

山东画报出版社 出品牌书 创品牌社

■张晓东(山东画报出版社社长)



自1993年建社以来,山东画报出版社一直秉持“传承人类精神文明,滋养读者人文情怀”的出版理念,出版了以《老照片》为代表的众多有颜值、有内涵,品位雅致、装帧精美,可读性、收藏性兼具的高品质读物,曾被媒体和业界评为“最受读者欢迎的出版社”。《老照片》迄今已连续出版27年,单册最高销量30万册,被业界评为“中国出版业50年间的50件大事”之一。近几年来,山东画报出版社应时而为,以科技赋能优质资源,守正创新,确立了以主题出版产品线 and 人文社科产品线为主的出版方向。

做精做优主题出版产品线。山东画报出版社从2018年开始进入主题出版领域,主要是围绕党和国家的重要时间节点立选题,如改革开放40周年、新中国成立70周年、全面建成小康社会等,并立足自身的优质作者团队和图片库资源,打造“有意义又有意思”的主题出版品牌,先后出版了《中国时刻:40年400个难忘的瞬间》《中国》《捧起希望》《路桥上的中国》《我爱北京天安门》《蓝色暑假》《咱们的新时代》等30余种图书。山东画报出版社的主题类图书没有宏观叙事,而是用一幅幅精美稀见的图片,以平民的视角切入,用中国普通老百姓的日常生活、精神风貌来反映国家大事,得到了读者和业界的认可。相关图书连续4年入选中宣部主题出版重点出版物,其中3种入选国家出版基金主题专项出版项目,并输出英文、俄文、匈牙利文、印尼语等外文版权,在北京国际图书博览会、人民大会堂以及莫斯科国际书展、吉尔吉斯斯坦国际书展、委内瑞拉国际图书博览会举办了一系列图片展,等等;其市场表现也不俗,如《中国时刻》发行码洋771万,《中国》发行码洋1812万。

未来,我们将继续保持主题出版图书的出版特色和专业水准,围绕“三山两河两海”、抗美援朝战争胜利70周年、抗战胜利80周年、乡村

振兴、改革开放史等题材,策划出版《百年延安》《大河之洲》《黄河五度》《黄河古都》等一系列双效俱佳的产品,持续推出精品力作。

做大做强人文社科产品线。人文社科产品线是山东画报出版社的传统和品牌产品线,以文学艺术、历史地理、哲学美学、传统文化以及其他综合类图书为主要出版方向,注重原创性、学术性和大众性,品位高雅,通俗易懂。这条产品线以大众读物为主,滋养人们的精神、思想和情怀,深受广大学者和普通读者喜爱。这条产品线也由此聚集了一大批文化名家作者资源,如复旦大学资深教授葛剑雄,清华大学资深教授陈来,著名学者谷林、扬之水、止庵、陈子善、杭间,红学专家刘心武等;推出了众多人文社科精品,如《山东书法全集》、《中国审美文化史》、“中国传统工艺经典”丛书、“剑桥插图”系列、“书虫”系列、“汪曾祺”系列、“古建筑文化图说”系列等。其中,《图片中国百年史》1995年获得第四届中宣部精神文明建设“五个一工程”奖,《美在天真:新凤霞自述》入选2017年度“中国好书”,《中国》获第八届中华优秀出版物奖图书提名奖,《日本侵华图志》(25卷)获第六届中华优秀出版物奖图书提名奖,《白石老人自述》《吃茶一水间》《我在西南联大的日子》《设计准则》等成为畅销精品。

这条产品线还有少量的学术出版精品,主要是为了聚集国内一流的学术出版资源,打造出版规划和出版基金类等重大项目,涉及历史地理、军史战史、近代教育、书法艺术,如“中国近代经济地理研究”丛书、《中国近代私立大学图史》、《中国近代海军史研究》等。

未来几年我们的工作方向,主要是加强人文社科大众读物的编辑出版,形成良好的产品体系,做大做强畅销书基本盘,在此基础上打造精品书和畅销书,进一步打造山东画报出版社品牌 and 《老照片》品牌,持续推进“双品双效”工程。

山东画报出版社将坚持以“出品牌书、创品牌社”为发展目标,优化选题资源,聚集优质作者,打造具有更高水准、双效突出的品牌产品线,有效提升核心竞争力和社会影响力。

山东电子音像出版社 勇做融合创新排头兵

■刁戈(山东电子音像出版社社长)



山东电子音像出版社是山东出版传媒股份有限公司旗下一家专业电子音像出版社,拥有图书、电子、音像、数字网络等全部出版资质,及广播影视制作资质。近年来,山东电子音像出版社深入贯彻股份公司“四个聚焦”和“三三一”战略,以电子音像出版、多元融合出版和智慧教育为发力方向,努力开拓融合出版新局面。

坚守主业,做强主题出版。山东电子音像出版社坚守电子音像出版主业,积极开发电子音像类主题出版选题。近两年两获国家级大奖——《中国汉画像石粹编》(中英文版)荣获第五届中国出版政府奖提名奖,“洋葱学园”系列电子出版物荣获第八届中华优秀出版物(音像电子出版物)奖提名奖;3次获得省级奖励——《乡村记忆——探寻山东最美古村落》获得第三届山东省新闻出版奖音像制品出版物奖,《正道——社会主义核心价值观观影影像读本》荣获第四届山东省新闻出版奖精品奖。山东电子音像出版社荣获第四届山东省新闻出版奖优秀集体奖。另外,《“时代楷模”“最美奋斗者”系列有声读物》(第一辑)入选2021年度国家出版基金资助项目。《先锋——“时代楷模”的故事》列入“十三五”国家重点电子出版物出版规划增补项目,《信仰——老一辈共产党人的初心之路》《鲁韵悠扬》2种音像出版物入选“十四五”国家重点音像出版物出版专项规划,《铭记历史砥砺前行——纪念中国人民抗日战争胜利暨世界反法西斯战争胜利80周年》入选“十四五”国家重点电子出版物出版专项规划。

打造多元融合新型出版产品。在图书出版方面,山东电子音像出版社坚定走融合出版路线,重点围绕阅读、书法等方向策划选题,深入挖掘传统文化、创造性转化,创新性发展,将传统文化中的某些方面,重新组合整合,进行时代化解读,再利用最新数字技术,打造成新型多元融合

出版产品。多元融合出版产品线已出版了《童诗百年》《贤文趣读·每日小古文》《大语文分级诵读》《纵横华夏》《诗画盛唐》《写字小助手》《英语写字课课练》等数十套双效兼顾的融合出版产品。

“童诗百年”是我社近两年重点打造的产品。中华民族的文明史也是一部诗歌的编年史。而最为贴近生命原初的儿童诗,更是以其质朴和纯真涵养着个人、民族乃至国家的今天和未来。“童诗百年”书系凭借100多位作家、70卷经典作品的空前规模,构筑起一个面面兼备的坐标系,彰显出中国百年儿童诗的全貌,更是中国百年来具有实力和影响的儿童诗作者的一幅全家福。可以说,这套“童诗百年”具备了文学、诗学、史学、教育学等多方面的审美与精神价值。这套“童诗百年”自五四运动中国现代儿童诗的发轫开源,到20世纪80年代诗歌的黄金年代,再及新世纪儿童诗新潮,直至当下新时代纷呈的儿童诗风格,文脉相连,为读者呈现出百年童诗发展与嬗变的脉络。这套充满童真、满怀爱向善之心的书系,为孩子们营构出一个诗意的世界。孩子们通过读诗诵诗,体味诗之意蕴和韵律,从而丰富自己的情感,诗意地面对世界,编织多色彩的生活。

数字化、智能化助力教育出版转型。为落实山东出版集团“三三一”战略,助力教育出版数字化转型,山东电子音像出版社设计了“山东出版作业评价系统”项目。该项目通过收集纸质作业上的作答数据,为各级教育局、学校、师生提供学业诊断报告。在此基础上,利用作答数据,为学生提供个性化的练习和学习指导。这个项目由我们提出来以后,得到了山东出版集团领导、山东出版传媒股份公司领导的重视,并被列为山东出版集团重点项目。山东出版集团还专门为此成立了领导小组,调动了教育产业部、新华书店和各家出版社积极参与。目前该项目在山东出版集团领导和山东出版传媒股份公司领导的关心支持下,取得了阶段性进展,正在稳步落地实施中。

山东电子音像出版社始终坚守电子音像出版主业,始终坚定多元融合出版方向,始终坚持数字化智能化手段,勇做山东出版集团融合创新的排头兵。

山东新华书店集团 创新服务形式 彰显国企担当

■安萍生(山东新华书店集团有限公司党委书记、董事长)

近年来,在国家关于深入推进全民阅读、促进实体书店建设的政策支持下,山东新华书店集团有限公司(简称“山东新华”)围绕中心、服务大局,积极发挥自身优势,在推进全民阅读、弘扬先进文化、传播科学知识、提升国民文化素质等方面履行了应尽职责。而随着互联网技术的迅猛发展,人们阅读习惯发生深刻变化,山东新华为满足读者新的阅读需求,不断探索新的阅读服务模式,创新阅读服务载体,推动新华书店从单纯的图书经销商向综合文化服务商转变,成为引领全民阅读、营造书香社会的主阵地、主推手。

着力抓好党政读物发行,把党的思想传播到千家万户。作为党的宣传阵地,山东新华始终把党政读物的发行作为首要政治任务。近年来,为满足全省广大党员、干部、群众对党的创新理论的学习需求,将学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育与贯彻党的二十大精神有机结合,全力以赴做好重点党政读物征订发行工作,通过门店重点陈列、图书销售竞赛、网格化征订、送书上门等措施,全省重点党政读物党员覆盖率稳居全国前列,其中党史学习教育学习材料,《习近平谈治国理政》第四卷发行量均位居全国第一。

着力推进实体书店转型升级,打造全民阅读重要服务平台。通过转型升级,书店以靓丽的形象重回大众视野,且不再只是传统意义上买书卖书的场所,而是一个融合阅读文化、沙龙艺术、文创产品、咖啡美食、少儿成长、数字娱乐等多元业态于一体的文化阅读空间。目前,山东新华书店集团在全省拥有656家营业网点,已形成大型书城、中心门店、辅助性综合门店、校园书店、社区商圈书店、农村发行网点协同发展的良性格局,各地门店已成为当地文化服务设施的有力补充,成为推进全民阅读的重要平台。

着力打造品牌文化活动,营造全民阅读良好风尚。注重整合文化资源、创新活动形式,每年开展不低于2000场次的大型阅读推广活动,为广大读者提供丰富的文化服务。开展各类文化体验活动,打造了“泉·悦·读——名师公益讲堂”“阅时光书友会”“新华·崇德书房大讲坛”“一本书的诞生”等一批特色文化活动品牌,适应读者

多元化、个性化的文化消费习惯;积极打造“新华爱书客”研学旅行品牌,让学生跟着书本去研学,真正实现知行合一,助力素质教育深入实施。与此同时,连续多年承办“山东书展”“山东省青少年爱国主义读书教育活动”“滕州书展”“沂蒙夏季书市”等全省性或区域性的大型活动,并参与承办第30、31届“全国图书交易博览会”及“首届山东省全民阅读大会暨齐鲁书香节”,让广大市民群众畅享书香生活,营造浓厚阅读氛围,助力构建书香山东。

着力发挥公共阅读服务职能,推进全民阅读均衡发展。为扩大全民阅读的覆盖面,坚持“引进来”与“走出去”相结合,纵深推进全民阅读。通过邀请知名作家或阅读推广人开展进校园、进企业、进社区、进家庭、进机关、进农村、进军营等“七进”活动,送书下乡等活动,以及联合各地党委政府打造城市书房、社区书屋等政府购买服务项目,打通全民阅读的“最后一公里”,为广大群众提供丰富的精神文化食粮。与此同时,坚持服务“三农”、服务教育,积极投身农家书屋建设、捐助“希望工程”、为贫困学生免费提供教材等公益活动,切实发挥全民阅读主力军作用。

着力创新阅读服务模式,打造新型文化服务生态圈。山东新华紧紧把握移动互联网时代商业模式新趋势,不断提高书店业务的数字化、虚拟化、社交化、智能化水平。尤其是新冠疫情期间,通过线上商城、知识外卖服务、直播荐书、社群运营等多种新的服务方式,为消费者提供跨渠道、无缝化的购物体验,保障特殊时期广大读者的用书新需求。同时,聚焦各类流量入口,精心打造数字化门店、企微社群、三方店铺和线上分销四张网络,创新实施“员工变群主”“客户变团长”等新的运营推广模式,致力于构建新型用户关系,打造线上线下融合、图书非图融合、主业异业融合的综合文化服务生态圈。



山东数字出版公司 精准定位、项目带动,服务融入发展大局

■赵蓉涛(山东数字出版传媒有限公司总经理)

作为山东出版集团和股份公司唯一专业的信息技术和新媒体出版单位,数字公司明确自身发展定位,充分发挥技术服务和技术应用优势,加快服务和融入集团出版融合发展大局,具体举措如下。

一、明确“四者”融合发展定位,以实际行动服务和融入集团出版融合发展大局。

作为集团和股份公司数字产业化的主力军,紧紧围绕集团出版融合发展“三三一战略”,坚定做出“四者”的融合发展定位:新形态的实践者、新场景的搭建者、新模式的探索者、融合创新的组织(服务)者,不断策划和组织出版融合重点项目,探索新的商业模式。

一是全力以赴推进山东出版中小学数字教材服务平台建设和运营。该平台是出版集团融合创新7个重点项目之一“智慧教育平台”的重要组成部分。通过平台的产品研发、运行维护、技术支持及进校试点等建设和运营工作,倾力打造教育出版服务新模式,助力教育信息化建设。

二是全力以赴承担好《齐鲁文库》数字化项目。《齐鲁文库》项目对梳理山东文脉、展示山东特色具有重要作用。数字公司积极进行市场调研和专家论证,联合国内顶尖技术团队,努力实现齐鲁文化的数字化保护、呈现、管理、应用和传播的最优化。

三是全力以赴推动出版融合创新项目取得实质性进展。

当好桥梁和纽带,积极组织中国科学院软件中心专家与相关单位对接,深入参与“中国青年名家资源平台”和“《老照片》资源库平台”等重点项目的建设,进一步探索三方合作运营商业模式,倾力推动出版融合创新取得实质性进展。

四是全力以赴建设好《历代诗话齐鲁总汇》数字化项目。该项目是出版集团古籍数字化的重大成果,能为各类重大传统文化数字化项目积累经验,提供有益参考。中华优秀传统文化的数字化将是公司融合发展的重点选题方向。

二、探索出版融合“新路径”,打造公司发展“新引擎”。

出版融合是个新命题、新课题,没有现成的经验可以借鉴。我们经过“实践—认识—实践”的艰难探索,有以下几点不成熟的思考:

定位要精准。出版融合是将出版业务与新兴技术融为一体的新型出版形态,需要既能读懂出

版,又懂技术应用的专门单位和团队去组织实施。数字公司就要精准把握这个风口和需求,做好融合发展的桥梁和纽带。

紧盯内外部优质内容。出版行业始终是内容产业,要以优质内容建设为根本,打造融合发展产业链,充分集聚、挖掘、整合集团内外部优质内容资源,积极发挥自身技术优势和数字出版单位专业优势,组织策划精品出版项目,实现“两个效益”的双丰收。

瞄准两大关键发展领域。一是受众最多的领域——教育信息化,二是传承历史最悠久的领域——中华优秀传统文化“双创”。我们致力数字教材平台等教育服务的数字化、信息化建设,深入推进中华优秀传统文化“双创”重点数字化项目,通过打造新产品、新服务、新模式,构建服务智慧教育和优秀传统文化的出版新模式,真正实现向优质文化服务平台的转变。

打造跨区域性出版资源。出版融合的要义是协同发展,就是要善于开挖、整合区域性出版资源,加强与兄弟数字出版单位的沟通、交流、合作,通过内容技术融合、知识服务融合、跨平台融合等方式实现出版业的深度融合,探索适合出版业的融合协同发展之路。

体制机制要创新。出版融合创新工作如按部就班、循规蹈矩,必定步履维艰、困难重重。所谓不破不立,公司正致力打造产业联盟、跨界产业合作、整合产业链等方面的体制机制创新。

考核要机动灵活。融合出版对人才队伍建设、产业发展模式、考核评价体制等都有新的要求,要创新打造符合工作实际的人才引进机制、绩效考核评价机制等,为融合出版消除梗阻和障碍。

为伙伴创造价值。出版融合就是要资源共享、优势互补、协同发展。通过共同合作运营、风险共担、利益共享的经营模式,真正实现资源共享、技术共享、模式共享,通过为合作伙伴创造价值实现自身价值。

