



中办组织开展“永远跟党走”群众性主题宣传教育活动

近日,中共中央办公厅印发《关于庆祝中国共产党成立100周年组织开展“永远跟党走”群众性主题宣传教育活动的通知》。明确主题宣传教育活动分两个阶段实施。第一阶段为2021年5月前,深入学习宣传贯彻党的十九届五中全会、全国两会和全国脱贫攻坚总结表彰大会精神,展示“十三五”时期发展的辉煌成就,宣传“十四五”时期发展的美好前景。第二阶段为2021年5月至年底,六七月间形成高潮。围绕学习宣传贯彻习近平总书记在庆祝中国共产党成立100周年大会上的重要讲话精神、党中央正式宣布我国全面建成小康社会等,组织开展主题突出、特色鲜明的群众性主题活动。

《通知》指出,要广泛开展各类群众性主题宣传教育活动。一是党旗在基层一线高高飘扬活动。二是人

党宣誓活动。利用革命旧址、革命纪念馆、烈士陵园等红色资源,组织开展新党员入党宣誓活动,开展党员重温入党誓词活动。三是讲党课和优秀党课展播活动。广泛开展“党课开讲啦”活动,组织各级党组织书记、党员领导干部、优秀共产党员、老党员等讲党课。四是学习体验活动。聚焦建党百年、巩固拓展脱贫攻坚成果、全面建成小康社会等,精心设计推出一批学习体验线路和精品红色旅游线路,引导干部群众就近就便开展实地考察、国情调研。五是主题宣讲活动。广泛组织开展百姓宣讲活动,邀请重要事件亲历者和见证者、理论工作者、实际工作者,特别是时代楷模、最美人物等深入基层开展巡回宣讲。六是青少年心向党教育活动。七是各类群众性文化活动。

(据新华社)

●出党史 学党史

百佳数字出版精品献礼建党百年

■中国出版传媒商报记者 张聪聪

中国出版传媒商报讯 4月11日,“读掌上精品·庆百年华诞——百佳数字出版精品项目献礼建党百年专栏”上线仪式在北京举行。中宣部副部长张建春出席专栏上线仪式,并作《坚持系统思维 擘画出版融合发展新蓝图》主旨讲话。

张建春指出,今年是中国共产党成立100周年,是“十四五”开局之年,是我国现代化建设进程中具有特殊重要性的一年。启动这次专栏,既是以“百佳”献礼“百年”,集中展示数字出版讴歌新时代、满足新需求的优秀成果,也是推动行业以此为契机,围绕立足新发展阶段、贯彻新发展理念、构建新发展格局,思考擘

画出版融合发展的美好蓝图。当前,我国出版融合发展取得重要进展,同时也进入全面提质增效的关键期,需要全行业深化认识、系统谋划、扎实推进,形成融合发展、高质量发展的内驱动力和有效行动。

张建春强调,要提高站位把握大势,深刻认识融合发展是出版业长远发展的大趋势,是出版业高质量发展的主攻点,是出版业服务人民群众高品质文化生活的新要求。要强化统筹谋划,锚定出版融合发展新方向新目标,打造出版新企业新业态新模式,构建融合发展的新格局局新生态。要突出战略布局,在精品创

作生产上重点布局,在应用研发新技术上重点布局,在打造品牌企业上重点布局,打造出版融合发展的示范样本,以此坚定全行业抓融合发展的信心决心。

张建春还强调,出版融合发展是一项系统工程,迫切需要方方面面加强支持保障力度,要完善融合发展的体制机制、评价考核体系、政策支撑,为行业发展带来实实在在利好。

据了解,专栏从2021年4月11日起向社会免费开放100天。专栏中的100个数字出版精品项目从1000多个项目优中选优产生,包括数据库、数字出版平台、AR出版物、融媒体出版物、有声读物

等。专栏主建方为光明网,19家设立专栏的平台为:人民网、新华网、央视网、光明网、“学习强国”学习平台、中国文明网、党建网、新华书店网上商城、中国易阅读、中文在线、咪咕阅读、掌阅、沃阅读、文轩网、天翼阅读、微信读书、京东读书、喜马拉雅、快手。

专栏上线启动仪式由国家新闻出版署主办,华闻传媒产业创新研究院承办,光明网、北京市委宣传部协办。中宣部出版局、北京市委宣传部、光明日报社负责人和有关部门、项目单位、中央重点新闻网站、数字阅读平台等方面代表出席。

中版集团邀媒体共商新思路新举措

4月9日,中国出版集团在成立19周年之际,以“建设书香社会,助力文化强国,为‘十四五’开好局起好步”为主题,邀请在京30余家重要媒体负责人召开中国出版集团媒体恳谈会,共商助力文化强国建设的新思路、新方法、新举措。

中国出版集团有限公司董事长、党组书记,中国出版传媒股份有限公司董事长黄志坚出席会议并致辞。中宣部宣传舆情研究中心党委书记、宣传舆情研究中心(思想政治研究所)主任、“学习强国”学习平台总编辑刘汉俊,光明日报社副总编辑陆先高,中国新闻出版传媒集团党委书记、董事长马国仓,经济日报社副总编辑季正聚,法治日报社总编辑李群,新华网常务副总编辑、党委常委周红军等媒体负责人出席座谈会。会议由中国出版集团有限公司副总经理、党组成员陈永刚主持。中国出版集团有限公司党组成员、中国出版传媒股份有限公司副总经理茅院生出席。

十九载风华正茂 新时代奋发图强

成立19年来,特别是党的十八大以来,中版集团高举中国特色社会主义思想伟大旗帜,深入贯彻落实党中央一系列部署要求,走出了一条品牌化、规模化、数字化、国际化的特色发展道路,推出一批又一批精品力作,图书零售市场占有率等多项指标多年全国第一,连续名列“全国文化企业30强”。2020年,在习近平总书记和党中央坚强有力的领导下,中版集团奋力进取,共克时艰,紧扣“高质量发展”主题,统筹疫情防控和生产经营,统筹巡视整改和改革发展,各方面工作均取得了新的进步:一是出版主业经营质量显著提升,推出了《习近平扶贫故事》等重点主题出版物,一批作品入选“中宣部优秀主题出版物”“优秀现实题材文学出版工程”“年度中国好书”等,“百种精品工具书”“中华经典古籍库”等融媒体产品的市场影响力也在不断扩大。集团所属的研究出版社以组织、策划、出版扶贫题材图书的出色表现,荣获党中央、国务院“全国脱贫攻坚先进集体”的光荣称号。二是整体经营企稳向好,中版集团积极应对疫情的不利影响,深入挖潜,降本增效,二级企业公司制、改革制全面完成,内部整合迈出重要的步伐,虽经营活动缩量,利润仍保持增长。三是巡视整改工作全面完成。

黄志坚表示,中版集团将深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想,落实党中央有关部署要求,坚定和坚守以人民为中心的出版初心,健全打造有中国特色、切合集团实际的国家级文化产品集成和出版平台,擦亮更有活力、更具魅力的新时代中国出版品牌,让中版集团的品牌和产品有态度、有温度、有深度、有尺度、有亮度,让作者认可,让读者熟悉,让社会各界满意。中版集团希望与各家媒体一起携手并进,努力为建设文化强国、出版强国、书香社会做出新的贡献。

(下转第4版)

●最美书店

书店新张升级文化体验



中国出版传媒商报讯 近日,上海三联书店READWAY与湖北武汉世界城集团正式签约,将都市公共阅读空间落地武汉光谷世界城步行街。据介绍,上海三联书店光谷店主要针对18~35岁青年人群,关注青年人的学习和自我成长。上海三联书店将打造成华中独具特色和吸引力的沉浸式青年文化社交中心、光谷文化旅游封面。

中国“最美书店”宽书店广东珠海店日前开业。书店定位为“城市家庭大书房”,店中随处可见波浪连廊、船只书台、趣味灯塔等,营造出特色阅读空间。书店将围绕“海洋文化新链接,引领阅读新浪潮”的主题,延伸出包括文艺活动、阅读时光、创意生活、家庭亲子等多种文化体验。

(晓东)

中文传媒1.5亿元入股新华智云

中国出版传媒商报讯 近日,中文天地出版传媒集团股份有限公司以1.5亿元成功摘牌新华智云科技有限公司6%股权。

新华智云是由新华社和阿里巴巴集团共同投资成立的大数据人工智能科技公司,旨在用智能技术赋能内容行业,帮助内容生产者更好、更快地采集和处理新闻资源。此次股权转让后,出版将成为新华智云继媒体、文旅、金融、会展之后的第五大内容智能化核心板块。

对于投资新华智云的初衷,江西出版集团党委委员,中文传媒党委副书记、总经理吴涤表示,作为长期深耕内容生产制作的出版企业,中文传媒坚持转型升级、融合发展,致力于推进“出版与科技”的融合,拥有国家级的“物联网出版融合实验室”和“基于AR/VR呈现方式的知识服务科技重点实验室”,在互联网文化娱乐、在线教育、培训、数字出版、新媒体等领域均有布局且成效显著。此次合作,希望借助新华智云创新的商业模式和强大的技术支撑,实现协同发展、合作共赢。

对于转让股权的目的,新华网方面表示:“本次新华智云引入外部战略投资方,有益于新华智云优化股权结构,完善公司治理机制,为新华智云进一步市场化发展夯实基础,在业务层面也将推动新华智云从传媒领域向数字内容领域拓展,增强新华智云核心竞争力。”

从2020年下半年开始,新华智云就频频“出圈”——先是针对疫情影响下的会议会展行业,推出“云上新闻中心”,打造了全息嘉宾到会技术、微官网、会议直播速剪等智能产品,在国家网安周、中国互联网大会等超过百场大型会议上得以应用。随后又发布了“文旅智能传播平台”,将短视频自动生产、数据中台等技术应用于文旅行业,上线不到半年,已经和滕王阁、良渚、台州府城等超过100个景区签约,引起文旅行业的高度关注。此外,新华智云还在金融、MCN等领域也都打造了多款智能产品,为出版行业打造的“出版大脑”也即将上线。

(邸远)

疫情逼出新华系外销团供潜在商机

■中国出版传媒商报记者 伊璐

刚刚结束的北京图书订货会期间,直播的火爆让书业人感受到了疫情带来的营销变化。一边是受疫情影响门店销售下滑,一边是如火如荼的线上营销,对于以线下体验为优势的实体店书店该怎么办?那就寻求外销潜在商机,向店外团供要效益。

发散思维 定制服务再升级

2020年,大连曾发生三轮疫情,大连市新华书店也被迫两次暂停营业。书店零售受到较大冲击,“保基本盘,寻增长点”成为疫情期间营销的主要方向。也是在这样的背景下,大连市新华书店团体供应中心经理王琦和团队成员一起,开展了图书进校园、图书进社区等专题书展活动。为客户制定专业化的服务方案,走社会效益带动经济效益的发展之路。

与大连市店的做法类似,记者发现,在扩大团供的道路上,书店发散思维,定制服务升级。

方法一:因时而动,升级教材与线上服务。对于2020年团供的创新,北方图书城大客户一部经理张拥军向记者介绍了两个较为成功的案例:一是高校教材服务新升级。疫情期间,全国高校无法正常开学,学生基本居家上网课。在2020年春季教材发放阶段,为了满足学生用书需求,同时不减少销售、不产生大量退货,北方图书城积极与学校沟通,开创了高校教材服务的无接触配送服务模式。

式,用1周的时间,加班加点,完成了700多万万元、近5万名学生的教材发放。二是线上营销服务模式新拓展。受疫情影响,店外业务中为大客户定制开展的“三八妇女节”活动、主题培训会、专题讲座等均改为线上模式,并在会议结束后进行社群营销,有针对性地推荐符合客户需求的产品,开拓新的营销模式,得到了客户的肯定。

广西防城港市新华书店有限公司在中小學生标准化作业本项目征订上的经验同样值得借鉴。据该公司总经理谭永继介绍,在作业本征订中,公司及时开展中小学校教材教辅征订会,由市教育局统一下文征订,各校积极配合,实现了作业本与教材教辅统一征订的目标。2020年,全市公司完成作业本销售总码洋212万,同比增长673.16%,超额完成任务。

方法二:抓住重点图书品种上门销售。面对疫情带来的困境,河北安国市新华书店依托地域特色产品优势,积极应对,不等不靠,审时度势,抢抓机遇,积极销售《中华人民共和国药典》,取得可喜成效。征订发行期间,该公司全体员工利用休息时间,组织门店人员到各药厂、饮片厂进行营销推广;在店内利用微信公众平台进行营销预热,通过微信读者粉丝群、朋友圈进行广泛宣传。此外,为了更好地服务读者,安国分公司开启微信、电话订购图书服务,读者足不出户就能在第一时间预订图书,对于疫情期间不愿出门的读者,他们还提供无偿送书上门,为外地读者提供邮寄服务。

(下转第5版)

精彩导读

新业态下民营书业如何迭代深刻蜕变? P2~P3

卖书新姿态之新华老总篇 内外共振 构建文化消费全场景服务 P6

研学:博物馆新学期出新牌 P10

