

2024 出版集团做什么怎么做

中国出版传媒商报记者 白露

自2006年起,中国出版传媒商报连年刊发“出版集团新年做什么怎么做”专题,呈现各出版集团新一年度工作重点及计划,以期勾勒当年出版集团乃至出版业的发展态势,受到业界普遍关注。

2023年,一个极其独特的年份,我们见证了出版业所遭遇的前所未有的挑战。随着宏观环境的变化,出版业所受到的影响比以往任何时候都要深远。这一年,对于出版人来说,无疑是充满艰辛的一年。赚钱变得困难,传统的出版策略逐渐失效,使得出版业上下都在积极探索如何降低成本、提高效率。随着生成式AI的崛起,短视频和直播带货的盛行,出版业正面临着格局、渠道和发展逻辑的三重变革。在这样的背景下,2024年出版业又将如何布局?从各大出版集团已公开的年度工作会议重点中,我们可以窥见一二。

2024年是中华人民共和国成立75周年,是实施“十四五”规划的关键一年,全国出版集团坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想,正在以追求“质”的提升为目标,以新质生产力和人才为抓手,担负起新的文化使命。

加速跑市场,聚焦“效益+质量”考题

历经一年的经营压力冲击,2024年的新年工作会议,各出版集团的重点更加集中于效益。实现高效经营、增加利润,成为出版行业新一年发展的关键。在新年工作会中,出版集团不断提及注重提高效率、优化经营策略,适应时代发展变化、精准市场定位,着力提升经济效益。

江西出版传媒集团在2024年度工作会议中强调发展的“质量”,按照“要立得住、行得稳、走得远”的要求,着力打造亿元利润出版企业,实现质的有效提升和量的合理增长。

湖北长江出版传媒集团提出,要正确认识当前面临的发展形势,科学研判“时”与“势”,辩证分析“危”与“机”,全面把握“稳”与“进”,统筹推进“破”与“立”。加快改革创新,提升高质量发展质效。全面落实国有企业高质量发展五年行动计划,扎实开展新一轮改革深化提升行动,持续健全党的领导、班子建设、组织管理、协调机制、激励办法等工作制度,大力推动体制机制建设提档、机制创新提速、产业布局提质、资产运营提效、市值水平提振、风险防控提标,以改革激发活力,以改革提升质量效率,以改革破解发展难题。

南方传媒要求,要找准细分市场,要明晰用户在哪里,市场在哪里,要深入研究市场,研究用户,做好布局,策划选题。要坚持精品战略,集团将完善制度保障,搭建优质平台,做好资源配置,加大支持力度,激励品牌建设,推进“三化”改革。要抓精细化管理,统筹仓储物流,优化流程管控,提升精细化管理能力,提高出版效益。要创新营销方式,主动求变,整合营销资源、优化考核机制、革新组织模式,提升营销效能。

云南出版集团把“增动能”作为四大要点之一,聚力突破增动能,在融合发展、现代物流、非书多元上求突破,释放发展潜能,增强发展内生动力。要转型升级增动能,坚定不移推动实体店振兴,全力扭转连续锁板块下滑态势。要深挖潜力增动能,在投资与资产运营上持续发力,让闲置资产“活起来”,经营性资产“转起来”,提升资产经营质效。

读者出版集团在提质增效的问题上用了较大篇幅,提出要聚焦效益优先,树牢市场意识。该集团强调各经营单位都要进一步增强发展的内生动力,坚持走出去拓市场找项目,不断强化以优质项目推动经营提质量、增效益的发展思维,到市场竞争中去锻炼成长、发展壮大。要聚焦创新发展,塑造核心竞争力。坚持向管理要效益,向创新要增量,找准创新的发力点和突破口,发扬大胆试、大胆闯的精神,研究提出更多首创性、引领性、开拓性的举措,积极探索管理新机制,产品新形态、消费新场景,推动形成商业新模式,不断开辟发展新领域新赛道、塑造发展新动能新优势。深入实施降本增效战略,切实提升管理效能和发展效益。坚决做好开源、节流、挖潜、增效工作。

深圳出版集团开局定调,要求集团上下要坚持稳中求进、以进促稳、先立后破的发展总基调,贯彻落实“习惯过紧日子”的精神,艰苦奋斗、厉行节约。要把把握政府鼓励消费的发展机遇,积极挖掘新型文化消费需求,着力谋划新的业务增长。要时刻保持危机意识,增强“等不起、慢不得、坐不住”的转型发展紧迫感。具体提出要聚焦市场开拓,主动走出去,深耕深圳市场,广泛链接社会资源,加强与政府机关、国资国企、民营企业、学校、金融、医疗系统等机构合作,建立有效联动,谋求长效合作,积极面向市场要增量,确保各项业务取得新突破。

青岛出版集团更是喊出“人人走出去、人人跑市场”的口号,向市场要效益、向市场要活力,用市场规则评判工作,用市场逻辑激发动能,以更高标准、更高质量、更高效率,推进集团实现更高层次的全面市场化。

变被动为主动,以新质生产力为着力点

从2023年9月习近平总书记在黑龙江考察调研期间首次提到“新质生产力”,到2024年政府工作报告中强调要大力推进现代化产业体系建设,加快发展新质生产力。发展新质生产力已经成为推动高质量发展的内在要求和重要着力点。全国各出版集团也在新年工作会议中重点强调新质生产力与新型业态的发展。

中国出版集团强调“做强出版主业、发展新型业态”,河北出版传媒集团提出要“围绕创新发展,加快发展新质生产力,推进出版深度融合再上新台阶”。海峡出版发行集团指出要聚焦事业产业高质量发展,培育产业优化提升新动能,加快数字化转型升级步伐。

辽宁出版集团坚持融合发展,加速新产业效益转化。全面提升技术支撑服务能力,在加强版权服务、平台体系建设等方面实现新突破。在优化产业结构,增强发展动力上实现新突破。以出版主业为核心,拉动编印发供产业链条提质增效。持续推动出版转型融合,提升数字产品质量和全媒体运营能力。

黑龙江出版集团提出要把出版融合发展作为主攻方向,不断推进内容创新、技术创新、机制创新,加快推动传统出版业务向精品出版、按需出版、融合出版转型。

江西出版传媒集团在数字化转型上要成果、要效益,指出要加快推进数字化转型,努力实现由数字化向数智化转化、由分散作战向团队作战转化、由购买服务向自主研发转化,由数据沉淀向数据运用转化和由全面投入向逐步产出转化。

湖北长江出版传媒集团在2024年度工作部署会中提出要“大力发展新质生产力,进一步增强核心功能、提高核心价值”。充分利用各种有利条件,做到顺势而为、顺势而上,不断解放和发展出版生产力,找到变局中开新局的“金钥匙”,努力实现出版生产方式深层次变革。

重庆出版集团在新业态方面,提出要深化融合发展,增添高质量发展“新引擎”。要加快实施融合出版转型工程,围绕出版主业强化内容引领,做优做强数字内容建设。要加快实施出版传播生态工程,突出“文化+创新服务”新业态,加速各类产业平台全方位发展。要加快实施教育出版工程,把做好教育内容研发放在首位,重点抓好“5G+智慧教育·数字教材应用云”建设,积极推广智播云、心理健康服务平台等30多个应用落地落实。

黄河出版传媒集团强调坚持以高水平融合增强转型动能,着力提升数智化转型的规模实力和发展能力,把推动高水平融合作为重点攻坚方向,推动出版融合项目落地落细,坚持系统性布局,深入实施教育融合牵动战略,坚持整体性推进,大力拓展融合发展覆盖领域,注重原创性,着力构建融合发展人才梯队。

人才是第一资源,幸福感才是民生

事业发展归根到底还是“人”。2024年新年工作会议中,出版集团高度重视人才问题,认为人才问题是企业发展中最基础也是最关键的问题之一,并提纲挈领地指明了新一年人才培养、人才选拔以及员工福祉等最为基础且至关重要的议题。

河北出版传媒集团明确,要围绕推动集团可持续发展,努力建设堪当重任的高素质干部队伍。

(上接第1版)

2024年2月下半月社会科学类图书销售排行榜

排序	书名	版别	出版时间	定价(元)
1	中国共产党章程(64开 口袋本)	人民出版社	2022年10月	4.00
2	高举中国特色社会主义伟大旗帜 为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗——在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告(平装)	人民出版社	2022年10月	6.00
3	习近平著作选读 第一卷(普及本)	人民出版社	2023年4月	35.00
4	习近平著作选读 第二卷(普及本)	人民出版社	2023年4月	34.00
5	习近平新时代中国特色社会主义思想学习纲要(2023年版)	学习出版社 人民出版社	2023年4月	16.00
6	党的二十大报告辅导读本(32开)	人民出版社	2022年10月	38.00
7	中国共产党纪律处分条例(单行本)	中国方正出版社	2023年12月	8.00
8	习近平关于基层治理论述摘编	中央文献出版社	2023年10月	19.00
9	二十大党章修正案学习问答	党建读物出版社	2022年10月	20.00
10	党的二十大报告学习辅导百问	学习出版社 党建读物出版社	2022年10月	30.00

2024年2月下半月文化教育类图书销售排行榜

排序	书名	版别	出版时间	定价(元)
1	新华字典(第12版 双色本)	商务印书馆	2020年7月	32.90
2	陪孩子轻松学好英语	浙江教育出版社	2024年2月	59.80
3	语文 基础模块(下册)	高等教育出版社	2023年8月	19.60
4	星火英语 黑旋风试卷 全真试题 标准模拟(4级)	上海交通大学出版社	2022年12月	65.80
5	星火英语六级真题试卷卷卷复习资料	上海交通大学出版社	2023年12月	65.80
6	苏东坡传(精装纪念典藏版)	湖南文艺出版社	2018年1月	52.00
7	历史 基础模块 世界历史	高等教育出版社	2023年8月	12.60
8	现代汉语词典(第7版)	商务印书馆	2016年9月	109.00
9	新目标大学英语系列教材视听听说教程2(第2版)	上海外语教育出版社	2023年5月	49.00
10	数学基础模块(下册 修订版)	高等教育出版社	2023年7月	30.20

2024年2月下半月少儿读物销售排行榜

排序	书名	版别	出版时间	定价(元)
1	“笨狼的故事”系列 笨狼是谁(注音版)	湖南少年儿童出版社	2016年7月	20.00
2	我有友情要出租(拼音版)	新疆青少年出版社	2017年5月	18.00
3	写给儿童的 中国历史(全14册)	新世界出版社	2018年1月	355.00
4	苹果树上的外婆(注音版)	新蕾出版社	2022年8月	26.00
5	读读童谣和儿歌	人民教育出版社	2018年1月	39.80
6	四季的变化 科普认知绘本(全4册)	天地出版社	2019年4月	68.00
7	窗边的小豆豆	南海出版公司	2018年5月	39.50
8	没头脑和不高兴(注音版)	浙江少年儿童出版社	2018年4月	25.00
9	中国经典童诗 蝴蝶豌豆花	河北教育出版社	2011年7月	25.80
10	时代广场的蟋蟀	二十一世纪出版社	2017年7月	25.00

2024年2月下半月科技生活类图书销售排行榜

排序	书名	版别	出版时间	定价(元)
1	神秘的答案之书	江苏凤凰文艺出版社	2019年5月	38.00
2	崔玉涛育儿百科	中信出版社	2019年1月	178.00
3	海蒂怀孕大百科	南海出版公司	2019年4月	68.00
4	协和专家孕产大百科	江苏凤凰科学技术出版社	2016年8月	49.80
5	神奇的答案之书(平装)	吉林美术出版社	2020年9月	35.00
6	ChatGPT实操应用大全(全视频·彩色版)	中国水利水电出版社	2023年11月	108.00
7	Vlog短视频创作从新手到高手	清华大学出版社	2022年9月	79.00
8	外科学(第9版)	人民卫生出版社	2018年8月	116.00
9	联动物交换身体(全3册)	湖南文艺出版社	2023年12月	149.40
10	小行星旅行记(注音版)	人民邮电出版社	2021年2月	39.00

为了及时反映市场行情,为出版社、书店营销、选品提供参考,为读者阅读、购书提供指南,本报每半月刊出一次图书销售排行榜,以服务业界与读者。半月图书销售排行榜基于“国家出版发行信息公共服务平台”的销售数据和商报·奥示“中国出版业市场监测系统”线下ERP数据、线上监测数据,由全品类总榜和社会科学、文化教育、文学艺术、少儿读物、科技生活5个分品类榜单,均按销量降序排列。(报载各榜TOP10;各榜TOP20见商报官微、官网)

(上接第1版)回溯往年政府工作报告中关于“全民阅读”的表述变化:2014年至2016年的表述是“倡导全民阅读”,2017年则是“大力推动全民阅读”,让出版发行业上下皆为振奋。经历从2018年到2021年的“倡导全民阅读”之后,2022年和2023年的表述则是“深入推进全民阅读”。今年政府工作报告提出“深化全民阅读活动”,这与党的二十大报告中的表述一致。从“深入”到“深化”,足以体现党中央、国务院对全民阅读的高度重视以及建设社会主义文化强国的决心。

今年全国两会期间,多位代表、委员的议案提案都聚焦于“全民阅读”。如何深化全民阅读?全国政协委员、商务印书馆执行董事、党委书记顾青倡导深度阅读,加大经典图书的推荐力度。他认为,在网络阅读盛行的当下,恢复读书的本质,提升自我水平,才是全民阅读最重要的事情。在全国政协委员、北京十月文艺出版社总编辑韩敬群看来,今年政府工作报告提出“深化全民阅读”,意在更高质量地推进这项工作。阅读活动应常态化、持久化,渗透到每一位读者的日常生活中。全国政协委员,中国作家协会副主席、党组成员、书记处书记吴义勤告诉记者:“文学的意义在于读者的阅读,文学所蕴含精神力量的传递也必须通过阅读才能实现。”因此,在今年的两会提案中,他建议建立“作家文学阅读大使”荣誉制度,打造权威的文学阅读榜等。全国政协委员,上海报业集团党委书记、社长李芸认为,建设“书香社会”需要党和政府作为倡导者和引领者,加强统筹、整合资源、整体推进。基于此,她今年提交了一份关于提升文化服务能级,加速推进“书香社会”建设的提案。她建议做好统筹规划、顶层设计,加快推动线上线上、线下、实体阅读空间和数字阅读平台同步融合发展。

对于教育领域的“全民阅读”建设,全国政协委员、民建北京市委副主委、希肯国际文化集团董事长安庭建议推进校园“书香京津冀”建设。在他看来,以“书香京津冀”建设带动全民阅读,既能促进三地全面协同发展,又能在全国树立示范引领作用。

值得关注的是,香港特区政府于去年4月23日宣布,2024年起将把这一天定为“香港全民阅读日”。今年两会期间,港区全国政协委员、天地图书董事长吴静怡建议粤港澳三地共建打造“粤港澳大湾区全民阅读文化”共建共享平台,推动我国香港的全民阅读活动与粤港澳大湾区实现联动及同频共振,相互借鉴学习,不断扩大活动规模和文化影响力。

古籍相关人才队伍建设与数字化呼声高

习近平总书记强调要着力赓续中华文脉、推动中华优秀传统文化创造性转化和创新性发展。中华优秀传统文化是取之不竭的富矿宝藏,传统文化与文化遗产是出版与学术研究互动的丰厚资源。新时代,如何让传统文化焕发新活力?在今年的两会议案和提案中,传统文化依旧是关注的重点。

全国政协委员、中国出版传媒股份有限公司原董事、总经理李岩对出版依旧满怀深情,也深知古籍人才培养的重要性。他说:“与其他出版类人才不同,古籍出版人才需要一定的学术专业积累,培养周期较长。”希望未来高校与出版企业之间加大人才培养力度,多措并举培养高端古籍出版人才。

全国政协委员、国家图书馆古籍馆馆长陈红彦也关注到古籍工作仍然存在人才短缺的问题。她在今年《关于提升古籍保护人才培养水平灵活用人机制的提案》中建议学校教育阶段,借鉴国外古籍保护人才的培养方式,整合学科设置;建立稀缺人才的绿色通道,有效补充收藏单位和社会机构的人力资源等。

全国政协委员、中国社会科学院文学研究所研究员、中国社会科学院大学博士生导师刘宇持续关注古籍和古诗文的当代传承与传播,她今年的提案为《进一步完善古籍工作项目评价与人才奖励机制》。她建议评选国家级、省级古籍工作先进个人,同时将“古籍工作青年先进个人”称号评选古籍青年优秀人才,激励更多青年人才从事古籍工作。

古籍数字化激发新动能。全国人大代表,读者杂志社副社长、副总编辑陈天竺一直关注中华优秀传统文化的传承和弘扬。去年她在十四届全国人大一次会议的“代表通道”呼吁,让更多人感受到文字和阅读的力量,引发广泛关注。今年,陈天竺仍将目光聚焦于此,但是她的研究角度更加深入,古籍活化利用就是其中之一。她认为,做好新时代古籍工作,要利用好现代科技手段,使古籍中的智慧精华更好地传播与推广。古籍活化才能让古籍走出学术“象牙塔”,服务大众,服务社会。因此,今年两会她带来了关于进一步推动古籍活化利用的建议。

民进中央也提交了关于推进古籍数字化,以数字技术赋能中华优秀传统文化传承与创新的提案,其中多处强调古籍数字化重要性,古籍数字化是新时期保护、利用好古籍的有效方式,建议强化古籍数字化人才支撑,对现有人员进行数字化技术培训,优化公共机构古籍数字化关键设备配置等。

推进全民阅读再进阶!