

人民教育出版社 培根铸魂 启智慧慧

一日一页一语录  
百余位教育家名言语录

· 人民教育出版社推出《人教日历2025》·

2024「出版视点」第十一场研讨会

聚焦提升出版机构经营管理效能

中国出版传媒商报讯 11月22日,2024“出版视点”系列专题研讨会第十一场活动在北京中关村图书大厦举行。此次研讨会以提升出版机构经营管理效能为主题,辽宁出版集团党委副书记、副董事长、总经理陈闯,读者出版集团总经理、党委副书记马永强,浙江出版联合集团党委委员、博库数字出版传媒集团有限公司董事长邓小林,四川人民出版社党委书记、社长黄立新,二十一世纪出版集团总编辑闵蓉等5位嘉宾从不同角度围绕主题作了深入交流。

陈闯认为,在出版单位经营管理实践中,重大出版项目因其投入资源大、参与人数多、协同要求高、影响力广等特点,成为提升管理效能的重要抓手。为此,应当抓好重大项目建设,加强实施过程中各方面的组织协同,如借鉴阿米巴等先进经营模式,实现管理灵活性和机制创新性;推动文化与科技深度融合,发挥VR、AR等数字技术、网络技术和智能技术的科技优势;推动文化产业结构升级,实现图书IP品牌与影视剧、游戏、文创等衍生品的多元产业转化,发挥“长尾”效应。

马永强认为,出版机构管理亟需从工业化思维向信息化思维转型,从生产管理模式向服务运营模式转型。一是要打破传统科层制过分强调流程控制与管理的弊端,构建全链条意识形态管理体系。二是形成新的业务协同机制,以构建平台、实现资源融通为基本思路,打破组织边界,实现向“敏捷型组织”转型。三是重视用户体验和用户价值管理的制度性设计,并应用于内容编辑和经营实践。

邓小林以浙江天下网商网络传媒有限公司为例,探讨了出版集团与非出版类企业联合提升出版机构经营管理效能的方式路径。他谈到,出版集团具有传统形态内容生产传播的经验和资源,以及数字出版、互联网传播等牌照资质条件,而非出版类企业在互联网、移动端等新媒体内容生产和消费领域具有产业创新力强、市场反应灵敏、运营机制灵活等优势,双方可以围绕资源共享开展合作,在游戏、短剧、动漫、数字教育等领域实现“一种内容、多种产出”的价值挖掘,为市场提供更丰富的优质文化产品。

黄立新以出版社品牌建设为切口,分享了提升经营管理效能的经验。他指出,2011年至今,我国出版品牌数量进入快速发展阶段,但总体上还缺乏品牌建设的自觉意识。品牌建设能够带来作者、读者、编辑、设计、印制、营销的集约化,从而实现出版效率和产品效益的大幅提升。出版机构实践品牌化之路,首先要有清晰的品牌建设理念,可以运用品牌LOGO和装帧设计让读者一眼识别。其次,要建立稳定的品牌人才队伍,通过引进人才给品牌带来新视野、新资源、新经验。此外,要打造差异化的品牌矩阵,聚合相对应的读者群体。

闵蓉表示,面对行业的困境与挑战,二十一世纪出版集团从自身的探索与实践认识到,必须始终坚守出版价值,深耕出版品牌,通过机制改革和人才培养加强管理,开拓经营思路,完善业务架构;创新营销模式,融合IP形象与动漫、影视等产业,做大销售规模;聚合优质的出版资源,裂变生产创意,加强产品品牌与产品矩阵建设,通过图书IP与数字出版强内容,通过渠道细分与营销创新强销售,增强组织内驱力。

人民教育出版社、机械工业出版社、当代世界出版社等部分出版单位代表以及中国传媒大学等高校出版方面师生代表线下参会,6000余人次通过中国出版传媒商报视频号、出版视点视频号直播观看。(张绮月)

直播退烧,出版自播还在坚持吗?

关键词 自播 渠道变革 品牌影响力

中国出版传媒报记者 张馨宇 见习记者 管若涵

自播更好做还是更难做了?

2022年,商报曾对出版机构展开自播调查(链接:本报2022年8月19日《50余家出版机构自播不完全调查:流量触顶、数据差异大、人员匹配难》),如今再度复盘发现,出版社在直播频次、团队架构上较2022年已经相对稳定。本次调查发现,除部分出版社增加特定节日或电商节的直播场次外,接力出版社、二十一世纪出版集团、河南文艺出版社等出版社均已在日常工作常态化自播,自播团队建设也趋于稳定。

“用户的互动率较2022年刚开始布局自播时下降非常明显。”河南文艺出版社新媒体负责人阿寅表示。该社在2022年接受调查时的自播频率是每周二、三、四晚固定3小时直播。本次调查,该社的直播周期更改为每周播5场,单场时长2小时。2年来,自播的月平均GMV(商品交

易总额)在5万元左右,单场最高5.8万元。据阿寅介绍,河南文艺社目前已有专职主播岗,并且鼓励年轻编辑参与直播。2022年3月,湖南教育出版社开始自播,坚持至今。该社社长刘新民表示:“自播加强了和我们市场的链接,让我们获得了直接的市场反馈,读者喜欢什么,愿意为哪些产品买单,数据会告诉我们

易总额)在5万元左右,单场最高5.8万元。据阿寅介绍,河南文艺社目前已有专职主播岗,并且鼓励年轻编辑参与直播。2022年3月,湖南教育出版社开始自播,坚持至今。该社社长刘新民表示:“自播加强了和我们市场的链接,让我们获得了直接的市场反馈,读者喜欢什么,愿意为哪些产品买单,数据会告诉我们

答案。通过直播间,我们向大众传递选好书、读好书的阅读理念,也更加让读者认识、了解湘教社,从而成为公司品牌宣传的一个窗口。”

与湖南教育出版社不同,浙江文艺出版社从布局直播开始,就将品牌建设作为其主要诉求之一。2022年,该社上半年自播场次超过180场,销售码洋近900万。如

今浙江文艺出版社抖音自播账号日常保持每周7~8场的直播频率,每场直播时长稳定在4小时。浙江文艺出版社新媒体数字部主任蒋莉表示,2年来,“浙江文艺出版”抖音官方账号最高单场GMV为1小时110万元,平均单场GMV为2万~5万元。“现在的直播环境更加艰苦也更加内卷,从数据表现看,往年直播间最活跃的观看人数和互动率都有不同程度的降低,需要高刺激才能回到2年前的同等水平。”

视频号、小红书更适合出版业?

抖音——出版业自播的发源地,各大出版社的自播都始于此,并逐渐成为主阵地。3年过去,如今,视频号、小红书直播作为后起之秀来势汹汹,直播格局已逐渐形成“三足鼎立”之势。

(下转第4版)

图片新闻

巴金图书馆在上海落成开放



主办方供图

中国出版传媒商报讯 今年是巴金先生诞辰120周年。11月25日,作为尚未开放的上海文学馆的“馆中馆”,巴金图书馆在上海虹口武进路455号先行揭幕,实现了巴老生前想要创办一座图书馆的心愿。此次揭幕,该馆重点推出“巴金与上海文献图片展”,并部分实现展陈、阅览、交流等公共文化服务功能。

据悉,巴金图书馆的“文化空间”梳理了巴金的重要文学创作、翻译作品,包括《激流三部曲》《憩园》等;“文学杂志阅览室”聚集巴金的编辑成就,读者可在此领略巴老的编辑心语,浏览其编辑出版的书籍;“图书阅览室”周边书架陈设着近年出版的巴金著译、研究著作等;“数字阅览室”则有巴金相关影像、研究资料,以及巴金故居藏品的数字展示。馆内还有4个连通的室外造景区,分别展示巴金在武康路113号的家庭生活、巴金与妻子萧珊及儿女之间的日常故事、巴金与大哥李尧枚及三哥李尧林的兄弟之情、巴金在上海不同时期的“典型一天”。

(欣 闻)

商报专递

人民音乐出版社创建70周年座谈会在京召开

中国出版传媒商报讯 11月21日,“传承专业出版文脉 弘扬中华音乐文化——人民音乐出版社创建70周年座谈会”在京召开。

中宣部副秘书长陈文俊出席并讲话。中国音像与数字出版协会理事长孙寿山,中国出版集团有限公司董事长、党组书记黄志坚,韬奋基金会理事长刘伯根,教育部教材局局长田立新,中国新闻出版传媒集团党委书记、董事长马国仓,中国出版协会副理事长兼秘书长王利明,湖北长江出版传媒集团党委书记、董事长黄国斌,中国出版集团党组成员、中国出版传媒股份有限公司总经理茅院生,中国出版集团党组成员、中国出版传媒股份有限公司副总经理臧永清,中国音乐家协会名誉主席赵季平以及王耀华、樊祖荫、王次昭、田青、彭吉象、王安

国、龚耀年、吴灵芬等音乐界老前辈老前辈出席会议。中国出版集团副总经理、党组成员陈永刚主持会议。

人音社执行董事(社长)、党委书记、总编辑王永寿表示,踏上新征程的人音社,将深入贯彻党的二十大精神,以助力中国式现代化、铸就社会主义文化新辉煌为目标,不断增强发展活力和内生动力,持续推动各项事业高质量发展,履行使命任务,唱响时代强音。

中国音乐家协会副主席张千一作为作者专家代表祝贺人音社创建70周年。作为人音版教材主编,赵季平表示,两次教材编写经历,让他看到人音社深厚的专业底蕴与卓越的组织能力。人音社原社长敬谱回忆了在人音社30年的工作经历。现场还举办了人音社创建70周年精品出版物展及人音社社史展。(张聪聪)

四部门联合行动:严禁利用算法实施大数据“杀熟”

中国出版传媒商报讯 近日,中央网络安全和信息化委员会办公室秘书局、工业和信息化部办公厅、公安部办公厅、国家市场监督管理总局办公厅发布《关于开展“清朗·网络平台算法典型问题治理”专项行动的通知》(简称《通知》),专项行动自2024年11月24日起至2025年2月14日。

《通知》提出,聚焦网民关切,重点整治同质化推送营造“信息茧房”、违规操纵干预榜单炒作热点、盲目追求利益侵害新就业形态劳动者权益、利用算法实

施大数据“杀熟”、算法向上向善服务缺失侵害用户合法权益等重点问题,督促企业深入对照自查整改,进一步提升算法安全能力。其中,严禁利用用户年龄、职业、消费水平等特征,对相同商品实施差异化定价行为。提升优惠促销透明度,清晰说明优惠券的领取条件、发放数量和使用规则等内容。不得设置诱导用户沉迷、过度消费等的算法模型。不得利用算法干预信息呈现,实施影响网络舆论或者规避监督管理行为。(尧 雯)

海外传真

微软成立8080出版社

中国出版传媒商报讯 近日,微软宣布成立8080出版社(8080 Books),正式进军图书出版领域。微软传播战略副总裁史蒂夫·克莱顿(Steve Clayton)和微软首席执行官办公室高级总监格雷格·肖(Greg Shaw)表示:“作为图书爱好者,尤其是纸质图书爱好者,我们很高兴推出微软子品牌8080 Books。我们的第一本书《悲观无奖》(No Prize for Pessimism)由微软首席技术官、Google Docs联合创始人萨姆·席勒斯(Sam Schillace)撰写,现已上市。我们的第二本书《平台心态》(Platform Mindset)由前微软研究人员马库斯·丰托拉(Marcus Fontoura)撰写,将于今年晚些时候上市。”

据悉,8080出版社的使命是:在科学、技术和商业的交叉领域出版原创的研究、

观点和见解,并通过这些图书推动相关讨论和争辩。该出版社最初的出版重点将集中在技术与未来、业务流程与效率、法律、道德和政策方面的重大社会话题。

微软认为,目前传统出版社的出版流程时间太长,即使在加速的情况下,可能需要6~9个月的时间,才能将书稿推向市场。8080出版社给自己的定位是,一旦稿件准备就绪,新书最快只需3个月即可出版。

“8080出版社”名称的灵感来自英特尔8080微处理器,微软最早在软件上获得突破,正是得益于这款微处理器,8080微处理器是微软发迹的基础。据悉,8080出版社的所有收入都将投入到出版业务中,或通过微软慈善基金会捐赠给其他非营利组织。(白 藏)

精彩导读

本期20版

- 本期特别推出:  
人民音乐出版社创建70周年纪念特刊 P5-8
- 新周期下,期刊如何实现“能量”与“流量”双升? P3
- 老将新兵争抢“年末经济” 日历书市场还这么“香”? P13
- 青春文学市场重燃新活力? P15
- 韩国国内有二十名作家可与韩江媲美 P18

