● 新质生产力

2024年12月初，河南省文化产业融合发展创新联合体揭牌，探索具有河南特色的文化科技融合发展路径。这一河南省首个文化产业融合发展创新联合体于2023年由中原出版传媒集团牵头打造。截至目前，创新联合体已汇聚67家文化科技类企业和8家研究机构，在研学文旅、教育服务、文化资源活化等多个领域形成了链群式业态布局，合作项目总数达53个。

文化与教育、科技的持续融合，形成了出版业的新质生产力。中原出版传媒集团正在加快布局前瞻性新兴文化产业和未来文化产业，实现产业链、创新链、供应链、价值链、要素链、制度链“六链”深度耦合。商报特邀中原出版传媒集团党委书记、董事长王庆为业界分享“文化+教育+科技”的融合发展新路径。

王 庆

出版豫军加速河南文化产业共融共创

■受访人：王 庆（中原出版传媒集团党委书记、董事长） □采访人：张馨宇（中国出版传媒商报记者）

初显成效

□创新联合体成立1年多来，入驻成员企业与“出版豫军”在“文化+教育+科技”融合方面开展了哪些探索实践？

■创新联合体自成立以来，“出版豫军”即中原出版传媒集团系统内各单位与联合体内企业在“文化+教育+科技”融合方面开展深入探索和实践，主要集中在以下八个方面：

资源整合与共享 创新联合体通过举办企业路演活动，成功引入了一批创意类、内容资源类、研学文旅类、技术加工类等企业作为生态伙伴，从而实现了资源的整合和共享。

创新项目开发 创新联合体加快推进内外项目落地，如《风雅梦华》《洛水寻仙》沉浸式研学课程；“范仲淹”研学路线；书本剧《山河传》《红旗渠水到俺村》《焦裕禄之歌》；以及“理在·阅空间”项目等，这些项目不仅展示了创新联合体的实力，也为文化产业的高质量发展提供了有力支撑。

数字教育发展 集团旗下数字教育发展公司与技术和内容合作伙伴开发了智慧教育平台，并在河南省教育厅的支持下顺利推进入校服务试点，助力教育数字化转型。

技术资源集聚 通过与创新联合体内科技类企业合作，搭建了集团公司的数据中台，为集团构建全业态数据服务体系，以数据支撑运营决策，推动产业智能化水平提升。

产学研用深度融合 依托创新联合体内的“出版智库”和两个国家重点实验室，各板块通过承接中宣部指定课题和立项自研课题，实现了课题研究报告、论文、专著、专利、创新项目等各类研究成果产业转化。

品牌影响力提升 创新联合体通过手机报、公共区域建设及举办专题活动（如揭牌、入驻签约仪式、成果展）等多种方式，有效提升了品牌影响力。

合作项目推进 截至2024年底集团系统内共有17家单位（部门）与创新联合体内的32家企业开展了合作，合作项目总数达53个，其中部分项目已实现商业收益闭环。

产业生态体系建设 创新联合体于2023年11月成功获批河南省文化产业融合发展创新联合体，成为河南省内首个文化类创新联合体，并高标准完成顶层架构设计、组织机构设立、运营机制设置、发展路径设定，初步实现了产业生态的凝聚力、创新力。

通过这些探索和实践，创新联合体与“出版豫军”在推动文化产业创新、促进文化、教育、科技深度融合方面取得了显著成效。

□当初基于怎样的考量牵头打造这一文化产业融合发展创新联合体？联合体的发展模式在集团整体战略布局中处于怎样的位置，有怎样的发展目标和预期？

■为响应国家关于推动文化产业高质量发展的战略部署，特别是在“十四五”规划中强调的“推进产学研深度融合，支持企业牵头组建创新联合体”的要求，中原出版传媒集团牵头打造这一文化产业融合发展创新联合体。

从集团自身发展出发，一方面能整合创新资源，提升集团在出版领域的创新能力，促进传统出版业转型升级；另一方面可以构建涵盖全链条的产业生态，推动文化产业多元化、创新化发展，优化集团产业结构，提升产业链现代化水平。

创新联合体的发展模式在集团整体战略布局中处于核心位置，旨在通过科技创新和文化创意的融合，推动集团从传统出版向现代文化产业转型。

集团期望通过创新联合体的建立和发展，构建创新的价值共生产业生态体系，实现集团转型升级，建成国家级文化与科技融合创新高地，提升河南省在全国文化与科技融合创新版图中的地位，打造品牌，增强集团影响力和竞争力，实现可持续发展。

总体而言，创新联合体的目标是通过整合创新资源，推动文化与科技、教育与文旅的深度融合，实现集团公司的转型升级，同时促进河南省文化产业的高质量发展。

多元探索

□在推动“文化+教育+科技”融合方面，集团主导或参与了哪些具体项目，目前取得了哪些阶段性成果？

■在推进“文化+教育+科技”融合的过程中，我们主导并参与了多个重要项目。例如，集团与创新联合体内的多家企业携手合作，开发了旨在为服务全省义务教育优质均衡和高质量发展提供支持的河南省中小学智慧教育平台，构建了智学、智教、智培、智管、智评、智脑六类教育场景，目前已接入了智能备课、智慧作业、教育元宇宙等各类教育管理及教学应用近20个，在河南6个县市区全面开展规模化应用试点工作；推出了《风雅梦华》《洛水寻仙》等沉浸式研学课程，在开封市和洛阳市新华书店累计举办60多场次，收到良好反馈；聚合多家企业共同研发了《悠扬课本剧》《创客营地》等课程，服务学生达10万余人，开展百余场师资培训。此外，“文献中国”资源库项目、“AI剪艺智绘数字服务平台”及“理在·阅空间”等项目的实施，不仅推动了“文化+教育+科技”的深度融合，也为集团在教育领域的创新发展提供了有力支持，取得了显著的阶段性成果。

□在创新联合体的合作中，遇到了哪些挑战，又是如何解决的？

■在创新联合体的合作过程中，集团遇到了五方面的挑战。**一是企业信息不对称。**集团内各单位对创新联合体内企业情况不熟悉，包括对企业类型、特长、成功案例等信息不了解。为解决这一问题，创新联合体推进办和运营中心着力加强信息更新与传播推广，通过建立系统内部联络员工作机制，强化沟通协调；每月定期开展企业推介会、案例分享会等活动，促进相互了解和学习；同时每周五在集团手机报上发布创新联合体最新动态；通过创新联合体公众号及时更新并发布企业信息，确保信息在集团内部的流通和共享。**二是对接渠道不通畅。**缺少集团各单位与创新联合体内企业对接业务的平台、渠道、流程、方式。为改善这一状况，创新联合体制定了明确的对接流程与合作规范，明确了对接方式、联系人及具体步骤。**三是项目发展不均衡。**在创新联合体内部，企业类型分布不均，某些领域的企业过于集中，而另一些领域则相对缺乏。为解决这一问题，集团通过举办路演活动，精准吸纳涵盖内容创意、技术加工等多个领域的企业，以此扩大合作领域的覆盖面。**四是个性需求不明确。**集团各单位在提出需求时不明确、不具体，导致项目与创新联合体企业匹配度不高。为改善这一情况，推进办建立了需求征集和反馈机制，向集团内各单位征集合作需求，并明确需求的详细内容和要求。**五是价格优势不明显。**部分单位在与创新联合体企业的合作过程中，合作价格成为影响双方合作效率和意愿的关键因素。为解决这一问题，创新联合体通过动态管理机制，对合作价格进行合理调整，充分体现与创新联合体企业合作的优势。

多方合力

□创新联合体采用了怎样的合作模式，如何保障各参与方实现“价值共赢”，在利益分配、资源共享等方面有哪些机制和措施？

■在创新联合体的合作框架下，我们通过多种机制和措施，确保各参与方能在项目合作中获得相应收益，共同推动文化产业的高质量发展。

利益分配机制是创新联合体合作的核心。通过建立合理的利益分配机制，包括项目投资回报机制和项目成果分享机制，确保各方在项目中的贡献能够得到公平合理的回报。

资源共享机制是实现多方共赢的重要基础。创新联合体设立了资源链接服务平台，整合了内容资源、研发资源、渠道资源及项目资源等，实现了资源的高效共享与优化配置。

项目合作机制将各方优势和资源整合起来，实现项目的快速推进和成功落地。

在面对市场和运营风险时，我们建立了风险共担机制。鼓励各方共同承担项目风险，共同应对可能出现的挑战，确保合作项目的稳定性和可持续性。

为了促进知识与技能的交流，创新联合体还实施了人才互动机制。通过定期的人才沟通和培训活动，加强集团内部与创新联合体企业之间的人才互动，促进双 方的知识共享和技术进步。

此外，品牌共建机制也是我们合作模式的重要方面。通过与企业共同打造品牌，实现了品牌的共同增值。

在技术支持方面，我们开放了集团内的技术平台和资源，形成了技术共享机制，支持创新联合体企业进行技术研发和创新。

最后，通过创新联合体的形式积极争取政府政策支持、申报项目和资助，为内部企业提供更多的发展机会和资源。

□集团采取了哪些措施吸引华为、腾讯等科技巨头以及众多创意策划类企业入驻，创新联合体为入驻企业提供了哪些独特的优势和发展机遇？

■集团为入驻企业精心打造了一系列政策支持体系。具体措施包括积极申报河南省文化科技融合示范基地，充分利用集团打造的中原沉浸式数字创意产业孵化器平台来申报创新项目，并主动争取政府部门政策扶持和补贴奖励，从而为入驻企业营造了一个优越且充满活力的发展环境。

在资源支持方面，集团通过资源链接服务平台，为入驻企业提供了内容资源、技术平台、市场渠道等多元化共享资源；同时，通过投资、融资等方式，为入驻企业提供资本活力；此外，集团还开放了自身的技术平台和资源，为入驻企业提供技术支持。

在外部影响力构建上，集团依托自身的品牌影响力，为入驻企业提供品牌支持；同时，开放了新华书店实体渠道、云书网电商平台、直播带货平台等多元化渠道，助力入驻企业优质产品和服务营销推广。此外，还通过运营河南省版权服务平台，为入驻企业提供版权保护服务；通过开放集团豫青新闻、百姓文化云等媒体矩阵，为入驻企业拓宽宣传推广渠道，提升其品牌形象和传播广度。

在办公空间方面，集团为入驻企业提供了优惠的办公场地等实体空间，打造了全方位、多角度的支持体系，助力企业实现快速发展和持续创新。

尤为重点的是，创新联合体以项目为牵引，推动入驻企业与集团内容建设新机制、十大工程等重大战略实现贯通和深度融合，形成项目建设的合力。同时，充分发挥创新孵化作用，积极谋划相关项目并推动各类项目落地，为入驻企业提供更多元化的发展机遇。

□创新联合体内部有怎样的合作模式？

■目前，创新联合体内部有着项目合作、技术合作、市场合作、资本合作、人才合作、品牌合作、政策合作等全方位的合作模式，使创新联合体内部的企业能够实现资源整合、优势互补，共同推动文化产业的高质量发展。

□对于其他出版集团来说，您对这一模式的建立与发展有什么可以分享的经验？

■首先，必须明确创新联合体的战略定位和发展目标，确保其与集团整体战略一致，并符合国家文化产业政策导向。清晰的战略定位不仅为创新联合体的发展指明方向，还能有效整合各方资源，形成合力。其次，需要整合内部和外部资源，包括内容资源、技术资源和人才资源等，以形成协同效应。通过资源的有效整合，各参与方可以在资源共享的基础上实现优势互补，共同推动项目的顺利实施和高效运营。

建立合作共赢机制、灵活高效的运营机制、创新机制等都至关重要，确保各参与方在合作中获得合理的利益分配，从而激发合作的积极性。

同时还需加强品牌建设，通过品牌传播提升创新联合体的知名度和影响力，不断吸引更多优质资源和合作伙伴。

此外，还需要充分利用国家和地方政策，密切关注政策动态，同时坚持以市场为导向，关注用户需求和市场变化，及时调整发展战略。

最后，要重视人才培养和引进，构建专业化的团队，为创新联合体的长远发展提供坚实的人才支持。

（上接第1版）

2025年1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	习近平文化思想学习纲要	人民出版社 学习出版社	2024年12月	15.00
2	老夏说公务员面试 100真题摆平面试	清华大学出版社	2022年4月	69.80
3	老夏说公务员面试 助你顺利考上公务员	清华大学出版社	2019年7月	66.00
4	中国共产党纪律处分条例	中国方正出版社	2023年12月	8.00
5	被讨厌的勇气 自我启发之父阿德勒的哲学课	机械工业出版社	2020年3月	55.00
6	认知觉醒 开启自我改变的原动力	人民邮电出版社	2020年9月	59.80
7	2025经济师考试 经济基础知识	中国人事出版社	2024年1月	85.00
8	人生没什么不可放下 弘一法师的人生智慧	团结出版社	2014年1月	32.80
9	允许一切发生 过不紧绷松弛的人生	古吴轩出版社	2023年4月	52.80
10	中国共产党纪律处分条例（含简明问答）	中国法治出版社	2024年1月	8.00

2025年1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	2025考研政治背诵手册	高等教育出版社	2024年1月	42.00
2	2026管理类专硕联考 数学分册	华龄出版社	2024年1月	66.00
3	2025考研英语词汇背诵宝	中国人民大学出版社	2024年1月	29.90
4	2026考研英语 语法及长难句应试全攻略（1）	中国宇航出版社	2024年1月	99.90
5	恋练有词 考研英语真题词汇6500分层串记	群言出版社	2024年12月	88.00
6	2025考研英语阅读的逻辑	江西美术出版社	2022年1月	58.00
7	2024考研英语 66句搞定考研语法长难句	中国人民大学出版社	2023年4月	58.00
8	2026考研英语 语法及长难句应试全攻略（2）	中国宇航出版社	2024年1月	99.90
9	2026考研数学 高等数学基础篇	中国农业出版社	2024年1月	99.80
10	2026考研数学基础30讲	北京理工大学出版社	2024年1月	139.80

2025年1月下半月文学艺术类图书销售排行榜

排序	书名	版别	出版时间	定价（元）
1	我与地坛（纪念版）	人民文学出版社	2011年1月	29.00
2	我的阿勒泰	花城出版社	2021年8月	45.00
3	你当像鸟飞往你的山	南海出版公司	2019年11月	59.00
4	人生不怕从头再来	长江文艺出版社	2015年11月	39.80
5	不被大风吹倒	北京日报出版社	2024年1月	59.90
6	病隙碎笔（纪念版）	湖南文艺出版社	2021年10月	48.00
7	一间只属于自己的房间	天津人民出版社	2019年10月	39.80
8	小狗疑心大宇宙阴谋篡夺它的位置	江苏凤凰文艺出版社	2024年11月	59.80
9	一个人的村庄	译林出版社	2022年1月	68.00
10	总有路在等你	湖南文艺出版社	2024年6月	49.80

2025年1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	读读童谣和儿歌	人民教育出版社	2018年1月	39.80
2	一起长大的玩具	人民教育出版社	2018年12月	16.00
3	中国古代寓言	人民教育出版社	2019年1月	25.00
4	小刺猬理发	长江少年儿童出版社	2018年8月	25.00
5	夏洛的网	上海译文出版社	2014年8月	37.00
6	伊索寓言	人民教育出版社	2019年1月	25.00
7	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
8	克雷洛夫寓言	人民教育出版社	2019年1月	25.00
9	青铜葵花	江苏凤凰少年儿童出版社	2016年4月	22.00
10	少年游学 跟着诗词去旅行	北方妇女儿童出版社	2024年1月	34.00

2025年1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	信息系统项目管理师教程	清华大学出版社	2023年3月	168.00
2	十万个为什么（上下）	人民教育出版社	2020年10月	75.00
3	机电工程管理与实务	中国建筑工业出版社	2024年11月	76.00
4	中国科普作品精选 灰尘的旅行（全2册）	人民教育出版社	2020年3月	50.00
5	调酒师 基础知识（第2版）	中国劳动社会保障出版社	2013年2月	20.00
6	建设工程施工管理	中国建筑工业出版社	2024年11月	76.00
7	建设工程法规及相关知识	中国建筑工业出版社	2024年11月	76.00
8	真希望全家不生病	北京联合出版公司	2024年2月	68.00
9	十万个为什么	民主与建设出版社	2020年1月	24.80
10	小彗星旅行记（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个分类榜组成，均按销量降序排列。（报载各榜TOP10；各榜TOP20见商报官微、官网）

● 新书发布

2025年2月“商务印书馆十大好书”京沪两地首发

中国出版传媒商报讯 2月8日，商务印书馆2025年2月新书发布会在北京、上海两地举行。《中国濒危语言志》《中华民俗大典》《陈寅恪手批旧唐书》《钟敬文故事学文存》《意识与社会》《心理学原理》《价值理论手册》《高贵灵魂的回响：伪朗吉努斯〈论崇高〉研究与译注》《论灵魂（希汉对照）》《中世纪文化范畴》获评月度学术类十大好书；《世界地图的故事》、“鲍鹏山作品系列”、《易学导论》、《中华戏剧通史简编》、《怀特海对话录》、《埃伯利街谈话录：乔治·摩尔谈文学与艺术》、《佛性如风：中国佛教艺术研究》、《心悟妙识：〈坛经〉导引》、《孔子新证》、《陪你去逛动物园》获评月度大众类十大好书。商务印书馆编辑徐从权、李南男、许亚飞、周小薇、孟祥颖通过直播形式向读者推荐本月重点新书。

本月，《中国濒危语言志》出齐50种，该丛书是教育部、国家语委重大语言文化工程“中国语言资源保护工程”的标志性成果，是国家出版基金项目，编写濒危汉语方言志20册、濒危少数民族语言志30册。《中华民俗大典》包含广西卷、北京卷、广东卷、澳门卷、甘肃卷，系统地介绍各地生动鲜活的民俗事象，从中可以了解当地民俗的古今嬗变和深厚的文化内涵。

一年一度的商务印书馆“新春绽放”活动也在2月新书发布会同期启动，商务印书馆倡导深度阅读，将结合128年馆庆，开展多场直播活动。 （张馨宇）