



编者按 国家新闻出版署日前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。截至目前,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”已

举办两场专题研讨活动,主题分别为“擘画‘十四五’奋进新征程——加快出版强国建设”“擘画‘十四五’奋进新征程——双效统一促进出版高质量发展”,得到业内同仁的高度认可。在中国出版传媒商报推出“出版视点”专题报道后,更受到了各方的广泛关注,一些业内人士针对相关话题,结合企业实际参与研讨。本期特刊发中国人民大学出版社社长李永强的专题文章,以飨读者。

提质增效:人大社高质量发展的实践路径

■李永强(中国人民大学出版社社长)



提质增效是出版业实践高质量发展理念的必然选择;是新时代经济社会发展对出版业的必然要求;是出版业面对国内外竞争环境的客观要求;是满足各界读者对精品内容生产文化需求的发展之选。

中国人民大学出版社(以下简称:人大社)自2013年以来,以提质增效为发展理念,控制品种,优化结构,突出重点,提高效益,通过全社上下的不懈努力,取得了显著的发展成绩。人大社已经成为中国人文社会科学研究的一面旗帜:是中国马克思主义理论宣传和主题出版的重镇,是中国文化和图书出版“走出去”的排头兵,是中国高等教育文科教材出版中心,是中国人文社科学术出版的领军品牌。在中宣部社会效益考核中,人大社始终保持评分在99分以上,社会效益成绩显著,为高质量发展奠定了坚实基础。在社会效益大丰收的同时,人大社积极推进图书出版经济效益提升的各项措施,不断提高图书单品种效益,实现了经济效益的快速增长。10年来,人大社年度出版的新书从1850种下降到1200余种,重印书从1240种增长到约2600种,总资产、净利润及人均利润三项经济效益指标均实现了翻番,实现了高质量发展。

壹 (一)坚定导向,提高站位。新时代中国出版业肩负着“举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象”的使命任务,高质量发展的首要前提就是要担当时代使命,把社会效益放在首位,坚定正确的政治导向,深入推进习近平新时代中国特色社会主义思想出版宣传,守好意识形态阵地,奋力打造具有强大引导力和影响力的强社名社。人大社在“提质增效”的发展之路上,以“建立健全把社会效益放在首位、社会效益和经济效益相统一的文化创作生产体制机制”为目标,依托人民大学的学科优势和学术队伍,始终坚持把马克思主义研究成果的出版作为重中之重,大力宣传习近平新时代中国特色社会主义思想,出版了一大批马克思主义研究著作和教材,以及中国共产党百年来伟大成就的出版物,确立了人大社作为我国马克思主义出版重镇的特殊地位,在全国出版界独树一帜,被誉为当代中国的“红色出版社”。

(二)优化结构,突出重点。党的十九届五中全会提出2035年基本实现社会主义现代化远景目标,建成文化强国,明确了提升文化软实力的使命目标。10年来,人大社调整结构,突出重点,打造优势,在主题出版、学术出版、教材出版等领域成果卓著,是我国哲学社会科学出版领域的旗舰重镇。

伍 **队伍建设是提质增效的根本保障**
二 (一)发挥党建引领作用,凝聚改革发展力量。长期以来,人大社把坚持正确的出版方向,恪守党的意识形态阵地和文化宣传窗口的职责与使命,作为企业党建工作的指导思想。以企业文化建设为抓手,以党建促进社建,把建设一支先进文化传播者的优秀团队作为党建工作和企业运营的最佳结合点和着力点。

以主题出版和重大工程为引领打造时代精品。人大社依托人民大学在哲学社会科学领域的优势地位,社科出版方向聚焦三个方面:聚焦马克思主义理论研究及其中国化研究、当代中国社会主义建设理论研究的学术著作出版;聚焦围绕重大时间节点策划推出反映理论创新和实践创新的重大题材主题图书出版;聚焦国家经济建设和社会发展前沿课题,为国家社会发展提供智力支持的专业著作出版。在国家时代命运相关的重大课题上,集中优势,重点突破,形成了多层次、多向性、多元化的社科出版产品线。

突出原创性、专业性、学术性,助力构建中国特色哲学社会科学学科体系、学术体系、话语体系。人大社以大型学术项目引领学术出版,加强顶层设计,重视涵养品牌和规划产品布局,形成了若干个具有深远学术影响力、辐射力的大型学术文库和学术典籍。为构建中国特色哲学社会科学学术体系,不断加大投入中国优秀原创学术著作开发,形成了以下几个重点:一是组织策划了若干优势学科的开放性学术文库,每年不断有新的著作加入,反映国内学术研究的最新理论成果,如“认识中国了解中国书系”等;二是组织策划了一系列学术大家文集和具有文化积累价值的重要文献,如《梁启超全集》(20卷)等;三是以大型学术规划项目为重点的项目出版,如“中国近代思想家文库”等数字出版项目。

出版更多接地气、有底气、聚人气的精品力作。人大社围绕“改革开放40周年”“深入学习宣传贯彻党的十九大精神”“新中国成立70周年”等重大历史节点和历史事件,策划了一大批优秀的理论著作和接地气的理论普及读物,在学术界和社会上获得广泛影响,宣传了党的理论,壮大了主流舆论。如中国台湾大学政治系教授朱云汉的《高思在云:中国兴起与全球秩序重组》,厉以宁的《中国经济双重转型之路》,都获评了年度中国好书。青年学者鄢一龙等的《大道之行:中国共产党与中国社会主义》累计销售70余万册。《不忘初心》《牢记使命》《信仰人民》等也成为主题类畅销书,实现了社会效益和经济效益的双丰收。

贰 打造精品是提质增效的核心内容

人大社立足传统人文优势学科,把打造精品作为提质增效的核心内容,坚持苦练内功,着力提升图书品质。

(一)加强选题论证,做好导向管理。人大社在提质增效实践中,形成了一整套有效的选题把关管理机制。在制度建设上,党委制定了《贯彻落实意识形态工作责任制实施办法》,把政治性作为图书出版的头等任务来抓。人大社先后出台了《选题论证管理规定》《书号实名申领管理办法》《关于“三审”“三校”的具体要求》等一系列管理制度,严格流程管理,保证出版质量。在涉及到意识形态把关的关键环节——选题论证和审读加工两个工作流程中严格政治导向把关。在选题论证的第一道关口执行政治导向“一票否决制”。对于重大选题,由主管领导和社外专家双重把关,由社内三审三校、全文质检后上报上级主管部门审查,确保书稿内容不出现政治问题。

(二)强化价值论证,提升内容质量。人大社制定了严格的出版准入标准,保证图书的内容质量和专业性。一是重点学术系列制定严格的学术著作遴选标准。比如主题出版物系列,要求推出一批研究马克思主义理论、中国特色社会主义理论以及当代中国政治经济社会发展重大问题、弘扬中华优秀文化的主要出版物,尤其是能够“构建哲学社会科学话语体系”,对全局性、战略性、前瞻性问题作出回答的学术精品。二是制定严格的作者标准,保图书原创质量。遴选优质作者团队,从源头上保证图书出版的优秀品质。三是制定严格的学术标准,保证学术出版的专业性。人大社坚持内容品质价值为导向,以问题研究为核心,注重经典性、前沿性、创新性,注重文化积累和文明传承。“走出去”图书要代表中国出版水准、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,适应国

际传播和提高文化软实力。

(三)提升编校质量,强化流程管理。严格三审三校,强化流程管理,是人大社高品质图书的重要保障。人大社对三审三校的主体提出明确的任职要求,责任到人。在编辑加工方面,加强专业分工,重视交叉学科跨专业审读。坚持发挥校对工作在图书出版中的质量保证作用,设置专职校对管理人员,严格落实三校制度和责任校对制度。在生产印制方面,多年来形成了一整套生产质量控制体系,包括印前检查、印装工序监督、工艺材料把关、样书送检、入库抽检等。在图书设计上,坚持环保与审美并重,精品图书做到大气典雅,设计风格符合专业特色。人大社还强化质量管理部门的监管责任,在印前抽查、成品书抽查、印制质量抽查等方面把质量管理内化到出版生产的全流程。严格的质量体系铸就了人大社精品图书的优质品牌。

叁 融合出版是提质增效的创新动力

(一)立足主业,打造特色。高质量发展离不开科技创新,新时代数字出版是出版业提质增效新的增长点。人大社数字出版坚持以教材为核心,以学术著作和大众图书为两翼的“一体两翼”产品结构,在优势领域内重点布局数字教育、数字学术和数字阅读三个方向,把内容优势延伸到数字出版领域,形成了独具特色的数字品牌优势。在移动互联网时代通过整合出版社丰富的内容资源和对外合作的优质版权资源,形成了人大芸窗智慧教育品牌。该品牌为600多所高校提供200多门在线课程,涵盖经济、工商、政管等公共课程及高校文科本科主要课程,提供全方面的在线教学支撑,先后荣获“中国人民大学教育教学成果奖”“出版融合创新·年度推广技术”等多个奖项。

(二)项目引领,打造精品。人大社的数字出版坚持以优质内容为核心,重

大项目为引领的内涵式发展道路,从数字业务布局到数字项目开发始终坚守“高质量”打造精品项目的发展理念。大型项目频繁荣获国家级和行业级各类奖项。其中数字项目连续3届入选国家数字出版精品遴选推荐计划,是屈指可数的精品数字内容出版商。

着力打造了高品质、立体化、数字化的新时代高等教育数字出版体系,形成了人大芸窗智慧教育品牌。该品牌为600多所高校提供200多门在线课程,涵盖经济、工商、政管等公共课程及高校文科本科主要课程,提供全方面的在线教学支撑,先后荣获“中国人民大学教育教学成果奖”“出版融合创新·年度推广技术”等多个奖项。

着力服务我国哲学社会科学一线教学科研,精品数字产品体系行业领先。人大社以大型学术项目为引领,推出中国人大出版社系列数据库,成功推动人大社成为行业一流的知识服

务机构。系列数据库累计开通用户超过500家高校、公共图书馆、研究机构等,覆盖用户数2000万以上。2021年4月,中国思想与文化名家数据库入选国家新闻出版署组织的“百佳数字出版精品项目献礼建党百年专栏”。人大社还参与研制了4项国家标准和2项行业标准,成为行业标准制定的重要参与者。

(三)内容为王,扩大边界。除自身技术研发外,人大社还依托内容优势,积极拥抱新的数字化合作形式,不断扩大出版融合边界。数字阅读业务坚持“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,满足用户新需求。人大社与主流渠道商建立良好稳定的合作伙伴关系,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。多元化的融合产品使人大社成为多个数字阅读渠道的优质供应商。

肆 传播效果是提质增效的重要考量

(一)强化营销宣传,保障精品传播。新媒体蓬勃发展的内容生产时代,以市场为导向的营销宣传是出版业提质增效见成效的“最后一公里”。多举措开发精品出版物的营销渠道,创新营销方式,加大市场宣传力度,是保障精品内容出版广泛传播的关键一环。除新书发布会、研讨会、签售会等活动外,文化沙龙等活动形式更能吸引读者参与。此外,利用微博、微信、抖音等新媒体平台,用融合营销方式进一步打开了精品出版物的衍生空间。人大社近年来充分重视主流媒体、平台的宣传,提升图书影响力。每年结合大事在《人民日报》《光明日报》等媒体发表文章400余篇,覆盖60余家媒体;运营自媒体公众号内容文章近4000篇。这些以营销为核心的内容获得了良好的社会效益和经济效益。积极探索多元化营销方式,努力强化融合营销力度,通过直播、社群营销等方式,加强师生服务。2021年开展200余场线上线下师生活动,覆

盖院校1300余所,参与人数30余万人次。围绕重大活动、重要时间节点组织活动近200次,涉及200余家全国图书分销渠道,触达终端用户群体人数200余万人次。这些线上线下营销活动为优质图书打开了销路,保证了精品图书在市场上获得良好效益。

(二)加强国际传播,讲好中国故事。我们不但要在国内讲好中国故事,还要让世界看到一个真实、立体、全面的中国,让世界更好地读懂中国,实现更高水平走出去。人大社作为我国国际版权贸易的交流重镇,一直致力于搭建国际文化交流平台,推动中外学术文化交流。以高端学术著作国际出版为特色,截至目前,人大社向海外输出版权3000余种,涉及40多个语种,与世界50多个国家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、蒙古等地区设立分支机构。

人大社重视“走出去”工作的提质增效,大力发展与“三个顶尖”(即世界

顶尖、行业顶尖和所在国顶尖)出版机构的合作。与圣智学习、麦格劳-希尔、泰勒-弗朗西斯等跨国出版集团建立了战略合作伙伴关系。以主题图书和高端学术著作的国际出版为主要方向,打造良好的中国国际形象。人大社国际出版图书受到海外媒体、学界、读者的广泛关注,学者纷纷撰写书评,专业报纸刊登相关报道,学术机构举办形式多样的学术活动等,促使人大社国际出版图书市场占有率达到不断扩大,形成品牌价值。

人大社还重视发挥“走出去”领军作用,积极搭建国际出版平台,助力我国际传播能力建设。2017年发起成立“一带一路”学术出版联盟,2019年联盟由中宣部更名为“一带一路”共建国家出版合作体,将其活动纳入第2届国家“一带一路”峰会成果。截至目前,合作体成员单位发展到56个国家的319家成员单位,涵盖出版商、学术机构和专业团体等。合作体成立以来,推动成员单位签约中国内容图书5000多种。

(一)发挥党建引领作用,凝聚改革发展力量。长久以来,人大社把坚持正确的出版方向,恪守党的意识形态阵地和文化宣传窗口的职责与使命,作为企业党建工作的指导思想。以企业文化建设为抓手,以党建促进社建,把建设一支先进文化传播者的优秀团队作为党建工作和企业运营的最佳结合点和着力点。

以党建为引领,通过学习和监管两条线打造了一支理想信念坚定的学习型团队,这样的人才队伍保证了出版社以社会效益为首位,实现社会效益和经济效益相统一的高质量发展战略的实施,让人大社哲学社会科学的金字招牌熠熠生辉。通过学习宣传党的方针政策,真正做到入脑入心,使其成为推动出版社改革发展事业的强大思想武器。党委在廉政风险防范管理工作中发挥监督管理职能,重点查找在思想道德、业务流程、制度机制和外部环境等方面存在或可能存在的廉政风险,建立廉政风险防范的长效机制,保障出版社各项工作的顺利开展。

(二)科学规划人才梯队,培养优秀出版人才。人才队伍的提质增效,很大程度上依靠人才队伍的市场化、专业化、年轻化。人大社充分重视人才队伍结构建设,重视梯队人才培养。截至2021年12月,出版社员工总数532人。其中,硕士学历221人、博士学历24人,多数都为编辑,高学历的专业化队伍保障了人大社编辑业务水平。目前企业中层管理干部基本由中青年员工担纲,全社平均年龄由2000年的46岁,下降到2021年的39岁,平均社龄12年。建立了人才储备制度和导师制人才培养机制,以传帮带的方式建设合理的人才梯队,助力出版社高质量发展。通过科学规划,积极培养,人大社涌现了大批优秀出版人才,许多员工荣获“中国好编辑”“金牌编辑”“优秀版权工作者”等荣誉,并连续在“韬奋杯”全国图书编校大赛、优秀审读报告评选中获奖。

(三)完善人才制度建设,重视企业文化建设。人才作为高质量发展的战略资源,完善人才制度建设是发挥人才基础作用的根本保障。人大社重视编辑队伍建设的长效机制,建立健全编辑岗位激励机制,制定合理的晋升路径和薪资待遇上升通道。加强编辑能力培养,针对不同层次的编辑制定个性化培养方案,提高培训实效。不断完善的才制度为出版社健康、和谐、稳定发展提供人才支持,保证实现科学管理、民主办社、人才强社的战略目标。

人大社营造积极向上的企业文化,形成了具有文化情怀和美好追求的文化企业工作氛围。在企业文化精神传承上,通过编制出版社发展史、专题展板、微信公众号专题文章等形式向员工介绍出版社发展历程和发展成就,树立员工的文化自信和自豪感。邀请老员工通过上党课和员工培训等形式讲述老一代出版人如何做好精品出版的感人故事,传承精品出版的文化精神。

在企业文化建设中,人大社特别突出民主建社,形成风清气正的决策作风。在领导班子建设上,推动重大事项集体决策,重点项目分管落实。在民主管理上,依托人力资源部、工会、职代会等部门和群众组织,制订了若干工作管理办法,充分调动员工积极性,群策群力集中解决出版社发展中的问题,为出版社发展注入活力。