

编者按 非凡十年,我国出版业取得了非凡成就,出版集团在内容建设、品牌传播、融合转型、资本运作、“走出去”等方面齐发力,成绩有目共睹。在迎接党的二十大胜利召开之际,商报邀请中国出版集团、中国外文局、北京出版集团、辽宁出版集团、吉林出版集团、黑龙江出版集团、江西出版集团、山东出版集团、湖南出版投资控股集团、新华文轩出版传媒股份有限公司、贵州出版集团、读者出版集团、陕西新华出版传媒集团等集团老总,梳理出版业近十年变化,展示各集团主要成绩和未来构想。

非凡十年,出版集团老总谈非凡成绩

■中国出版传媒商报记者 田红媛 采访/整理



回答新时代课题,争做世界一流出版企业

■刘伯根(中国出版集团有限公司董事、党组副书记)

坚持稳字当头、稳中求进,回答新时代课题,解决传统出版转型升级的瓶颈问题,提升融合发展效益,扩大国际影响力。

党的十八大以来,以习近平同志为核心的党中央高度重视宣传思想工作,两次召开全国宣传思想工作会议,分别召开文艺工作、党的新闻舆论工作、哲学社会科学工作座谈会等,指明前进方向。习近平总书记致信祝贺首届全民阅读大会举办,近日又为《复兴文库》作序言,等等,充分体现了总书记对出版业的关怀和嘱托,给广大出版工作者带来了莫大鼓舞。媒体融合上升到国家战略层面,出版深度融合发展迫在眉睫。今年4月,中办、国办印发《关于推进新时代古籍工作的意见》,为推动中华优秀传统文化“双创”提供动力,为实现中华民族伟大复兴提供精神力量。

紧跟国家和社会发展步伐,中国出版集团始终明确出版“国家队”定位,坚持正确的出版导向,服务党和国家工作大局,顺应时代大势和出版业变革作了一些部署调整。具体表现在以下五方面。

一是强化党的领导,完善治理体系,突出使命担当。2016年10月,中组部、国务院国资委党委印发《贯彻落实全国国有企业党的建设工作会议精神重点任务》,集团把加强党的领导和完善公司治理统一起来,落实“党政一肩挑”,自觉承担起“举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象”的使命任务,扎实做好宣传思想工作。到2020年年初,集团领导层及各二级企业全面实现“双向进入、交叉任职”,党建工作纳入各级公司章程,各级党委前置研究重大问题成为常态,党的领导与现代企业制度相融合的治理体系基本形成。

二是适应新时代新要求,做强做优主题出版。集团紧紧围绕学习宣传贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想,把主题出版作为首要政治任务和业务工作来抓,出版主阵地作用愈发突显。仅2021年

围绕建党百年主题策划出版的图书就超过300种;13种出版物入选中宣部年度主题出版重点出版物选题,创下了历史最好成绩;《复兴文库》等国家重大工程项目取得了阶段性成果。

三是完善产业链产品链,实现融合发展,推动企业高质量发展。一方面,做好所属企业的重组整合,集团二级单位从29个调整为目前的25个,形成了合力,提高了整体竞争力;另一方面,二级单位产业链持续延伸,如中译公司已经作为国家级语言服务机构,将翻译业务和科技有机结合,推出了智慧语言云项目“译云”;中图公司为适应报刊数字化进程,业务从以进出口纸质出版物为主体,转变成以“易网通”为主平台的数据库、电子书国际贸易为新业务方向。

四是拥抱资本市场,适应技术应用和阅读习惯变化,满足多元化需求。2017年,“中国出版”登陆A股市场,开启发展新征程。集团由原来单一面向产品服务市场变为兼顾资本市场,重点支持了与用户需求紧密贴合的10个重大出版融合项目,包括生活·读书·新知三联书店的中读APP、中华书局的“古籍网”、商务印书馆的“新华字典”和“现代汉语词典”APP等,形成了较完善的融合产品集群,构建并形成了新型出版业态。

五是利用国际国内两个市场、两种资源,争做世界一流出版企业。集团致力于讲好中国故事,传播好中国声音,让世界更好了解中国,近十年来,文化影响力不断扩大,国际传播效果不断增强。2021年,集团版权输出数量超千项,涉42个语种、46个国家和地区,在“中国图书对外推广计划”年度综合排名中持续位居全国第一;北京国际图书博览会成为全球首个线上线下同步举办的国际书展,参展国家和展商数首次超过法兰克福书展。

总结中国出版集团近十年发展成绩,我觉得可以用“稳健的传统出版”“积极的融合出版”“入局资本市场”“打造现代化出版企业”等来概括。面向未来,集团将继续坚持稳字当头、稳中求进,回答新时代课题,解决传统出版转型升级的瓶颈问题,提升融合发展效益,扩大国际影响力,奋力实现2035年建成世界一流出版企业的远景目标和“十四五”发展目标。



守正创新,做好新时代对外出版排头兵

■刘大为(中国外文局副局长)

对外宣介好习近平新时代中国特色社会主义思想,讲好中国故事,传播好中国声音,展示好中国形象。

党的十八大以来这十年,是我国对外出版业加速发展、提质增效、做大做强的十年。图书“走出去”数量和质量明显提高,海外影响力不断提升。一批重大出版工程折射出中国人的文化自信,一大批向世界说明当代中国的多语种优秀图书彰显着鲜明的中国特色、中国风格、中国气派。

十年来,中国外文局坚持围绕中心、服务大局,以对外宣介习近平新时代中国特色社会主义思想统领对外出版,以编辑出版发行习近平总书记署名著作、论述摘编和讲话选编为引领,不断完善主题出版布局,以领袖著作和政治文献、解读中国共产党书系、当代中国主题图书、传统文化与文明图书、经典文学图书、对外汉语教材、优秀少儿读物七大主要产品线实施对外出版精品工程,取得一定成效。

我们将编译出版发行《习近平谈治国理政》等总书记重要著作作为全局“一号工程”,以最高标准、最高质量、最高水平做好系列出版和全球宣介,已出版36个语种,在31个国家举办了首发式、读者会、研讨会等国际重大推介活动,在40多个国际书展、500多家海外主流书店、20多家全球线上营销平台持续展示和销售,进入130多个国家和地区的主要图书馆,发行覆盖全球170多个国家和地区,成为改革开放以来来翻译出版语种最多、发行量最大、覆盖面最广的领导人著作。

“中国共产党为什么能”“读懂中国”“人民中国”“辉煌中国”“大美中国”“丝路百城传”“如何看中国”等系列丛书入选国家出版基金、国家文化出口重点项目、主题出版重点选题、丝路书香出版工程等,获得中国出版政府奖图书奖和装帧设计奖、中华优秀出版物奖、鲁迅文学奖、文津图书奖、全国古籍整理图书奖一等奖,以及美国“班尼奖”金奖、“世界最美的书”等国内国际大奖。中国国际图书贸易集团公司被授予“新闻出版走出去先进单位”,外文出版社4次获得中国出版政府奖先进出版单位奖,新世界出版社连续25年参加德国法兰克福书展,获得“荣誉

参展商”证书,华语教学出版社连续12年入选“国家文化出口重点企业”。

中国外文局在全国率先启动“中国主题图书海外编辑部”项目,到2021年底,已与41个国家的61家境外出版机构联合成立了69家,合作出版500余种中国主题图书。“中国图书中心”项目2016年启动,已在10个国家设立了10家中国图书中心。国图集团成为“中国书架”项目第三期中标企业最多、服务区域最广的服务单位,并作为发起单位连续承办12届全球海外华文书店中国图书联展活动。仅“十三五”期间,中国外文局先后参加全球50多个大型国际书展;出版图书超过1.6万个品种,外宣图书近5000种,对外出口中国出版物1950万册。版权输出方面,从2016年输出640种,到2020年输出769种,年均增长近5%，“十三五”期间合计版权输出近3500项。

中国外文局以习近平总书记致中国外文局成立70周年的贺信和勉励外文出版社外国专家的回信为标志,迈上国际传播和对外出版事业的新起点。我局对外名称改为“中国国际传播集团”,进一步明确职能定位,研究制定了《中国外文局中长期发展规划纲要(2020—2030年)》,认真贯彻落实《出版业“十四五”时期发展规划》,正在编制《中国外文局图书出版中长期发展规划(2023—2030年)》。我局将加大习近平总书记署名著作、论述摘编和讲话选编自主翻译出版和合作翻译出版力度,统筹资源扩大全球发行;聚焦党和国家重大决策部署和年度工作主题主线,推出一批对外出版系列品牌产品;加快对外出版与新媒体新业态的融合发展,成立“中国国际出版集团”天猫旗舰店,率先建设“中国国际云书库”沉浸式3D展览馆,开拓文化产品跨境电商服务平台、亚马逊中国书店、“阅中国”中国出版物海外发行云平台。发挥所属26家驻外机构作用,参加国际书展,提升本土运营能力,做到“一国一策”“一书一策”。

作为对外出版发行事业主力军,外文局将始终坚持服务党和国家工作大局,着力构建优质内容主导、先进技术赋能、数字营销发行、深度融合发展的对外出版新业态,对外宣介好习近平新时代中国特色社会主义思想,讲好中国故事,传播好中国声音,展示好中国形象,以实际行动迎接党的二十大胜利召开,为增强国家国际传播战略能力作出应有的贡献。(下转第8版)

- 1.相比以往,您认为近十年我国出版业的变化突出体现在哪几方面?顺应大势,贵集团顶层设计作了哪些调整?
- 2.请您用3~5个关键词总结贵集团十年来的发展成果。
- 3.下一阶段,贵集团(或出版业)需要解决的核心问题是什么?您对未来前景有何思考?



建设新时代中国一流的“出版+”集团

■康伟(北京出版集团党委书记、董事长)

构建以文化新地标为引力场,以内容生产、知识服务和知识性大数据为基础的“出版+”发展生态,把集团打造为文化的服务运营商、出版业高质量发展的引领者和知识性大数据的提供者。

近十年来,中国出版业已成为将核心价值观“内化为精神追求、外化为实际行动”的核心行业,是社会主义核心价值观观人脑入心的践行者,是增强意识形态主导权和话语权的引领者。增长方式方面,传统纸质出版由高速发展迈向高质量发展。产业发展方面,中国出版业的融合发展势在必行。生产要素方面,出版业成为既是知识服务又是大数据生产的行业。

十年来,北京出版集团强化政治引领,加快转型改革,打造北京文化新地标,为助力全国文化中心建设贡献力量。一是坚持精品战略。构建突出产品特色、坚持精品出版、形成品牌特色、推进领域创新的“专精特新”内容生产格局。二是加强融合发展。与多领域多家单位签署战略合作协议,实现优势互补、资源共享、融汇融合。完成北京工艺美术出版社、《投资北京》杂志社的无偿划转,推动出版资源向集团聚合。三是深化改革转型。制定集团机构调整方案,有序推进机构改革和全员聘任工作,切实理顺机制,增强活力。在数字化产品的打造上集中发力,搭建集“平台化、社交化、服务化、智能化”于一体的综合性文化服务平台,探索内容运营新模式。

北京出版集团十年来的发展成果,主要集中在以下六方面。

聚焦深耕出版主业。坚持精品战略,以集团出版业务工作领导小组统筹主题、人文社科、文学、少儿、教育等七大板块出版工作。围绕党和国家工作大局、重大战略部署、重要时间节点、中华优秀传统文化传承及北京全国文化中心建设等,持续推出精品力作,在国家级重要奖项评比中始终走在全国前列。十八大以来,集团共获国家级、省部级奖项及推优300余项,近800个项目入选国家和北京市各类重点出版物规划。

做优做强核心资产。联合西城区共同建设出版文化产业园,打造北京文化新地标。以集团楼宇和十月文学院为依托,有效利用物理空间的辐射带动作用,与

其他社会资源实现多方联动。充分发挥优质文化资源的牵引作用,以空间聚合资源、以政策吸引资源,形成出版产业规模与聚集效应,构建支撑集团创新发展的产业平台。

整合壮大融媒业务。成立集团融数中心,加强对融媒业务发展的顶层设计和统筹管理,引领、推动集团各子分公司数字化转型。通过数字赋能,推动出版要素与不同媒体和服务的深度融合,扩大优质数字文化产品供给,拓展文化智能应用场景,丰富数字文化消费,积极融入新发展格局。

擦亮“十月”金字招牌。整合集团“十月”品牌资源,成立十月分公司,立体化开发运营十月品牌,提升品牌效益。承办历届“北京十月文学月”活动,致力于打造贴近大众、服务群众的文学交流盛宴,已形成全市性的文学热潮与全国性的广泛影响。深挖文学的内容价值,实现IP多元发展,逐步在影视转化、研学旅行、舞台演出和衍生品开发等领域培育孵化新项目。

践行国企使命担当。积极参加“文化润疆·书香和田”图书捐赠活动,向和田地区捐赠各类图书200余万码洋,赴和田市等5个区县深入调研,起草援建工作《调研报告》。积极贯彻落实首都文化援建要求,推动落实图书出版、动漫教程、研学交流、技能培训等多个对口援建项目,自觉履行国有文化企业的政治责任和社会担当。

扎实推进图书出版“走出去”。积极拓展版权贸易输出,与世界50多个国家和地区的出版机构建立了良好合作关系,连续2届被评为“国家文化出口重点企业”。建立把社会效益放在首位,社会效益和经济效益有机统一的制度体系,推动集团对外文化贸易工作更加国际化、规范化。打造“品读北京”、十月作家居住地等品牌活动和跨国交流平台,不断拓宽中华文化在国际市场的传播渠道,提升传播效果,致力于与国际同仁一道推动世界文化的传承和交流。

为着力解决数字化程度不高等核心问题,北京出版集团将以“建设新时代中国一流的‘出版+’集团”为目标,致力于构建以文化新地标为引力场,以内容生产、知识服务和知识性大数据为基础的“出版+”发展生态,把集团打造为文化的服务运营商、出版业高质量发展的引领者和知识性大数据的提供者,通过出版业务和核心资产双轮驱动,确保国有资产保值增值,推动集团持续健康发展。

奋进新征程 建功新时代

- 中国书业的观察者、记录者、引领者
- 持续打造书业领先融媒体矩阵
- 包含中国编客、中国阅读周报、中国出版营销周报、成长教育周报、文创中国周报等特色子刊
- 上游出版机构、下游发行渠道(电商)、图书馆及作者、读者全覆盖

《中国出版传媒商报》 开放征订中

邮发代号: 1-217

征订二维码



国内统一刊号: CN11-0282
国外代号: D-4584
地址: 北京市西城区红莲南路28号红莲大厦A座1218