

加强战略谋划 夯实融合底座 强化集团牵引 推动出版高质量发展

■黄志坚(中国出版集团有限公司董事长、党组书记)

编者按

5月27日,2025文化强国建设高峰论坛出版深度融合发展论坛在深圳举行。中国出版集团有限公司董事长、党组书记黄志坚发表主题演讲。当今,出版业正处于千百年来未有之大变局之中。在“十四五”规划总结收官、“十五五”谋篇布局之际,黄志坚立足文化强国建设全局,探讨了出版深度融合的发展路径。

出版能力可以用于一切。要有战略自信,但不能盲目自信,必须以创新思维重新审视出版业的时代价值和发展规划。要有战略谋划,不能单兵突出或邯郸学步,确保出版业宏观发展可持续、微观实体有活力、融合创新有突破、“双效统一”有保证。

强化能力,夯实融合发展的出版底座

“变则通,通则久”,而“万变不离其宗”。出版会“变”,也会“万变”,产品形态会呈现传统纸质出版物和各类电子出版物的百花齐放、推陈出新,出版组织、管理和商业模式也会借互联网思维和数字技术得以再造。同时,出版的“宗”不会“变”,也不能“变”,这个“宗”就是知识与信息的“搬运工”作用,更是文化创作与传播的“把关人”职责。为此,必须强化出版在融合发展中的三方面能力。

一是出版的价值判断力。面对信息茧房、AI幻觉、算法垄断,出版要进一步强化筛选、甄别、整理以及对优质内容再传播等核心功能,进一步提升选题、编辑、翻译和审读等专业能力,努力把权威可信的最大共识和具有持久价值的文化产品与服务,提供给受众,并为后代留下准确的、有价值可传承的文化财富。

二是出版的双重服务力。面对当下信息知识海量涌现、注意力相对稀缺的背景,面对人人皆有文化生产者和消费者双重角色的现实,出版不仅要丰富其在文化创作与传播中的桥梁纽带作用,更要构建起能够连通、服务文化创客与文化受众的全新平台。一方面,贴心而专业地服务于文化创作生产,聚合作者资源,激发创意灵感,发挥编校优势,提供数智化赋能和全版权运营。另一方面,精准而全方位地满足受众多重文化需求,开发更丰富的产品形态,提供更简洁的服务、更权威的信息、更个性化的情绪价值,构建书香社会,提升生活品质。

三是出版的技术驱动力。面对层出不穷的新技术,出版要继续秉持运用活字印刷、激光照排促进自身发展进步的勇气与能力,加强对新技术的研判与利用,保持主导与主动,通过技术升级,在产品形态上实现全面创新,在生产效率上凸显乘数作用,在赢利模式上探索新的空间。比如,中国大百科全书出版社围绕《中国大百科全书》第三版推出50万个网络版条目,并同步推出纸质版、外文版,实现了该产品的融合升级。商务印书馆打造了系列品牌辞书APP提供知识服务,中华书局推出“中华古籍数据大语言模型”用于古籍整理出版。中国图书进出口(集团)有限公司依托长期积累的国内外科技书报刊数据库孵化人工智能新服务,中国对外翻译公司借助多语种语料资源探索全球数据挖掘与分析新业务。随着数据管理和运用的顶层设计进一步完善,数据

资源采集、加工与服务在出版活动中的地位作用将更加凸显,用人才与人脑纠治人工智能幻象的需求将更加迫切。以技术突破与迭代,构建以出版数据资源为核心的阅读服务生态和知识服务平台,正成为出版核心竞争力中的集中体现。

做强主体,形成融合发展的集团牵引

当前,我们的一批名社大社和出版集团以其具有的优化资源配置、集约高效发展、抵御市场风险等能力,已成为推动出版业高质量发展的重要力量。从现代出版业发展看,集团化运作是一个趋势。从履行出版功能、体现主流价值来看,要求有一批能够对冲市场消极影响、引导创作生产导向的文化品牌单位。从研发和运用现代科技来看,同样需要能够挺住外部竞争者“降维打击”、自身具有投入与推广能力的企业主体。为此,要努力做大做强做优一批骨干出版集团,使之成为“三个高地”,发挥其在融合发展中的示范和带动作用。

第一,打造全面创新高地。一是内容创新,正视、适应、进而影响和引导仍处于不断变动中的阅读新趋势,探索读书与读屏良性互动,不断提高出版供给端与文化需求端的适配度。二是技术创新,既敢于布局未来、投资预期,又坚持有所为、有所不为,做到以我为主,应用层技术研发适度投入,集成能力拥有话语权,掌握出版融合主导权。三是业态创新,发挥数据资源、版权资源优势,促进科技创新和出版创新深度融合、双向奔赴,探索“出版+”产业新生态。

第二,打造经营管理高地。一是完善治理体系,建立健全具有文化特色、符合管理要求的现代出版企业制度,确保始终坚持把社会效益放在首位、实现社会效益与经济效益有机统一。二是强化激励约束,纵深推进三项制度改革,做到干部能上能下、薪酬能高能低、员工能进能出、机构能增能减。三是优化资源配置,有效盘活存量资源,加强内部资源共享、经验分享,形成融合发展集约优势。

第三,打造干部人才高地。树立干事创业的选人用人导向,全面加强干部人才队伍建设,培养造就更多讲政治、会管理、有经营意识的企业干部,知国情、爱出版、有文化创意的编辑人才、懂媒介、善学习、有研发能力的技术人员,特别是能够驾驭和超越人工智能的综合性专业人才,以高质量的干部人才队伍为出版深度融合提供引擎和依托。

我们相信,通过全面深化出版业改革,统筹推进系统性变革,坚守初心、坚定信心、传承文脉、唤醒活力、推进融合,出版业一定會在“十五五”时期全面振兴、再塑辉煌。

出版动态

中国出版传媒商报讯 5月24日,复旦大学特聘讲座教授、古籍所教授、博士生导师陈建华受商务印书馆上海分馆邀请,在上海带来了一场题为“现代中国美育的发轫——1910年代初上海的文艺新潮”的精彩讲座。此次讲座聚焦百年前上海的文艺图景,展示了中国现代美育的早期萌芽与实践。

陈建华认为,尽管蔡元培在1917年提出“以美育代宗教”,但上海在此之前已通过文艺实践悄然展开现代美育的探索。他指出,上海自1843年开埠后,诸多商业文明为美育提供了土壤,报刊的繁荣、稿费制度的形成、剧场与影院的商业化运作,构建了“作者—传播—受众”的现代文化消费模式。这种模式不仅推动了文艺的大众化,更使审美教育融入日常生活:市民通过阅读小说、观看戏剧电影、欣赏月份牌画,在娱乐中接受现代价值观的启蒙。

陈建华还梳理了1910年代初上海文艺领域的多元突破。他提出,要重新审视上海在现代文化史上的独特价值。长期以来,“新文化运动”被视为现代文化的起点,但上海自开埠后积累的文化实践构成了一条独特的海派文化脉络。1910年代的文艺新潮正是这种多元、包容、商业化的海派文化的集中爆发,其对美育的实践探索,为理解中国现代化进程提供了不可或缺的注脚。

陈建华解码现代中国美育发轫

中国出版传媒商报讯 近日,由机械工业出版社主办的“机工科技·工程科技图书金齿轮奖暨2024年度科技好书颁奖盛典”在京举行,旨在表彰优秀工程科技图书,激励广大科技工作者和科技出版人为国家科技进步和人才培养贡献力量。

机械工业出版社副社长丁诚表示,机械工业出版社于2023年首次举办了“机工科技·工程科技图书金齿轮奖暨年度科技好书评选”系列活动。为了将该系列活动办成工程科技领域图书的权威评选,2025年组委会对活动方案进行了全面优化,完善评选体系,并邀请56位产、学、研一线专家对参评图书进行严格评审,强化专业性与公信力。

中国编辑学会会长郝振省、中国出版协会科技委常务副主任兼秘书长张敬德作为颁奖嘉宾出席此次颁奖典礼。

会上,来自机械、电工电子、汽车、建筑、计算机和科技出版领域的行业专家宣读了机工科技·工程科技图书金齿轮奖和2024年度科技好书获奖名单及获奖理由。

在金齿轮工程科技圆桌论坛环节,来自产学研各界的嘉宾围绕“人工智能时代多元人才培养路径探索”的主题展开讨论。

「机工科技·工程科技图书金齿轮奖暨2024年度科技好书颁奖盛典」在京举行

以数智融合赋能文化供给 用生态服务织就阅读经纬 凤凰出版传媒集团探索打造全民阅读“江苏范式”

■中国出版传媒商报记者 张馨宇

在数字浪潮与全民阅读深度融合的新时代,凤凰出版传媒集团(以下简称“凤凰集团”)以“数智化转型”与“生态化服务”为双引擎,持续深化出版主业改革,拓展文化服务边界,通过内容供给、技术创新、跨界协同、书香校园与品牌矩阵建设,全力打造全场景、全链条的全民阅读服务体系,探索出一条可复制的“全民阅读江苏范式”。

锻造精品,铸牢全民阅读内容根基

凤凰集团始终秉持“内容为王”理念,构建多层次的全民阅读内容供给体系。在文学、学术、科普、教育四大原创出版工程推动下,凤凰集团的内容生产保持良好势头。2024年,集团旗下出版物斩获120余项国家级奖项,其中16种入选“中国好书”月榜,5种入选“中国好书”年榜,7种选题入选中宣部主题出版重点出版选题,获奖总量居地方出版集团首位,37种图书发行量超10万册。

凤凰集团持续深化出版品牌建设,通过举办凤凰作者年会、凤凰文学奖、曹文轩儿童文学奖、东方娃娃原创绘本大赛等品牌活动,推出名家工作室、凤凰出版子品牌等系列举措,集聚更多高端作家作品资源,搭建良好创作生态,持续为全民阅读输送优质内容。

数字赋能,构建全民阅读新生态

面对数字阅读新趋势,凤凰集团以“新质生产力”为引领,推动出版业从内容生产到服务模式的系统性变革,构建起“线上+线下”相结合的全民阅读新生态、

文化服务新业态。

凤凰集团用技术赋能内容生产,依托“凤凰智灵”智能化平台,实现从选题策划到出版流程的全链条升级。2024年,集团数字经济核心产业收入突破32亿元,自有数字服务平台用户数超2200万。建设中的《江苏文库》古籍数据库、“中国抗战人工智能知识库”等项目让历史典籍“走出深闺”。“小凤凰FM”入选国家新闻出版署2024年度数字出版优质平台遴选推荐计划,“凤凰书苑”平台用户数突破131万,以云阅读方式助力全民阅读。

与此同时,凤凰集团积极探索,创新开展场景化阅读体验,优化阅读生态。凤凰新华书店在全省有1400多个、总面积超100万平方米的图书发行网点,面对行业发展新趋势、文化消费市场新需求,新华书店积极开展“新生态”建设,由单一图书售卖向综合文化服务提供延展,丰富全民阅读的场景化体验。无锡图书中心、苏州观前书城等“最美书店”通过空间改造与文化活动集活动,成为城市文化新地标。新华书店2024年共开展6000多场研学活动,让行走的每一片土地都成为教科书,受到广大青少年的喜爱。

跨界协同,打造全民阅读朋友圈

全民阅读重在全民,凤凰集团加强协同创新与跨界融合,拓展文化服务边界,走进机关、企业、学校,推进机关书屋、企业职工书屋、农家书屋、特殊群体书屋“四个书屋”建设,打造全民阅读朋友圈。

近年来,凤凰集团先后与建设银行共建全国首家“书香建行”,与江苏省农村信用社联合发行“圆鼎书香卡”,2024年,新建机关书屋、企业书屋等各类阅读空

间41家。以这些实体书屋为纽带,通过主题阅读分享会、名家讲座等方式,为机关企业、金融机构提供出版、研学、文创、传播等多元化的文化服务,共同推动书香社会建设和文化繁荣发展。

2024年,凤凰数字农家书屋注册用户数达750万,平台总使用次数达1.14亿次,全年更新农家书屋图书50余万册,建成农村发行网点693个,让书香浸润田间地头。

2023年,凤凰集团与共青团江苏省委联合启动“凤凰少年书架”公益关爱项目,实施2年来,共开展超200场捐赠活动,捐赠14万余册图书和2.2万份电子阅读产品,总价值超2000万元,覆盖省内81所希望小学,惠及11070名困境青少年,有效助力他们的成长与发展。

青春领航,培育书香校园沃土

凤凰集团落实《全国青少年学生读书行动实施方案》要求,把服务青少年读者作为深化全民阅读活动的重点,结合集团自身优势,打造权威性、体系化、品牌化的青少年阅读产品及服务。

凤凰集团积极推进校园书店建设,截至2025年4月,挂牌校园阅读服务中心42家,启动19所实体中小学校园书店建设,在江苏13所高校开设校园书店,另有9家正在建设中。通过将阅读服务嵌入校园日常场景,让青少年在校园里就能感受到浓郁的书香氛围。

凤凰集团将全民阅读与教育服务深度融合,2022年,凤凰集团联合江苏省作协,在江苏中小学校设立150多个“凤凰校园文学基地”,先后举办百余场名家进校园文学讲座等活动;2025年4月,凤凰集团又推出“阅读引领·师道传承”教师共读共写系列活动,联动稻



无锡图书中心打造城市文化新地标(凤凰集团供图)

奋基金会、江苏教育学会、江苏全民阅读促进会等,共同培养阅读推广骨干。此外,凤凰集团精心策划青少年学生阅读活动,举办“江苏高校凤凰读书节”,连续7年举办江苏省中小学生诵读大赛,每年都吸引数万名中小學生参加,极大促进了中小学生的阅读,进一步引领新一代读者“爱读书、读好书、善读书”。

品牌驱动,释放阅读推广强势能

凤凰集团积极创新,构建起“一核多极”的常态化、多元化阅读推广矩阵。

以连续举办14年的江苏书展作为核心IP,2024年实现销售码洋2.5亿,举办各类阅读推广活动176场,吸引10万人次参与,成为全民阅读的“文化磁场”。

以“凤凰读书会”为品牌,凤凰集团每年开展超过6000场全民阅读活动。连续8年举办的“9·28经典诵读活动”,创新了阅读活动的举办和传播形式,线上线下联动的“江苏文脉大讲堂”累计举办30场,相关产品全网总阅读量超过2.6亿次,全方位纵深推进全民阅读活动。

与此同时,凤凰集团旗下的《现代快报·读品周刊》与“凤凰好书”“凤凰作者面对面”“凤凰总编Bookshow”,构建起从纸媒到新媒体、从文字到视频的全媒体传播矩阵,“凤凰优选”“译林”“青岛新知”“大鲸有个号”“凤凰职教”等新媒体品牌精准触达年轻群体,形成“传播—互动—消费”的阅读消费新生态。