

8地线上线下联动 中宣部出版局开启“出版视点”活动

擘画“十四五” 奋进新征程——加快出版强国建设

1月24日,由中宣部出版局主办、中国出版传媒报社承办的2022年度“出版视点”第一场专题研讨活动在京举行。活动在北京设主会场,安徽、湖南、贵州、江苏、浙江、河南、湖北等7地设分会场,以线上线下同步,演讲问答相结合的方式,邀请有关出版管理部门和重点出版单位负责同志,围绕“擘画‘十四五’ 奋进新征程——加快出版强国建设”主题,开展深入研讨。

中宣部出版局局长冯士新出席活动并致辞。中国出版集团有限公司董事长、党组书记黄志坚,中国外文出版发行事业局(中国国际传播集团)副局长陆彩荣,中国教育出版传媒集团党委书记、董事长冯云生,中国工信出版传媒集团党委书记、董事长朱师君,机械工业出版社社长李奇,中国人民大学出版社社长李永强6位嘉宾,围绕研讨主题发表了精彩演讲。主、分会场与会同志就共同关心的问题进行了热烈交流,碰撞思想火花、共话发展大计。

据了解,国家新闻出版署近日启动了出版智库高质量建设计划。作为该计划的重要组成部分,年度“出版视点”将举办系列专题研讨活动,坚持高端化、多元化、品牌化,突出思想性、代表性、权威性,聚焦出版业的大事、难事、新事,开展深入探讨,凝聚行业共识,破解发展难题,推动出版业高质量发展。



强化集团支撑作用 助力出版强国建设

■黄志坚(中国出版集团有限公司董事长、党组书记)

《出版业“十四五”时期发展规划》对标2035年建成社会主义文化强国战略目标,对加快建设出版强国作出具体部署,为出版集团在新时代找准新定位提供了坐标和依据。

充分认识出版集团在新时代文化建设中的

平台功能和柱石作用,坚定做好出版工作的信心决心。第一,出版集团是对知识文化进行加工整理再造的重要平台。信息爆炸更需要通过出版来选择那些更具文化价值、更有知识含量、更契合精神需求的信息,提供给读者与受众。第二,出版集团是为文化生产者与消费者提供中介与服务的重要平台。出版集团能够、也应该以其所拥有的强大出版要素整合能力,高效率地连通文化生产者与文化消费者,高质量地提供产品与服务。第三,出版集团是产业人才发现培养的重要

平台。中国出版业对人才有着全面的素质要求,出版集团以其丰富的出版经验与文化传统,以其积累的行之有效的编辑培养模式,为出版行业乃至文化产业的发展提供了强力人才支撑,担负着发现人才、培养人才、用好人才的责任。

深刻把握出版业千年未有之大变动,勇于直面当代出版面对的压力挑战。第一,产品形态发生巨大变化。新的出版业态和产品形态将编辑与受众之间的互动变得更为强烈、及时和主动,正在深度重塑产业格局、重塑读者习惯、重塑传播模式。第二,生产流程发生巨大变化。互联网思维和大数据技术已经渗透到出版加工的每一个环节,数据对提高生产效率的乘数作用不断凸显。第三,经营管理机制发生巨大变化。面对当下快节奏、快餐式的生产消费,我们既要坚持传

统、严守规矩、确保质量,又要始终坚持守正创新,努力成为出版业应对压力、创新发展的主导力量。

着力聚焦出版高质量发展的要求,始终保持

战略定力耐力。第一,实现出版物的高质量。出版物要能够更加积极地振奋民族精神、凝聚民族力量、满足读者需求、顺应时代变化。第二,实现企业治理的高质量。当前最为重要的,就是下决心深化内部机制改革,提升书号、人力、工资总额等要素配置效率,实现干部能上能下、薪酬能高能低、员工能进能出、机构能增能减。第三,实现干部人才队伍的高质量。坚持把干部人才作为集团发展的第一资源,把编辑队伍建设作为人才队伍建设的中心工作,同时切实用好用活各类人才,积极推进自主评价,建立健全人才评价体系。

牢记“培根铸魂、启智增慧”嘱托 全面服务支撑“两个大计”

■冯云生(中国教育出版传媒集团党委书记、董事长)

“十四五”时期,中国教育出版传媒集团提出了九大任务、四项保障措施,主要有以下几个方面。

落实“打造新时代出版精品”要求,打造更多

培根铸魂、启智增慧、适应时代要求的精品力作。构建大中小学一体化的中国特色高质量教材体

系;形成与教材出版相互促进、一体发展的出版新

格局;坚持编研一体,加快组建集团教育出版传

媒研究院;突出教育特色,开发更多适合少儿阅

读的精品图书;做大做强语言文字类出版。

落实“做强做优主题出版”要求,实施主题出

融合创新示范工程;推动教育与文化的融合发展,参与新基建工程。

落实“推动出版业高水平走出去”要求,大力加强国际合作与交流,推动中国文化“走出去”。着眼加快构建中国话语和中国叙事体系;传播人类命运共同体理念;完善奖励扶持政策,推动重点项目和品牌推广的落实落地。

健全完善抓落实的机制。统一思想认识、凝聚广泛共识;编制重点项目,健全执行机制;落实支持政策、加强督促考核;广泛宣传动员,营造良好氛围。

坚持守正创新,推进高质量发展 为建设出版强国做出新贡献

■朱师君(中国工信出版传媒集团党委书记、董事长)

贯彻落实。

坚守职责定位,深刻把握工信出版新形

势。从出版业的发展形势来看,一是出版产业

将保持稳定发展态势;二是出版高质量发展将

向纵深推进;三是技术革命将重塑出版生态。

从工信事业发展的要求来看,一是工信事业发

展带来新的知识需求;二是“新工科”教育为教

育出版带来机遇。集团将围绕“十四五”出版业

的新任务新要求,把握工信出版面临的新形势,

着力在充分发挥科技出版服务大局的作用、提

升优质内容和服务供给能力、提升核心竞争优

势、推进出版深度融合等方面下功夫,推动实现质量更好、效益更高、竞争力更强、影响力更大的发展。

坚持守正创新,深入推进集团高质量发展。围绕“十四五”发展思路,集团将重点抓好四大工程建设。一是实施出版品牌提升工程,全面提升主业核心竞争力。二是实施新时代工信产业知识赋能工程,全面提升服务大局能力。三是实施出版数字化转型提升工程,增强集团发展新动能。四是实施多元业务培育工程,打造集团新增长点。

发挥大学社出版特色优势 汇聚出版业高质量发展力量

■李永强(中国人民大学出版社社长)

加强原创、涵养品牌,打造学术精品,助力建

设社会主义文化强国。“十四五”期间,大学社要继

续以大学学科建设为支撑,以进入国家学术出版

体系为目标,搭建学术出版平台,建立重大项目

一对服务机制,实施学术出版奖励计划,健全

学术出版评价机制,推动构建中国特色、中国风

格、中国气派的哲学社会科学,助力建设社会主

义文化强国。“十四五”期间,人大社将继续实施

品牌精品工程,以大型学术项目引领学术出版,将

在开放型学术文库、学术大家文集和重要文献的

出版以及大型学术规划项目等方面发力。

改革创新、壮大规模,做实融合出版,促成产

业数字化水平迈上新台阶。大学社要以媒体融

合推动大学出版创新发展,深入分析研究教育、学术、大众三类市场需求,将传统出版的专业采编优势、内容资源优势延伸到数字出版领域。人大社通过运营系列数据库产品、系列数字教育产品、电子书、有声书等业务,形成了涵盖数字教育、知识服务和数字阅读的完整业务体系。

深化合作、增强实效,实现高水平“走出去”,增进中外文化交流互鉴、扩大中华文化感召力和影响力。大学社在“十四五”期间要把高端学术内容“走出去”工作进一步做深做实,加强海外布局、提升本土化运营能力水平,并依托公共出版交流平台凝聚出版合力,为增进中外文化交流互鉴、扩大中华文化感召力和影响力发挥应有作用。

陆彩荣(中国外文出版发行事业局(中国国际传播集团)副局长)

认真贯彻落实出版业“十四五”发展规划
加快推进出版深度融合

■李奇(机械工业出版社社长)

回顾党的十八大以来对外出版奋斗历程,总结对外出版工作,我们有如下四点心得体会。一是望,出版业只有着眼时代大势,号准时代脉搏,才能赢得生机。二是闻,出版业只有立足国家大事,围绕中心、服务大局,才能彰显生命力量。三是问,出版业只有扭住出版主业,贴近中外读者受众需求,才能找准发展方向。四是切,出版业只有关注风云变幻,才能切中要害,立于不败之地。

展望“十四五”,大力推进出版强国建设。“十四五”及今后的新十年、新二十年,中国外文局将抓好“五个着力”。一是着力打通上中下游三个重要环节。二是着力加强六个结合,即国内与国际、纸质书与电子书、线上与线下、学术出版与通俗出版、精英传播与大众传播、实践探索与理论研究相结合。三是着力提升六种能力,即国际化的选题策划能力、翻译出版能力、宣介推广能力、市场运作能力、活动组织能力以及出版研究能力。四是着力打造七大强势产品线,包含基于介绍新时代中国的“治国理政图书”系列产品线等。五是着力加强高素质、高水平人才队伍建设。

奋进新征程,建功新时代。立足百年大党新起点,中国外文局承担着推动外宣出版高质量发展,助力社会主义文化强国建设的重要责任。一是重中之重继续以最高标准、最高质量和最高水平做好习近平总书记著作多语种出版和宣介推广。陆续推出习近平总书记署名著作、讲话选编、论述摘编等多语种图书,增强发行的针对性和落地率,增强国际传播效能。二是紧密围绕党的二十大这条主线,久久为功做精主题出版,全力做好中国共产党形象的对外宣介和研究阐释。中国外文局将立足自身优势,策划出版更多对外宣介中国的主题图书,扎实推进对外出版精品工程。三是立足中外交流,积极拓展国际合作出版。在策划方式上,采取自主策划与国际合作出版并行的方式。四是精品图书助力提升文化自信,大力推动中华优秀文化“走出去”。中国外文局将立足推动中华文化走向世界,着力擦亮中国文学经典对外出版品牌,努力在向国际社会传播推广中国文化方面迈上新台阶。

对标《出版业“十四五”时期发展规划》,近几年,机械工业出版社在推动出版深度融合发展方面进行了一些谋划和探索。

加强推进“产、学、研一体化”进程,积极推进各产业间的融合。一是资源的融合,把研究成果、数据库、视频产品、期刊、图书打包,为科研单位、学校、企业、工程师服务。二是产品的融合,将咨询产品的研究成果,拓展到图书、线上会议、讲座、视频,开发了相关文创产品。三是业务的融合,期刊分社设有图书编辑部,图书分社设有期刊编辑部。四是作者的融合,将作者与咨询专家、培训讲师进行融合。五是读者的融合,将提供咨询服务的政府机关、科研团队企业及期刊读者发展成为图书产品受众。

各产业与数字技术的融合发展。一是以“新基建”为纽带,建立机工融媒体中心、九州云播等公共视频制作平台。二是咨询产业与数字技术的融合,打造“文献+情报+技术”融合发展新模式,开拓企业市场,利用“机工战略”微博平台,在行业内发声。三是期刊产业与数字技术的融合,构建了“数媒+纸媒+活动+图书+增值服务”融合发展,例如“金粉讲堂”在线课堂类栏目、“实验与分析”栏目等。四是图书产业与数字技术的融合,例如开发“一纸三电两会”产品、ERP系统升级、推进数码印刷与现代物流建设、建立“私域流量”以及培养编辑“网红”团队。五是分销产业的转型升级。正在筹建工业科普体验馆(海军馆)项目,聚焦工程科技、军事科普,将成为机工社汇聚各方资源的大平台。