

近十年来,主题出版工作的内涵与外延都有所发展,选题方向内容更加多样、作品风格形态更趋多元、市场化国际化特点愈发突出,选题坚持围绕中心,服务大局,逐步扩展至政治、经济、社会、文化和生态文明建设方方面面。

10年砥砺前行,10年探索创新,10年融合发展,10年茁壮成长。作为全国出版行业中的排头兵、主力军之一,江苏凤凰出版传媒集团在主题出版方面用心谋划,积极作为,坚持以高质量发展为主题,持续聚焦出版主业,围绕庆祝中国共产党成

立100周年、新中国成立70周年、改革开放40周年,以及全面建成小康社会等特色主题,策划精品选题,持续组织实施文学、学术、科普、教育四大原创工程,推出一批精品好书,做强主题出版,凸显“凤凰特色”。

高 站 位 高 标 准

全链条打造凤凰传媒主题出版好书

提高站位 双效俱佳 深耕主题出版

重点选题策划量足质优。2015年以来,中宣部每年发布主题出版工作重点选题方向及工作要求,评选并公布年度主题出版重点出版物选题。入选中宣部年度主题出版重点出版物选题的情况,是检验出版单位主题出版选题策划能力的一个权威指标。2015~2022年,凤凰传媒按照中宣部通知要求组织申报重点选题,每年都有2种以上选题入选。具体而言,2015~2022年,凤凰传媒入选中宣部年度主题出版重点出版物选题数分别为2、4、4、3、3、4、7、8种,入选总数在全国各出版集团中居于前列。其中,2022年,更以入选数8种,名列全国出版集团第一,与中国出版集团及浙江出版联合集团并列。

江苏省委宣传部近年也评选和发布年度主题出版重点出版物选题。2019~2022年,江苏省主题出版重点出版物选题分别为59、58、55、54种,凤凰传媒入选数分别为47、38、40、36种,一直占选题总数的近70%。

精品图书出版双效统一。凤凰传媒出版工作始终把社会效益放在首位,努力追求社会效益和经济效益相统一。在主题出版工作领域,这方面表现尤为突出。

主题出版精品图书连年获得各种奖项。如江苏凤凰少年儿童出版社出版的《因为爸爸》,是一部以儿童视角书写时代英雄人物的少年成长小说,2017年荣获全国第十五届精神文明建设“五个一工程”奖图书奖;译林出版社出版的《我心归处是敦煌:樊锦诗自述》真实全面展现樊锦诗人生历程,展现几代“莫高窟人”热爱祖国传统文化保护事业的赤子初心与责任使命,荣获2019年度“中国好书”。2015年~2021年,共有18种图书被评为年度“中国好书”,这其中绝大多数为主题出版精品图书。

主题出版精品图书在取得良好社会效益的同时,也获得可观的经济效益。如《我心归处是敦煌:樊锦诗自述》,截至2022年9月,销售已近45万册;《60万米高空看中国》,截至2022年9月,销售近2.2万册,销售码洋510万。

内容生产机制务实高效。凤凰传媒将主题出版纳入全覆盖的精品内容生产体系,围绕导向、原创、质量和精品策划主题出版重点选题。为推动主题出版工作实现高质量发展,特别注重将理论和“四史”学习成果转化为主题出版成果,策划推出有学理深度和学术厚度的理论专著、深入浅出的大众化理论读物,以及其他能将科学理论转化为实践参考或指南的主题出版读物。



《我心归处是敦煌:樊锦诗自述》
樊锦诗口述,顾春芳撰写/译林出版社
2019年10月版



《60万米高空看中国》
刘思扬主编,新华社卫星新闻实验室编著/江苏凤凰科学技术出版社
2020年10月版



《向北方》
李红梅、刘仰东著
江苏人民出版社2021年6月版

《十九大党章知识精粹》
中共中央组织部党员教育中心、中共江苏省委组织部 联合制作
江苏凤凰电子音像出版社2019年11月版



“童心向党·百年辉煌”书系
李东华主编
江苏凤凰少年儿童出版社2021年4月版

锻造精品 力求形成凤凰传媒主题出版特色

视野大、切口小。凤凰传媒基于自身定位与专业优势,很少策划权威读本、学习纲要等宏观选题,而是注重“大视野、小切口”,在选题策划时注重以小见大、“大”题“小”做。如2021年是中国共产党成立100周年,江苏凤凰少年儿童出版社策划并编辑出版了“童心向党·百年辉煌”书系,从少年儿童的视角,回顾和感受党的百年辉煌历程,表达对党的百年华诞礼敬之情、祝福之情。江苏人民出版社策划并编辑出版《世纪江村:小康之路三部曲》,聚焦江苏省苏州市吴江县江村,以纪实文学体裁,讲述其百年来追求“小康”的故事。江村虽小,但追求“小康”的梦想很具有代表性。它是费孝通

貌,该书入选中宣部2022年度主题出版重点出版物选题。江苏人民出版社策划并编辑出版了《向北方》一书,通过再现新中国成立前民主人士千方百计从我国香港等地北上进入北平,在党的领导下积极参与协商建国这一生动历史过程,来体现中国共产党在带领全国人民实现全国解放、进而建立中华人民共和国“改天换地”的历史功勋。这部书视角巧妙,更注重以扎实而丰富的史料,来呈现扣人心弦而又鲜为人知的历史断面。江苏人民出版社《一国两制与基本法》、江苏凤凰文艺出版社《万鸟归巢》,以及江苏凤凰电子音像出版社“送法下乡”系列等,也都是“新”意突出的主题出版物。



《世纪江村:小康之路三部曲》章剑华著/江苏人民出版社2019年10月版
《万鸟归巢》何建明著/江苏凤凰文艺出版社2022年5月版
《中国少年》韩青辰著/江苏凤凰少年儿童出版社2022年5月版
《天地人生:中华传统文化十章》王蒙著/江苏人民出版社、凤凰出版社2022年10月版
《大国重器:图说当代中国重大科技成果》江苏省科普作家协会编,袁德主编/江苏凤凰美术出版社2018年12月版

访问26次的村庄,因费孝通所著的社会学经典著作《江村经济》蜚声海内外;新时代,它又成为中国农民小康之路的极佳样本。由此,这个“细”、小的村庄故事,一样很好地体现了中国全面小康社会建设这个大题材。“童心向党·百年辉煌”书系、《世纪江村:小康之路三部曲》分别入选中宣部2021年、2020年主题出版重点出版物选题。

题材新、内容实。凤凰传媒在策划打造主题出版读物时,特别强调紧扣时代特征、发扬时代精神,保证主题出版的“新”意。与此同时,通过为主题出版物注入可观的学理性、知识性,增加学术含量、知识含量,来保证主题出版的内容质量。如江苏凤凰少年儿童出版社学习2021年习近平总书记给江苏省淮安市新安小学的少先队员回信精神,策划选题《中国少年》,邀请著名儿童文学作家韩青辰深入调研采风而创作,由此展现中国少年的昂扬风

做工精、外观美。追求做工之精、外观之美,在凤凰传媒出版工作中是一直受到重视的。2017年至2021年,凤凰传媒每年有6种、5种、3种、4种、4种图书入选全国“最美的书”,入选数在全国出版集团中位居前列。凤凰传媒各出版社在打造主题读物时,也注重将主题出版的时代性、图书各自内容特点以及市场化需求,与追求“美”的传统结合起来,打造凤凰传媒主题出版“美”书。2019年度“中国好书”、江苏凤凰科学技术出版社《嘉卉:百年中国植物科学画》一书,选题缘起就是2017年度“中国最美的书”《芳华修远》。2019年度“中国好书”、译林出版社《我心归处是敦煌:樊锦诗自述》,2020年度“中国好书”、江苏凤凰科学技术出版社《60万米高空看中国》及2021年度“中国好书”、江苏凤凰科学技术出版社《山川纪行:第三极发现之旅——藏穆科学考察手记》等,也都是读者交口称赞的主题出版“美”书。

注重顶层设计,建立重大选题汇报制度。凤凰传媒深入贯彻落实集团内容创新战略,持续构建包含主题出版在内的全覆盖精品内容生产体系,建立重大选题汇报制度。在主题出版选题策划、申报及生产协调方面,凤凰传媒的意志也通过具体工作落实在各出版单位。如在申报中宣部年度主题出版重点出版物选题申报过程中,各出版单位选题申报材料都要经过凤凰传媒编委会多轮指导,反复打磨。

注重统筹协调,发挥协同优势。在部署和推进主题出版工作过程中,凤凰传媒注重统筹协调,发挥总体效能,体现协同优势。一是鼓励发挥各社专业特长,垂直化策划主题出版选题。二是在一些重大项目申报过程中,通过牵线搭桥,协调有关出版社联合申报,最大限度争取入选机会及名额。三是凤凰传媒编委会向各出版社下达有关任务指标,提出具体要求,进行压力传导,以此促进出版单位对主题出版工作的重视。

注重长远谋划,重大选题提前预判。凤凰传媒在组织开展主题出版工作过程中,提倡各出版社合理预判有关重大主题,及早策划有关选题并组织内容生产。与此同时,通过搭建名人工作室等出版平台,积极为各社主题出版选题策划工作“牵线搭桥”。中宣部2021年度主题出版重点出版物选题、2021年度“中国好书”《向北方》,就是刘金田工作室从2019年起谋划和推进完成的选题。

注重保障激励,多维举措促进选题推进。凤凰传媒通过多种方式支持各出版社开展主题出版工作。一是在凤凰传媒每年进行重点项目论证立项时,将主题出版作为一个重点门类单独立项,予以经费保障。二是对承担主题出版工作任务表现突出的出版社,予以书号专项扶持,对承担主题出版工作表现突出的编辑,在职称评审、人才库入选等方面给予重点考虑。三是在组织一些重大项目申报和资金扶持时,优先考虑主题出版有关项目。

注重市场营销,让精品图书叫好又叫座。凤凰传媒从三个层面推动主题图书的市场营销工作。一是在总体工作要求上,提出“两稳六升、两优两补”目标任务,明确将提升营销推广能力列入。二是围绕主题出版工作及主题出版读物,从传媒层面集中策划开展多层次多样化而富有针对性的营销活动。在“中国好书”申报、评选,以及凤凰传媒内部好书奖评等工作中,充分关注主题出版读物,形成鲜明导向。三是支持各出版社开展形式多样的主题出版读物营销工作,尤其支持各社将图书营销转化为具体的经济效益。

多措并举 探索凤凰传媒主题出版新思路