“汉译世界学术名著丛书”第二十一辑专家论证会举办

中国出版传媒商报讯 9月24日，“汉译世界学术名著丛书”第二十一辑专家论证会在京举办。来自中国社会科学院、北京大学、清华大学等高校和科研机构的40位学者专家应邀出席。商务印书馆党委书记、执行董事顾青致辞表示，“汉译名著”在新时代以习近平总书记提出的“不忘本来，吸收外来，面向未来”为总体指引，以更开放的事业、更全面的学科、更多元的品种，积极承担参与和助力新时代学术文化建设的使命。未来将一如既往地坚持精品路线，贯彻精选、精编、精校的理念和流程，将这套丛书进一步做大做精做强。会议由商务印书馆总编辑陈小文主持。

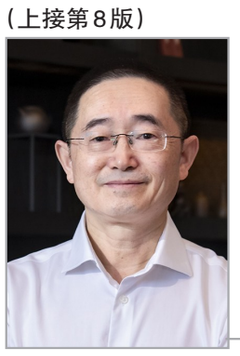
“汉译世界学术名著丛书”是商务印书馆组织出版的一套大型学术翻译丛书。丛书自1981年正式开始出版，至今已逾40年，规模达到20辑、近900种。近年来，“汉译名著”的出版速度显著提升，2012~2022年，已累计出版8辑近400种。与会专家按学科分组对“汉译世界学术名著丛书”第二十一辑备选书目进行了论证。通过论证的书目将收入“汉译名著”第二十一辑，此辑出版完成时，“汉译名著”的规模将达950种。

据悉，“十四五”期间，“汉译名著”将规划至第22辑、1000种，涵盖哲学、政治学、法学、社会学、教育学、历史学、地理学、经济学、管理学、语言学、文学艺术理论等学科。 （邸 远）

（上接第8版）

瞄准“三个向度”，领跑行业发展

■彭 玻（湖南出版投资控股集团党委书记、董事长，中南出版传媒集团董事长）



湖南出版集团希望在建设出版强国的新征程中当好排头兵，争当领跑者，核心问题还是立足主业、转型升级、融合发展。

2020年9月，习近平总书记考察马栏山视频文创产业园时指出，文化和科技融合，既催生了新的文化业态、延伸了文化产业链，又集聚了大量创新人才，是朝阳产业，大有前途。从出版发展历史来看，每一次技术变革，都对出版业产生了重大而深远的影响，从铅与火，到光与电，再到互联网，出版业的每一次跨越发展都离不开科技发展、技术变革的助力和推动。我认为，近十年我国出版业最大的变化，就体现在与科技融合的步伐日益加快，出版业正在全方位、深层次加速进入融合发展阶段，越来越多的出版机构聚力于业态创新与深度融合，积极探索5G、大数据、云计算、物联网、区块链、人工智能、元宇宙等新技术在出版服务中的应用，加快建立适应融合发展的组织架构、传播体系和管理体制，将出版、科技与文化创意相结合，开拓融合发展新路径。湖南出版集团十年前就提出了线上与线下结合、文化与金融结合的“两结合”发展战略，通过线上建平台，线下建网络，将数据在平台聚合，资源用网络协同，用资源和资本两条腿走路，打造新的文化消费生态圈，融合发展走在行业前列，成立了全国文化企业第一家财务公司和全国出版企业第一家基金公司，全国首批数字出版转型示范单位、出版融合发展重点实验室先后落户集团。

近十年来，湖南出版集团以高质量发展为主题，坚持守正创新，加快融合发展，“出版湘军”名片更加闪亮，主要成果可以用三个关键词来概括。

一是“引领”。湖南出版敢为人先，在业内较早提出数字化生存战略、“两结合”战略、振兴传统出版战略，营收、利润、资产规模、品牌影响、获奖项目、市场占有率位居全国出版集团第一方阵前列，连续13届入选全国文化企业30强，在改革、转型、主业发展等多个向度引领中国出版行业。2017年，集团总体经济规模在全国排名第2，中南传媒市值和利润排名第1，在全球出版50强评选中排名第6，领衔亚洲出版企业。

二是“稳健”。面对政策调整、疫情冲击、经济下行等多重压力，保持战略定力，一以贯之地守主业、促转型。坚持围绕主业补链延链强链，强化编印发供各环节，将资金和资源投入重点工程打造、精品内容生产和优质版权购买，推动数字化转型。坚持审慎稳妥的投资策略，紧盯优质出版资源和优秀团队进行资本投入。着力构建新的教育服务体系，推出“四维阅读”“中小学生阅读书系”等新产品。中南传媒市值、营收、利润等指标稳居行业前3。

三是“务实”。湖南出版集团根植于湖湘文化的深厚土壤，把企业文化建设与产业发展战略制定和公司治理体系构建同步推进，创造了独具特色的湖南出版文化。这种文化简而言之就是“讲传承”“不折腾”，就是一种务实干事、谋事不谋人的精神。一代代湖南出版人既传承了湖南出版文化的精髓，又根据产业不同发展阶段的实际需求，与时俱进推进文化理念发扬和创新，成为湖南出版凝聚力创造力的重要源泉。

《出版业“十四五”时期发展规划》明确提出2035年建成出版强国的目标，未来5~10年将是实现这一目标的关键期。湖南出版集团希望在建设出版强国的新征程中当好排头兵，争当领跑者，核心问题还是立足主业、转型升级、融合发展。为此，我们认真规划了发展方向，那就是着力构建优质内容主导、先进技术赋能、深度融合发展的出版新生态，成为有强劲传播力、引导力、公信力，主业突出、综合实力强、品牌价值凸显的世界一流新型主流出版传媒集团。具体而言，在发展目标上，瞄准“三个向度”：打造有带动力的中国文化产业旗舰企业、有传播力的全球出版领先基地、有影响力的文化“走出去”强势平台，推动湖南出版全面领跑中国出版行业。在发展原则上，坚持“五个始终”：始终把党的建设作为核心工作，始终把社会效益作为根本追求，始终把坚守主业作为主导战略，始终把改革创新作为发展动力，始终把积极进取作为自觉担当。在发展支撑上，把握“六个要点”：一是坚持正确导向，推动社会效益和经济效益相统一。二是提升出版能力，以“出大书、出新书、出好书”为追求，积极推进出版机制改革。三是锻造人才队伍，建立健全既符合政策、又与市场接轨的薪酬制度和考核激励制度。四是推进产业集聚，按照“一基地两园区”模式，建设马栏山园区和望城园区。五是注重技术赋能，大力培育新产业新业态和新增长点。六是用好资本力量，不断拓市场、聚资源，寻找更大的发展空间和战略纵深。

奋进新征程 建功新时代

中国出版业非凡十年

出版集团

坚持“原创化、特色化、融合化”之路

■罗 勇（四川新华出版发行集团党委书记、董事长，新华文轩党委书记、董事长）

坚持“三化”出版发展之路，以原创化夯实出版基础，以特色化凸显品牌价值，以融合化汇入时代主流。

党的十八大以来，中国特色社会主义进入新时代，我国出版业发生了很多新的变化，这些变化突出体现在三个方面。

党对出版工作的领导不断加强。出版发行企业积极探索党委领导与法人治理相结合的领导体制，加强党委对出版工作的集中统一领导，为新时代出版业的持续健康发展提供了坚强有力的组织保证。

出版业实现高质量发展。不断深化供给侧结构性改革，推动出版业由“高速增长”向“高质量发展”转变。深入推进转型发展，经营模式从粗放式向集约化转型，在保持规模稳定的同时实现“双效”不断提升。

出版“走出去”取得新成就。版权输出引进比从2012年的1∶1.88缩小到2020年的1∶1.02，基本实现版权贸易平衡。截至2020年5月，我国累计有500多家出版企业在境外建立各类分支机构。

为顺应发展趋势，新华文轩在以下四方面作出调整。一是聚焦主业，贯彻四川省委振兴四川出版战略。对多元化发展战略进行调整，重新聚焦到主业上来，确立“精耕出版传媒主业，利用互联网和资本市场推动转型发展”的发展思路，大力推动振兴出版、振兴实体书店战略。二是坚守导向，提高出版质量。严格落实出版管理制度，坚持出版导向与党中央的要求保持高度一致。严控选题内容质量，优化出版考核机制，推动出版发展模式从规模增长向质量提升转变。三是突出特色，增强国际影响。抢抓本土优质资源，打造具有四川特色的出版品牌，形成具有巴蜀文化底蕴的出版特色，通过讲好四川故事，唱响中国声音，推动出版“走出去”。四是拥抱技术，推动融合发展。在出版发行单位推进新兴信息技术的运用，利用互联网技术改造传统出版发行业务，通过整合外部资源和内部孵化等模式推动出版融合发展，打造一批优质出版融合项目。

近十年来，集团产业发展取得了较为显著成效。若用关键词来总结，我想应该有这五个。

“全国第二”。根据国家新闻出版署2020年新闻出版产业分析报告，集团总体经济规模评价综合排名位列全国发行集团第2位。

“三个百亿”。2021年集团实现营业总收入110.45亿元，同比增长19.56%；资产总额226.67亿元，同比增长6.13%；净资产总额138.90亿元，同比增长7.78%，成为四川省内首家“三个百亿”文化产业集团。这是集团在十八大以来集中主要精力抓出版发行主业的丰硕成果。

“A+H”。历时5年，新华文轩于2016年8月8日在上海证券交易所成功实现A股上市，成为我国首家A+H两地上市的出版传媒企业。回归A股市场，不仅通过进一步发挥体制优势，为产业发展提供了新的融资平台，还有力促进了国有资本的保值增值。

“振兴出版”。2016年以来，集团“振兴四川出版”工作取得了显著成绩，“两个效益”大幅增长，经营业绩屡破新高，全国市场排名实现跨越，畅销图书品种大幅提升，成功迈入全国出版行业第一方阵。2021年，根据开卷数据，文轩大众出版销售实洋排名全国第8位。

“互联网转型”。早在2008年，新华文轩就开始实施互联网转型战略，大力发展出版物电子商务。如今文轩网已经成为全国出版物电子商务领域的领先品牌，位列全国图书电商前三甲。此外，文轩教育持续推进教育信息化转型，推出融媒教辅、线上服务平台等教育服务融合产品；实体书店通过开设“云店”、运营流量、拓展社群，创新“在线上服务好线下读者”的线上线下融合发展模式，均取得了丰硕的成果。

随着产业的发展，文轩出版渐渐显露出了新问题，如出版业务支撑板块相对单一、高品质内容建设能力还不足、出版品牌影响力还不强、融合发展程度还不够深等。

未来，新华文轩将坚持走原创化、特色化、融合化的“三化”出版发展之路，即以原创化夯实出版基础，不断提升出版原创能力，挖掘优质选题资源，发扬工匠精神，推出真正能够打动人心的作品，以优质的原创图书去赢得读者、赢得市场；以特色化凸显品牌价值，根植文轩出版的历史优势积淀，准确把握市场需求，将自身擅长的专业领域做深做精，打造具有巴蜀底蕴、文轩特色的精品出版物；以融合化汇入时代主流，在产品、渠道、生产流程上全面拥抱数字化，逐步构建移动化、数字化和智能化的业务经营体系和产品服务体系，推进出版转型升级，为出版强国建设作出应有的贡献。

努力为人民提供更多优秀精神文化产品

■刘永升（读者出版集团党委书记、董事长）

牢记习近平总书记殷殷嘱托，深入实施高质量发展战略，努力让“读者”品牌在新时代焕发更加耀眼的文化光芒。

随着信息技术的快速发展，出版业发生了深刻变革，进入新发展阶段，人民群众的精神文化需求更加丰富多元。面对新形势、新任务，读者出版集团始终以习近平总书记视察集团时的重要指示精神为指引，坚持党对出版工作的领导不动摇，坚持把社会效益放在首位，主动应变求变，守好出版主阵地，努力为人民提供更多优秀精神文化产品，坚决担负起“举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象”的使命任务。

回顾集团这几年的发展，可以用这样几个关键词来概括：感恩奋进，打造精品，服务社会，多元融合。2019年8月21日，习近平总书记视察读者出版集团并作出重要指示，总书记的到来让我们无比骄傲和自豪，总书记的殷殷嘱托让我们深感责任重大、使命光荣。3年来，我们沿着习近平总书记指引的方向砥砺前行，集团改革发展一年一个台阶，集团营收和利润连续三年保持两位数增长，2021年成功入选“全国文化企业30强”提名企业；“读者”品牌连续19年入选世界品牌实验室发布的《中国500最具价值品牌》榜单，品牌价值跃升至422.57亿元。

一是着力打造精品，做优做强出版主业。大力实施图书精品出版战略，策划出版了一批有高度、有温度，“双效”俱佳的精品力作。2021年，集团有近40种图书入选国家级项目。其中，《藏文通用词典》获第五届中国出版政府奖图书提名奖；《写给青少年的敦煌故事》入选中宣部主题出版重点出版物选题；《敦煌通史》等9种图书入选国家出版基金资助项目；《敦煌艺术史》等18个项目入选“十四五”时期重点图书等专项规划。深入实施《读者》品质、影响力、传播力“三大提升工程”，努力在内容上融入时代脉络，销售搭上“网络快车”。《读者》杂志发行量连续3年稳中有升，至2021年累计发行超21亿册，稳居国内市场化期刊发行量首位。《读者》杂志社在第五届中国出版政府奖评选中再次获评先进出版单位。

二是服务全民阅读，助力书香社会建设。充分发挥“读者”的文化品牌优势、内容资源优势、传播渠道优势，创造性地提出并大力实施“点·线·端+全民阅读”建设书香社会的“读者方案”。在“点”的建设上，有序推进甘肃全省新华书店中心门店升级改造，加快推动以书为中心的传统书店向以人为中心的文化综合体转型。在“线”的建设上，全面推广“读者小站”，把“读者”文化与阅读服务融入大众日常生活。在“端”的建设上，探索开发“读者书房”“读者阅读角”“读者乡村文化驿站”等公共文化空间新形态，为机关、企业、学校、乡村等提供更加便捷的阅读服务。同时，大力实施“读者·中国阅读行动”全民阅读工程，累计组织开展读者大会、读者讲堂、诗文朗诵会等阅读活动近千场。2021年，“读者方案”被中宣部评为全民阅读优秀项目。

三是多元融合发展，加快品牌价值转化。不断拓展“读者”品牌的文化外延，拓宽品牌价值转化的多元渠道。旗下上海读者书店、惠州读者文化园、天水读者文旅小镇等运营良好，成为集团品牌深度开发的成功案例；第一所以“读者”品牌冠名的学校——读者小学落地成都，读者研学精品线路深受广大中小学师生和家长青睐……“读者+教育”探索出了新路径。精心打造的“读者”办公纸、《读者》40周年纪念套盒、读者晋林工作室手工书、《日知录》《读者日历》等产品深受市场欢迎，文化创意板块发展迈出坚实步伐。积极推进“读者”品牌数字化转型，以《读者》杂志优质内容为依托，打造读者新媒体矩阵，积极构建具有“读者”特色的出版融合生态圈。《读者》入驻“学习强国”平台，订阅人数突破4500万；创设的“每日一读”专栏，累计阅读量达4.5亿。《读者》喜马拉雅频道上架音频900余集，订户数达560万，音频累积播放量9.6亿次。“读者”微信公众号拥有粉丝数近700万。2021年，集团旗下读者传媒荣获国家新闻出版署“出版融合特色单位”称号。

读者出版集团将坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，始终牢记习近平总书记殷殷嘱托，完整、准确、全面贯彻新发展理念，深入实施高质量发展战略，坚持做精做优《读者》杂志，努力让“读者”品牌在新时代焕发更加耀眼的文化光芒；坚持走好“专、精、特、融”的图书出版路子，真正做到用精品铺路，靠好书留名；坚持系统观念，健全出版产业链条，统筹编印发各板块资源，建立“一盘棋”格局，着力打造以“读者”品牌为主导、以出版主业为根本、编印发一体发展的大出版产业体系；坚持深度融合发展，充分利用数字技术改造升级传统出版，努力培育新的增长点，为建设文化强国、文化强省贡献“读者力量”。

抓住出版的根本，提升资源整合能力

■张 炜（陕西新华出版传媒集团党委书记、董事长）

“谁掌握的资源越多，谁就更有竞争优势”。对出版业来说，抓住了出版的资源问题，就抓住了出版的根本。

近十年，党中央对推动全民阅读、建设书香中国高度重视，全民阅读上升为国家战略。出版业由追求规模数量向提高质量效益转变，服务党和国家工作大局的能力大幅提升。融合发展理念深入人心，成为行业共识。

随着数字时代的到来，各行各业的核心竞争力就是整合资源的能力，可以说“谁掌握的资源越多，谁就更有竞争优势”。对出版业来说，抓住了出版的资源问题，就抓住了出版的根本。基于此，我向中宣部申报并主持了《出版资源评估与研究》项目，主要包括“出版人力资源评估与研究”“出版内容资源评估与研究”“出版物衍生资源评估与研究”三个方面，出发点与落脚点是为出版业未来探索与发展提供一定的参考借鉴。目前，该项目已完成定稿，将于年底前正式出版。我始终认为，内容资源、人力资源、衍生资源将是新时代背景下，出版业核心竞争力最为重要的三大构成要素。所以，出版业要在新时代大有作为，加强内容建设、培养优秀人才、延展业务边界、推进融合发展是必走之路。

2014年6月，陕西新华出版传媒集团由陕西出版传媒集团、陕西新华发行集团融合组建而成，2021年的营业收入、净利润相比2014年分别增长了208.74%、219.48%，已成为陕西省领军型文化企业。

一是不断打造精品力作。累计出版图书5万余种，打造了红色主题、中华优秀传统文化、文物考古、丝路文化等优势出版领域。其中，12种图书获国家级出版“三大奖”，290余种图书、选题入选国家重点图书出版规划、主题出版重点出版物选题、国家出版基金项目等。

二是加速壮大发行业务。克服疫情影响、版型交付延迟、收转发周期缩短等困难，完成“课前到书、人手一册”政治任务。积极做好《习近平谈治国理政》第一至第四卷、党史学习教育指定用书等重点政治理论读物宣传发行工作。积极开拓研学旅行、酒类销售等多元板块，打造新增长点。

三是助力物资贸易蝶变。推进印刷物资与出版、发行板块深化合作；充分整合上游资源，加强与国内纸张龙头企业合作，不断开拓新市场、新项目、新产品。印刷物资板块2021年营业收入较2015年翻了5倍多。

四是加快融合发展步伐。搭建线上书店、开展直播带货，全力构建线上线下互融互促的营销新生态。深入挖掘内容资源优势，开发了以5G+VR红色文化体验馆、VR青铜文化数字展示平台等为代表的融合出版产品。加强与喜马拉雅等平台合作，上线大批优质有声读物。

五是全力推进门店升级。推进汉中书城、安康书城、蒲城新华和光购书中心等19家实体书店完成升级改造，新增延安中国红色书店、新华书店·西电1931等7家实体书店，持续提升服务群众、服务阅读的能力。

“十四五”时期，陕西新华出版将围绕“强基固本、追赶超越、融合发展”三大战略，坚持“稳固传统业务”与“推进转型升级”两条腿走路，推动经营工作从以系统化属性较强向系统与市场双轮驱动转型，推动产业结构由单一媒体向全媒体、由单纯提供图书产品向一并提供图书产品与多元文创产品转型，推动发展方式由实体经营向资本运营与实体经营齐头并进转型。

具体讲，主要分传统业务和转型升级两大方向。

持续稳固传统业务。一是提升市场能力。在提质增效上下功夫、在拓展业务上出实招，进一步增强员工的市场拓展力、产品的市场竞争力、品牌的市场影响力。二是主业稳中有进。加强内容建设，不断提升图书品质和单品种效益；发行板块围绕课后服务、素质教育等延展教育服务；物资贸易板块在稳的前提下，持续推动规模和效益双提升。三是实施项目带动。加快西北出版物物流配送中心建设步伐，推进安康市创新文化发展产业园、商洛新华传媒大厦等重大项目进度。四是深化渠道建设。积极探索能够优化渠道效能的新业态、新模式，进一步提升文化产品、文化服务供给能力。组织开展阅读活动，在助力书香社会建设中实现新发展。

不断推动转型升级。一是拓展数字传媒。以组建数字出版公司为抓手，搭建“智慧学习服务平台”“‘书香陕西’全民阅读数字平台”“中国西部重大文化资源IP运营平台”，打造数字出版精品矩阵。二是发展现代物流。计划与一家在全国有实力、有口碑的现代物流企业开展深度合作，为遍布陕西省各地的新华书店扩容，并大力拓展自营供应链业务。三是做好文创开发。加强与文物考古部门的合作，加大文物考古类文创产品开发力度。借助长安画派、黄土画派的影响力，与业内领先企业在高端艺术品复制方面展开合作。四是实现资产经营。加大闲置资产、闲置土地的开发力度，提升房产使用效率。主动与资本市场对接，提高资金使用效率，逐步推动从管理资产向经营资产转变。 （下转第14版）