（上接第10版）

新中国新闻出版业大事记

1973年

1月 光华出版社与中国外文书店合并成立中国图书进口公司。

9月26日 经国务院批准，国家出版事业管理局成立。

1974年

8月 国家科学技术委员会决定研究制造激光输出记录的中文照相排字机。在电子工业部的协作下，于1981年研制出原理样机华光Ⅰ型。

1975年

9月1日~5日 国家出版局在上海召开编写《汉语大词典》的座谈会。

10月11日~29日 国家出版局在吉林长春召开全国书刊装订技术革新经验交流会，提出主要书刊印刷厂要在三五年内实现精装、平装、骑马钉3条联动生产线。

1976年

10月8日 中共中央作出关于出版《毛泽东选集》第5卷及以后各卷和筹备出版《毛泽东全集》的决定。

1977年

12月 历时20年的《二十四史》点校本连同《清史稿》全部出齐。（下转第14版）

（上接第10版）

中外出版交流合作呈现新局面

■赵海云（中宣部进出口管理局副局长）

赵海云

今年是新中国成立70周年，在党的正确领导以及全国出版同仁的共同努力下，我们共同见证了中国出版业几十年来的快速健康发展。中国出版界同仁以注重高质量发展为前提，与国际领先的出版企业合作，以市场为导向出版图书，向世界展现真实、立体、全面的中国形象，取得了令人瞩目的成绩，习近平《谈治国理政》等一大批中国主题图书和中国优秀文学作品在国际上获得广泛发行并取得良好的市场反响。我较长时间从事中国出版国际交流与合作，在此分享一些中国出版国际交流合作方面的认识和观点。

中外出版交流合作成果丰硕

今年是新中国成立70周年，随着中国出版业的快速发展壮大，中国出版业的国际交流合作也达到了前所未有的高度和广度。中国与世界上绝大部分国家都有出版方面的贸易往来，现在每年版权贸易近3万项，实物和数字出版产品进出口金额稳步增长，中国出版企业对外投资合作也成为一种新常态。国际出版商得益于中国的发展和成长，其中，不少国际知名出版企业每年实现两位数的在华业务增长。特别是近些年来，中外出版交流合作更呈现出“守正创新、百花齐放”的局面。这与我们政府推动、企业主体、市场运作、社会参与的机制充分发挥作用有关系，这一机制奠定了今天整个中国出版“走出去”的基本格局。

截至目前，“经典中国国际出版工程”已经实施10年，“丝路书香工程”也开展了6年，对部分中国优秀图书的对外翻译出版、便利版权贸易条件、调动中外出版社的积极性发挥了杠杆作用，让广大发展中国家和“一带一路”沿线国家翻译出版中国优秀图书成为可能。我的一位黎巴嫩出版商朋友告诉我，他引进了上百种中国图书，每种中国少儿图书都能按照4美元的定价销售2万册。8月13日《人民日报》刊发的《“为中国优秀图书的传播插上翅膀”》也对这家公司进行了深入报道。我们开始实施的“亚洲经典著作互译计划”将让亚洲的优秀作品更多地与中国读者、亚洲国家和世界读者见面。

此外，我们已经在21个国家的国际书展上举办了中国主宾国活动，不少国家以前从未见过中国出版商和这么多的中国图书。我们在这些书展展示的图书，基本上都能够予以销售。

合作共赢需要转化成现实生产力

中国出版企业在走向世界的过程中，经验和能力不断增强，但相互之间的合作不足成为制约和短板。有些中国企业已经具备了颇具特色的产业生产能力，并且比较熟练地掌握了对外出版的规律，但因为规模体量小而难以产生更大的影响力。我们更希望看到有条件、有能力的出版企业，对内加强与国内企业的合作，对外加强与国际同行的合作，从而形成若干个更加扎实的针对不同国际市场、不同类别图书的对外出版产业链条，如中国青年出版社和英国布鲁姆斯伯里出版公司合作成立的中国国际出版中心就是一次有益的尝试。

将中国故事转化为国际产品

中国是内容的富矿，拥有几千年的文明史，百年的救亡史，70年新中国国史，40多年改革开放史。我们和国际出版商都认为，中国有一大批潜在的一流的优质内容。我曾遇到一位国际出版商，他正在与安徽一家民营教育企业合作，发现安徽这家企业的产品特别是视频产品已经超过国际先进标准，只是他们自己还没有意识到自身产品可能具有的国际价值。用一个比喻来形容，即在一个矿中发现了钻石，这些钻石也要经过打磨、设计、抛光，才能够成为国际标准的产品。所以，我们的企业如何能够对标国际先进企业，从一家出版企业转变为一家国际人力资源公司，为国际的创研人才创造条件和机制，把他们吸纳到我们对外讲好故事的产业链条中来，是需要深入思考的问题。每年书展前，我们都将“中华图书特殊贡献奖”授予在海外介绍中国、推广中华文化和中国出版物等方面做出突出贡献的外国作家、翻译家和出版家。最初，许多出版单位认为这仅仅是一场表彰，实际上凡是获得表彰的专家都纷纷被中国出版企业纳入到国际产品的内容生产创研中，这也是对他们智力的尊重。

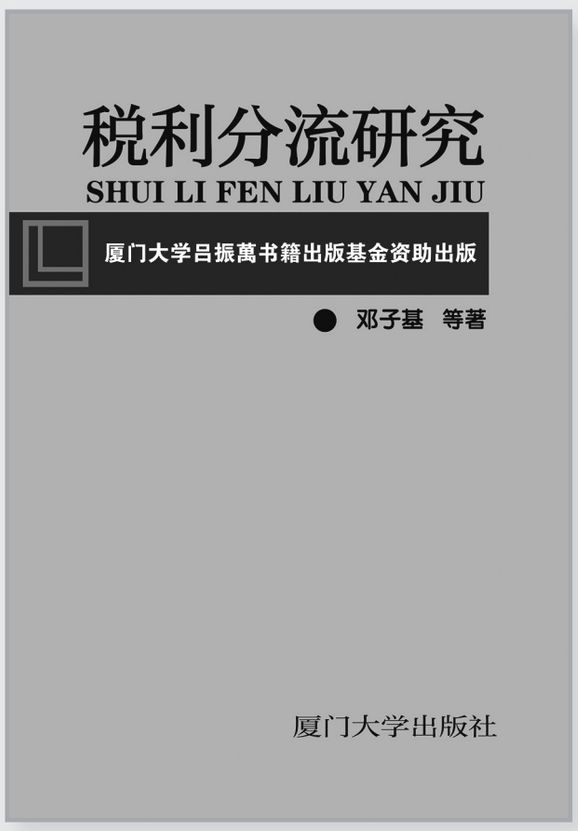
学术出版企业走国际化发展之路

打造出既具有中国特色又符合国际标准的产品。近年来，知名的国际出版企业如施普林格·自然、圣智集团出版了《中国梦与中国道路》等优秀作品，成套系、成规模地反映中国专家、中国学者的观点，其中有的下载量已经超过万次。同时，中国也在互联网知识服务领域创设了在其他国家罕见的新模式。如“凯叔讲故事”用一个人的力量拉动3000万用户，我相信这种奇迹只有在中国市场才能较好地呈现出来。但是在学术出版领域，与国际先进同行相比，我们在生产理念、学术影响力等方面的差距仍很大。国际学术出版的常态已经是数字化，最优质的数字学术产品都是通过资源内容的整合和国际化来呈现的。对于中国出版企业而言，则要打造既具有中国特色又符合国际标准的产品。因此，中国出版企业要虚心向国际先进同行学习，特别要看到，企业参与国际市场竞争和考验才是中国学术出版进入国际市场的必由之路。

希望中外出版企业通过进一步的合作，共同讲好中国共产党治国理政的故事、中国人民奋斗圆梦的故事、中国坚持和平发展合作共赢的故事。

厦门大学出版社
XIAMEN UNIVERSITY PRESS
蕴大学精神 铸学术精品
国家一级出版社
全国百佳图书出版单位
社长 郑文礼 | 总编 宋文艳
厦门大学出版社微信二维码

“一本书与一个时代”的故事



《税利分流研究》一书由我国著名财政经济学家、财政学界泰斗邓子基教授及弟子撰写，于1994年由厦门大学出版社出版。该书以马克思主义财政理论为指导，结合中国国情，探索处理国家与国有企业分配关系的规律性和有效模式。该书对国有企业利润分配制度做了回顾与思考，提出实行税利分流，税后还贷、税后分利，是实行社会主义市场经济的客观需要，是理顺国家与国有企业分配关系的方向性选择这一科学论断。全书贯穿了邓子基教授一向倡导并论证了的“国家分配论”，即社会主义国家的“一个主体、两种身份、两种权力、两种职能、两种分配方式与两种分配关系”的理论。该书指出，在我国社会主义市场经济条件下，政府为了行使社会管理职能和国有资产管理职能，必须凭借政治权力和财产权力获取并支配一定量的社会物质财富，而社会物质财富又只能来源于剩余产品价值。为此提出了社会主义市场经济条件下剩余产品价值的分割理论。针对国家与国有企业分配关系依据不明、分配形式选择不准等问题，提出按照政府两种身份、两种职能的客观要求实行税利分流这一论断。

邓子基教授就如何实现国家与企业之间的分配做了明确的论述，并倡议改革财税体制，建立国有资产专门管理机构，实行分税制和复式预算，实现真正意义上的税利分流。最后对税利分流方案的实施做了系统构想。该书对推进当时我国税利分流改革具有重大的理论指导意义。

我国著名财政经济学家叶振鹏高度评价该书：“这是一部阐述全面、分析深入、论证精辟的成功之作”，“该书始终坚持理论与实践相结合，做到有的放矢，使它对中国的改革具有理论与实践的意义”。财政部刘瑞杰评价：“邓子基教授的税利分流理论，是马克思主义基本理论和西方现代经济理论密切结合的产物，具有重大理论与实践意义。”该书于1995年荣获第9届中国图书奖。

《税利分流研究》
邓子基等著
厦门大学出版社
1994年出版

闯出具有中国特色大学社发展之路

■宗俊峰（中国大学出版社协会理事长、清华大学出版社社长）

宗俊峰

大学社历史沿革

今年是新中国成立70周年，回首过往，大学出版社始终坚持传播先进文化、传承历史文明的社会责任，与共和国同前行、共辉煌。

我国大学出版业的发展历史，可以追溯到1899年成立的南洋公学（今上海交通大学）译书院和1902年京师大学堂（今北京大学）设立的编书处和译书局，当时已经开始了大学教科书和学术图书的出版活动尝试。但旧中国在帝国主义侵略和腐朽反动统治者的统治下战乱频仍、民不聊生，根本谈不上国家经济、教育乃至教育出版的建设和发展。

新中国的成立，结束了一百多年来中华民族被侵略被奴役的屈辱历史，也开启了中华民族振兴的新纪元。在百废待兴的建国初期，党和国家就把高等教育事业放在了重要位置，为适应编辑出版社会主义新型大学教材的需要，1955年4月、1957年6月，中国人民大学出版社、华东师范大学出版社先后诞生，为培养社会主义思想和建设人才做出了重要贡献。

1978年改革开放的大潮，为我国的社会主义事业开启了崭新阶段，也给大学出版事业带来了新的春天。首先是中国人民大学出版社恢复了建制，随后两年，北京大学出版社、外语教学与研究出版社、上海外语教育出版社、清华大学出版社、复旦大学出版社、华中科技大学出版社、北京师范大学出版社等相继成立，华东师范大学出版社恢复建制。到1986年底，全国先后成立了大学出版社73家，这个数量占同年全国出版单位总数的16.3%，学科基本涵盖了我国综合性大学、理工农医类大学、人文社科类大学和师范类大学等各种类型的高等院校，地域分布上也几乎覆盖了全国各个主要地区，完成了大学出版社的初创。

新时代下大学出版高质量发展

伴随着改革开放后国家的蓬勃振兴发展，大学出版社群体也从1978~1995年的第一个发展阶段——大学出版社的创立和大学出版业体系的形成，迈入了1996~2007年大学出版业快速健康发展的第二个阶段。到2007年底，我国共有大学出版社103家，占全国出版社总数582家的17.7%，全国大学出版社出书品种达80280种，出版总码洋和销售总码洋与1995年相比，2007年大学出版业的各项经济指标都有数倍的增长。

2007~2012年，大学出版社又经历了新转型阶段。按照中央文化体制改革的要求和部署，从2007年初教育部和原新闻出版总署制定《关于高等学校出版体制改革工作实施方案》，到2012年，大学出版社基本完成了转企改制工作。通过体制改革，大学出版社成为市场主体，进一步坚定了为教育发展、人才培养、学术繁荣、文化传承、社会建设服务的办社宗旨，进一步激发了内在活力。到改制基本完成的2010年底的“十一五”末，相比“十五”末，全国大学出版社生产码洋增长47%，销售收入增长39%。

党的十八大之后，从2013年至今，特别是2017年习近平总书记在十九大报告中提出中国特色社会主义进入了新时代，给大学出版社指明了新的方向，注入了更大动力，大学出版业进入了一个新的持续稳定高质量发展时期。

大学出版社适应新时代、新形势、新要求，服务党和国家工作大局，在改善出版结构、增强出版实力、提高出版质量方面做出了努力。一是出版结构进一步改善，不再一味追求图书出版品种的快速增长，而在提质增效、优化结构和寻找新的增长点方面下功夫。二是总体经济实力显著增强，“十二五”期间，在新书出版增速下降的情况下，全国大学出版社生产码洋和销售码洋较“十一五”分别增长65%以上。三是服务大局的意识和能力不断提高，重大主题出版显著增强。四是精品出版能力稳步提升，在“十三五”国家重点出版物出版规划中，共有88家大学出版社入选项目405个。

目前，作为中国大学出版社协会会员单位的大学出版社，数量达到114家，包括了大学综合类、文科类、理工类、师范类以及教育系统有关出版社；大学出版业已从建会时的“体系初步形成”，发展为以出版多层次、高水平、高质量的人文科学、社会科学、自然科学、技术科学及管理科学等方面的教材、学术著作和社会读物的学科门类齐全，图书和音像电子、数字网络各种出版形式并举的大学出版完整成熟体系，走上了稳定、健康、高质量发展的新阶段，大学出版业已成为国家出版事业和高等教育事业的重要组成部分，闯出了一条具有中国特色的大学出版社发展道路。

把握发展机遇 规划新路径

我国的大学出版随着高等教育事业的发展而发展，尽管历史短暂，却取得了很大成绩，积累了丰富的经验。面对新时代民族复兴的伟大重任，大学出版社必须全面把握发展机遇，科学理性规划发展路径，为文化产业高质量发展做出更大贡献。高质量发展就是出版更多的精品力作，更好地为大学教学科研服务，更好地满足人民日益增长的美好生活需要，包含以下几个方面。

一是以社会主义核心价值观为引领，坚守出版阵地。大学出版社是弘扬大学精神、传承和发扬社会主义文化的重要阵地。大学出版社要坚持社会主义文化的发展方向，以社会主义核心价值观为引领；要坚持以人民为中心的原则，聚焦人民群众日益增长的精神文化需求。

二是以管理制度改革为主线，优化体制机制。大学出版社要围绕“双一流”建设和高等教育内涵式发展，加快推进内部管理制度改革，构建科学合理的激励约束机制和薪酬体系，提升科学管理水平。

三是以出版品牌塑造为关键，服务国家大局。大学出版社要以母体大学为依托，突出母体大学的学术资源和人才优势，服务大学的教学科研，立足自身优势，做好教育出版与学术出版品牌，推动教学科研工作的发展。

四是以网络化和数字化为保障，构建融合发展新格局。大学出版社要强化“互联网+”意识，加快实施数字化发展战略，努力实现从内容提供商向内容服务商的转型。

五是以“走出去”和国际化为抓手，讲好中国故事。大学出版社加强与“一带一路”沿线国家的交流合作，当好我国教育改革和发展成果的传播者，当好中国故事和中华文化的讲述者。

六是以出版队伍建设为支撑，培养高素质复合型人才队伍。大学出版社要坚持将人才培养作为大学出版社发展的第一要务，打造一支专业化复合型的出版人才队伍。同时要持续深化人事制度改革，探索出版人才的特点和发展规律，搭建员工成长平台。

回顾大学出版业的发展，党的领导，国家的发展繁荣，党和政府的扶植与支持，是推动大学出版业健康快速高质量发展的根本保障，大学出版事业随着共和国的繁荣与发展一路高歌猛进，与共和国同前行、共辉煌！

今年，中央发布了《关于加强和改进出版工作的意见》，这是一个事关出版业走向和发展的重要文件，为出版业下一步发展指明了方向，大学出版业又迎来了发展的新机遇，必将开启大学出版业发展的又一个崭新阶段。