

《书香政协满庭芳:全国政协常委朱永新2020年履职实录》出版

中国出版传媒商报讯 今年全国两会前夕,民进中央副主席,全国政协常委、副秘书长朱永新最新力作《书香政协满庭芳:全国政协常委朱永新2020年履职实录》,由团结出版社出版发行。每年全国两会期间,朱永新都会详细记录参会情况,并将手记和全年履职记录整理成册。《书香政协满庭芳:全国政协常委朱永新2020年履职实录》记录了他2020年的政协履职过程以及媒体相关报道,囊括了“两会手记”“年度提案”“调研手记”“社情民意”“参政之声”“议政网事”“媒体关注”7个部分。全国政协文化文史和学习委员会副主任、全国政协委员读书指导小组

副组长小叶小文作序。

该书从全国政协委员、民主党派成员的视角,透视中国民主政治的进程,是民主党派与中国共产党思想上同心同德、目标上同心同向、行动上同心同行,政治协商、民主监督的真实写照。

朱永新曾完成多部关于两会的书籍,已在团结出版社连续出版《春天的约会:全国政协常委朱永新两会手记》《使命与担当:全国政协常委朱永新2019年履职实录》等。

中国环境出版集团

传播绿色文化 深耕出版主业

编者按 党的十八大以来,以习近平同志为核心的党中央高度重视生态文明建设,坚持把生态文明建设作为统筹推进“五位一体”总体布局和协调推进“四个全面”战略布局的重要内容,在重点突破中实现了整体推进。中国环境出版集团主动服务大局,明确规划部署,抓住发展机遇,在构建新时代生态文化体系中发挥了重要的支撑作用。

2021年是中国环境出版集团改制10周年,沐浴在建党百年的光辉下,这支生态环境书刊出版“生力军”取得了哪些成绩?“十四五”规划推进的关键之年将有哪些大动作?带着这些问题,我们走进了位于北京东城区广渠门内大街的环境大厦。

提起生态环境出版,很多人的印象可能还停留在中国环境科学出版社——一家有着40余年历史的知名专业出版社。实际上,自2011年改制,2015年组建集团公司以来,这个曾经的单一科技类出版社,早已在全面深改的春潮中顺势而起,成长作为一家主业挺拔、结构多元的综合性出版集团——2016年,环境出版集团实现营业收入23亿元;2020年,即便在新冠肺炎疫情等影响下,仍实现营业收入26亿元;2021年,更是取得营业收入37亿元的佳绩,为“十四五”发展迅速打开局面。

近年来,环境出版集团进一步将重心放在聚焦主责主业上,除了历史积累的水利水电、环保工程施工等重资产外,生态环境书刊出版作为主营业务,也是主要发力点,6个图书出版分社、1家发行公司、3家杂志社在生态环境文化主阵地形成合力,常年保持本行业书刊出版的领先地位。

党的十九大以来,环境出版集团大力宣传贯彻习近平生态文明思想和国家生态环保决策部署,出版了近万种生态环境保护相关图书,其中《低碳发展总论》荣获第四届中国出版政府奖,组织编写的《中国环境通史》(第1~2卷)荣获第十七届天津市社会科学优秀成果奖一等奖并入选中国历史研究院《中国历史学前沿报告(2020)》2019年度中国历史学五部优秀作品,《环保科普丛书》荣获2019年全国优秀科普作品,《环境保护》杂志荣获国家“百强期刊”“中国最美期刊”称号和第四届中国出版政府奖期刊奖提名奖。可以说,就是在主动服务大局、为生态环保工作提供坚强支撑的过程中,环境出版集团稳固了主业根基,逐步发展壮大。

调结构,优化产品布局

随着市场竞争日趋激烈,技术不断更迭,出版发行产业链各环节都在革新,从业者也时刻准备好迎接挑战。怎样守牢环境科技主战场,打造新的图书产品线?渠道和平台的变化带来了完全不同的传播方式,这对生态环保宣传工作意味着什么?展现生态环保和可持续发展的负责任大国形象,出版文化企业如何作为?

面对这些新时代、新阶段抛出的新课题,环境出版集团选择在修炼“内功”上下功夫。2018年以来,环境出版集团以体制机制创新为基础、内容结构调整为

核心,由“一把手”亲自上阵抓生产,从选题建设、装帧设计、成本管控、营销创新等不同维度切入,通过“调结构”“促融合”带动实现“稳增长”的长远目标。

具体来讲,首先是保持环境出版集团专业图书的领先地位,再以此为基础深挖优势资源,拓展产品线,优化产品结构。一方面,紧扣生态文明建设主线,出版一批在思想传播、政策宣传、文化引领、技术支撑等方面双效俱佳的专业类图书;另一方面,争取在生态环境科学普及、人文社科、儿童读物等领域形成影响力。

我们了解到,生态文学作为人文社科出版的一个重要分支,在世界范围内引起广泛关注,产生了诸如《瓦尔登湖》《寂静的春天》《沙乡年鉴》这类经典畅销书,但国内将它作为主攻方向的出版机构并不多,也没再出现过类似的现象级图书。新时代呼唤新作品,以生态文学为切口推动环保知识普及,环境出版集团自觉义不容辞。在“多元反哺出版”的战略下,环境出版集团设立了千万基金扶持重点出版项目,正在打造的独立品牌“青云书系”就是其中之一。据悉,该书系已引进多部优质版权图书,目前正在抓紧编译制作中,待形成规模后,环境出版集团将把目光聚焦到本土原创作品上,带着“栽下梧桐树,引得凤凰来”的美好企盼,与国内大家、名家一道,为大众读者提供更多的文学滋养。

促融合,满足市场需求

传统出版转型升级面对的问题非常复杂,涉及观念、平台、渠道等多方面。从“埋头做事”到“抬头看屏”,瞬息万变的行业态势对编辑的职业敏感度和创新思维提出了更高要求。在环境出版集团的各大会议和讲座上,领导干部多次鼓励大家直面市场、勇于开拓探索,抓住一切机会提升学习能力,推动集团员工观念理念的转变,从根本上为高质量发展提供了思想保障。

解决完人的问题,下一步就是搭建平台。2021年9月,由环境出版集团建设运营的生态环境教育平台“青云书社”正式上线。这个线上图书馆主要由四大板块支撑:青云书社板块囊括上百种免费电子书且还在持续更新,教育培训板块提供环评师考试培

训教材等配套资源,监测标准板块和宣传科普板块正在有序建设中。搭建运营自有平台可以说是环境出版集团在融合转型中迈出的一大步,放眼行业,可能它的起步不算早,但胜在资源得天独厚,贴合当下受众阅读和购买习惯的同时,也为未来的融媒体发展做好了铺垫。

从当下国内外专业出版的发展趋势来看,建数据库、在线平台的路子完全行得通,但如果想要连接市场、触达C(用户)端,显然靠这些是远远不够的——to C要求出版机构有能力整合各类新媒体渠道,达到共融互通,扩大品牌影响力。环境出版集团在多次调研后认识到了这点,并以引进的法国重磅畅销作品《爱情的破碎:一部分手史》为例试水:计划先在摩点众筹首发,为平台专供彩绘刷边特装本;与抖音达人接洽,在几个重要时间节点做直播带货;后期还将通过短视频、自播以及文创周边等形式进行全网覆盖式推广。市场书的新型营销路径已在逐渐摸索,下一步要做的就是根据自身实际,总结出一套行之有效的可复制模式。

走出去,提升文化影响力

优秀文化要“引进来”,展现大国担当和经验的精品力作更要“走出去”。“十三五”时期,环境出版集团版贸工作取得突破性进展,国际竞争力进一步加强。

2017年至今,已有《环境保护部新闻发布会实录(英文版)》系列及《美丽中国:新中国70年70人论生态文明建设(英文版)》等20余种图书实现版权输出。2021年底,环境出版集团与德国施普林格自然集团首次以开放获取模式出版《中国长期低碳发展战略与转型路径研究:综合报告(英文版)》,为制定和实施国家低碳发展战略和各项政策提供支撑,也为书写全球绿色低碳发展大趋势中的“中国故事”贡献智慧。

海阔催人进,扬帆正当时。站在新10年的起点上,中国环境出版集团将持续加强党的全面领导,服务生态环保中心工作,全面建成国内领先环境专业出版机构,以更加优异的成绩迎接党的二十大胜利召开。

(田红媛)



山西出版传媒集团2022年度工作会议上,集团党委书记、董事长贾新田作工作报告时强调,全系统按照“2551”总体部署,统筹做好全年各项工作,加快推动高质量发展,以实际行动迎接党的二十大胜利召开。“2551”部署里“五个推进”中的第一项,就是加快推进出版主业做强做优做大,“抓好主题出版”和“深入实施晋版振兴计划”是强主业的重中之重。

锻造“金字招牌”,扩大晋版图书影响力

■中国出版传媒商报记者 邸远

推动主题出版取得新突破

近年来,山西出版传媒集团始终把握主题主线、聚焦主责主业,把做好主题出版工作作为中心任务,主题出版不断呈现新亮点、取得新成效。

2021年,山西出版传媒集团重点推出了“三晋历史文化名人书系”《我和我的党支部》《掷地有声:山西五十八县“滴帽”故事》等精品主题出版物。其中,《一个老共产党员的生活账》《红色银行》《张桂梅和她的孩子们》3种图书入选中宣部2021年主题出版重点出版物选题,入选数量在全国列第11位。

记者了解到,“十四五”期间,山西出版传媒集团将继续把握主题、聚焦主业,大力实施“主题出版引领工程”,计划每年推出主题出版物不少于50种,重点项目不少于10种。今年将按照中宣部2022年主题出版六方面选题重点,突出迎接宣传贯彻党的二十大精神主线,深入学习贯彻落实习近平总书记考察调研山西

重要指示精神,重点推出《红色太行史》《走向胜利》《我爱我的祖国》《家国记忆——红色文物故事》《“全方位推动高质量发展透视”通俗理论读物系列丛书》《三晋大地脱贫攻坚》《纪录小康全景录·山西卷》《绿水青山拂面来》《冰雪中国》等精品主题读物,并将举办迎接党的二十大重点新书发布会。

晋版振兴计划明确品牌建设指向

要深入实施晋版振兴计划,实行台账式、项目化管理,以精品出版为导向,一体推进产品线优化和品牌建设,确保精品图书品种规模扩大、市场竞争力提升,这是山西出版传媒集团今年做好主业工作的一大发力点。

为此,该集团近日召开专题说明会,深入解读“晋版振兴计划”。山西出版传媒集团党委副书记、副董事长、总经理胡彦威提出四点要求,以推动计划更好实施:一是打造核心编辑团队,强化目标引导和激励

考核;二是做实响应机制,以“集团宏观调控+出版社具体项目管理”为主要手段,实现晋版振兴“一项举措多点开花”目标;三是严格把好出版物质量关,突出特色化、品牌化;四是坚持系统规划、稳步推进,做好规划与本单位考核体系、既有出版物建设规划的衔接,同时统筹电商营销等规划。

此前,山西出版传媒集团专门举行2022年1~2月“晋版好书”评选会,让晋版振兴计划找到抓手、尽快落地,“晋版好书”月度评选工作将常态化,向读者定期推荐。

据悉,“十四五”期间,该集团还将持续实施“六大出版工程”,充分发挥集团编辑委员会作用,大力提升精品图书品种规模和市场竞争力。重点打造“书海围棋”“名家作品中学生典藏版”“希望树”“医药卫生”“有度文化”“当代华人经济学家文库”“文博考古”“八路军数字出版”等重点品牌,持续提升晋版品牌影响力,奋力推进出版高质量发展。

集团动态



中国出版传媒商报讯 由中宣部国际传播局、中国外文局指导,当代中国与世界研究院策划的“新时代国际传播理论与实践研究”丛书(第一辑),近日由外文出版社、朝华出版社联合出版,在全国发行。

此次出版发行的丛书包括《新时代治国理政对外传播研究》《新时代对外话语体系建设实证研究》《从形象到战略:中国国际传播观察新视角》《新形势下国际传播的理论探索与实践思考》,其余2种《对外传播优秀案例研究(2020—2021)》《新时代提升中国国际传播能力新进阶》也将于2022年内出版发行。

丛书围绕习近平总书记关于做好国际传播工作系列重要讲话精神,聚焦新形势下国际传播理论发展与实践创新,发挥国家高端外宣智库优势,深化新时代国际传播规律研究,推动构建中国特色的战略传播体系,为全面提升国际传播效能提供实践参考和学理支撑,具有重要理论价值、重大现实意义。

丛书以国家外宣高端智库——当代中国与世界研究院为核心,汇集了中国当代最优秀的国际传播理论家和来自国际传播一线的业务能手,分别从多个方面探讨了国际传播的前沿理论热点和实践案例。有别于以往国际传播专注于政治维度或媒体领域的研究思路,该丛书重点关注国际传播中的诸多新领域、新挑战和新问题,填补了多项学术空白,是国际传播新形势下的创新之作。

此次出版的第一辑所选书目围绕全面提升国际传播效能,以建设适应新时代国际传播需要的专门人才队伍为目标,全面深度梳理了新时代下国际传播的理论、政策和优秀实践案例,兼具学术性、权威性、实践性、前沿性和基础性。

(邸远)



中国出版传媒商报讯 近日,北京出版集团与北京猿力教育科技有限公司(猿辅导)达成战略合作,深入探索文化出版与科技跨界相融合,大力重点布局数字出版领域。

据悉,双方战略合作将在五个方面重点展开,包括:突出双方优势资源,共同策划出版相关图书、音像等数字内容;着力应用大数据、人工智能等前沿科技,推动数字出版行业技术和方式革新,推动形成“数字思维+创新出版”新格局;利用双方在文化活动方面的特色和优势,激活双方品牌活力;积极进行理念创新、技术创新、编辑创新,创建“数字思维+创新出版”新探索路径;将更多数字出版内容和技术应用于北京终身学习文化氛围的营造,助力北京学习型社会建设,推动首都数字经济高质量发展。

此次两个行业巨头强强合作,被业界看作科技为数字出版带来新动能的标杆动作,将有效促进文化出版资源与高新技术的融合发展,进一步激发双方内容资源有效利用和品牌活力。据介绍,双方将依靠前沿教育科技力量与海量优质出版资源,共同做好精品数字内容的组织、呈现,形成以内容创新为动能、数字化阅读平台扩张为载体的融合发展新格局。

(邸远)

中国外文局

『新时代国际传播理论与实践研究』丛书(第一辑)出版