



# 出版与发行 创新模式研究

重庆两江学者出版发行管理特聘岗位

研究成果选编

重庆出版集团  
重庆出版社

罗小卫 主编

在我国,出版有着漫长而悠久的历史,由结绳记事,在甲骨、青铜、玉石上刻字记事,到书写在竹简上和缣帛上的竹帛书,已有几千年的历史。墨子:“书之竹帛,传遗后世子孙。”这与我们今天对出版、图书传承文明的表述是很契合的。

我们在出版史中一般都把它们纳入到出版范畴,虽然甲骨刻字、竹简、帛书等有传承文明的功能,但它们并不是本质意义上的出版。出版的最本质特征是把一份有文字或图案的内容复制为多份,而这是在唐宋雕版印刷和活字印刷以后的事情了。印刷技术使手工抄写这种只能在小范围内传播文明的方式发生了根本性变化,也使得它具有了商业价值,出版第一次成为可以盈利的手段。这是人类文明史上的一个重要里程碑。印刷技术催生了现代出版业,而出版对人类最大的贡献就在于它通过出版物(主要是图书)保存、传承和传播文明,并由此推动了人类社会的进步。英国哲学家卡尔·波普讲过这样的话:即使人类遭遇了灭顶之灾,如果能够保存下来一座图书馆,就保存了人类文明。

数字技术的诞生与迅猛发展,互联网的出现是人类文明史上新的里程碑。它不仅在很大程度上改变了文明的传播方式,也广泛而又深刻地改变着我们的生活方式。出版面临着几千年来从未有过的

危机与挑战,出版开始划分为两个阵营:以纸质图书为代表的传统出版和以电子图书、动漫、音乐等为代表的数字出版。它们最大的区别是:传统出版所提供的产品都是有介质的,而数字出版提供的产品是无介质的。关于出版本质是复制的定义产生了动摇,美国人把数字出版中的复印定义为临时复制,现在这种说法已不见踪迹。两种出版虽然存在着有介质和无介质之别,其实,它们的共同点都是把同一内容,通过不同传播方式提供给公众。公众可以同时阅读同一部小说,观看同一部电影。有形的东西,一个苹果只能一个人享用,如果两个人分享,那每个人只能吃到半个。而同一内容的出版物,无论是纸质的或是数字的,都可以同时为更多人服务,这就是出版的魅力,智慧成果的魅力。

但在现实中,随着数字出版的迅猛发展,不仅是传统出版感到危机,数字出版也面临诸多的矛盾与困惑。在这种背景下,无论传统出版还是数字出版,都亟待在实践中创新,在理论上获得指导。摆在我们面前的这部论文集就是面对诸多问题和矛盾,在实践中创新,在理论上总结思考的智慧成果。重庆市人民政府在全国率先为出版设立了“两江学者”特聘岗位,这真是具有远见卓识的举措。罗小卫同志以其丰富的出版实践经验以及对理论研究的造诣,被聘为出版首个“两江学者”,也很令人鼓舞。

5年来,罗小卫和他的科研团队分析出版的新需求,针对出版中的热点和难点,以“出版发行创新模式研究”为总课题全面开展研究。研究的课题既涉及出版企业现代企业制度的创新,供给侧结构改革等宏观层面的探索,也有探讨融合发展背景下,学术出版创新、出版业与全民阅读互促路径以及推动中华文化从“走出去”到“走进来”的路径探析,还包括了主题出版、选题创新、营销创新等一系列具有很强针对性和操作性的实践经验总结与前瞻性研究。传统出版与数字出版融合发展是科研团队关注的重点,在29个子课题中,融合出版就占了11席,专门阐述传统出版与数字出版在融合发展中的

路径与探索。

罗小卫的团队还承担了国家新闻出版广电总局2017年新闻出版行业重点课题项目“版权金融产品模式及机制研究”和重庆市社会科学规划项目“出版发行创新发展模式研究”，与重庆师范大学等单位联合承接了国家科技部“民族民间文化资源传承与开发利用技术集成与应用示范”等重要课题。由实践到理论，再由理论返回实践。科研团队四年来的研究成果推动了《中国特色社会主义道路研究》《中国特色社会主义“五大建设”丛书》《大足石刻全集》等体现我国主流意识形态和中华优秀传统文化的出版物向欧美和亚洲主要国家实现版权输出；版权金融产品模式及机制课题研究，为我国出版业从单一产品经营向版权经营发展提供了理论参考；出版物物联网（RFID）系列标准制定研究，有效探索了出版产业链的信息化和标准化的具体新路径，课题组对选题策划创新、营销创新的一系列研究，催生了《重庆之眼》《与魔鬼博弈》《香蕉哲学》等一批优秀原创出版物。

实践证明，我国出版业的改革发展既需要勇于实践探索，也亟须理论创新。出版发行业加速转型升级，探索融合发展之路，没有现成的经验可以借鉴。在新技术冲击下，出版业所面临的新矛盾和新问题就更加复杂，生存空间受到挤压，有些问题甚至无法通过自身的调节，而需要更宽阔的视野和创新思维去寻找解决路径。

党的十九大报告作出了中国特色社会主义进入了新时代的重要判断。新时代我们面临的最主要矛盾是人民日益增长的美好生活需要和不平衡、不充分发展之间的矛盾。这个判断也十分契合出版业的实际。总体来看，我们当前的主要问题不是图书品种不足，而是图书品种过多，传播能力不足的矛盾。这其中既包括传统出版，也包括数字出版。数字出版也不能认为只要是海量品种就可以满足公众的文化需求。如何让平庸出版物的品种数量降下来，如何着力提升优质图书的比例，在融合发展中壮大起来，是出版人面临而必须解决的

主要问题。

罗小卫和他的团队紧扣创新这个时代主题,既有前瞻性的思考,也有基于实践的理论探索。其研究成果在此时付梓出版,必将为新时代我国的出版发行理论研究注入一股清泉,相信定会受到社会各界,尤其是出版同仁的关注,开展讨论与交流。相信该书出版将会对出版发行的实践与理论产生积极的影响,从而发挥积极的推动作用。

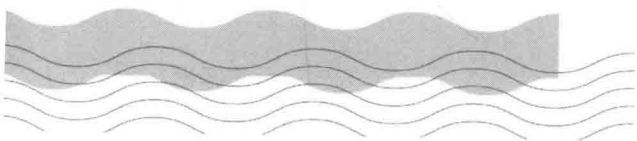
原国家新闻出版广电总局党组成员、副局长

肖晓春

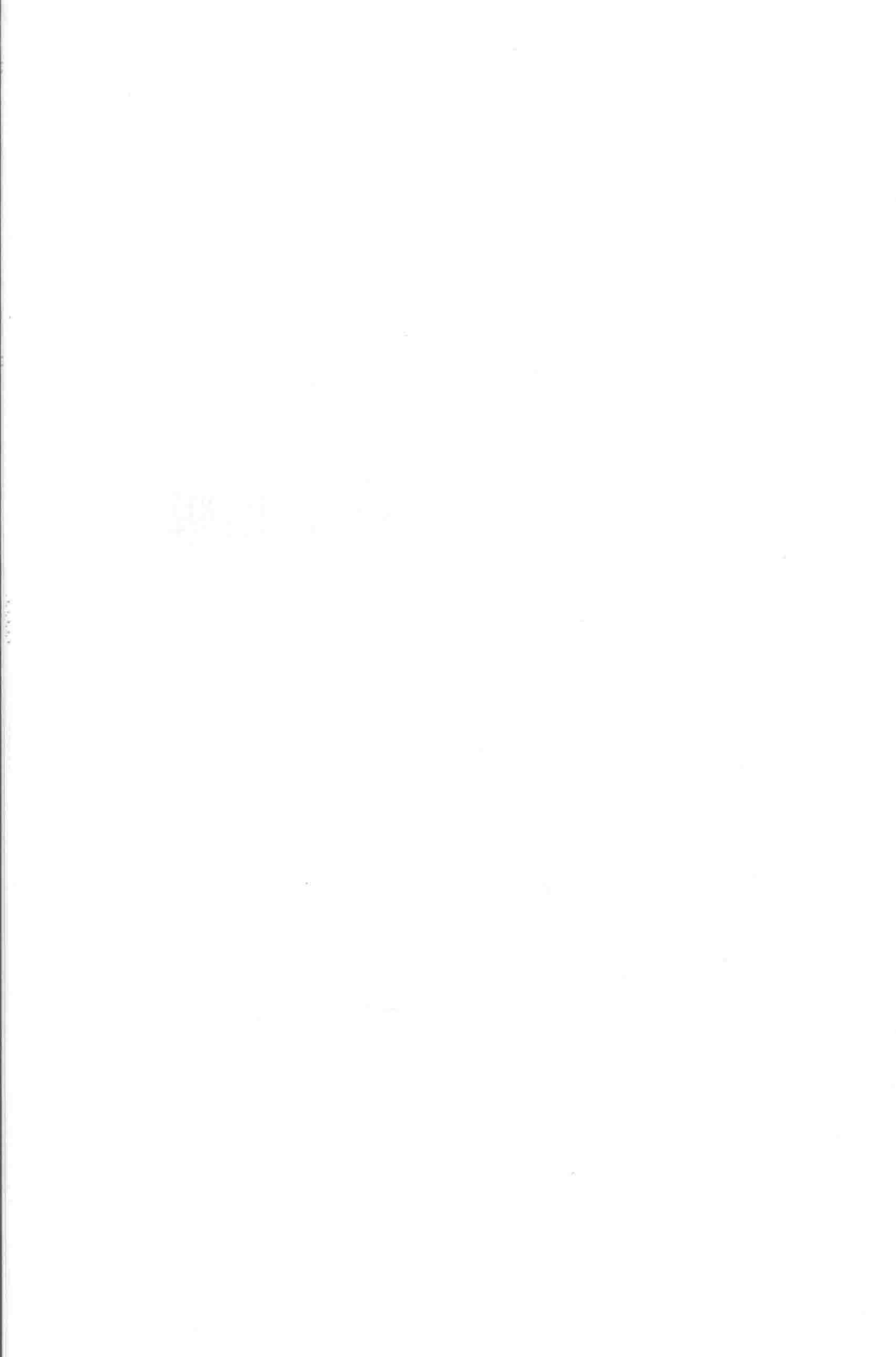
# 目 录

序	阎晓宏	1
主题出版		1
牢记出版职责使命 不断创新多出精品	陈兴芜	3
例析主题出版的策划与营销	罗小卫 别必亮	9
互联网时代图书选题策划创新	程 辉	19
信仰的力量历经时空变迁而不衰——以《忠诚与背叛》 为例谈经典题材主题出版的价值取向	杨 耘	30
披沙拣金 重拾价值——解读一部题材被边缘化价值 被低估图书的出版意义	杨 耘	37
出版改革		43
新形势下出版集团建立现代企业制度探析	寇德江	45
如何转变和提升对现代出版企业的管理方式	易 扬	54
全民阅读与出版业互促路径思考	赖义美	60
关于教科书选用制度的几点思考	张培华	70
纸质教材的数字化未来探析	张培华	80
出版发行企业供给侧改革路径初探	林 林	93
国际合作		99
重庆出版集团“走出去”战略的实践与思考	罗小卫	101
图书版权输出现状分析与思考	张兵一	113
国际合作出版方式及利弊分析	张兵一	125
从“走出去”到“走进去”——中国图书版权输出有效 途径浅析	张兵一	135

两媒融合 .....	151
浅析新型互联网技术发展趋势下的人才培养模式 ..... 陈建军 徐升国 张文飞	153
图书出版发行的全媒体应用及盈利模式探索 ..... 高 岭	163
重塑“互联网+”下的纸质图书竞争力 ..... 高 岭 陈 浩	173
“互联网+”形态下传统出版的蝶变转型思考 ..... 别必亮	184
学术图书出版两媒融合实现方式及基本评估 .....	杨 耘 192
媒介融合时代时政类新闻杂志的发展路径探析 ..... 刘绍星 胡燕磊	200
关于提升传统媒体官方新媒体影响力的思考 ..... 刘绍星 胡燕磊	209
RFID 技术在出版业的应用实践研究 .....	刘爱民 217
图书出版业 RFID 电子标识技术的数据安全性研究 ..... 刘爱民	225
传统出版机构 APP 现状分析及发展建议 .....	刘爱民 231
“互联网+”下图书分销平台化建设构想 ..... 高 岭 陈 浩 林 杰	240
版权金融 .....	249
版权金融产品模式及机制研究 .....	罗小卫等 251
版权金融产品模式研究 .....	易 扬 刘绍星 297
中外版权金融管理模式探析 .....	林 林 赖义美 309
附录 重庆两江学者出版发行管理特聘岗位科研团队成员名单 .....	319
后记 .....	321



## 主题出版



## 牢记出版职责使命 不断创新多出精品

陈兴芜

### 阅读提示

新闻出版事业是党和人民的重要事业,我们党历来高度重视新闻出版事业的发展建设。近年来,以习近平同志为核心的党中央更是着力推进出版事业繁荣发展。2016年2月19日,习总书记主持召开文艺工作座谈会并发表重要讲话,提出了新形势下党的新闻舆论工作的职责和使命,为我国新闻出版事业发展指明了方向、提供了根本遵循。重庆出版集团深入学习贯彻习近平总书记新闻舆论工作座谈会重要讲话精神,牢记习总书记“48字”新闻舆论工作职责和使命,积极推动创新,不断强化阵地建设,不断提高传播力、引导力、影响力和公信力,力争将集团打造成具有重要影响力的出版传媒企业。

习近平总书记在新闻舆论工作座谈会上提出了新形势下党的新闻舆论工作的职责和使命:高举旗帜、引领导向,围绕中心、服务大局,团结人民、鼓舞士气,成风化人、凝心聚力,澄清谬误、明辨是非,连接中外、沟通世界。这48字深刻阐明了党的新闻舆论工作的极其重要地位和作用,体现了党和国家对新闻舆论工作的高度重视和寄予的殷切期望,指明了在新媒体格局下新闻舆论工作创新发展的道路。

习近平总书记关于党的新闻舆论工作的讲话,高屋建瓴统揽全局,内涵丰富富有创见,具有极其重要的理论价值和现实意义,为推动新形势下出版事业繁荣提供了强大思想武器和根本遵循。结合出版业发展现状和出版工作具体实际,我们深切领会到以下几点:

## 一、认真履行48字职责使命,全面筑牢党的新闻舆论工作根基

坚持政治家办社的思想,把政治方向摆在第一位,做政治的明白人,在思想上政治上行动上始终与党中央保持高度一致。切实增强政治意识、大局意识、核心意识、看齐意识;坚持党性原则,坚持马克思主义新闻观,坚持正确舆论导向,坚持正面宣传为主,这既是党对新闻舆论工作提出的要求,也是新闻舆论工作者全面开展好各项工作的重要前提。

在出版工作中,要切实加强党的领导,要善于把政治导向、政治要求体现到工作中去。当前,我国社会正处于转型期,在经济全球化和信息化条件下,主流与非主流文化多元并存,各种思想文化激烈碰撞和相互交融。在出版工作的各个方面、各个环节都要坚持正确的舆论导向,贯彻团结稳定鼓劲、正面宣传为主的基本方针。既要坚持“百花齐放,百家争鸣”,又要在一些原则性、关键性的问题上举旗亮剑,澄清谬误,明辨是非,绝不给错误思想和言论提供传播平台,绝不给低俗化、娱乐化等格调庸俗作品让路。

新闻舆论工作唱响时代主旋律,社会思想就有了主心骨;新闻舆论工作有效传播正能量,社会发展就会拥有不竭动力。在不断巩固壮大主流思想舆论,引导社会各方面力量凝心聚力推动社会进步和发展的过程中,传媒自身的传播力、引导力、影响力和公信力也将相应得到不断提升,这是国有文化出版传媒企业形成核心竞争力的基础。

“十三五”期间,重庆出版集团将致力打造具有重要影响力的出版传媒企业。我们深刻认识到,在集团各个发展阶段全面履行“48字”新闻舆论工作职责和使命,是做好出版工作的立足点和着力点;是不断强化阵地建设,不断提高传播力、引导力、影响力和公信力进而不断增强核心竞争力的工作基础。

## 二、加快创新发展,牢牢掌握意识形态工作主动权和话语权,抢占舆论制高点

习近平总书记在讲话中特别强调,随着形势发展,党的新闻舆论工作必须创新理念、内容、体裁、形式、方法、手段、业态、体制、机制,增强针对性和实效性,加快构建舆论引导新格局。

近些年来,各地出版集团通过改革创新已发展成为集图书出版、报刊网络出版等于一体的出版传媒企业,综合经济实力、传播力和影响力不断增强。但我们也清醒地看到,随着网络的普及,新兴媒体迅速崛起,媒体格局正面临重大而深刻的变革。在新技术的推动下,受众的分众化、传播渠道多样化的趋势更为明显,昔日信息单向传播优势已逐渐被互动传播所取代。出版传媒企业必须锐意改革,在不断创新中牢牢掌握意识形态工作主动权和话语权,抢占舆论制高点。

重庆出版集团是我市国有文化出版传媒骨干企业,是传播社会主义主流文化的重要阵地。在新的形势下,重庆出版集团积极推动创新,不断提高履职尽责的能力水平:一是推动经营理念创新,加快转换经营机制,积极推动传统出版与创新技术、金融资本和其他文化领域的深度融合,深挖发展潜力,完善文化产业链,使各业务板块形成合力,努力实现出版内容、技术应用、平台终端、人才队伍的资源共享,形成一体化的组织结构、运营机制和管理机制,打造全方位、多层次、多渠道的主流舆论矩阵。二是主动适应分众化、差异化传播趋势,综合应用互联网、大数据分析和多媒体融合等手段推动出版物选

题策划机制、营销机制创新,有效适应市场多样化需求,引导和创造新的文化需求,丰富原创作品,积极满足人民群众多样化和消费结构升级的文化需求,创新产品开发的理念、创意、内容,提高产品的科技含量、文化价值、艺术品位,扩大有效供给。三是丰富和创新文化“走出去”的渠道和方式。组织策划、深入推动实施一批潜力大、前景好、具有国际影响力的国际合作出版项目,使文化“走出去”真正转变为“走进去”。四是创新人才队伍建设。媒体竞争关键是人才竞争,媒体优势核心是人才优势。重庆出版集团始终重视队伍建设;着力培养造就一支政治坚定、业务精湛、作风优良,党和人民放心的编辑出版工作队伍;热情凝聚一大批思想过硬、水准高、数量充足、门类较齐全的优秀作者队伍;积极营造尊重人才、培养人才,人尽其才,材尽其用的浓厚氛围和良好环境。

### 三、精心耕耘多出精品,把社会效益放在首位, 实现社会效益和经济效益相统一

习近平总书记在讲话中强调指出:媒体要转作风改文风,努力推出有思想、有温度、有品质的作品。

出版繁荣归根到底靠的是精品力作。重庆出版社成立六十多年来,始终坚守阵地,认真履责,服务大局,坚持不懈地致力于马克思主义中国化研究出版工作,出版了《国外马克思主义和社会主义研究丛书》《马克思主义经典作家文本研究参考丛书》理论研究和通俗读物几十套丛书,构筑起了马克思主义理论与大众化传播相结合体系;重庆出版集团科学学术著作出版基金已资助出版具有国际一流学术水平专著百余部,出版了《忠诚与背叛——告诉你一个真实的红岩》等一大批“叫好又叫座”的大众畅销读物,加盟全球出版项目“重述神话”等国际出版项目,有力推动中华文化“走出去”,在传播社会主义先进文化方面作出了卓有成效的努力。

在“十三五”时期,重庆出版集团将积极实施出版物精品工程,按照中办、国办下发的《关于推动国有文化企业把社会效益放在首位、实现社会效益和经济效益相统一的指导意见》,正确把握出版企业既有产业属性又具有意识形态属性的特殊性,深化改革推动创新,推动促进增长方式由传统粗放型增长向集约化发展,把多出精品、努力实现双效作为核心工作,通过创新和控量提质提高各方面要素的供给效率,以优秀的产品培育市场占领市场,努力实现社会效益和经济效益相统一。在具体出版工作中,一是策划出版纪念新中国成立70周年,邓小平同志诞辰115周年,世界反法西斯战争暨抗日战争胜利75周年等党和国家重要政治活动和重大历史事件的主题出版重点项目,做亮做强马克思主义中国化研究和通俗读物等一系列图书品牌;组织策划一批弘扬社会主义核心价值观的大众通俗出版物。二是打造《中国幼儿文学百年集成·1911—2011》(23卷)、“大足石刻数据库”、“中国雕塑全集数据库”、“巴渝非物质文化遗产数字出版平台”项目一批传承中华优秀传统文化的重大文化出版工程。三是深入挖掘红岩文化、抗战文化、三峡移民文化等具有重庆独特优势的文化资源,依托“巴山夜雨原创文学作品出版基金”,策划组织一批优秀本土原创文学作品,彰显城市文化底蕴、宣传重庆文化和文学成就。四是瞄准市场,推出更多为群众喜闻乐见的文化产品,抓好“基于移动互联网自助出版发行平台”的建设和上线运营。五是加大国际合作力度,进一步开发针对性强、有特色的外向型图书,对外输出产品服务由图书版权输出扩展至报纸、期刊、电子书以及实物出口、印刷外包出口等各类产品服务;结合“一带一路”战略的实施,以更大力度推动与渝新欧铁路沿线国家的出版交流与合作,增进相互间的文化交流与合作。六是通过特色化、差异化、立体化的经营,彻底改变以传统出版为核心的单一生产模式,走出一条传统出版和新兴出版融合发展之路。

### 参考文献

[1]《习近平在党的新闻舆论工作座谈会上强调：坚持正确方向创新方法手段，提高新闻舆论传播引导力》，载于《人民日报》，2016年2月20日第1版。

(本文原载于2016年6月7日《重庆日报》)

# 例析主题出版的策划与营销

罗小卫 别必亮

## 阅读提示

出版行业面临传播文化使命与追求市场利润的博弈、读者群对作品更加挑剔且更偏好浅阅读的背景下,以党和国家的一些重大事件、重大活动、重大题材、重大理论问题等为主题的主题出版遇到了严峻挑战。然而,从重庆出版集团推出的《忠诚与背叛》等主题图书的成功案例中,不难发现,主题出版物在坚持围绕中心、服务大局的前提下,紧扣热点、立足现实,同时兼顾读者的精神需求和阅读习惯,创新主题出版物的内容与形式,往往能破解难题。

亨廷顿提出:“在新的世界里,最重要的、普遍的、危险的冲突……是属于不同文化实体的人民之间的冲突。”文化认同成为关系民族认同乃至国家安全的重要因素。在这样的情况下,加之新闻出版广泛而持久地影响着大众的知识积累、理想信念和思想境界,使得出版业探讨以展示、弘扬社会主义核心价值观为使命的主题出版问题显得尤其重要。与此同时,阅读需求多元化与出版业市场化的现实又让出版人必须认真思考主题出版的价值坚守与市场接纳相协调问题。为此,笔者结合案例,略陈管见,就教于方家。

## 一、主题出版的基本特质

什么是主题出版？是不是社会效益好、社会反响大的作品出版就是主题出版？对此问题，新闻出版总署曾给出了明确的界定：“主题出版是围绕国家政治、经济、社会、文化等方面的工作大局，就党和国家发生的一些重大事件、重大活动、重大题材、重大理论问题等主题而进行的选题策划和出版活动。”根据这个界定，再结合出版界的生态，我们认为，主题出版应具有以下特质：

第一，内容重要，导向明确。

毫无疑问，主题出版所涉及的应当是国家政治生活、经济生活、社会生活、文化生活中的重要内容，这些内容大致可以概括为：一是关系党和国家发展大计的重大事项；二是涉及区域政治经济生活重大事项的选题；三是与社会生活中的重大事件有关的选题；四是配合重大活动挖掘历史题材的作品。

评判主题出版物重要与否，其基本准则正是“导向”。主题出版的导向主要有：价值导向，即引导个体的价值成长、价值选择、价值实现；政策导向，引导民众了解政策、关注政策、执行政策；舆论及文化导向，在信息铺天盖地、鱼目混珠的网络时代，主题出版应引导舆论方向，传播正能量。

第二，主题突出，题材丰富。

根据《现代汉语词典》的解释，主题是指“文学、艺术作品中所表现的中心思想，是作品思想内容的核心”，无论是单本书还是丛书都有一个试图彰显的主题。然而，主题出版物所要突出的并非泛指作品的中心思想，它有特殊的内在规定，即必须围绕国家政治、经济、社会、文化等方面的工作大局，符合社会主义先进文化的前进方向，凸显社会主义核心价值观体系，与党的事业同步。如2008年以抗震救灾为主题的600余种出版物，本质上所展示的就是众志成城的抗震精