

● 国庆系列访谈实录

2024年,中国图书出版市场已进入新的历史周期。未来,出版业势必会在大环境的剧烈变化以及新技术的双重加持下重构。在新中国成立75周年的国庆档,中国出版传媒商报启动“谁是中国出版业未来推动者”访谈,聚焦探讨中国出版产业的发展趋势,了解行业领导和创新者如何推动行业发展,以及他们对未来的展望。

谁是中国出版业未来推动者

□中国出版传媒报记者 孙珏 采访/整理

构建版权经营核心竞争力

■韩卫东(上海译文出版社党委书记、社长)

来积极推动新业务格局、新营销体系、新管理平台。在“十四五”规划期间,译文社确立了“两个延伸”和“两个转变”的发展战略:品牌战略向全版权多形态战略延伸,从“引进来”为主向“引进来”和“走出去”双向发展延伸;从产品服务转变为知识服务,从经营产品转变为经营作者。译文社的发展是以“构建版权经营核心竞争力”为主线展开的,为此我们强化了优质版权资源聚集,聚力打造强大的新零售、新营销市场运营体系和现代出版企业专业队伍,以此来盘整企业的运转和经营。

□您所在的机构,在改变传统出版模式维度方面有哪些卓有成效的创新?

■在出版社内部管理方面,译文社实现信息化经营管理平台升级,不断提高管理运营水平,把成功的运营经验和管理制度转化为规范稳定的运作流程,建设高效能的经营管理平台。译文社的ERP系统在完善各模块功能的基础上重点开发打磨了版权管理、合同管理、稿酬版税结算等新模块,同时调研开发与外部市场数据对接分析和对自营零售结算及物流配送业务全流程支持的功能。我们上线了CMS内容管理系统,将出版内容集中规范储存、管理,开发建设完备高效的数字资源库。

在版权和产品方面,近年来上海译文出版社全力推动纸电声创课业务全面成长,进一步充实优质版权资源。社里围绕构建和巩固版权

经营核心竞争力的目标,进一步整合版权资源,着力在版权、出版、营销各个环节打通运作流程,大力拓展出版门类特别是原创作品的版权,在头部畅销新书打造上取得了新的突破。《病人家属,请来一下》《世上为什么要有图书馆》等产品是其中比较优秀的案例。从产品服务到知识服务方面,译文社进一步丰富高质量的数字版权资源,进一步加大知识付费课程和有声读物的开发,继续打造“译文有声”“译文讲书”等数字出版品牌,同步搭建的一书一码平台,为衍生数字内容开发和防止盗版侵权提供了技术保障。目前已于2024年上海书展期间推出了融合出版产品“译文学子文库”系列第一辑,服务校园整本书阅读的教学需求,培养青少年终身学习的习惯。

在渠道建设方面,自2019年译文社搭建自营业务开始,我们围绕新营销体系建设转型挖潜,持续全力打造以译文品牌私域流量为基础,以新零售为龙头的新营销体系,在阅读产品销售渠道转型的环境下积极占据市场先机。目前,译文社的自营业务体系已搭建完毕、直播带货团队稳步成长。这些新组建的团队打造了“译文读者节”,以其模板和示范效应探讨各地重要书展的参展方式,推出了“独立书店合作计划”等渠道合作方式,协同书业伙伴提高专业化水平,开展内容导向的精细化运营,深耕其私域流量服务更多读者。

辽宁美术出版社成立于1945年,前身为东北画报社,主要报道了解放战争、抗美援朝战争的实地情况和新中国经济建设成果。1954年东北画报社更名为辽宁画报社,1959年7月辽宁美术出版社在辽宁画报社的基础上宣告成立,2004年11月份,辽宁美术出版社由国家事业单位转为国有企业,为不断繁荣社会主义出版事业做出新贡献。



□辽宁美术出版社自1945年成立以来,有哪些重要的发展节点?在新中国成立后的75年间,有哪些值得纪念的出版成就?

■在新中国成立后的75年间,辽宁美术出版社(以下简称辽美社)先后共出版各类图书、期刊等9900余种,获得国家和省级奖励360余种,在连环画、年画、美术图书、高校美术教材、期刊出版方面均取得了不俗成绩。

辽美社的连环画出版工作始于东北画报社建社初期,早在1946年,即出版了《狼牙山五壮士》《民兵的故事》《土地》等连环画单行本,这些作品现已被国家图书馆作为善本收藏。新中国成立后,辽美社的《浑河水》《保卫延安》《黑旗军》等为代表的一批连环画,在思想性和艺术性方面达到了较高水平。自1963年以来,在全国历次连环画评奖中,辽美社连环画均榜上有名且名列前茅:《51号兵站》《毛主席的好战士——雷锋》《白求恩在中国》《十五贯》《嘎达梅林》《西游记》等39部作品在第一届至第四届全国连环画评奖中获奖。

辽美社的年画创作与出版源远流长,特别是1959年年画编辑室设立之后,年画的创作与出版进入鼎盛时期。1984年到1994年间,辽美社有20余种年画作品在全国获奖:《同欢共乐》《樱花时节》《人民的功臣》《福福满堂》等17幅年画在第三届、第四届、第五届、第七届全国年画评奖中获奖。

在美术图书出版方面,辽美社同样成果斐然。《工业设计教程》《当代中国建筑史家十书——王世仁中国建筑史论选集》《又见大唐:精品文物导读》等图书获中国出版政府奖;《太平天国壁画全集》《中国全景画全集》《可爱的中国》等图书获中华优秀出版物奖;《新疆壁画全集》《人民大会堂》《中华名胜楹联图览》等图书获中宣部“五个一工程”奖;《抗日战争史(连环画)》《伟人的瞬间》《时代的旗帜》等图书获辽宁省“五个一工程”奖;《古代风俗百图》《我们从延安走来》《从地中海到中国——平山郁夫藏丝路文物》等二百余种图书获“金牛杯”优秀美术图书奖。除此之外,辽美社还承担了《中国敦煌壁画全集》《新疆壁画全集》《可爱的中国》《吕凤子美术全集》等十余种国家出版基金项目的出版工作。

20世纪80年代开始,辽美社陆续出版了400多种大中专美术专业、设计专业的教材和教辅,并按照教育部对高校艺术学科建设的要求,通过对高校定期调研,不断修订教材,逐渐形成了美术艺术设计理论、艺术设计基础、视觉传达设计、环境艺术设计等板块普通高等院校、高职高专院校美术专业和设计专业教材的出版规模,部分教材配备了音像、电子课件内容,形成了较为完整的学科教育体系。辽美社是第一家将德国三大构成教育体系引入国内的美术类专业出版社,于1987年先后出版《平面构成》《立体构成》和《色彩构成》,合称“三大构成”,令人耳目一新,成为国内众多中等艺术院校的首选教材。

《美术大观》经过多年发展,受到美术工作者与业余美术爱好者的欢迎和专家的好评,取得了良好的社会效益与经济效益。2017年入选北京大学《中文核心期刊要目总览》来源期刊;2023年获评中国人文社会科学期刊AMI核心期刊;被新闻出版总署评为“中国期刊方阵双效期刊”和“第一批认定学术期刊”。

近年来,辽美社深入挖掘自身连环画作者资源、作品资源,加强培育连环画品牌IP,拓展“红色经典连环画”系列和“经典传统文化连环画”系列产品线,精加工、深打磨,对《嘎达梅林》《白求恩在中国》《赵一曼》《红楼梦人物故事》《最美西游》等精品连环画进行重新演绎,部分作品得到中央电视台、光明网、中国出版传媒商报等专业媒体的推荐,获得业内好评。辽美社逐步形成了以连环画、高校美术教材、艺术理论图书和艺术画册为主的大艺术板块,在市场中建立起辽美社特有的辨识度和影响力,进一步拓展了主业的社经济效益和经济效益。(下转第29版)

筑梦书香·我与新中国的75年

——辽宁美术出版社社长、总编辑
■彭伟哲(辽宁美术出版社社长、总编辑)



□您如何看待当下出版从业者所处的市场环境?

■在过去的几十年间,阅读类产品的供给经历了极度匮乏、大量供应、经典涌现的过程,而当下的消费市场环境、消费者心态却发生了新的变化。当下读者尤其是年轻读者的消费心态更趋向于自主选择。互联网流量时代消解了信息中心,读者的选择和流量的聚拢都是以兴趣为驱动,阅读一本书的成本已经远远超过购买一本书的成本。在这样的环境下,兴趣引导比搜索引导更为重要。流量时代在供应端上的变化使出版社品牌建设和私域流量集聚日益显示出重大价值。对于销售商而言,流量也具有决定性作用,价格已经不能再成为竞争的根本利器。为产品寻找清晰的定位、打造出版品牌的影响力、专业化运营私域流量、高质量建立自营销售渠道是当下出版从业者必须面对的问题。

□当下,您所在的出版机构,在以什么为轴心,盘整整个企业的运转和经营?

■面对“流量时代”,上海译文出版社近年

创新是我们保持领先地位的关键

■李振中(中国轻工业出版社有限公司执行总经理)

□您如何看待当下出版从业者所处的市场环境?

■在当今这个信息爆炸、科技飞速发展的时代,出版行业正面临着前所未有的挑战与机遇。作为中国轻工业出版社的执行总经理,我深感责任重大,同时也对未来充满信心。数字化转型的挑战与机遇。随着互联网和数字技术的普及,读者的阅读习惯正在发生深刻变化。电子书、有声书等新型出版物形式日益受到欢迎,这要求我们出版从业者必须加快数字化转型步伐,探索新的出版模式和盈利方式。同时,数字化也为出版物的传播提供了更广阔的平台和更便捷的渠道,使得优质内容能够更快地触达读者。轻工业出版社是首批全国数字出版转型示范单位,也在积极开展推进数字出版工作。

市场竞争的加剧与分化。随着出版市场的逐步开放和竞争的加剧,出版机构之间的竞争也日益激烈。一方面,大型出版集团凭借其资金、资源和品牌优势,在市场上占据主导地位;另一方面,中小型出版机构则通过差异化竞争和特色化经营,在细分市场中寻求生存和发展。这种分化趋势要求我们出版从业者必须明确自身定位,发挥自身优势,以应对市场竞争的挑战。

读者需求的多元化与个性化。随着社会的发展和读者文化水平的提高,读者对出版物的需求也日益多元化和个性化。他们不仅关注出版物的内容质量,还注重阅读体验和售后服务。因此,我们出版从业者必须深入了解读者需求,提供更加符合他们口味的出版物和服务,以满足他们的多样化需求。

□您认为,中国出版产业目前面临的最大挑战是什么?

■中国出版产业目前面临的挑战是多方面的,但我认为最为突出的主要有以下几点。

数字化转型的压力与挑战。数字化转型并非一蹴而就的过程,它需要大量的资金投入、技术支持和人才储备。同时,数字化也带来了版权保护、内容质量监管等一系列问题,需要我们认真对待。

政策环境的变化与适应。近年来,国家对文化产业的政策支持力度不断加大,为出版行业的发展提供了有力保障。然而,随着政策的不断调整和完善,我们也面临着如何适应新政策、把握新机遇的问题。特别是在版权保护、内容审查等方面,我们需要密切关注政策动态,及时调整经营策略,确保企业的合规运营。

□轻工业出版社在以什么为轴心,盘整整个企业的运转和经营?

■我们始终坚持以“创新、质量、服务”为轴心,盘整整个企业的运转和经营。在出版行业日益激烈的市场竞争中,创新是我们保持领先地位的关键。我们鼓励编辑团队不断探索新的出版领域,尝试不同的出版形式和营销策略。例如,我们近年来积极拓展电子书市场,推出了多款畅销电子书,满足了读者多样化的阅读需求。同时,我们在大力推进教材出版的同时,也注重生活类图书的出版,像大众生活类、医疗健康类图书都在全国名列前茅,同时也尝试与科技、文化、少儿等领域跨界合作,通过引入新技术、新理念,为传统出版注入新的活力。质量是出版社的生命线,也是我们赢得读者信任的基础。在选题策划阶段,我们注重挖掘具有学术价值和潜力的优质稿件;在编辑加工阶段,我们要求编辑人员精益求精,确保每一本书都达到最高标准。正是这种对质量的执着追求,使得我们的出版物在市场上赢得了良好的口碑。我们始终坚持以读者为中心,提供全方位、个性化的服务。我们建立了完善的读者服务体系,通过线上线下多种渠道收集读者反馈,及时了解读者需求和意见。同时,我们还积极开展读者活动,如新书发布会、作者见面会等,增强与读者的互动和联系。此外,我们还注重为作者提供优质的服务,包括专业的写作指导、版权保护咨询等,帮助作者实现创作价值。这些举措不仅提升了我们的品牌形象,也为我们赢得了广泛的读者基础。作为一家成立了70周年的出版社,轻工业出版社始终以“创新、质量、服务”为轴心,盘整整个企业的运转和经营。

□您所在的轻工业出版社,在改变传统出版模式维度方面有哪些卓有成效的创新?

■在数字化时代背景下,改变传统出版模式。我们积极探索并实施了一系列创新举措,以适应市场变化和读者需求。数字化转型。我们致力于将传统纸质出版物向数字出版物转型,推出了多款电子书、有声书等数字阅读产品。通过与各大数字阅读平台合作,我们拓宽了出版物的传播渠道,使优质内容能够更广泛地触达读者。同时,我们还利用大数据分析技术,对读者的阅读行为进行深入研究,为编辑策划提供有力支持。

跨界合作。我们积极寻求与其他行业的跨界合作,通过引入新技术、新理念,为传统出版注入新的活力。例如,我们与科技公司合作,开



发了基于增强现实技术的互动图书;与文化机构合作,共同举办艺术展览和文化活动,提升品牌影响力。

内容创新。我们注重挖掘具有创新性和独特性的内容资源,鼓励编辑团队尝试不同的选题方向和呈现方式。同时,我们还加强与作者的合作,共同打造具有市场竞争力的优秀作品。

营销策略创新。我们不断探索新的营销策略,以提升出版物的市场知名度和销量。除了传统的线下推广活动外,我们还积极利用社交媒体、短视频平台、直播带货等新媒体渠道进行宣传推广。此外,我们还经常开展一些优惠营销活动,增强读者黏性和忠诚度。总之,轻工业出版社在改变传统出版模式维度上进行了多方面的创新尝试,并取得了显著成效。

□您如何看待未来出版业的发展态势?

■我认为未来出版业的发展方向将主要体现在以下几个方面。

数字化转型加速。数字化技术的快速发展将进一步推动出版业的数字化转型。电子书、有声书等新型出版物形式将成为主流,同时,数字化还将为出版物的传播提供更广阔的平台和更便捷的渠道。

内容创新与个性化。读者对于内容的需求将更加多元化和个性化,因此,出版机构需要不断创新,挖掘具有独特性和创新性的内容资源,满足读者多样化的需求。同时,跨界合作也将成为常态,通过与其他行业的融合,为出版注入新的活力。

服务优化与升级。在竞争激烈的市场环境中,优质的服务将成为出版机构赢得读者信任的关键。因此,我们需要不断优化服务体系,提升服务质量,为读者提供更加便捷、个性化的服务体验。

政策支持与行业规范。国家对文化产业的支持力度将持续加大,为出版业的发展提供有力保障。同时,行业规范和自律机制的建立也将促进出版市场的健康发展。

未来出版业和出版生态的发展方向将呈现出数字化、创新化、服务化和规范化的特点。作为出版从业者,我们需要紧跟时代步伐,不断创新、优化服务、遵守规范,共同推动出版业的繁荣发展。