建数字内容资源仓储中心、构建整体运维支撑系统,实现内容生产、管理过程的信息化、自动化。OA、人力、财务网上报销等模块均已上线,大大提升了公司内部管理运行效率。

## 期刊业务强劲拓展

近年来,科学出版社学术期刊影响力取得突破性进展。根据2018年6月科睿唯安(Clarivate Analytics)发布的2017年度《期刊引证报告》,《中国科学》系列和《科学通报》全部9种英文期刊的SCI影响因子较去年取得重要突破后再创历史新高,平均提升14.5%。其中,《中国科学》数学辑、生命科学辑、物理辑、材料科学辑以及Science Bulletin 5种刊物位居国际同领域期刊排名的Q1区,其余4种全部位居Q2区,相比上一年,整体又向前迈进了一步。《国家科学评论》继续保持高水准,2017年影响因子达到9.408,位列多学科综合类期刊排名第六。科学出版社作为第一主办单位的《能源化学》影响因子较上年度提升50%,跻身同类期刊的Q1区。记者了解到,2017年度,国内共有46种期刊进入SCI的Q1区,其中科学出版社刊物占20%(9种)。此外,发表在《中国科学》系列有5篇论文入选中国科协举办的“中国科技期刊2018年度优秀论文”,2篇论文入选由中国科学技术信息研究所评选的“2017年中国百篇最具影响国内学术论文”。

2018年,集团公司旗下的科爱公司在期刊业务上也有了新的拓展。公司现出版英文期刊50余种,且期刊陆续被各大数据库所收录,其中SCI收录2本,ESCI收录12本,PubMed收录9本,Scopus收录10本。期刊集群建设、期刊平台建设也有较快进展。2017年,科学出版社申报创刊5种,主办期刊增加5种,新增英文刊合作协议1项。

近年来,科学社强烈意识到战略转型的必要性,加快了知识服务转型的步伐,在专业知识库、数字教育、医学健康、期刊业务四大业务方向建成了平台,搭建了队伍,积极推动创新业务从“播种培育”走向“开花结果”。

## 科学出版社：固本培新创新发展

## 法律出版社：为「法律人」提供全面解决方案

中国出版传媒商报记者 孙珏

2017年,法律出版社11部图书获得第4届“中国法学优秀成果奖”,5部图书获得第5届董必武青年法学成果奖;再次荣膺“中国图书海外馆藏影响力出版100强”称号,位列第6名,连续多年跻身中国图书世界影响力出版百强前10名。

## 高效专业图书出版及销售网络

作为中国著名的法律专业出版商和法律信息提供商,近年,法律出版社致力于“提升专业、面向大众、适度拓展”的发展格局,在巩固专业领域的基础上,坚持“大法学、大社科”的出版思路,在社科领域适度拓展。同时,积极向多媒体法律资讯提供商迈进,立志成为中国最权威的图书及多媒体法律资讯提供商。

记者了解到,法律出版社现有10个出版分社,承担包括法律法规、法学教材、法律职业资格考、法律学术、法律实务、法律财经、大众普法、法律辞书、期刊、音像制品、数字出版等全品种、高品质的图书出版工作,以全方位、多层次的形式传播法律信息。

值得一提的是,法律社拥有同业中最大的发行平台,该社控股的中法图公司是法律出版社图书的总代理商,与全国近千家新华书店、法律专业书店建立了紧密的战略合作伙伴关系,为实现法律类出版物全品种上架销售建立了完备的网络体系。先进科学的工作理念,规范精细的客户管理,高效、有序、准确的物流和通畅的渠道,确保了法律社产品的有效投放。

## 搭建中外法律信息交流平台

法律出版社经过65年的沉淀与积累,已聚集了一批来自高等院校、研究机构、政法系统、律师领域的学术研究泰斗、法律实务脊梁。这是法律出版社最引以为傲的精神财富、最宝贵的知识之源。

2018年5月12日,该社学术委员会成立,来自海内外众多高校法学院、法律专业科研院所的资深专家学者受聘为学术委员会成员。为支持优秀法学学术著作出版,扶持具有较大潜力的青年学者,鼓励和表彰优秀法学著作的创作出版,法律出版社将每年从自有资金中拨款设立青年法学学术著作出版基金,用于资助法学学术著作出版和奖励优秀法学图书。此外,法律社秉持学术自由与包容的精神,打造中国法律人思想交流的广阔平台,携手国内外优秀作者,以法律出版社“天下”品牌为核心,以优质法学著作作为基石,共同打造中国法学出版界卓越的学术品牌。

## 再造一个“数字法律出版社”

“法律出版社不止于出版。”法律出版社多年前就开始向数字化出版领域挺进。目前,法律社已经和正在建成的数字化平台近

10个,包括中国法律知识资源总库分销平台、法文化资源融合平台建设、手机律师、中国法律英文服务支持平台、中华法律大辞典在线平台等。同时,立足于法律大数据、移动支付及用户行为分析的前沿技术应用,法律社在大数据领域积累了核心关键技术,包括海量数据采集、清洗、存储、分析挖掘、可视化、移动阅读等。目前已经拥有2200万案例及可视化分析,20万中央法律、法规、规章,到2019年年底将完成130万地方法规、规章,2万余册图书,4万余篇集刊论文资源的数字化。据悉,围绕着一站式法律服务”的核心,法律社可以提供出版服务、法律大数据服务、设计服务、互联网知识服务的全方位服务。

## 发力互联网知识服务、大数据服务

开发“有章APP”是法律社近年在互联网知识服务层面做出的有益探索。有章是中国第一个综合性法律知识服务平台,以移动支付、大数据和人工智能等核心技术为基础,以法规、案例、观点文章为主要产品,电子书、论文、专题/专栏、律师服务等为核心产品,致力于开发移动阅读、大数据分析、知识付费和场景化定制服务产品,推动法律知识服务平台,构建行业垂直搜索引擎,建设面向司法行政系统的专业法律知识服务平台和面向公共服务的公共法律知识服务平台,为用户提供高效、全面的一站式法律知识服务解决方案。目前,法律社的数据资源库涵盖了法规、案例、图书、集刊、音视频、新媒体资源等多种海量数据,充分运用大数据和人工智能技术,可实现案例可视化分析、用户行为分析等,帮助客户实现线上线下运营相结合,为客户提供精准高效的数据加工及数据库定制化服务。

## 探新法律文化设计服务

值得一提的是,法律社除了夯实出版主业,也在不断寻找为核心客户提供更多优质服务的可能性,独角兽工作室便是秉承“为法律赋予美感”的设计理念,在原有图书装帧设计业务之外,拓展而来的法律文化空间展陈、文创产品开发和普法内容策划服务等业务板块。目前工作室已经承接最高人民法院中东欧司法文化展、澳大利亚司法文化展、环境资源案件审判成果展、司法改革特展等近30个项目,提供从文案、设计到施工的全套解决方案。

毫无疑问,专业人做专业事。法律社通过多年积累的具有法律专业背景的设计人才优势和内容优势,在“文化设计”服务领域展现出强大的竞争力和市场潜力。