

中信出版推动年轻群体领略全新阅读方式

中国出版传媒商报讯 近日,中信出版集团作为“2018今日头条生机大会”唯一受邀的出版机构,于北京民生现代美术馆冬日森林文化区同万余名参观者见面。中信出版以“Hey,嘿,黑,经典!”为主题,结合文学经典、文艺生活、轻科普等书目倾情打造以黑色系为主视觉的炫酷展台,还原书中魔幻场景,辅以“S级手速挑战”“阅读身材墙”“十二星座爱情上上签”等趣味互动环节,为年轻群体带来了一次颠覆常规的阅读体验。

中信出版的多位作者亲临现场和粉丝交流。《我必亲手重建我的生活》的作者黄佟佟讲述现代女性的全

方位自我升级;“局部气候调查组”的创始人孙启铭携团队新书《万物漫游指南》在冬日森林亮相,与读者们在长达65米的长卷上,一起漫游460亿光年的太空、下潜1万米深海,探索未知世界的奥秘;咖啡专业媒体“行走的咖啡地图”创始人、《行走的咖啡地图:在北京》的作者高雪、赵悦和读者们畅谈咖啡文化与潮流资讯;环球旅行者、专栏作家张三携嘉宾张同和秋秋,为读者揭开北欧神秘的面纱,领略北欧的风俗与文化。中信出版还准备了多样化潮流酷炫的沉浸式体验装置,并结合主打书目《S.忒修斯之船》与《企鹅经典:小黑书 第一辑》设计了“S级手速挑战”“阅读身材墙”等互动环节。中信出版紧紧把握新一代阅读群体对想象力与创造力的需求,以书山书海为舞台,为参观者带来一场高质量的阅读盛宴。

(董琦)



■史现利

坚守专业持本色 改革创新铸辉煌

——中国建筑工业出版社改革发展40年

守正出新 提质增效

“质量即生命”是建工社的一贯原则。早在改革开放之初,建工社就陆续制定了《出版物质量管理办

2013年进一步出台了《出版物质量保障体系》,实行全程质量管理,严把出版物质量关。1987年建工社创新性地设立了社内图书质量展,迄今已成功举办17届,对于提高全员质量意识,推动质量管理的制度化建设发挥了重要作用。每年评选优秀图书100种,设立建筑图书奖、永生编辑奖,鼓励多出好书。功夫不负有心人,在新闻出版管理部门多年组织的质量检查评选中,建工版图书多次受到表彰。

在图书市场竞争日益加剧的形势下,建工社始终秉持专业出版理念,坚持走“内涵式”发展之路,立足专业,拓展相关,全方位服务于建设行业,满足不同层次的专业需求。长期以来,建工社注重整合优势出版资源,推动重大项目的整体策划,强调自主策划和原创性、热点性选题的开发。进入21世纪以来,配合我国新型城镇化建设的推进、中央城市工作会议的召开,建工社不断调整和优化选题结构,策划出版了“中国民居建筑丛书”、《中国人居史》、《中国特色新型城镇化发展战略研究丛书》、“城市科学发展丛书”、《中

改革创新 与时俱进

借着改革开放的春风,面对新的发展环境,建工社对发展目标、发展方式、产业形态、工作机制等都进行了重新思考和规划,不断通过深化改革推动企业良性发展。2012年建工社完成了成立以来规模最大的机构改革工作。近两年,建工社又在干部聘任、效益分配等重要领域不断深化改革,为出版社持续发展打下坚实基础。

作为最早一批自办发行的出版单位,建工社在渠道建设方面经历了一个从无到有、由弱到强的发展过程。为了顺应国家图书发行市场化改革潮流,扩大市场占有率,更好地为建筑行业服务,1995年建工社率先在全国范围内推行图书代理制连锁经营,依托各地建设单位建立了建筑图书发行站、点,这是经原新闻出版署批准的第一家专业出版物发行连锁书店。经过20多年与时俱进的发展,建工社的代理连锁系统已经发展为遍布全国的网络系统,成为建筑图书分销的“高速公路”,目前有代理站60余家、销售网点1300余家。多年来,建工社在图书发行代理连锁体系的基础上,不断创新营销管理模式,丰富营销管理内涵;制定《中国建筑工业出版社代理连锁系统管理办法》、组织编写《建筑类图书销售分类标准》并为新华系统业务及卖场人员开展系统培训工作、在营销中心建立营销编辑制度开展精准营销工作、开通网络“图书空间”、增加馆配及网络销售渠道等。

建工社正积极从线上和线下两条路径推进销售渠道转型升级,构建现代营销体系。线下——继续巩固提升代理连锁系统,扶持其转型升级,帮助其实现由销售商向服务商的角色转换;积极发展与新华书店等大卖场以及电商的合作,努力开拓馆配和直

销业务;线上——创新驱动建设,积极推进网店及互联网平台建设,大力发展电子商务,整合延伸产业链,探索适合自身的融合发展道路;构建线上、线下一体化发展的现代营销体系,即以传统代理连锁系统、新华书店、馆配及直销渠道为线下营销主体,以中国建筑出版在线、官网、官方微信及微店、官方旗舰店以及众多加盟网店为线上营销主体的,基于“网、店一体化”的现代营销体系。为此,建工社重点推进了4个相关工程建设:搭建产品信息库的传播体系、基于ERP的发行业务处理体系、基于大数据的客户读者分析应用体系、网、店一体化与社群营销引领的现代营销体系建设。这四个体系将线上与线下、客户与读者有机融为一体,打破了线上、线下传统界限,使知识服务体验更加高效、便捷。

近些年,盗版现象日益猖獗,建工社每年因盗版遭受的经济损失数亿元。为此,建工社在2015年成立打盗版维权办公室,在全国设立驻地代表,系统地开展遏制和打击盗版侵权的行为,查办了山东、北京、河北、河南等地多个盗版窝点,严肃追究其民事及刑事责任,对盗版制造者和销售者起到震慑作用,也在前期预防和后期打击方面积累了许多宝贵经验。

性,为融合发展聚集了大量读者及需求信息,促进了企业的可持续发展。

其次,通过设立研究院,开展智库服务。2017年11月,建工社成立了建设发展研究院,以服务行业发展为己任,依托出版社深厚的专家和内容资源优势开展研究咨询工作,并通过设立创新发展基金建立了智库发展的长效机制,确保每年的研究经费投入不少于500万元,以保障智库的运行与发展。在研究开展上,建工社将融合实验室建设与智库建设协同推进,开展了专业出版融合发展实践探索和应用理论与技术研究,就出版融合发展相关的重大难题和建筑领域的重大课题开展集智攻关,努力培育行业新模式、新业态。

今年适逢改革开放40周年,站在这一关键的历史时点上,建工社将一如既往地,秉持“质量第一,读者至上”的经营理念,朝着“行业领先、国内一流、国际知名的专业出版集团”的目标奋勇迈进,为中华文化的伟大复兴和城乡建设事业的健康发展作出更大的贡献!

■张璞(教育科学出版社)

以互联网为代表的信息技术的快速发展,重新定义了人们获取信息包括获取知识、获取能力的方式,促使传统出版和新兴出版走向深度融合,而这也成为我国出版行业的发展趋势。在这样的背景下,如何顺势而为,应时而动,主动出击,创造优势,实现可持续和创新型发展就成为摆在出版企业面前的重要问题。

笔者认为,面对信息化和互联网时代加速发展的外部环境,以及行业整体转型升级的大形势,出版社以“变”应“变”的有效策略根本在于自身核心竞争力的提高,在于创造有价值的拳头产品以满足读者的多元需求,以及创造新的多元化的内容表达方式,这些都有赖于快速的学习能力、集聚的知识资源优势 and 人力资源优势。汉朝哲人王充早在《论衡》中就说:“人有知学,则有力矣”,就是在讲学习推动发展;同样的,通过一种学习文化的塑造,充分发挥人员的积极性和主动性,使智力资源得到最大程度地发挥和共享,这是以人力资源为核心的每一家企业的追求,也恰与著名管理大师彼得·圣吉所认为的“学习型组织”的概念相吻合。面向未来,企业唯一持久的竞争优势,是具备比竞争对手更快的整体学习和创新能力。由此笔者觉得,建设学习型组织是出版社从组织层面推动变革和创新的可行之道。

出版社建设学习型组织的重要性在于它推动组织学习文化的形成,使得企业发展有助力。对于以图书出版为重心工作的传统出版社而言,在互联网和信息化的时代,与时俱进,思维转变,引领事业的可持续发展,这些都依赖于管理团队对出版业发展方向的准确把握和深刻认知,依赖于员工群体自觉的认同,并不断付诸实践开拓创新。于组织层面,需要建立如彼得·圣吉的五项修炼模型中的“共同愿景”,它是组织及组织成员所共有的对组织未来发展的一种理解,能够提升组织凝聚力,培养成员对组织的长期承诺,也是全体员工为之奋斗的目标。对个体层面,除了来自组织的要求,更需要一种来自自身意识的觉醒和驱动,即“自我超越”,从而带动其在岗位中的创新突破。要做好这些,无一不需要通过学习来完成。而学习型组织恰就包含着持续的系统学习,组织成员共享知识、传播知识、创造知识以及形成一种学习的文化等多个要素。对照当下出版企业的实际环境和需求可知,学习型组织建设有利于推动企业学习文化的形成,这种正向积极的企业文化能形成强大的向心力,使得员工为实现共同目标奋力奋斗,这就有利于推动出版企业新的愿景的实现,能够为企业发展提供强大助力。

出版社建设学习型组织的核心价值在于它指向推动企业发展的关键力量,使得企业发展有人力。出版企业的转型升级、创新发展归根结底依赖于人,最终都会落在“人”的行动上。“不学习即消亡”,“不学习即失业”,听起来似乎有些夸大其辞,却是每一个人在严酷的竞争环境中必须面临的实际问题。新时代里,传统出版企业要想逆境之中求发展,就必须注重挖掘和调用人这一核心,通过人力资源的合理安排和水平提升推动企业的不断迈步向前。要做好这方面,需要出版企业千方百计地为员工提供各种学习机会,搭建各种学习和互动的平台,包括团队学习,让他们有更广阔的的见识、更创新的工作思路;需要出版企业注重员工结构、员工素质的合理搭配,通过人尽其才、才尽其用的灵活的用人机制让每个人都充分发挥潜能,实现个体价值,这也是学习型组织建设最终要达到的目标。在这个过程当中,彼得·圣吉五项修炼模型中的“改善心智模式”是个体包括组织必须要经历的,改善“根深蒂固于心中,影响我们如何了解这个世界以及如何采取行动”的许多假设、成见,或甚至图像、印象”,对于传统出版企业而言,“改善心智”指的是借着不断的和深入的学习,改变我们原先对出版的理解和认知,以更新的思维、工作模式和方法来支持我们未来的工作。

面向未来,出版社需要更加着眼读者阅读需求、阅读方式的改变,基于自身的优势,借力使力,提供更加多元化的知识和资源服务,推动企业转型升级和可持续发展。然而在这个过程中,却不能盲目地去追求新技术、开发新项目等,而是应该静下心来冷静思考,认真分析,找好着力点,有坚守,有突破,着眼长远,从可落地、可操作的阶段性任务来逐步推动变革和创新。学习型组织建设之所以重要,就在于它的本质是构建一个开放、动态、不断更新的知识系统。通过不断的组织学习和持续的管理革新,来驱动组织与社会环境的互动,优化组织的系统结构和功能。这恰恰是出版行业当前在互联网和信息变革的时代进行组织变革以及组织结构功能优化所需求的,希望出版企业能够抓住时代机遇推动事业发展,从而不断迈上新的台阶。

以学习型组织建设推进企业转型升级的思考

不忘初心 收获美誉

作为住房城乡建设部直属的中央级科技出版社,建工社一直秉承为国家发展战略服务、为建设行业发展服务、为住房城乡建设中心工作服务的宗旨,不断加强制度建设、强化岗位职能,始终坚持把社会效益放在首位,实现社会效益和经济效益相统一,坚持正确的出版导向,力争为建设行业和社会提供最有价值的产品和服务,以充分发挥国有文化企业示范引领和表率带动作用。

改革开放40年来,建工社谨守专业本色,为国家、为行业出版了大量学术专著、应用技术图书和普及读物,受到社会各界的广泛赞誉。许多国际著名出版机构在与建工社合作过程中,认为建工社坦诚、公平、协作、敬业的工作作风“令人敬佩”。

40年的改革进取中,建工社人栉风沐雨,砥砺前行,收获了许多信任与荣誉。在单位荣誉方面,自中国出版政府奖启动评选至今,建工社已经连续4届荣获“中国出版政府奖先进出版单位奖”;是中宣部、原新闻出版署表彰的全国首批15家“优秀图书出版单位”之一;在2008年6月正式启动的首次全国经营性图书出版单位等级评估中被评定为科技类一级出版社,获“全国百佳图书出版单位”称号;2013年,被原国家新闻出版广电总局评为首批“数字出版转型示范单位”,2017年荣获“数字出版年度‘创新企业’奖”;多次荣获“全国优秀出版社”、“中央国家机关文明单位”、“全国先进科普工作集体”、“讲信誉、重服务”出版单位等荣誉称号。

在产品荣誉方面,改革开放40年来,建工社累计出版图书近3万种,为培养建筑专业人才、推动建筑业科技进步、繁荣建筑出版事业提供了丰富的精神食粮,打造了读者心中闪光的出版品牌。改革开放初期为一线建筑工人编写的《建筑工人技术学习丛书》,总印数超过1300万册,成为普及读物中的“经典”;《建筑施工手册》被誉为“推动我国科技进步的十部著作”之一,目前已经出到了第5版;《建筑设计资料集》《城市规划资料集》成为我国建筑设计与规划人员的案头必备手册。《室内设计资料集》出版27年来已发行80多万册,至今畅销不衰;《中国古代园林史》(上下卷)《中国古代建筑史》(5卷)《西藏建筑艺术丛书》《梁思成全集》《中国美术全集·建筑艺术编》……300多种图书获得“五个一工程”奖、“国家图书奖”、“三个一百”原创出版工程、“中国出版政府奖图书奖”、中华优秀出版物等国家和省部级奖项。此外,数字产品“i施工”还荣获“数字出版年度‘创新作品’奖”;“中国古建筑丛书”(35卷)、“保障性住房产业化系列丛书”“工程管理论”“中国园林史”“中国现代建筑史”等100多种出版物入选国家重点出版物出版规划;300余种教材被评为国家“十一五”“十二五”规划教材,400多种教材被评为住建部“十三五”规划教材;17个项目获得国家出版基金资助。在装帧设计方面,《壮观》《文心飞渡》《介入》《园冶注释》等多种图书荣膺“中国最美的书”,其中《园冶注释》还获“2018世界最美的书”银奖。

转型升级 融合发展

21世纪以来,数字出版方兴未艾,融合发展深入人心。建工社依托传统出版积累的内容、作者、读者及渠道等重要资源,全方位推进融合进程,聚力开展了一大批重点数字出版项目的融合建设及运营管理工作,包括10个新闻出版改革发展项目库入库项目、13个财政资金资助项目,着力推动企业转型升级、融合发展,实现由传统出版商向现代知识服务商的转型。

为加快融合转型进程,建工社于2017年分别成立了建知(北京)数字传媒有限公司、国家新闻出版“出版融合发展重点实验室”暨“新闻出版业科技与标准重点实验室”、智库研究院,正式奏响了转型升级、融合发展的新乐章,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,以ERP系统、行业级平台、大数据平台为技术支撑,对外运营完善各专业资源库集群,对内进行智能编排和POD按需印刷等生产管理系统升级改造。

首先,通过成立数字出版公司、设立融合发展重点实验室,积极探索并构建了融合开发及运营管理体系,完善了纸屏互动、富媒体电子书阅读、嵌入式知识服务等融合出版功能,提高了专业资源库(平台)、数字图书馆等知识服务产品的融合建设质量。以考试书板块为例,建工社通过策划推出考试精讲视频、题库、融合培训教材等增值产品,大幅提高了为考生提供考前培训、考后执业教育与咨询的“全程知识服务”质量,增加了考试板块融合产品与平台的聚合力和粘