

华中科技大学出版社发展部融媒体中心

西南交通大学出版社数字出版部

东北财经大学出版社国际合作部

中国石油大学出版社石油教育事业部

团队成员:4人

业绩:搭建全媒体矩阵,官方账号自有粉丝近百万,合作达人近千位,全网粉丝覆盖量超千万,举办线下活动超百场,单条视频观看量近100万;助推多种图书取得上百万销售码洋。

成立时间:2016年

业绩:出版社4个融合出版平台投入使用,构建出集课程平台、新形态教材、数字资源于一体的融合出版矩阵,开发融媒体资源逾20万种,出版全媒体教材超1000种、AR超媒体教材近30种。

成立时间:1997年 团队成员:7人

重点产品:引进图书包括“金融瞭望译丛”“威立金融经典译丛”“养老改革与人口理论经典译丛”等;原创作品包括《中国城市可持续发展模式研究》《支撑中国低碳经济发展的碳金融机制研究》等

成立时间:2006年 团队成员:9人

业绩:近年获中国出版政府奖、中华优秀出版物奖提名奖、全国优秀教材奖等国家级奖励5项,获国家出版基金项目15项、“十三五”国家重点图书选题6项、“十二五”国家级规划教材5部。

华中科技大学出版社发展部融媒体中心
强化产品思维 打好融合营销组合拳

在互联网、社交平台快速发展的背景下,内容产业发生翻天覆地的变化,新媒体、新平台、新模式不断更新,传统内容不断升级,将出版业也拉到了新赛道。华中科技大学出版社认识到互联网时代融合发展的意义和重要性,在顺应时代浪潮中及时发现新的机遇,成立融媒体中心,作为出版和新媒体融合业态的探路先锋,以适应出版发展的新变化。

构建融合营销生态,打好组合拳。融媒体中心成立以来,努力实现从传统媒体到新媒体渠道的全覆盖。构建线上媒体运营、线下活动运营、传统媒体运营、异业品牌合作融合营销生态。通过策划线下分享会、打造文化空间,参加各大展会、公益活动等,打造出版社整体品牌形象;不断拓展新的推广平台和营销方式,从口碑传播、深度营销、渠道合作等全方位为产品赋能,将线上线下资源及渠道融合,不断为图书提高传播效率。推动内容与平台、新媒体的互动连接与有效合作,达到快速传播、变现销售目的,进一步真正实现内容、平台、营销、销售“四位一体”。2021年,融媒体团队在图文端、视频端等多种新兴营销渠道做出了诸多探索,并取得显著成效。

筛选优质产品内容,搭建全矩阵。出版市场瞬息万变,但高品质的产品内容仍是核心。融媒体团队将市场需求和产品信息结合,将全社精品图书进行再筛选,择出优质、合适的产品,为其制定独具特色的营销计划。团队充分洞察互联网营销的变化和趋势,在各大平台开通自有账号,同时积极拓展合作达人,与业内各社、各媒体联动合作,搭建全媒体矩阵。目前官方账号自有粉丝近百万,合作达人近千位,全网粉丝覆盖量超千万,已举办线下活动超百场,单条视频观看量近100万,通过融媒体矩阵宣传攻势,今年出版的“伍尔夫作品集”系列图书推广效果显著,1个月内达成近百万码洋的销售增量。

为新书个性化“定制”特色化宣传。随着出版市场环境与销售场景的不断变化,商品竞争进入

东北财经大学出版社国际合作部
在出版“引进来”和“走出去”中实现知识价值创新

东北财经大学出版社国际合作部依托高校学术资源,服务国家发展大局,承担引进版图书和国内高端学术出版以及国际合作出版(走出去)的任务。一方面,将国外优秀出版物和先进的科研成果引进来,让中国了解世界;另一方面,将传达中国学术水准、体现中华文化精髓、反映中国学术前沿、传播当代中国价值观念的优秀成果集结出版,并翻译成多种文字,传播到海外,让世界重新认识中国,增强民族自信。近年来,国际合作部把主题出版、原创精品出版和优秀版权输出作为工作的中心环节,推出了一批思想精深、艺术精湛、制作精良的精品佳作。

坚守初心,团结奋进。国际合作部现有7名编辑,其中具有编审职称1人、副编审职称2人。这支精干的队伍中不乏博士学位的专家型编辑,也不乏国内名校毕业的高材生和国外学成归来的精英。坚守“出好书”的初心,团队成员既保持思想的敏锐性和开放度,又立足现实、胸怀大局意识,懂得把握大势;积极探索有利于破解工作难题的新举措、新办法,充分利用新技术并应用创新媒体传播方式。

立足财经,出版精品。新世纪以来,国际合作部把精力贯注于选题策划、组稿、审稿、文字加工,以及后期宣传各个环节,编辑出版了一系列高质量、高品位的学术作品。通过与牛津、剑桥、哈佛、耶鲁大学等名校出版社以及施普林格、培生教育、麦格劳-希尔出版集团等国际出版社合作,参与引进出版经济管理类教科书、研究著作及大众普及读物1000多种,不仅见证了财经类外版书的发展轨迹,也使这些图书成为中西文化交流互鉴的一部分,为普及市场经济规律、及时掌握国际经济金融理论前沿、了解全球经济动向,开启“知识之窗”。

一是遴选引进具有代表性和影响力的著作,挖掘具有前瞻性和创新性的议题,特别是主动对标国家“防范化解重大风险、精准脱贫、污染防治”三大战役,策划出版了“数字普惠金融丛书”“低碳智库译丛”等丛书。“PPP与公共财政创新译丛”等10余个系列50多种图书入选国家出版基金资助项目;《尚待何时:气候变化的逻辑、紧迫性与对策》等9种图书入选“十三五”国家重点图书出版规划项目;《数字普惠金融的原则、方法与政策指引》等2种图书入选全国高校出版社主题出版项目;“经管研究方法系列译丛”的3种图书入选海峡两岸出版交流30周年优秀版权图书。

二是面向前沿专业领域深耕细作,与国内专



白热化阶段,图书在各平台竞争中的价格利润大幅缩减。融媒体团队深入分析各图书产品特色,制定专属于每种书的个性化宣传策略,从产品独特性上避免多平台价格竞争,并保障图书最大化的曝光效率及读者触及率。今年8月推出的《年过五十,我决定“离家出走”》,根据作者苏敏自身百万级网红博主、五十岁阿姨、女性、母亲这些记忆点,深挖网络热点,与各大读书平台深度合作,视频博主线上连麦。同时在全国开展新书线下分享会,与重庆、上海等城市书店深度合作。通过系列宣发成功加大图书曝光率,新书首发期全网点击量达千万,多篇报道文章阅读量超10万。

学术著作融合营销,孕育新增长。融媒体中心成立以来,将学术著作宣传方式全面升级。以新媒体渠道进行推广,组织论坛、分享会、交流会等面对面活动,在作者和读者之间搭建沟通桥梁,用朴实的话语分享学术书创作过程中的小故事,将学术书变得“平易近人”,更加贴近大众生活。例如《其命维新——刘道玉口述史》一书,武汉大学老校长刘道玉将自己30年来的教育经验倾心呈献,回忆了自己身先士卒进行教育改革的精神和故事。团队利用融媒体渠道,进行线上线下全面宣传,举办数次交流会,将老校长的精神传递给更多人,引来了大批新老读者,半年新增销售150万码洋。



家学者建立良好的学术出版合作关系,策划出版一系列国内高端学术专著,《完善体制阶段的和谐社会建设与公共财政安排》《支撑中国低碳经济发展的碳金融机制研究》荣获中华优秀出版物奖(图书提名奖)、“粤港澳大湾区绿色发展丛书”入选国家出版基金资助项目,《中国互联网金融发展新思维》等4种图书入选全国高校出版社主题出版项目,《互联网金融反欺诈的艺术》入选国家新闻出版署“农家书屋重点出版物推荐目录”。为纪念建党百年,2020年,国际合作部策划了《陈云经济实践与思想》《红色金融家朱理治》两部主题书稿。

三是推进本版图书“走出去”,实现出版社版权输出新突破。汲取多年版权引进经验,国际合作部积极向国外权威出版机构推荐我社出版的中国财经学术前沿学术精品,《明清时期中国海上贸易的商品(1368~1840)》一书已经与韩国 Kyungin Publishing Co.出版社签订了版权引进协议。《低碳经济中的挑战与创新》申报了国家社科基金中华学术外译项目选题,已与英国劳特利奇出版社等七家国外出版机构签订出版合同或达成出版意向;《中国高质量发展》等3种电子书入选塞内加尔“中国馆”项目;《“一带一路”:学理认识与科学行动》版权输出新加坡,实现了“走出去”的目标,为中外财经学术交流做出贡献。

“明者应时而变,知者随事而制”,“十四五”期间,国际合作部将根据新形势,着眼于展现中国当代发展成果,邀请更多具有国际视野、治学严谨的知名学者进行创作;同时,做好项目申报工作。充分借助国家现有的出版“走出去”各项扶持政策,将市场运作与项目申报有机结合起来,大力推动学术出版走出去。助力中国的学术成果在更广大的平台发挥作用,传播中国声音,展现中华文化的魅力。

中国出版传媒商报近年持续发起“寻找出版百强团队”推展活动,希望通过挖掘和点亮出版行业中的优秀品牌和团队,让更多在书业耕耘的具有创新力、创造力和执行力的战队,从幕后走到台前,分享制胜法宝和技能。

寻找出版百强团队
2021

高效能大学社战队集结

NO.7

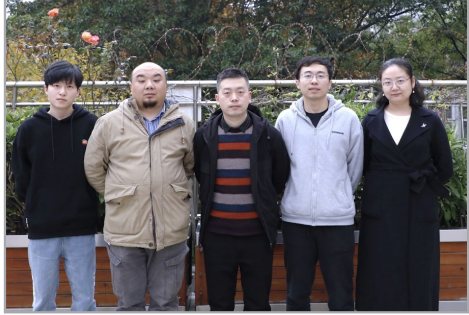
中国出版传媒商报专题报道组

西南交通大学出版社数字出版部
专注数字内容升维 推动融合出版升级

2016年,西南交通大学出版社经过深入研讨,专门成立了一把手牵头、全员配合的融合发展实践团队——数字出版部,从出版社具备丰富资源储备的轨道交通工程等领域突破,开启了全面融合出版发展探索。数字出版部在坚决贯彻出版社发展大方针政策的同时,积极拓展产品线,以市场需求+国家项目双驱动的模式引领,力求实现社会效益和经济效益双丰收。一方面,在数字出版融合发展的大势下紧跟发展潮流,更新发展思维,走社会效益与经济效益相结合的可持续发展之路;另一方面,考虑出版社的经营现状,保证出版社在平稳、有效的融合发展态势下保持并扩大已有的市场份额,为下一步的全面融合提供强有力的经济保障。

五年来,数字出版部在融合出版领域积极探索求新。在“数字内容升维、融合出版升级”的发展理念引领下,秉承出版社建设“轨道交通出版高地”的愿景,从纸质图书的增值服务起步,以“轨道交通职业教育云服务平台”“基于AR的轨道交通超媒体数字教育平台”“轨道交通优质图书全渠道数字化升级开发”等国家级、省级融合出版项目建设为契机,从内容规划、技术手段、运营模式上不断推陈出新,以“平台+资源+纸书”的理念探索实现轨道交通领域的数字资源建设向知识服务体系延伸的新路经,逐步形成了平台、资源、软硬件相结合的丰富产品线。目前,出版社投入使用融合出版平台4个(“交大e出版”微信融媒体资源中心、“轨道在线”AR数字教育平台、“轨道在线”智媒体云课堂、“文轨学堂”学习云),构建出集课程平台、新形态教材、数字资源于一体的融合出版矩阵,开发融媒体资源逾20万种,出版全媒体教材超1000余种,AR超媒体教材近30种。通过数字资源与纸质图书的深度融合,全面实现了由专业化的课程平台系统+全媒体资源研发+规模化资源集成+新形态教材融合出版的云服务商业模式,实现出版社从传统出版到融合出版的升级。

“‘轨道在线’AR数字教育平台”作为数字出版部磨砺数年推出的融合发展学习平台,在土木、机电、轨道交通工程等专业领域实现了交互式学习的沉



浸体验,并作为四川省唯一一个人入围项目成功入选国家新闻出版署2019年度数字出版精品遴选推荐计划项目。2021年,“‘轨道在线’AR数字教育平台”入围由国家新闻出版署发起的“百佳数字出版精品项目献礼建党百年专栏”,献礼党的百年华诞。

数字出版部打造的“轨道在线”智媒体云课堂在新冠肺炎疫情突发之初,迅速上线900余门在线课程和10万余种数字资源,为学校线上授课、推广“宅”家学习模式提供了有力支持。

国内疫情防控工作进入常态化,各高校也已将常态化防控落实到日常教学中,在线教学、数字化教学、云教学成为今后相当长一段时期的常态。针对现今各大高校内部亟待解决的云课堂建设、精品课程开发、新形态教材出版等问题,数字出版部结合出版社现有的资源和技术基础,积极投入到云课堂、精品课程、融合出版教材的开发建设当中,业务地图涵盖10余个省市。

五年来,数字出版部加快队伍建设,人员结构不断丰富,涵盖了产品设计、技术骨干、企宣策划和运营维护等领域,并将团队逐步外延,聘请行业专家进行专业指导,与一流科技企业紧密合作,在提升数字内容升维能力的同时,让“智慧出版”从网络概念照进现实工作中。数字出版部也从传统出版企业中常见的信息设备维护部门发展为集产品开发、平台运营、企宣推广以及新模式探索于一体的综合性业务窗口。

“十四五”开局之年,数字出版部将砥砺前行,持续推进自有数字教育平台运营和融合出版业务升级改造,加速推进传统出版与数字出版融合发展的进程,确保持续、稳定、高质量的发展,以“轨道交通出版高地”为引领,持续推动融合出版。

中国石油大学出版社石油教育事业部
学术出版与教育出版协同并进 践行精品战略



中国石油大学出版社石油教育事业部是主要以石油石化高校教材和学术著作出版为特色的集体。石油教育事业部坚持“为教学科研服务、为培养人才服务、为行业发展服务、为国家能源服务”的出版理念,聚焦实施系列化、精品化、品牌化战略,在不断探索中创新前进,出版了大量社会效益明显、经济效益较好、出版价值突出的精品图书,为所在出版社贡献了显著成果。

精准定位,厚积薄发。石油教育事业部成立初始即对自身基础和资源以及未来发展目标进行充分思考,形成依托自身行业背景深耕石油石化能源行业出版资源的业务思路,实施学术出版与教育出版协同并进、相互支撑的发展模式,致力于特色高校教材和高水平学术著作的出版。在清晰的定位和方向的指引下,事业部始终坚持专注目标、积极开拓、优化品种、创新发展,在十几年的奋斗过程中,优秀图书和各类奖励等如雨后春笋般涌现,达成厚积薄发的效果。

精心策划,系列开发。石油教育事业部注重推动团队贯彻精心策划高质量、高水平选题和实施选题系列化开发的选题发展思路,取得了大量成果。以学术著作选题建设为例,事业部于2013年制订高水平学术图书选题系列化发展方案与实

施计划,启动石油石化学术文库出版工程,目前文库已出版学术图书90多种。同时,不断推动扩大石油石化学术文库影响力,多途径展现文库学术著作的学术层次和品位,积极申报国家层面选题规划或项目并取得显著成效。目前文库已有多选题入选国家重点出版物出版规划,或获得国家出版基金、国家科学技术学术著作出版基金,特别是2013年至今石油石化学术文库选题已连续9年不间断获得国家出版基金立项,不断创造着新的辉煌。石油教育事业部拥有全社17项国家出版基金项目中的15项,并为近年中国石油大学出版社出版基金项目数量进入全国出版社前50名贡献力量。这些成果不仅证明了精心策划、系列开发的选题思路的高度适用性,也为石油石化学术文库的后续发展奠定了良好基础。

精品出版,塑造品牌。对于图书编辑与品质,石油教育事业部始终坚

持质量优先、严谨规范的工作流程,打造高质量优秀出版物,通过扎实的图书产品获得认可。这种精益求精的出版态度为事业部的发展提供了强大支撑,形成了良性循环,效果显著,品牌日盛。近年来,事业部出版的学术著作和高校教材所获各级各类奖励不仅数量丰富,而且不断实现新突破,从省部级图书奖励,到入选“三个一百”原创出版工程,再到中华优秀出版物奖提名奖以及中国出版政府奖,成为中国石油大学出版社至今所获图书奖励的新高度。同时,优秀的图书产品也助力事业部图书走向国际市场,目前事业部已有两部图书输出版权至施普林格出版公司。为庆祝中国共产党成立100周年,2021年事业部结合自身优势和特色积极策划主题出版图书,介绍铁人王进喜精神的《铁人印记》先后入选山东省和教育部主题出版选题,并在学习强国平台和第30届全国图书交易博览会上展开推介交流,被多家媒体报道,产生了良好的社会效益和经济效益。

多年的专注与积淀如涓涓细流不断汇集,高水平出版成果愈加璀璨。在不断突破自我的发展中,石油教育事业部将继续保持厚厚出版初心,沿着坚持精准定位、精心策划选题、专注精品出版的方向努力追寻新的出版成绩。