

《人生便利店》在上海书展“营业”，刘墉为读者“云解忧”

中国出版传媒报讯 《人生便利店》是刘墉最新作品，由接力出版社出版。在这部作品中，刘墉删繁就简，长话短说，将人生与生活中的感悟写成每篇不足300字的文章。这些文章创作于作者每个灵感激荡的时刻。这些被瞬间抓住的灵光是作者几十年人生的沉淀凝结而成。目标渺茫、年龄焦虑、恋爱有疑、家庭矛盾、为钱所愁、学历受歧、社交恐惧、晋升瓶颈、原生家庭……分门别类，被上架在《人生便利店》的货架之中，或是收录在“生活区”的个人养护、婚恋果脯、家庭百货、处事味素货架，或是收录在“工作区”的思

维盲盒、社交罐头、情绪五金、行动饮料货架。随手翻阅，都能获得实用的建议和温暖的慰藉。

2022年9月28日~10月4日，上海首家《人生便利店》在上海书展恒基·旭辉天地分会场书香一条街特色展陈区正式“营业”。读者们参加了开业剪彩仪式，以及现场录制分享生活中遇到的不便利和烦恼问题，针对这些问题，刘墉为读者“云解忧”，“云解忧”的答复陆续在刘墉抖音号上发布。9月至12月，接力社还将联手钟书阁、西西弗书店、中信书店、苏州诚品、江苏大众等书局，开业50余家《人生便利店》“连锁店”，为读者打造真正的沉浸式阅读氛围。（沈西）

大众出版 (上接第14版)



随着全民阅读的推动和社会经济的不断发展，文学图书成为出版领域不可或缺的中坚力量。十年间，文艺出版人自觉承担起“举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象”的使命任务，不断开发、打造精品，乘着新时代的春风，成绩显著。

提升原创能力，打造文艺精品

尹志勇 (长江文艺出版社社长)

十年来，长江文艺出版社秉持对文学和出版市场的敬畏，不忘初心，在挖掘原创精品力作、开发优质图书产品、培养专业人才等方面不断发力，取得令人欣喜的成果，积累了宝贵经验。

坚持“原创立社，内容为王”。发现和打造优质原创作品的核心能力，是出版社的核心竞争力。原创长篇乃文艺立社之根基，做好长篇原创是品牌效应的最佳体现。长江文艺社坚持“原创立社，内容为王”的出版宗旨，不断发掘优秀原创长篇力作，近年来出版了《大江东去》《雪祭》《焰火》《树孩》《西南边》《天露湾》《北流》《蘑菇圈》《送流水》等重磅作品；同时，致力于发现新人新作、开掘类型文学等，纵向挖掘深度的同时横向拓宽维度。长期以来，长江文艺社致力于打造共生共荣的文学创作出版生态，以真诚服务作者为出发点，充分尊重创作规律和作者的创作自由，让优秀作品出得来、传得开。近十年来，长江文艺社获中国出版政府奖先进出版单位、全国版权示范单位，出版的图书获得众多奖项。

唱响主旋律，以精品意识打造优秀作品。坚持精品意识、打造优质作品，是文学出版的生命线，更是出版品种优化的核心和旨归。“十三五”期间，长江文艺社推出的《雪祭》《焰火》分别获得中宣部第十四届、第十五届“五个一工程”奖；《“致成长·焰火”系列》获第五届中国出版政府奖。《树孩》入选2021年度“中国好书”、第十七届“文津图书奖”，《大春秋》《天空下》获得第八届鲁迅文学奖。这些优秀作品的策划出版并非一日之功，是编辑和作者历时多年，持续投入、精心打磨而成。这些优秀作品的出版，也是长江文艺社持续研判读者需求和市场变化，广泛开拓国内外优秀的作者，并充分尊重作者自由创作和图书出版规律的成果，体现长江文艺社对精品孜孜不倦的追求。

优化选题结构，规划拓展产品线。文艺出版社要围绕优势领域和特色品种，以市场和读者需求为出发点，充分聚焦，打造优势产品和产品线，全面提高单品和产品线的出版效率。基于对市场的敬畏和理解，长江文艺社坚持“导向正确、双效结合”的原则，“畅销书+畅销书+品牌书”的出版思路，“创新+整合”的策划思路，不断优化选题结构，提升选题质量。将选题的社会价值、学术价值、审美价值、市场价值作为评判选题有效性的关键要素，长江文艺社对有重大社会价值的选题予以扶持，大力鼓励实施创新性选题，可做可不做的选题坚决不做，有效提高了选题质量。

目前，长江文艺社已重点进入文学的几个细分门类，在长篇小说、散文、诗歌等门类形成优势。其中，散文门类年销售码洋过亿，另有历史小说、世界文学名著、诗歌等多条年销售码洋过千万的产品线。稳定的产品集群，为出版社带来了可观的社会效益和经济效益。同时，在少儿文学、少儿科普领域，长江文艺社经过近年探索，打造出“暖心美”读书系列、百读不厌的经典故事、中小学科普经典阅读书系等产品集群，年销售码洋过亿。此外，“大教育”产品线是近十年来长江文艺社重点突破的方向。教学理论和教育方法等教师用书方面，年出版规模达4000万码洋，并出版了《致教师》《给教师的建议》等多部广受教育界好评的精品图书。

十年来，精准研判市场，以市场为导向，在持续优化选题、合理布局及拓展产品线结构的战略下，长江文艺社经济效益稳步增长。各产品线也获得了良好的社会效益，为出版社的品牌建设及持续发展奠定了坚实的基础。

培养专业化与类型化人才。出人才、出好书、出效益，是文学出版一以贯之的目标。优化人才队伍，就是不断培养具备优秀专业能力和强大精神力量的高素质编辑人才，锤炼谙熟新媒体传播规律、行动力强的营销和发行人才，吸纳综合素质高、思路开阔、熟悉融合出版的复合型人才。长江文艺社得以精品力作迭出，关键在于有一批有情怀、有追求的出版人。例如，长江文艺社于2012年创办的长江诗歌出版中心，是国内首家专业从事诗歌出版的工作室，工作室负责人沉河、谈骁亦是国内较有影响力的诗人。经过十年的发展，诗歌出版中心已经成为国内诗歌出版重镇，连续获得数十种文学大奖。

站在新时代的高峰上，长江文艺社将以更专业的水准促进文艺出版高质量发展，为全面建成社会主义现代化强国不懈奋斗。

传统出版与新业态高效联动

肖风华 (南方出版传媒股份有限公司副总经理, 广东人民出版社社长)

2012年党的十八大召开，中国特色社会主义进入新时代，出版规模和效益不断显现。十九大后，出版业进入蓬勃发展新时期，近几年供给侧结构性改革实践，又为出版和文化产业发展提供了新的动力。同时，随着社会整体阅读氛围和文化层次的提升，特别是教育“双减”政策落地以及对一些不良文化现象的强力纠偏，出版业呈现出巨大的发展潜力和想象空间，高质量发展的道路更加清晰。

顶层设计 作为广东出版主力军的广东人民出版社，面对互联网迅猛发展、企业边界不断外扩、民营书业迅速崛起、媒体融合转型和多元化商业模式并存的新时代出版业特征，充分展示“党社担当、大社风范”，以“稳中求进，先立后破”为总原则，2017年前瞻性启动出版全产业链市场化改革，2020年又在广东省出版集团全面深化改革战略部署和“专业化特色化品牌化”发展精神指引下，率先出台三年行动方案及配套政策，以生产输出优质内容为核心竞争力，以高效运转的全产业链市场化运营机制为保障措施，初步形成高质量发展格局和可持续发展体系。

成长关键词 聚焦精品战略，主题出版领跑广东。十八大以来，广东人民出版社紧紧围绕大众的多样化阅读需求，持续打造粤版精品。上接天线，下接地气，推出《账本里的中国》《双循环论纲》等优秀主题出版物；关注学术前沿，深入人文堂奥，《中华人民共和国通史》《世界华侨华人研究文库》等都是深受学界推重的学术大作；传承岭南文化文脉，《岭南文库》《粤派批评丛书》等岭南文化品牌书系已成为滋润一方文化热土的源头活水……十年深耕，广东人民出版社的主题出版

已跃居全国出版社中坚方阵，入选中宣部主题出版重点出版物数量在全国出版社中名列前茅。

重组业态布局，积极推行“创新融合就是生产力”。广东人民出版社聚焦主业，以四大板块业务为主线，按专业化发展思路，对业务部门进行重新整合。同时，坚持传统出版与新兴出版有机融合，不断延伸纸质出版的产业链与文化价值。2016年，成立广东首家出版社直属天猫旗舰店，在探索“互联网+”的出版新路上迈出实质性步伐，销售规模逐年裂变式增长，之后整合为新传媒营销分社，建立面对市场快速反应的统一产品出口和渠道；2019年成立以“互联网+出版+教育”融合为模式的融合发展分社，成为广东最早一批围绕主题、文化、教育三大主线进行跨界运作的新型出版团队；2020年升级版权与数字出版中心，以版权内容全平台运营为抓手，积极探路新业态出版模式，为地方出版社拓宽产业边界和多元化发展渠道、推动传统出版业转型升级提供了广东样板。

积极拥抱变化，引领出版业态深层次改革。广东人民出版社不断推进出版体制机制改革，通过多年实践，已经实现大部制与扁平化管理，营造激励创新的公平竞争环境，全员起立竞聘上岗，打破职务等级工资制度，建立了业务部门以利润为核心的精细化绩效考核机制，使出版社初步建立起现代企业机构运行机制。同时，持续深化各部门市场化运作政策的配套，升级成立大数据运营部，统一数据出口，促进业财融合；成



肖风华



张在健 (江苏凤凰文艺出版社社长)

构建面向未来的文学出版新业态

段持续发布专业评论文章，以专业向的深度评介扩大图书影响；另外，文学自带与影像的关联度，可以把文学图书包装成影视短片、话剧、舞台剧等形式，加速传播和出圈；我们还推出文学好书榜单及分主题的作品年选。一系列做法帮读者选择好书，理解内容，让好内容顺利抵达读者。

三是拓展文学的多元价值，释放文学的巨大潜能。充分挖掘和发挥文学的多重价值是推进文学创作和出版繁荣的重要工作。目前，江苏文艺社正着手尝试搭建两个平台：一个是从文学到影视的转化平台：成立“凤凰电影文学出版中心”，为文学创作者和影视制作方搭建一座版权交易的桥梁；另一个是建设“网络文学出版平台”，联合头部网文机构，共同构建一套完整的网络文学生产营销传播体系。

成长关键词 过去十年，江苏文艺社的发展分为3个节点：2012~2015年，秉持和延续出版传统；2016~2018年，应对变化，积极探索新的模式；2019~2022年，着力调整结构，积极建设面向未来的新型文学出版机构，为此重点推进优化产业结构，强化资源运营，突出生态创新，重构激励机制。

通过十年的调整促进，特别是在最近几年，已形成由文学、文化、文博、教育四大板块构成的清晰产品结构，尤其在文学板块，形成了五条特色鲜明的产品线：一是以长篇小说为主的名家原创产品线。二是以

“新坐标”书系为代表的当代实力派中青年作家产品线。三是以“新青年”书系为代表的新锐作家产品线。四是以名家精品为代表的诗歌产品线。五是现实题材主题出版产品线。

经验复盘 过去十年，我们做了大量基础工作，也做了不少探索，走过弯路，也有过收获。最值得总结的经验主要有几点：一是充分调研市场需求趋势，了解行业的发展形势。二是立足自身核心资源，制定发展战略，做好顶层设计。三是以重点项目带动板块建设及目标实现。

未来打法 下一阶段，我们需要解决的核心问题是如何构建面对新局面的外部出版生态，及如何建立起适应新业态的内部工作机制。

针对上述问题，我们正在以下三个方面做出尝试。一是打破以往分段式工作的传统模式，建立全方位、全流程协同推进的工作机制。建立编辑、营销、发行一体化的工作机制，宣传营销和发行人员要协同工作，项目团队全程相互协作，共担责任，成绩也由团队共享；二是将互联网思维贯穿出版工作全程。构建新型的以互联网为核心的营销体系，建立出版社自营电商平台，将营销宣传提升到和编辑发行同等重要的地位，加强自媒体矩阵和外部矩阵建设，为自营电商引流，推动实现营销闭环；三是将文学与学生教育相融合，打造新的经济支柱。依托文艺社的文学出版资源，在推动文学普及和做好阅读推广的同时，建构文学出版机构的经济支柱。

在中华文化国际传播中贡献“朝华”力量

汪涛 (朝华出版社社长)



顶层设计 回首过往，转型创新成果来之不易。2010年，朝华出版社完成转企改制。在与迅速成长起来的滕骥巨舰共搏市场中，朝华出版社努力拓展自己的生存发展空间。2014年9月，朝华出版社组建新一届领导班子。经过三个月密集调研，着眼中长期发展，我们作出三个基本判断。一是销售渠道边界日渐消融，以前的分渠道合作模式难以维系。必须全面提高自身“造血”功能，下决心抓编、印、营、发全链条核心能力提升，下大力气抓策划和营销两大头。二是图书市场产能过剩，同质化严重，需要坚决回归出版传统，明确特色定位，进一步聚焦收缩图书出版门类，充分体现国家意志、时代精神和中华文化主题，紧密对接政策和市场需求，突出主题出版和融合出版项目。三是受技术和资本、电商平台等方面多重挤压，大众图书出版链条被迫拉长，单一的图书经营模式难以支撑企业运转。同时，业内资源固化严重，竞争门槛不断增高，需要抓紧转型升级，融合新技术，探索新业态、新模式，培育发展增量。

在此基础上，我们制定了企业中长期发展规划，进一步明确了推进以优秀传统文化为核心的中华文化现代化、产业化和国际化的企业使命。

成长关键词 2015年，我们果断“断奶”，停止文学、社科和作文等门类的出版和社会合作，出版门类 and 读者

对象更加聚焦，产品结构逐渐完善。一方面，挖掘优质老版权，修订再版；另一方面，拓展资源，策划推出“新经典”。其中，既有为青年读者准备的大部头精品图册，又有儿童读物。《宝藏》《雪域珍宝》《古都北京》《华夏之路》等广受好评，并获得中华优秀出版物奖等国家级奖项。同时，国家出版基金项目《中国戏曲国脸全谱》《中英对照版》2017年出版，获得优异成绩。《干唐志斋碑帖全集》(共16卷)历时四年策划编辑，于今年出版。朝华社持续打造“中国故事”子品牌，推出多语种新版《杨永青》等名家系列图书和《漫画中国古代科技》等，多次加印；“伊伊过大节”“小米的四时奇遇”“京剧有故事”等原创儿童读物，也颇受小读者欢迎。

“美猴王系列”图书更成为朝华社的支柱性产品。历经大半年溯权签约和近一年精心修订编加，30多年前30多位画家手工绘制的《西游记》图画书，再次引发家长和孩子们的关注。该系列版权输出至斯里兰卡、美国、埃及等国家和地区，同样受到热捧。斯里兰卡国家电视台专题报道了 Kadulla Publications 出版发行该系列图书僧伽罗文版以及朝华社合作情况。朝华社还将与当当网等联合策划连环画版、桥梁书版等衍生系列，并持续推进国际合作。

为传播当代中国文化价值观念，弘扬中华文化蕴含的全人类共同价值，朝华社汇聚中拉科研机构专家学者联合打造“中拉文明互鉴”系列丛书。《中拉人文交流口述史》(中、西文版)、《中国与拉美：软实力视域

下的人文交流》(中、西文版)等，曾连续几年获得国家出版基金资助。自2017年起，朝华出版社还联合中拉相关单位举办了五届“中拉文明对话”论坛，成为中拉双方最具影响力的公共对话平台之一。

同时，朝华社积极探索新业态，完善业务布局。以美猴王系列图书原画素材为蓝本，建立了包含200多个形象、70多个场景和50多个经典故事情节的、版权清晰的数字资源池。通过开放合作，线上搭建“西游灵境”沉浸式体验空间、线下开拓“美猴王乐园”文旅融合项目，打造线上线下、虚实结合的“美猴王世界”元宇宙。与之相配套，进行包括IP二创、文创产品、课程体系、数字藏品、音视频节目、IP授权等多元项目的开发和落地。美猴王IP日益受到多方关注，运营良好。并且，经过持续的招引培养锻炼，适应企业发展需要的朝华社骨干团队基本形成，年龄和专业结构日趋合理，专业化水平不断提升。

未来打法 放眼未来，我们要坚持正确的政治方向，坚持出版特色，做优做强优势出版领域，提高品质，深入挖掘，推出更多精品力作，向世界讲好新时代中国故事，为增强中华文化的国际影响力作出更大贡献。要把创新摆在全社发展的核心地位，构建新发展格局。积极应对图书市场和新技术、新平台、新业态等环境条件变化，基于优质版权资源培育完善IP体系，放眼内容产业和文化产业，积极稳妥推进商业模式创新，实现产品和服务创新，优化经济结构。要树立新发展理念，不断提升企业治理水平，着力提升效率和效益。尤其要持续加大人才队伍培养引进，为骨干提供干事创业平台，为青年人提供锻炼成长阶梯。

(下转第20版)

奋进新征程 建功新时代
中国出版业
非凡十年
出版社