

开创大学出版事业 65载 人大出版社“为读者着想 与时代同行”

■中国出版传媒商报记者 温琰溪

立社之魂·历久弥新的专业优势

一脉相承的大局眼光，固本求新的战略胸襟。65年来，中国人民大学出版社始终专注优势领域，打造人文社科出版领先品牌。同时以开放的心态和长远的眼光布局内外，绘就国际学术出版新篇章，布局未来，形成自主创新融合的出版格局。回首来时路，人大出版社始终坚守着一颗初心，那就是建社之初就旋即确定的重点出版领域。因为坚守，“重点”发展成为“优势”；因为悠久，“优势”具有了沉甸甸的历史感。

中国文科高等教育发展的缩影

高校教材是中国人民大学出版社建社之初就确立的重点出版方向。人大出版社始终将出版高质量的教材、服务于我国高等教育的改革和发展作为自己的首要任务，把教材出版作为出版事业的核心与基础。

1950年2月，担负中国人民大学“校内铅印教材出版”任务的人大社前身——中国人民大学出版社设立。作为新中国成立后创立的第一家大学出版社，人大社从建社伊始就确立了“出版中国化教材”的方针。1955年，人大社正式成立后，将出版方针确立为：出版以马克思主义、毛泽东思想为指导，以研究中国革命和建设问题为中心的中国化教材。当时出版的《辩证唯物论》《政治经济学教程》《马克思主义哲学教科书》《中国革命史讲义》《形式逻辑》《国民经济计划学》《工业企业生产管理讲义》等教材，都起到了学科奠基的作用，培育和滋养了几代学人。

改革开放后，人大社与时俱进，根据时代需求制订新的教材出版计划。1982年，人大社成为全国高等学校文科教材出版中心，是当时中国高校教材、学术著作出版最重要的基地之一。1992年，人大社提出“建设100本优秀教材”战略，启动实施“中国人民大学新编百余种教材”计划。1999年，人大社启动“中国人民大学21世纪系列教材”出版工程，成为当时规模最大的一次教材建设。2014年，人大社推出“新编21世纪系列教材”出版工程，该系列教材在内容上做到了全面性、权威性、通用性，兼顾创新性、前瞻性、启发性。依托于多层次、全方位的教育服务体系，人大社已经成为中国特色哲学社会科学的教育出版重镇。正如社长李永强所说：“人大社教材出版的历史，也是中国文科高等教育发展的一个缩影。”

马克思主义理论和社会主义核心价值观传播重镇

依托于中国人民大学马克思主义思想理论研究的优势，人大出版社将传播先进社会思想和理论作为立社之本，将政治理论图书的出版发展成为自己的特色优势。65年躬耕不辍，人大出版社为巩固马克思主义意识形态指导地位和马克思主义中国化的传播做出了突出贡献。如今的她，已经成长为马克思主义理论和社会主义核心价值观的传播重镇，被业界誉为“红色出版社”。

65年前的建社伊始，当时为满足当时高校和社会上的需要，人大社出版了一批马列主义经典理论著作。从《马克思主义经典作家论教育为政治服务》《马克思主义经典作家论不断革命》《毛泽东论哲学》《毛泽东论调查研究》等马克思主义列宁主义、毛泽东思想的经典著作和教材开始，65年来，人大社在习近平新时代中国特色社会主义思想研究、马克思主义经典文本研究、中外马克思主义理论研究和马克思主义中国化研究等方面出版了大量的经典学术作品。

1978年出版社复社之初，人大社迅速出版了一批传播马克思主义、毛泽东思想的理论著作。上世纪80年代，人大社坚持理论类图书的出版比例，坚守马克思主义理论阵地，出版了《国际共产主义运动史文献》《政治思想工作大全》《当代大思路——邓小平的理论与实践》《四项基本原则解说》等大批优秀的马克思主义理论著作。

进入21世纪，人大社进一步巩固马克思主义出版重镇的地位，出版了李瑞环、李铁映、成思危等历任党和国家领导人的重要著作——《学哲学 用哲学》《改革开放探索》《中国经济改革与发展研究》等，推出了“马克思主义研究论库”“国外毛泽东研究译丛”等系列丛书。在中国共产党建党90周年、党的十八、十九大胜利召开、抗日战争胜利70周年、马克思诞辰200周年、改革开放40周年、新中国成立70周年等多个历史节点，人大出版社出版了《人间正道》《十八大后经济改革与转型》《抗战家书》《时代大潮与中国共产党》及“走近马克思”小丛书、《改革开放口述史》，“认识中国、了解中国”书系、“中国共产党口述史”等众多精品图书。

为迎接建党百年，人大社还推出“中国之治的成功密码”丛书、“中国共产党与中国之治”丛书、“读懂新时代”丛书及《百年大党·中国共产党故事》《勇立潮头，使命型政党与中华民族伟大复兴》《中国共产党与改革开放》《百年大党风华正茂的成功密码》等重点理论著作。人大社倾力打造主题出版、红色阅读、倾情讴歌并传递时代精神，形成了独有的红色品牌积淀。

让中国学术走向世界的独特道路

跨越一甲子的时代变迁，人大出版社实现了历久弥新的优势锻造，难得的是这期间从未改变的初心和使命。65年间，她始终聚焦中国，重视出版反映中国经验的主题图书；强调聚焦当代，大力出版介绍与当代中国发展有关、回应国际关切、发出中国声音的时政图书；坚持聚焦学术，用学术讲述中国，将中国顶尖学者的优秀作品推向世界，走出了一条让中国学术走向世界的独特道路。

自上世纪80年代起，以出版服务高等教育事业、服务社会主义现代化建设为使命的人大社就树立了一个目标——开阔视野，面向世界，加强版权交流，满足国内外高层次读者的需求。从1995年开始，人大社开始大规模从国外引进、翻译、出版一流教材和图书，并在“十五”期间实现了一大批引进版选题的多领域、多系列、深层次扩展。在“十二五”和“十三五”期间国家大力实施中国图书“走出去”战略以来，人大社在版权输出领域高举“中国高端学术”的旗帜，形成了鲜明的出版特色和高大的品牌价值。截至目前，向海外输出版权近3000种，与世界上近50个国家和地区的近百家出版机构与合作伙伴建立了业务关系，在以色列、罗马尼亚、蒙古、土耳其、意大利、是人大社中综合排名前三。

多年来，人大社积极配合中国人民大学建设世界一流大学和一流学科等工作，出版了以“中国资本市场研究报告”“人民币国际化报告”“中国人民大学名家文丛”及《李景汉文集》等为代表的一大批重大项目、标志性成果，为提升人民大学学术国际影响，促进国际人文交流做出了积极贡献。

“十三五”期间，人大出版社通过整合内部精品资源和对外合作的优质版权资源，充分运用知识产权相关新技术，开发了“中国审判案例数据库”“中国思想与文化名家数据库”等中国人民大学出版社系列数据库产品。截至目前，产品已在500多家海内外高校图书馆和公共图书馆使用，获得了包括3个国家级奖项在内的10多个各类奖项。

展望“十四五”，人大社将继续精耕中国声音、讲好中国故事、展现好中国自信，继续为提升国家文化软实力、建设社会主义文化强国贡献自己的力量。

2020年，在全面建成小康社会决胜之年，代表着新中国大学出版事业开端的中国人民大学出版社，迎来了自己的65岁华诞。

65载风雨兼程，人大出版社秉承着“为读者着想 与时代同行”的发展理念，在“变化”中保持着改革开放的领先姿态，在“不变”中坚守着的一脉相承的稳健作风，用实力和品质擦亮了由教材出版、主题出版、学术出版、大众出版、国际出版、数字出版共同打造的人大出版社“金字招牌”，开拓出一条具有“人大出版特色”的品牌传播之路。



品牌之根：质量第一的“工匠精神”

一脉相承的实事求是，不断改革的制度保障。65年间，坚持“质量”第一的“工匠精神”在一代代人大出版人身上传承发展。为将“精品出版”的情怀和“工匠精神”的坚持落到实处，新世纪初，人大出版社提出了“以教材精品为主体，以学术精品和大众精品为两翼”的选题结构思路。经过不断配套跟进各项规章制度，今天的人大出版社多条品牌产品线连年开花结果，由此更加成就了她的坚定与自信。

需更好服务于读者的教材出版理念

65年扎根教育，内容的深耕细作已经成为出版社的基因和骨架，而如何更好地服务于读者的战略引领，是人大出版社始终立足于新时代的血肉与精神。

完备的教材营销信息资源体系、优秀的教材营销业务团队和立体化的教材营销活动，构成了人大社在高校教材出版领域极具竞争力的品牌名片。进入新时代，人大社确立了“把社会效益放首位，加强思政类课程教材的出版和思政教育与其他课程教材的衔接”的教材出版方针。人大社社长李永强说：“新形势下，大学出版社需要进一步做好高校教材出版工作，尤其是高校思政类教材出版工作。”

深刻认识到自身的专业优势，恰逢其时地将其应用在最符合读者需求的出版形式之中，近年来人大社在思政教材建设上加强了对思政类选题的论证难度，通过更加严格的质量论证、选题项目论证、提纲论证和选题内容论证等，提升思政类选题的质量，用一流的作者群、专业丰富的思政类教材，确保高校思政教育内容“进教材、进课堂、进头脑”。与此同时，加强思政教育与其他课程教材的衔接。人大社在广泛争取作者和一线任课教师意见的前提下，深度分析“马克思主义理论研究和建设工程”系列教材的编写方式和内容安排，将最新的政策、路线、制度等内容写入教材，体现教材的原创性。

为在作者、编辑和读者三者之间形成信息的良性循环，人大社在2000年左右就设置了策划编辑、文稿编辑、营销编辑、市场经理、销售经理、院校代表的分工体系，这样一方面是为了让专业的人做专业的事，另一方面则要求出版社向一线市场下沉，近距离和老师与学生建立起联系，真正让教材“老师好教，学生好学”。此外，人大社还提出了“教材的编辑和修订永无止境”“适合的就是最好的”教材出版理念，为各层次教学和人才培养提供支持，以实现育人效益。

目前，人大社已经建成了学科齐备的经营、人文、社科教材体系，出版的500余种教材入选“十五”“十一五”“十二五”国家级规划教材，115种教材被评为国家级、省部级精品教材，72种教材获得省部级以上奖项。截至目前，“21世纪系列教材”（含新编）已出版189个系列、4071个品种，其中本科教材183个系列、3971个品种，成为我国最系统、最全面、容量最大的经营、人文、社科系列教材。日前，教育部公布的首批入选“十三五”职业教育国家规划教材书目教材的名单中，人大社又有54种入选。

主题出版成就唱响红色品牌

主题出版是我国出版事业中一个十分重要、不可替代的组成部分，是我国建设出版强国的重要突破口，是新时代中国出版事业和出版产业发展的标志。做好主题出版，是对优秀出版者的时代要求。作为业界公认的我国马克思主义理论出版的出版重镇和我国当代主题出版的重要阵地，近年来人大出版社继续构建立体化的主题出版布局，围绕新时代宏大实践主题和理论需要，出版了一系列“为时代画像”，反映社会主义伟大成就的优秀著作。

回望过去的五年，人大社在主题出版领域沉淀实力厚积薄发，交出了一份漂亮的成绩单——由国家新闻出版署组织遴选的“‘十三五’国家重点图书主题出版规划”自2016年起每年公布入选目录。近4年来，“主题出版规划”项目数分别为100种、40种、47种、20种，共计207种，涉及98家出版机构。人大出版社每年都有项目入选，4年入选项目数分别为6种、3种、2种、1种，总计12种，位列所有人选出版社的首位。人大社成为自开评以来，唯一每年都有项目入选“主题出版规划”的出版社。

由教育部组织评选的“全国高校出版社主题出版选题”，2016-2020年，“全国高校出版社主题出版选题”项目数分别为93种、251种、207种、112种、64种，共计727种。人大出版社入选项目数分别为9种、8种、20种、25种、6种，总计68种，位列所有人选出版社首位。人大社的人选选题数量占入选出版物总数的近十分之一。

由中央宣传部组织遴选的“主题出版重点出版物选题”在2016-2020年图书项目数分别为120种、97种、81种、90种、125种，共计513种。人大出版社5年图书入选项目数分别为4种、2种、2种、2种、1种，总计11种，位列所有人选出版社的第四名。反映我国发展成就的“中国之治的成功密码”丛书、《对话中国》《中国人生的理想与信仰》《时代大潮和中国共产党》等出版物成为了人大出版社在主题出版领域享誉盛名的经典之作。

此外，人大社策划的《思想的剥离与锻造——〈神圣家族〉文本释读》《精神交往论——马克思恩格斯的传播观（修订版）》《思想的传承与决裂——以“犹太人问题”为中心的考察》《马克思主义法哲学理论在中国的传播与发展（1919-1966）》等多部图书获“马克思主义研究优秀成果奖”“全国党员教育培训优秀教材”，并连年入选“农家书屋重点出版物”“中央和国家机关”“强素质、作表率”读书活动推荐书目。

专注于高教人文社科的学术出版

作为人文社科出版领先品牌，人大版学术著作已经成为业界独树一帜的学术名片。65年专注于高等教育与人文社会科学研究领域，人大出版社在学术出版领域也继承了鲜明的优势校文科教材的品牌基因。

悠久的历史 and 深厚的人文气息，将人大出版社沉淀成为大学出版事业中的学术沃土和思想摇篮。65年间，人大出版社坚持百家争鸣，注重社会效益和学术价值，出版本土优秀原创学术著作与引进西方著作双管齐下，在系列学术研究文库、学术大家文集、大型学术译作系列、大师经典译丛等学术出版领域取得了堪称卓越的成就。其出版的“中国近代思想史文库”《梁启超全集》、《康有为全集》、《诺贝尔经济学奖获得者丛书》、《当代世界学术名著》、《经济科学译丛》、《工商管理经典译丛》《亚里士多德全集》、《康德著作全集》等，如今已经成为经典的学术著作，在研究型学者和大众读者中广为流传。

专注于高等教育与人文社会科学研究领域的人大社，不仅在全国出版界形成了鲜明的特色，也在出版界各项评奖中脱颖而出，尤其在国家级的出版物奖项中连连上榜，是国内少数几家囊括“五个一”工程和“中国图书奖”“国家图书奖”“中国出版政府奖”“中华优秀出版物奖”“中国好书”“三个一百”原创出版工程奖等所有国家级出版奖项的出版社。

在学术出版更加注重精品的今天，人大社最新出版的民法典解读相关的《中国民法典释评》《〈中华人民共和国民法典〉条文精释与实务全析》取得了优异的市场销售业绩。此外，十卷“百年清史研究史”、《中国当代图书出版史料类编》《当代国外马克思主义学术前沿问题研究丛书》“新时代马克思主义教育理论创新与发展研究丛书”《中华民国编年史（1912-1927）》等大型出版工程也正在行进之中。

具有“人大特色”的大众出版运作模式

在高等教育出版领域深耕65载，传承着人大社独有的红色品牌基因，在出版市场竞争逐渐激烈的今天，人大出版社用实力内化品牌，探索出了一条独具特色的畅销书运作模式。近年来，一批极具影响力的畅销图书正将人大出版社打造成为传播社会阅读新风尚的独立化标签。

新世纪初，人大社初步探索出了一条有“人大出版社特色”的畅销书运作模式，推出了一批以《毛泽东传》《不要以为走得太远而忘记为什么出发》《战略思维》等为代表的畅销图书。新世纪以来，为适应我国全面建设小康社会和学习型社会的需要，人大社开始打造适应一般读者、干部培训和企业培训要求的大众精品，其中《大道之行》《不忘初心》《土地制度与中国发展》《企业家精神》《人工智能（5G时代）》等双效俱佳，为提高国民素质做出贡献。大众精品图书《中国经济双重转型之路》《抗战家书》《人文之殇——北京城的空间记忆》等先后荣获年度“中国好书”。

在数字出版领域，人大社开发了原创电子书数字阅读产品体系，该体系坚持“电、声、课”三位一体的业态，根据内容和用户需求进行电子书、有声书和知识课程的多元开发，基于人大社优质内容筹划多条有声产品线，满足用户随时随地、个性化的新需求。目前，人大社已经与多个渠道商建立了良好稳定的合作关系，积极开拓各种产品形式，满足用户随时随地各类使用场景的需求。

一脉相承的以人人为本，与时俱进的人文立社。对外，人大社“为读者着想”“育人文社科英才”，倾力做好精品出版。对内，人大社力求培养员工成为“受人尊敬的出版者”，以机制激励人，以事业凝聚人，以文化塑造人，以感情温暖人。站在每一个新的历史起点上，人大出版社都能够跳出“舒适圈”，用独立的视角打量自我，以敏锐的嗅觉触及读者，以先进的思想理论扎根于时代。

立足于打造高端学术国际出版品牌

2020是不平凡的一年，疫情的突发、国际局势的变化，都促使作为文化传播中坚力量的出版单位担起更加沉重的社会责任。站在“十四五”即将开局的节点，人大出版社怀揣着象牙塔中的热忱和心系天下的责任，立足于打造属于国家也属于世界的高端国际出版品牌。

2017年8月，人大出版社发起成立了“一带一路”学术出版联盟。联盟以“传播优秀文化、弘扬丝路文明”为宗旨，致力于搭建互学互鉴、互利共赢的合作平台，促进成员间作者、翻译、营销、版权信息、教育培训等资源互补，在当代成为推动中国学术成果走向世界以及世界优秀学术成果互学互鉴的新平台。成立后中国政府和成员所在国政府源源不断的支持、国内外成员单位持之以恒的踊跃参与，都为联盟的发展夯实了基础，增强了活力。2019年3月，“一带一路”学术出版联盟更名为“一带一路”共建国家出版合作体，并被列入第二届“一带一路”国际高峰论坛成果清单，成为中国与“一带一路”沿线国家出版合作的唯一的国家级平台。

截至目前，“一带一路”共建国家出版合作体成员单位数量从30个国家和地区的94家单位发展增加到319家，遍及56个国家，覆盖五大洲各大区域，成员结构涵盖出版商、学术机构和专业团体，出版学科囊括人文社会科学、自然科学等多个领域。合作体成立3年来，国际版权交易明显增多，合作体成员之间中国主题图书合作出版活动十分活跃。合作体成员将一大批中国主题图书翻译成不同文字在世界各地出版发行，据不完全统计，相关图书签约数量逾3000种。以合作体为纽带，越来越多的中国主题图书进入海外图书主流渠道和重要馆藏，中国主题图书海外发行营销能力不断增强。合作体在国际书展及特色中国主题书展中积极有为，成为中国与世界学术文化交流的重要平台。

2020年年初中国国内疫情突发时，“一带一路”共建国家出版合作体国际成员单位对中国政府和中国人民的声援与祝福受到央视、学习强国等媒体的广泛关注。自国际疫情不断紧张以来，中方成员单位积极向方外方成员单位捐助口罩等抗疫物资。委内瑞拉中央大学中国问题研究中心、洛桑安第斯大学、阿根廷马克思主义研究中心等机关刊物上刊发中国抗疫经验；埃及智慧宫出版社和印度皇家柯林斯出版社等策划中国抗击新冠病毒管理经验从书阿拉伯文版和英文版。疫情使合作体成员单位增强了信任，强化了合作。

2020年初至今，合作体中方成员单位与俄罗斯、印度、乌兹别克斯坦、尼泊尔、巴基斯坦、斯里兰卡、哈萨克斯坦、吉尔吉斯斯坦等国家出版单位合作、翻译出版中国图书的项目将近40种。人大社向俄罗斯、白俄罗斯、阿联酋、韩国、突尼斯等17个“一带一路”沿线国家输出版权近百种，涉及英文、阿拉伯文、俄文、哈萨克文等12个语种；北京国际书展期间，合作体成员单位采用网络会谈、面对面交流、版权谈判等多样化的形式开展选题策划、新书发布、图书版权签约等活动，活动形式多样，异彩纷呈。

深耕读者需求更新经营战略

从建社之初翻译苏联教材，到出版中国化的文科教材；到率先复社，1982年被评为全国高等学校文科教材出版中心；到上世纪末开始出版“21世纪系列教材”，从3000万元增长到3.2亿元；到新世纪初转企改制；到新时代再度擦亮教材出版、主题出版、学术出版、大众出版品牌；到“文化”走出去，再到数字出版融合发展……过往的65年间，人大出版社经历了不同的发展阶段，也进行了基于自身优势特色的发展变革，在这里一直没有改变的，是她的先行者地位。

李瑞环曾为人大社题词：“为读者着想”。短短五个字，如今已成为人大出版社一以贯之的工作箴言。今天的人大社，秉持着“深耕主业、多元开拓、融合发展”的经营战略，专注于信息技术发展而引起的内容和服务需求变化，深入分析研究教育、学术、大众三类市场需求，凭借着对读者的深入剖析巩固了自己在大学出版领域的龙头地位。

近年来，人大社以重点投资、资源合作和国家相关重点项目申请实施带动发展，与各类具有技术优势和渠道优势的公司展开了灵活多样的广泛合作，成为数字出版的积极参与者。2012年，人大社设立了完全市场化的数字出版公司——北京人大数字科技有限公司。在创新业务发展方向上，人大社结合出版融合发展与市场化改革，聚焦重点领域，发挥重大项目带动引领作用，以技术为基础，以智能为特点，以网络为载体开展融合项目建设，进一步完善业务体系建设，着力打造人大社特有的融合出版生态体系。

2014年9月，由人大社开发的大众窗数字教材正式上线。自上线以来，人大窗窗数字教材已累计开发上线200余门数字课程，为全国数百所院校的师生提供在线教学服务。当前，人大社已经打造形成以“人大窗窗”为品牌的数字教育系列产品。通过应用新技术整合出版社的核心教育资源，全面推进教育类数字产品研发，将富媒体教材、自适应学习、视频云技术、跨平台数据同步技术、碎片化学习理念等新的技术、新的理念全面应用于各平台的建设，面向不同的终端用户使用需求，提供全方位的数字化解决方案与产品，同时积极应用大数据分析技术建立完善的用户运营服务体系，提升服务品质与运营推广效果。2019年，“人大窗窗数字教材平台”在第十二届中国出版业互联网发展大会上获评“优秀数字教育平台”荣誉。在数字学术板块，人大社深入推进了“中国问题研究文献出版项目”等重大项目的高质量实施，孵化出的中国人民大学出版社系列数据库产品获评并进入“中国思想与文化名家数据库”《中国审判案例数据库》先后入围国家新闻出版署第一、第二届“数字出版精品遴选推荐计划”，这一数字出版领域的国家级重磅荣誉，是对人大社跨阶段融合发展的综合水平的充分认可和体现。

未来，人大社将顺应媒体融合发展大潮，力争传统出版与新媒体出版“融为一体、合而为一”，探索以资本和技术推动数字化发展，探索传统出版和新兴出版在内容、渠道、平台、经营、管理等方面深度融合，探索多元化发展，逐步走出一条全媒体、多业态、综合实力突出的新的发展之路。

历史沉淀了浓重的品牌基因和人文记忆，一代又一代人大社出版人在传承中创新、在创新中传承，踩着前人的脚印，以固本求新的战略胸襟扎根于教育，以先进的思想和理论传播立足于时代，以一脉相承的稳健作风服务于读者。经历了65年的创新与传承，坚守着“为读者着想、与时代同行”的发展理念，站在新的历史起点上，人大出版社将继续以领航者的精神面貌，带领大学出版事业迈向锐意创新的未来。

发展之本：『为读者着想』的时代声音