



承载中国人70年文学记忆的一家出版社

回望人文社70年璀璨星河,层出不穷的优秀作家与作品构建起中国人漫长而充实的文学记忆。

从四大名著、《楚辞集注》(影印)、中国古典文学理论批评专著选辑、《全元戏曲》(杜甫全集校注)、中国古典文学读本丛书典藏、中国古典小说藏本、明清别集丛刊,从外国文学名著丛书、《莎士比亚戏剧集》《列夫·托尔斯泰文集》《荷马史诗》、“世界文学名著文库”到《萨特文集》“哈利·波特”系列、名著译插图本、外国文学名著丛书、安妮·普鲁作品、丹·布朗作品、席切文集……人民文学出版社用文学记录难忘时代,用文学成就有趣灵魂,用文学打造着国人的精神家园。70年间共出版中国当代文学、现代文学、古典文学、外国文学优秀作品以及文学理论、高校文科教材、人文科学著作等近两万种,发行总量超12亿册,形成了高品位、高质量、包容古今、囊括中外的文学图书体系。

2020年,莫言《晚熟的人》、迟子建《烟火漫卷》、冯骥才《艺术家们》、张炜《我的原野盛宴》《斑澜志》、钱锺书《围城》、J.K.罗琳《伊卡帕格》、安妮·普鲁《树民》等一批具有影响力的佳作,入选全国各大重点图书榜单。2021年,王安忆《一把刀,千个字》、葛亮《瓦猫》、梁晓声《我和我的命》、江南《龙族Ⅲ》、猫腻《庆余年:江南钦差》、J.K.罗琳《哈利·波特与混血王子》(英汉对照版)等作品纷纷花落人文社,受到媒体和读者的欢迎与期待。

人文社70载的使命与创造

建国初期的1951年,首任社长兼总编辑冯雪峰受命建社,提出了“古今中外,提高为主”的办社方针。

从北京东四头条的文化部大院,到朝阳门内大街166号的苏式白色小楼,冯雪峰与一批来自全国各地的文学家、翻译家和出版家聚集一堂,筚路蓝缕,为开创和发展新中国文学出版事业跋涉。

人民文学出版社是新中国成立最早、历史最长、规模最大的国家级专业文学出版机构。历史发展过程中,还先后使用过作家出版社(1953~1958,1960~1969)、艺术出版社(1953~1956)、文学古籍刊行社

(1954~1957,1987~1989)、中国戏剧出版社(1954~1979)、人民文学出版社上海分社(1964~1970)、外国文学出版社(1979~2009)等副牌或分社名义出版过各类文艺图书。

2010年7月,人文社改制改企。2011年2月,注册为人民文学出版社有限公司。如今的人文社设有当代文学、现代文学、古典文学、外国文学、青年文学、文化、教材出版中心、大众读物8个图书编辑室以及《当代》《新文学史料》《学语文之友》《帅作文》报刊。此外,还拥有以出版少儿读物为主旨的全资子公司天天出版社,控股出版外国文学精品上海久久读书人文化实业有限公司。

70年来,人文社出版的图书影响了一代又一代中国人,引领时代的阅读潮流、思想潮流与文化追求,在文化和出版领域享誉海内外。人文社70年的历史,正是新中国70年文学创作和文学出版辉煌成就的缩影。荣光背后,是一大批成就卓越的出版家与编辑家的不懈探索与努力,如冯雪峰、巴人、楼适夷、严文井、韦君宜、聂绀弩、秦兆阳、绿原、萧乾、蒋路、孙用、林辰、王仰晨、刘辽逸、杨霁云、王利器等等。人文社已成为聚合“名家、名作、名译、名注、名刊、名编”的著名文学图书品牌。

基于对出版社品牌的追求,以及对时代的关照和对原创作品的重视,人文社成为历届国家图书奖、中国出版政府奖、中宣部“五个一工程”奖等国家级大奖中获奖最多的出版单位之一。过去十年间,《鲁迅全集》《曲终人在》《牛汉诗文集》《天堂》获中国出版政府奖,《牵风记》《应物兄》《天行者》《推拿》获茅盾文学奖,《解放战争》《抗日战争》获中宣部精神文明建设“五个一工程”奖,《俗世奇人》《隐身衣》等十部作品获鲁迅文学奖,《无愁河的浪荡汉子·朱雀城》《老生》《从文人传统到编辑的工匠精神》获中华优秀出版物奖,《北鸢》《曲终人在》《抗日战争》《洗澡之后》《带灯》获中国好书奖。

新时代下的出版机遇与创造

步入21世纪后,伴随出版行业的多元化、国际化、品牌化发展趋势,人文社开始探索出版融合之路,在主营业务之外,积极尝试拓展业务,在国际合作、数字出版、文创产业、创新传播等方面都取得了令人瞩目的成绩。

人民文学出版社从2014年起,开始涉足有声读物出版领域。经过开拓与奋斗,已形成了以读者和市场为导向,纸、电、声融合出版,多样化运营的数字出版格局。立足于品牌和资源优势,人文社推出了“人文读书声”“人文AR”与“古典文学数字全文检索系统”三种重点数字产品,并与多个网络平台对接。“人文AR”实现了文本与视频的无缝结合。《朗读者》图书出版时,人文社首次将AR技术嵌入书中,用手机扫描书中任一图片,就能看到相应节目视频,为读者开启全新阅读体验。此后,人文社出版的电视图书均嵌入了该技术。

建社以来,人文社始终肩负着开展文化交流与合

作、推广优秀中国文学作品的使命。2008年,为响应国家推动中华文化“走出去”的号召,人文社正式成立对外合作部。其后,人文社图书版权输出数量逐年大幅度增加,不断进入欧洲、北美、南美、阿拉伯等更广阔市场,版权贸易实现质与量的双重飞跃:毕飞宇《推拿》输出十余个语种;格非《隐身衣》进入欧洲、北美洲、拉丁美洲,英语版获得美国苏珊·桑塔格翻译奖;《山楂树之恋》外版收益超100万人民币,并登上加拿大图书销量榜前列;江南《九州·缥缈录》(1~6卷)韩语版权被2018年韩国销售码洋排名第一的韩国智慧屋出版传媒集团签下,预付金创新高。在全球疫情蔓延、海外出版社面临经营危机的2020年,输出签约品种仍达71种。

2019年4月,人文社成立文创部,创办了文创品牌“人文之宝”。人文社充分利用自身的内容、品牌和读者资源,通过丰富的想象和视觉艺术加工,将传统文字性的文学IP打造为实体产品。文创产品开发与维护了一系列知名大IP,如以“四大名著”为代表的古典IP,以名著名译为代表的外国文学名著IP,以鲁迅为代表的现代作家IP,以茅奖作家作品为代表的当代IP,以“哈利·波特”为代表的合作授权IP等。其中,海明威文创礼盒以73.5万码洋完美收官,《英雄集结!正子公也三国水浒原画礼盒》众筹总额达335万元。

移动互联网高速发展,人们通过什么路径与世界对话,人民文学出版社就选择用什么方式去创新图书营销。从微信、微博、抖音、快手、哔哩哔哩等自媒体账号创建到今日头条、豆瓣、人民号、强国号、快手号、百家号等多家头部媒体APP的入驻,从图书视频拍摄、图书直播发布、书评圈创建、共读打卡到百集系列直播、与字节跳动战略合作等,每一次营销创新都印证着人文社对新媒体选择、运营与维护的思索与实践。特别是面对2020年全球疫情的影响,新媒体营销更为人文社实现逆势增长贡献了力量:快手定制款《故宫六百年》首发当天观看量达到1800万人次;莫言开通抖音的首条视频播放量即达百万次;江南入驻抖音当天直播销售图书3.6万册;全国共读“哈利·波特”庆祝其引进中国20周年,吸引50万人次关注;“回到文学现场,云游大家故居”系列直播活动累计观看人数已超1.7亿人次,培育10万+文章及视频回放超过30个。

围绕70周年社庆,人文社策划了贯穿全年的一系列阅读活动,以2月28日社庆倒计时祝福视频发布为起点,相继推出人文社“古今中外”四大门类经典图书阅读推广活动、“世界读书日文学之夜”大型文学晚会、“文学大家说”系列抖音品牌栏目、“中国人的70年文学记忆”主题展览、“我与人文社的故事”老照片征集、茅奖作家作品分享系列活动、国际版“回到文学现场,云游大家故居”系列直播等。目前,线上、线下累计参与人数已超百万。

70年是一个坐标,更是一个新的起点。站在这个起点上,人民文学出版社呼唤热爱文学、热爱生活、热爱读书的读者走近经典、走近作家、走进中国文学。



70年中国人的文学记忆

人民文学出版社迎七十华诞

1951年3月28日,人民文学出版社成立,新中国文学出版事业从这里开始;2021年,人民文学出版社已成为陪伴中国人70年的最深刻文学记忆。王蒙说她是“中国文学事业的幸运”,莫言说她“代表了中国与世界文学对话的水平”,冯骥才说她是“自己文学生命的根”,迟子建说她是“出版社的‘群山之巅’”,曹文轩说她“承载着所有中国人的文学记忆”,阿来说她是“新时代的精神原乡”……



大象出版社

深耕38载,书出精品社创名牌

中国出版传媒商报记者 邸远

严把正确导向,同类社排名显著提升

大象出版社牢记使命担当,深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想,严格落实意识形态,制定《大象出版社内控制度》《大象出版社意识形态工作文件汇编》,不断修订、完善,在图书(项目)出版全流程、新媒体信息发布、企业文化建设各环节建立了较为完备的管理制度和规范。依据管理制度成立了意识形态工作领导小组、出版导向管理工作领导小组、审读委员会、出版编辑委员会、选题论证委员会、图书审评工作领导小组等出版导向领导机构。

坚持“书出精品,社创名牌”,以主题出版为引领,以教育出版立社、专业特色出版强社。该社先后有400余种图书获得中国出版政府奖、中华优秀出版物奖、中宣部“五个一工程”图书奖等省部级以上奖项。“十三五”以来,入选国家重点图书出版五年规划17项、国家出版基金17项,其他省部级以上重点项目31项;《中国十大发明》《全宋笔记第七编》“名人家风”丛书、《剑桥科学史》等获得中华优秀出版物奖、“中国好书”等省部级以上荣誉24项;“走出去”图书入选“经典中国国际出版工程”和“丝路书香工程”等国家重点项目11项,多次入选“中国图书海外馆藏影响力出版100强”出版社。

在同类出版单位中,大象出版社具有较高的知名度和影响力,目前在开卷零售市场监控全国综合排名第181位,同类教育社排名第13位;在专业特色出版方面已探索出一套成熟的大型文献图书销售模式,持续保持在馆配渠道中的优势,在各类全国馆配会中,该社采集码洋均能排名前30位。

积极推进重大主题出版任务

强化导向意识、责任意识,立足国家政策导向,讲好中国故事,大象出版社在主题出版领域出版了一系列弘扬主旋律、传播正能量、传承中华优秀传统文化的精品读物。

以“十三五”规划项目、中宣部主题出版重点出版物“给青少年讲红色纪念馆里的故事”丛书、“焦裕禄精神”系列读物等为基础,结合当前党史学习教育学习活动,配合建党100周年纪念、辛亥革命110周年纪念、打赢脱贫攻坚战、全面建成小康社会等党和国家重大战略布局和重要时间节点,针对重点出版方向选择有新意、独特性的角度,提前谋划、提前布局;聚合一流作者,站位高远,选择具有国家级意义的主题,与地方优势资源相结合,与时俱进,丰富表现及传播形式,生动展现主题出版价值,实现主题出版有效传播。

其中,《焦裕禄精神永放光芒》入选原国家新闻出版广电总局深入学习宣传贯彻党的十八大精神重点出版物,根据该书与河南影视集团合作投资制作的纪录片《永远的焦裕禄》获得中宣部“五个一工程”奖;《抗日英烈事迹读本》入选原国家新闻出版广电总局抗战70周年重点选题并获得中宣部主题出版资助;《流亡——抗战时期东北流亡学生口述》入选原国家新闻出版广电总局“百种经典抗战图书”;《中国红色出版史料(1921~1949)》获得国家出版基金资助;“给青少年讲红色纪念馆里的故事”丛书入选国家“十三五”重点图书规划,2019年中宣部主题出版重点选题。

持续深耕教育服务市场

巩固强化教育出版基本盘,加大教育产品的研发与融合力度,走原创、树品牌。大象出版社以新课改、新考改理念和政策为指导,以“名师资源库”“学科组建设”等机制带动,聚集教育板块的一流作者、一流编辑以及研发队伍,打造教育板块的核心产品;深入市场调研,以用户体验为导向,以技术支持为支撑,整合教育资源,推动产品深度融合。

教辅产品方面,围绕核心产品打造核心竞争力,巩固“基础训练”“高中新课程指导”等评议教辅的优势地位;积极运营原创市场教辅,维护好“河南省初中学业水平考试说明与检测”等优势合作产品,与评议教辅形成优势互补;抓住河南全面使用高中新教材的机遇,积极开展高中评议教辅之外的新教辅产品;依托国家新闻出版融合创新发展(郑州)重点实验室及“大象课堂融媒教育云平台”,整合资源,提升教育出版的增值服务;形成原创为主、差异化、品牌化的非评议教辅出版矩阵。

教材产品方面,重视现有小学《科学》教材的修订、维护,打造高质量品牌产品;根据市场和教学需要,完善教材配套资源,开发教材融合产品,巩固强势产品的优势地位;及时掌握有关政策,善于抓住机遇研发教材新品;尽力扩展教材链的长度和宽度,探索出版幼儿教材和成人教育教材。

教育理论与实践产品方面,以教育理论学术专著引领教育出版,组建高端作者队伍,出版精品著作,促进教师专业成长,培育名师作者队伍;以名师教学主张与实践成果服务一线教学,提高教育教学质量,凝聚教材教辅用户。注重产品推广,力创品牌。目前,教育理论类正在编校国家出版基金项目“教育交流与变革书系”、“教育标准建构与

创新发展研究书系”也已完成组稿;教育实践类已出版“中原名师出版工程”“教师成长系列”“高中系列班会课”“当电影走进教室”等。

打造专业特色出版产品线

在专业出版领域,大象出版社以聚集高端作者资源、组织品牌书系和争取国家项目为抓手,注重选题的多层次开发和读者对象的多元化,增强细分市场的占有率和影响力。

坚持大项目带动战略,注重策划组织具有重大文化积累和传承价值的出版工程,探索以重大出版工程带动整体专业出版的路子;产品线、面统筹规划,多层次开发;以国家项目做支点,以大型、滚动出版的品牌书系做支撑,形成“学术出版→大众出版→青少年读物”的产品布局;以大众普及、青少年读物的开发激活编辑团队的创造、创新能力及团队协作能力,提高单品种的综合效益。

目前,该社已形成史料文献、国际汉学、文物考古、科技史与科普等特色产品线,重点打造的“史料文献”“国际汉学”两大产品线在学术界有较高知名度,大象版大型文献已成为国内一线品牌,占据较大的馆配市场份额。

在深度融合中创新发展

近年来,大象出版社坚持以数字出版为支撑,聚焦服务教育,强化教育融媒产品研发;聚焦新媒体营销,探索图书品牌运作模式。

“十三五”期间,大象出版社被确定为“国家出版融合发展(郑州)重点实验室”成员单位;打造的“大象课堂融媒教育云平台”(拥有视频课程资源8300多节、智慧题库试题近65万道,平台关注总人数达133万人)获第11届新闻出版业互联网发展大会“优秀数字教育平台”;研发的“大象考试与教学测评服务系统”(累计服务师生350万人次,累计实现销售近1500万元)入围2019年度数字出版精品遴选推荐计划。

在抗击疫情期间,该社积极响应教育部“停课不停学”号召,利用自身数媒平台,向河南全省中小学师生免费提供全年级全学科精品课程,将平台5000余节精品课程资源全部免费开放;策划出版了中共河南省委宣传部编著的、反映河南全省上下“硬核”抗疫的《2020中原战“疫”》一书,得到良好的社会评价。

此外,大象出版社格外注重高素质专业人才培养,积极完善员工教育培训,开展有计划、分领域、分层级、分层次的培训教育,为主业发展提供有力保障。