

## 国防工业出版社重磅发布“火炸药理论与技术”丛书

中国出版传媒商报讯 11月26日,主题为“薪火相传,助力国防”的火炸药理论与技术学术交流暨新书发布会在北京举行。会议由国防工业出版社、南京理工大学、北京理工大学、中北大学联合主办。会上发布“火炸药理论与技术”丛书,旨在推动火炸药理论与技术研究、促进火炸药理论与技术在我国学术界和工业界的传播和应用,扩大丛书影响力。中国工程院院士王泽山,中国科学院院士毛明,原国防科学技术工业委员会副主任张维民,原解放军总装备部科技委委员马殿荣等出席会议。会议由国防工业出版社政治部主任孙严冰主持,国防工业出版社社长郝刚、中北大学副校长李东光致辞。

丛书编委会主任肖忠良介绍了丛书的编写出版情况。与会领导和专家就火炸药领域的未来发展进行了学术交流。

国防工业出版社与国内火炸药领域知名专家共同打造的“火炸药理论与技术”丛书于2020年9月出版发行,2016年被列为“十三五”国家重点出版物出版规划项目,2018年获得国家出版基金资助。丛书共10个分册,450万字,是国内在火炸药领域首次按知识体系组织策划的高水平学术专著。

与会专家对丛书的出版给予了高度肯定。丛书的出版恰逢其时,是我国在火炸药领域进行基础研究、创新发展的成果,将对我国火炸药理论体系建设、火炸药人才培养以及火炸药技术发展产生重要推动作用。

(纪亚琪 邢剑飞)

# 城市社:以融合发展实现蝶变

■中国出版传媒商报记者 穆宏志 张丽霞

“‘城市部落’数字传媒产业先导基地”项目获得国家文化产业发展专项资金1000万元,“中华优秀传统文化教育课程资源建设全媒体融合出版平台”等3个项目入选新闻出版改革发展项目库。在全媒体出版创新方面,长春出版社近10年来做了不少极具借鉴意义的尝试。先后开发了与传统出版相关的“长春出版社语网”“68所教育云平台”“小学自适应学习系统”等网络平台。2017年6月,与国内知名科技企业——科大讯飞共同出资成立教育科技公司,专注于互联网教育,整合双方在内容、技术、品牌、服务等方面的优势,以“传统出版+互联网”的新兴业态,将人工智能与优质出版资源有效结合。

据宁波出版社副社长、宁波东海岸电子音像出版社社长吴波介绍,该社从选题起始的多介质开发入手,开发了立足方言类图书的付费型APP,基于文献类图书同超星等数字图书馆平台开展深度合作,增加图书有声服务等。抓住游戏出版和影视出版服务两项业务,开拓新业态。通过为中小游戏企业提供综合服务,发展了一定规模的游戏出版业务,成为华东地区具有较强服务和运营监管能力的游戏出版服务提供商。此外,通过预审、前期市场分析、提供申报服务等措施,和一部分影视剧发行商合作,介入引进影视的出版业务。拓展了《甬商》《宁波金融》等电子期刊业务。同时聚焦音像电子出版物的主题出版,出版《大江东去》《时代华章:宁波全国劳模口述史》《守护》等主题和重点出版物,其中以屠呦呦少年、青年和中老年经历为主线的歌剧《呦呦鹿鸣》入选“十三五”规划增补项目。目前结合城市文化需求,重点推进了三个方向的业务:一是建设和推广数字阅读体验馆,二是开始建设“乐听经典”有声平台,三是继续推进方言学习平台的建设。

长春出版社社长郑晓辉谈到,十余年来,该社实施的多个重大项目建设获得了国家相关部门的认可。先后有

对接城市文化需求

5G时代,人工智能、区块链、AR/VR等层出不穷的新技术,将出版与教育、服务、娱乐、社交等多重功能融合在一起,给出版带来了极大改变。从前,城市出版社只有出版发行主业“一只脚”,通过不断创新产品服务,出版社长出了“很多只脚”。

青岛出版集团打造了一条集图书、报纸、期刊、电子、音像、网络、影视七大业态为一体的全产业链条,在转型升级方面取得突破,为城市出版社的发展摸索出可以借鉴的“青岛样本”。

对接城市文化需求,理应是城市出版社融合发展的出发点。找准新出版在数字阅读、影视、游戏等文化产业链的位置,将人才和内容资源积极对接并服务这些产业需求,才能让融合发展有着坚实的根基。

济南出版有限责任公司以创新驱动战略在经营管理、主业升级、多种业态营造上积极探索融合发展路径,形成了以理念创新、制度创新、人才高地、市场导向、文化创新“五位一体”特色的国有文化企业改革之路。目前,年出版1000余种图书,省内拓展的8家分社及省外营销纷纷打出组合拳,联合新媒体线上线下推动融合营销向纵深发展,实现了规模化生产和营销联动效应。2019年实现净利润6006万元(与实行融合发展前的总销售额齐平),较2013年137万元增长40多倍;实现销售码洋7亿,比2013年1.3亿元增长逾4倍;企业总资产的评估值由9000余万元增长到27亿元,增长29倍;国有资产保值增值率每年都保持在110%以上。在全国584家出版社中,利润总量排在第18位。

长春出版社社长郑晓辉谈到,十余年来,该社实施的多个重大项目建设获得了国家相关部门的认可。先后有

抓品牌塑造,形成精品出版长效机制,争取建成“小而美”“专而精”的现代出版企业,助推广州国际城市文化品牌。

## 拓展线上线下渠道

渠道是不少城市出版社的短板。城市出版社利用自身优势,或建书店或利用网络平台,近年在拓展线上线下发行渠道上下功夫。

在渠道建设方面,武汉出版社逐渐形成以出版发行为核心、业务延伸至上下游多领域的多元化格局。图书出版发行方面,做到了实体书店与网络书店、传统渠道与新渠道、线上与线下等协同拓展。2005年,武汉新华书店经批准整体改制为武汉新华书店股份有限公司,武汉出版社为国有控股股东。武汉新华书店形成了“以图书发行为主,多元化发展”的格局,近年来销售额保持在5亿元以上。武汉出版社还拥有占地102亩的武汉出版文化产业园,总建筑面积近15万平方米。产业园一期为华中图书交易中心,二期为文化创意产业园,已成长为一个集图书出版、出版物分销、传媒会展服务、图书电子商务、文化休闲等为一体的多功能出版文化中心。2019年,武汉出版社投资新建7万余平方米的武汉中心书城实现结构性封顶,建成后将成为武汉市又一文化地标。

沈阳出版社开拓有赞、微店自营平台多渠道分销合作及线上推广;开设分销渠道,与人民邮电出版社、四川文轩、葫芦弟弟建立联系,在天猫平台直播带货;创建并运营维护喜马拉雅平台账号。策划实施首次直播带货活动,累计吸引观众两万多人次,完成宣传、销售、物流工作,让一批精品图书通过新媒体走向市场,打通线上宣传到销售全路径。

刘明辉表示,要加强社店合作,提升用户黏性,提高复购率,用精准营销为精品出版服务,做好渠道支撑和精准导航。要建设选题、编辑、营销智能化、网络化平台,实现全流程数字化和智能化的出版生产和服务,依托大数据分析,提高出版产品生产和营销发行的精确度。

## 小而美专而精

成都时代出版社在媒体融合上不断探索。成立数字出版部,重点推进集团唯一内容产品电商渠道建设,从合作取经到自主经营,带动传统发行向网络电商转型,2019年网店销售收入1365.68万元。探索数字出版产品,尝试应用拍拍、AR等网络视频技术在旅游、少儿图书产品上的研究开发。2019年4月,出版社取得《网络出版服务许可证》,目前正在积极推进纸质书和电子书同步出版销售工作,结合营销发行渠道的迭代升级,主动探索数字出版经营方式。

柳宗慧表示,广州出版社将进一步构建融媒体出版流程及平台、锻造专业出版人才队伍,一手抓资源开拓、一手

## 前瞻“十四五”

### 海天出版社: 打造具有改革开放基因的“出版深军”

“十四五”期间,海天出版社将进一步加快推进深圳出版集团“两核心一平台一重点”发展战略,做强做大内容出版板块,对标国内一流出版机构,以做精内容出版产业为核心,以数字化转型为抓手,打造具有改革开放基因的“出版深军”,努力向全国出版第一方阵迈进,实现海天出版与集团、与深圳城市的同步发展,在深圳打造全球区域文化中心城市和国际文化创意先锋城市方面承担起应有之责任。

实施“1+1+1”出版战略(即优质的主要出版、优质的教材教辅和市场图书),狠抓出版内容导向和质量管理,大力加强主题出版和内容建设,坚持改革创新,进一步推动出版融合发展,努力建设与深圳城市地位相匹配的具有内容创新能力的国内一流出版社,做大做强“出版深军”。第一,以“大思路”为引领,确定发展目标。坚持集团出版和发行双核心发展战略,推进出版社规范化、市场化、科技化、品质化建设,做大做强出版内容产业。培育多层次的“内容+”创新中心,形成较完整的“出版+”产业链。

第二,以“大项目”为支撑,提升发展质量。紧扣集团实施数字化转型部署的大项目,实现融合出版转型,提升发展质量。充分依托深圳打造粤港澳大湾区核心引擎城市的战略定位,借助深圳建设智慧城市发展

机遇,通过数字化转型升级和资本化运作,开拓适应市场需求的知识服务平台,以数字教育、数字阅读、数字产业和数字城市为主要方向,完善出版产业链,实现“互联网+”转型升级。

第三,以“大改革”为动力,厚植发展基础。全面深化改革,建设符合出版行业市场竞争的体制机制。把握中国特色社会主义市场经济规律,构筑适应现代文化产业发展的现代企业管理制度和运行机制。

努力转型成为具有深圳基因的“青春成长知识服务商”。到2025年,要努力实现社会效益更加显著、经济效益大幅提升。在条件成熟时,整合出版传媒资源,引入专业投资机构,积极探索上市,打造深圳出版集团子公司——海天出版传媒集团公司。新兴出版融合发展形成规模,出版业务供给侧结构性改革持续深化。开发满足深圳中小学用户需求的数字教育产品,提供数字化个性知识服务,力争将海天数字教材教辅产品纳入政府采购服务;逐步把各个编辑出版中心转变为知识服务中心,增强内容生产能力和服务能力。

为实现发展目标,海天出版社将实施文化安全、主题出版、教育出版、市场图书、数字化、本土化、品牌化、国际化八大发展策略,提升内容生产和服务能力。

济南出版有限责任公司围绕“聚焦主业·融合发展”的理念,实施创新驱动发展战略,实现了提质增效和产业升级,推动出版融合向纵深发展,走出一条与时俱进、自我革新的蝶变之路。

**制度创新增强企业融合发展的内在活力。**济南出版有限责任公司高度重视制度的力量,突出管理制度、人才制度、激励制度对企业融合发展的重要价值。

领导项目负责制、扁平化管理制提升企业运行效率。灵活用人制度赋能员工潜能发挥,采用“动态合伙”“无边界组织”及“一岗双责”等灵活的用人制度,鼓励不同部门的员工根据项目需要可临时组合团队进行项目开发和运营,不同员工之间互为条件、互为因果,用自发组织的形式,解决动态运行的问题,使各种资源叠加的效果“1+1>2”;鼓励员工“人人行动,个个出单”,充分发挥人才的能动性和多方面技能,让每位员工都身兼多职,最大限度地给员工创造施展才能的空间和平台。

举手制、项目制、孵化期制激励创新思路涌流。公司对新项目进行孵化,在2年的保护期内,由公司对其项目进行托底保护,项目部所有人员工资不因项目短期无收益而降低。人性化管理制度激发员工积极性,不采取“压任务”的硬性指标考核,而是以从上到下的工作劲头激发全体员工创新创业的工作热情;不仅是靠制度规范,更是靠温度感化、靠氛围带动,吸引优秀人才;让年轻人根据自己的兴趣去干,有意愿就可以调岗、有想法就能落地、自己可以掌控自己的成长途径。

为员工提供“六险二金”等稳定的薪资及福利待遇,切实解决员工的后顾之忧。疫情期间,工资奖金等福利照发,并给予到抗疫一线参与社区服务的人员额外补贴补助。

**人才高地筑牢企业融合发展的支撑根基。**公司重视人才队伍建设,创新选人用人制度,满足了企业融合发展的需求。引进培育复合型人才队伍夯实企业竞争力,围绕各部门业务引进复合型人才,而且注重对创新型、全媒型和专业型人才的培养,加强对内容策划、技术应用、产品设计、版权运营和品牌营销等方面人才的培养。选拔任用年轻干部激活企业向上力。

推行融合发展前,济南出版有限责任公司员工平均年龄为40多岁,目前已经降到32岁。完善的激励晋升制度增强了企业战斗力。积极用好激励机制调动员工积极性,以成果论英雄,晋升制度公开透明:生产部门累计新增收入1000万元,其负责人就可享受高管待遇;营销部门累计新增收入达到1500万,其负责人就可享受高管待遇,累计新增收入达到2000万,其负责人就享受副总经理薪资待遇;高管及以下干部职数上无名额限制,只要满足条件就可以提拔任用。

**市场导向引领企业融合发展的效益提升。**现代市场化出版流程增加产品认同度。济南出版有限责任公司推出了新的出版流程,变单向固定传播为双向互动传播,图书一旦进入ERP选题环节,编委会、营销、创意策划、财务、融媒体、数字出版中心、培训学校、传媒旅游公司等业态负责人皆从各自专业角度论证选题,并对图书的其它赋能开发可能性给予分析,将结果反馈给编辑;再由编委会统一调度,在前期即确定好图书产品的各流程节点和图书的多功能开发,培养编辑主动对接市场,关注营销渠道、布局市场策划等多元化工作能力,让纸面上的读物多形态落地,让产品投产前的风险管控更有抓手。

本着“资产不为我所有,但为我所用”的经营主旨,多领域和业态都成为公司施展拳脚的舞台。拓展展会务、展馆设计展览、人力资源管理、多媒体数字服务、影视制作、活动策划、高质量PPT制作、网络安全、境外卫星落地服务等业态,为济南出版有限责任公司在主业之外衍生出更多发展实业。其中,创新研发出“系统推演、组合优化、无缝衔接、系统集成、现场总成”展会务模式,形成规范化、模块化、集成化展会务“生态链”。在2020年末创下一个月承接山东旅发大会暨首届中国国际文化旅游博览会、第六届非物质文化遗产博览会、全国糖酒会、黄河流域生态保护和高质量发展国际论坛四个国家级会议的历史纪录。经过努力,济南出版有限责任公司展会务板块已经形成品牌,树立了展会务行业的标杆。

**文化主业实现企业融合发展的社会效益。**围绕主旋律,深耕主题出版。济南出版有限责任公司集结国内顶尖的24位政治经济学研究专家学者合力打造“中国特色社会主义政治经济学”研究图书方阵,形成中国特色社会主义政治经济学主题宣传出版平台,树立了“中国特色社会主义政治经济学”和“当代中国马克思主义政治经济学”两个国家级出版高地,相继获得国家出版基金资助。