



## 长江文艺社推出游记散文《到山中去》

中国出版传媒商报讯 长江文艺出版社近日出版著名作家张晓风的散文集《到山中去》。该书收录了《到山中去》《花朝手记》《六桥》等精品散文,记录了作者多年来在国内、外游历的见闻感受。作者用通透的文字描绘了山中的灼灼桃花、猗猗绿竹,更写出了山民的勤劳淳朴、时光的变迁与沉淀,以及风物中的历史故事。知名摄影师林帝浣等甄选山水照片,为图书增添清新气息。

“到山中去看看,与天地、山水、内心对话。才知好山好水、好花好树,江山如此,竟不知该如何倾心相爱才好。”在作者笔下,旅行和生活密不可分,到山中去看看,是以风景悦人耳目,是与天地、山水、内心对话,是发现自我的过程。张晓风是当代著名散文家,曾任教东吴大学和香港浸会学院、阳明大学。主要作品有《地毯的那一端》《愁乡石》《花树下,我还可以再站一会》等。

《到山中去》张晓风著 徐学选编/长江文艺出版社2021年8月版/39.80元  
ISBN:9787570206414

# 解码8年利润增长40倍的密钥 济南出版社:打造融合嬗变的城市社样本

关键词 城市出版社 红色资源 融合发展

中国出版传媒商报记者 王少波

不久前,全国图书交易博览会在泉城济南火热举办,参展数量和规模创历届之最,温度高、人气高、活动爆、购买旺,成为留在人们心中的山东印记。早在本届全国书博会新闻发布会暨预备会上,随着一部彰显齐鲁厚重人文底蕴、融汇传统现代出版变迁的主题宣传片惊艳亮相,该片的制作方、本届书博会的承办方之一——济南出版社就以全新的形象,出现在全国出版界面前。

业界不禁好奇:以地方出版特色立身的济南出版社,何以具备承办全国性行业展会的能力?透过书博会前、会中的近距离观察,记者破译了其中的密钥——在城市出版社的职能之外,济南出版社将自身定位为城市文化服务商,建立起品牌化、专业化的会展会务队伍,在会展业务标准化、数字化流程上多有探索,取得了多次承办国际国内、业外业内大型展会的经验。不仅如此,还打通了出版+影视、出版+康养、出版+文创、出版+培训等多个领域融合发展的通道。

2020年,济南出版社实现净利润6168万元,与2013年相比增长了近4402%;企业总体资产评估值也由2013年的9000余万增长到2020年的27亿元,增长接近2900%。近年来,公司每年的国有资产保值增值率都保持在100%以上。其作为城市出版社的嬗变跃迁,无疑具有样本意义。

## 做大做强主业 打造城市文化新名片

济南出版社的主要产品线包括主题出版、传统文化出版、地方文化出版、教育出版、少儿出版。以出版为抓手,该社传承齐鲁文化精髓,集中宣传济南文化,展现济南历史、济南风貌,提升市民文化自信,形成了一套亮眼的城市文化名片。

传承红色基因,建设先进思想文化高地。近年来,济南出版社策划出版了一系列传承红色基因的出版物,如《精神的力量》《英雄故事》《红色故事100篇》等。正值中国共产党成立100周年,该社高度重视党史学习教育,面向广大党员干部推出《人格的力量:中国共产党老一代革命家人格风范》《红色基因传承系列



济南出版社在书博会上的展位

丛书》《烽火烟花》《红色往事:红色人物忆党史》《用脚步在大地上行走:毛泽东与五七车站纪事》等精品力作。此外,还创办了“学党史、开新局”党史学习教育专栏,每周二、周五更新,开设新闻速递、专家解读、党史小故事、组织生活等四大板块;协助济南历下区委区政府打造了“行走中的党课”,发掘济南红色资源,打造红色旅游景点,创新采用闯关解谜的方式学党史。

为了加强青少年红色主题教育的宣传力度,该社出版了《新时代爱国主义教育读本:讲给中学生的爱国课》“红色少年丛书”系列、“青少年四史教育”系列丛书、《写给中小学生的爱国课》《济南红色足迹指南》、《红色济南:济南革命传统教育读本》《红色齐鲁365(全3册)》“红色印记:写给(小)学生看的济南党史”丛书等。并配套研发了济南市中小学红色研学活动,加强了广大儿童与青少年对济南党史的学习教育。其中《红色齐鲁365(全3册)》《季羨林如是说》2种教材被中组部选人全国第五届全国党员教育培训教材展示交流活动。

围绕主旋律,济南出版社聚集全国政治经济学大家卫兴华、王立胜、顾海良等24位专家,出版了《中国特色社会主义政治经济学名家论丛》。该社每年出版的《中国特色社会主义政治经济学蓝皮书》成为该领域进行学术研究、数据引用的权威性工具书。同时,其运营中国社科院“政经中国”公众号,形成“中国特色社会主义政治经济学”“当代中国马克思主义政治经济学”两个国家级出版高地。

讲好济南故事,弘扬中华优秀传统文化。立足“文化济南”这一目标,该社打造了“济南故事”精品书系、“济

南文化名片”系列等,对济南人文历史进行纵向的通俗解读,全面而又艺术地展示了济南独具特色的历史变迁、文化个性、社会发展,从而为广大读者在文化层面上认识和了解济南提供一个合适的渠道和载体。此外,该社还重点策划出版了《济南元典》《济南元典珍本集成》等古籍再造书籍,以及《济南之南泉水考略》《遇济南》《沂上读闻》等济南系列图书,为宣传济南文化,激发市民自豪感、幸福感和获得感提供强有力支撑。

传统文化出版和地方文化出版双效俱佳。国家出版基金项目《传统文化大家谈》顺利结项并获得全国优秀项目;“讲好中国故事”系列丛书获评山东省社会科学普及与应用优秀作品,被列入“齐鲁优秀传统文化传承创新工程重点项目”;《泉水文化读本》列入济南市“推进泉水文化进校园”项目。《小学生小古文100课》发行突破800万册,并形成集加盟学校、教研、大赛、活动、线上平台等于一体的2.0版的“小古文”全国性传统文化平台;《国学经典诵读》发行总码洋已达7000万,《中华传统文化经典诵读》发行总码洋达5000万。

## 全产业链开发 探索融合发展新动能

济南出版社敏锐地抓住媒体融合发展新趋势,带领出版社转型升级,获得了13个全媒体资质,打造了14个融合发展平台,打通全媒体产业链,从“图书制造商”这一单一业态向“文化服务商”综合业态融合发展;参与全域协同发展,组建了26个子公司,成立了9家分社,已发展成为全产业链开发的文化创意集团。

从会展服务到平台服务全覆盖。济南出版社通过承办一系列大型国际会议,如2019中国500强企业高峰论坛、中国-中东欧国家地方合作研讨会、第二届全国智能制造应用技术技能大赛、中国社会科学论坛、第三届全国工业机器人技术应用技能大赛等,积累了非常成熟的办展经验。

2020年疫情期间,该社创下1个月内连续承办中国非物质文化遗产博览会、全国糖酒会、黄河流域生态保护和高质量发展国际论坛、2020年山东省旅游发展大会共4场国家级会议的新纪录。此外,该社承办了

(上接第1版)

对实体书店的从业人员而言,要广开视角,广拓思路,聚力谋求“书店+”转型升级与提质增效。南昌青苑书店作为“南昌文旅一卡通”活动的主要参与单位之一,从7月18日开始开展活动。青苑书店创始人万国英在接受记者采访时表示,读万卷书,行万里路,书店和旅游可谓相得益彰,书店十分乐意去参与政府组织的这个项目。万国英介绍道,一方面,活动引流能力强。“南昌一卡通”本身具有60万用户基数,青苑书店作为30年品牌老店,积累的书店会员也能够成为一卡通的受益者,从而享受到更大的优惠,参与更多的活动。一卡通的抢券功能吸引到大批新顾客,增加了顾客在实体书店的购买力,促使书店获得人气与销量的双向增长,因此活动的实际效果还是不错的。但出于疫情防控要求,书店不得不分流一些人员,也延期了书店与景点的互动项目,计划疫情稳定后推动项目实施,并扩大宣传力度、拓展合作维度,增强书店的品牌影响力与投资吸引力。另一方面,管理模式便捷。每个参与商家用一对一的专项资金在自己负责的专属领域做事情即可。此外技术加持提升了管理智能化水平,一卡通捆绑了人脸识别,保障实际优惠落实到个人,规避了冒名顶替等现象,不会给书店正常运营带来任何负担。

北京东城区市民孙女士作为实体书店的资深读者,

## ●链接

当前,实体书店的多元化发展是文化消费升级的必然趋势。从曾经单纯的书店,到“+书店”模式,再到现在的“书店+”文化综合体,实体书店在经营中,不断探索新业态的发展规律。基于创新层面的观察,如今实体书店主要分为四个方面转型:

第一,侧重门店经营品类创新,通过对业态进行复合叠加,将咖啡、文创、服装、民宿等跨界业态引进书店,将书店的品牌和服务输出到其他业态,如西西弗书店较早地把咖啡、文创和图书结合在一起;鸢尾家电商将图书、咖啡和家电结合在一起;重庆的刀锋书店酒馆融入了酒馆的元素;海爱琴海亚朵S酒店的亚朵·单向空间书店成为书店和酒店跨界联合的典型;新华文轩与建设银行四川省分行联合打造的“阅读+金融”首家跨界书店——三台书城,是一家24小时(银行)书店。

第二,侧重图书内容选品创新,针对图书商品乃至空间设计进行组合创新,着力打造某一主题类型书

一些国家级的会议论坛,合作机构包括外交部、人社部、国务院国资委、工信部、全国总工会等,使济南出版社会展板块越发成熟,树立起行业品牌。

近年来,在济南市委、市政府和相关部门领导下,济南出版社探索建立了自贸试验区济南片区公共服务平台“济南跨境电商综合服务平台”,打造跨境电商直播,为济南市跨境电商企业提供集关、税、汇、仓储、物流、商流、资金流,供应链金融,电商平台等综合性“一站式”服务;布局人工智能产业,通过“人工智能赋能出版企业融合发展转型”项目,对企业整体流程进行了升级改造,被山东省政府授予山东省首批“现代优势产业集群+人工智能”试点示范企业。

加快媒体融合,做好城市文化服务。媒体融合是济南出版社转型发展的重要着力点。近年来,该社获得了13个资质,架构了14个平台,组建了26个分公司,打通了出版与影视的通道,为主管部门制作拍摄宣讲片、宣传片、专题片,以及为承办大型国际展会做出一批“硬核”影视产品,这些成果获得了一致认可,打响了济南出版融合发展的品牌。纪录片《跨过黄河》获中国电视艺术家协会电视行业委员会优秀作品奖;电视栏目《出彩读书郎》获好作品奖,并被列为教育部“教育品牌助推计划”。该社在济南市创办家庭电视老年大学,共开设20门课程,内容以原创为主,贴合老年人的实际需求,引导老年人进行高质量学习,满足新老群体的精神文化休闲娱乐需求,目前已经相继推广到潍坊、临沂等地市,覆盖了100多万老年受众。

济南出版社践行文化企业的责任担当,热心公益事业,努力营造与改善各公共文化空间的全民阅读环境。该社以构筑农家书屋,助力乡村振兴为目标,建立了1500平方米的专业农家书屋采配基地,实现了选书、配书、发货、售后一站式服务。并建设“泉城书房”工程,运营了超然楼等12处“泉城书房”,各分馆坚持以市民需求为导向,将“泉城书房”打造成为有温度的城市文化公共空间,2020年共接待入馆读者80余万人次,开展线上线下丰富多彩的文化活动和阅读推广活动292项813场,获得广泛关注。

随着本届书博会的落幕,济南出版社再度启航,迈向更加广阔而美好的新征程。

## 广西师大社我思工作室2种丛书再推新作

中国出版传媒商报讯 广西师范大学出版社我思工作室近日推出多种好书,有讲述东西方古老文明间波澜壮阔的丝路文明交往史的《陌生人马可:意大利与中国的古今丝路》,也有致敬文学天才普鲁斯特的《斯万的一次爱情》。

《陌生人马可:意大利与中国的古今丝路》包含107幅珍贵彩插、77幅黑白插图、17幅高清艺术作品,古今艺术交相辉映,展示了丝路在作为经贸之路的同时所扮演的文化纽带角色。该书为我思工作室“新丝路艺丛”的重点品种,丛书以考古和艺术为主题,聚焦“一带一路”沿线古代文明,收录国内外考古学名家和中青年学者的最新作品。目前已出版《地中海城记》《陌生人马可:意大利与中国的

古今丝路》2种图书。

《斯万的一次爱情》是普鲁斯特多卷本巨著《追忆似水年华》中唯一可以独立出来的中篇,属于《在斯万家那边》。这部小说浓缩了普鲁斯特的爱情观和小说艺术。1930年首次由伽利玛发行单行本,后来多次重版,经久不衰。在普鲁斯特诞辰150周年(2021)、逝世100周年(2022)之际,为致敬这位文学天才,我思工作室的法国文学译著系列“先驱译丛”,出版了翻译家沈志明译本的最新修订版,以精心的设计和排版推出了这部小说。透过该书对斯万这个病例的显微镜式体察,读者有机会领略普鲁斯特类似医学哲学的独特叙事方式,得以管窥《追忆似水年华》全篇的基调、节奏、密度和高度。(田红媛)

## 掌阅科技与浙版数媒、杭州滨江残联达成合作

中国出版传媒商报讯 近日,助残公益项目签约仪式暨杭州市滨江区残联“掌阅作书匠”残疾人居家就业培训开班仪式在浙江杭州举办。掌阅科技股份有限公司分别与浙江出版集团数字传媒有限公司、杭州滨江区残疾人联合会签署三方合作协议,共同探索新时代下我国残疾人“互联网+就业”的创新模式,助力滨江区残疾人实现高质量就业。

“掌阅作书匠”是掌阅科技的内容生产中台,有着领先的PDF转化识别和电子书制作的能力,可以为出版行业提供全方位的数字化服务。合作期间,“掌阅作书匠”将为符合要求的残疾人提供相应的

就业培训、工作岗位、工作内容、工作平台及技术工具。通过培训残障人士学习电子书制作排版、校对审核等代码、编辑技能,帮助其通过考核后上岗,从而实现居家就业。

浙版数媒将优先为残疾人提供数字图书内容。残疾人通过“掌阅作书匠”平台对内容进行数字化加工从而获取劳动报酬。博库数字出版传媒集团副总编辑、浙江出版集团数字传媒有限公司副总经理肖若臻表示,公司将继续为残疾人提供精品书籍和优秀读物,丰富残疾人的精神文化生活,提升知识技能水平。(伊尹)

## 世纪天鸿初现全链条教育生态版图

中国出版传媒商报讯 前不久在山东济南举办的全国书博会上,世纪天鸿及鸿翼创客·世纪天鸿创业孵化平台携数十种优质精品图书和文创产品参展,全链条教育生态版图雏形显现。世纪天鸿对展位形象的提升,令人眼前一亮。从VI设计到BI执行,一切向品牌力靠拢,凸显了世纪天鸿年轻向上的企业活力,表达了其为广大学子提供教育服务的初心所在。

世纪天鸿是一家主营小、初、高等教育图书策划发行、教育信息化产品研发、教育服务提供的创业板上市公司。自2017年登陆资本市场以来,相继

成立了“鸿翼创客”创业孵化平台,助力教育出版行业优秀团队和新业态的发展,推出了《劳动教育》《中国高考报告》“高考蓝皮书”系列丛书、智能教辅等多教育领域的创新产品。未来,世纪天鸿将聚焦教育主航道,深度挖掘核心业务的价值,重构和升级研发体系、营销体系、管理体系和供应链保障体系,同时通过资本撬动、资源盘活,实现传统业务与新兴业务的深度融合,实现产业价值最大化,为民营书业的转型升级和高质量发展贡献力量,助推中国基础教育的快速发展。(穆宏志)

对于东城区正在建设的“书香世业”实体书店一条街项目中的“书店+文旅”模式充满期待,并表示日后若有“一卡通”一定乐意购买。“书店作为复合式的文化空间,兼具本地的特色,我们平时走进书店,无论是读书、购书,还是打卡拍照、喝咖啡休息,抑或结交朋友,都会使我们离读书氛围更近一步,并能逐步把消费的‘人气’转化为阅读的‘文气’。若将书店与旅游结合起来,我相信更能满足读者的多元需求,读者也会在流动中将这种‘文气’带到城市的每一个角落”,孙女士表示。

从“文旅一卡通”活动初期效果来看,参与该活动的书店能够因地制宜地开展文化相关业务,用专业化的标准、门店的特色,精准对接目标人群,并在之前的营销思路注入更多“资本思维”,群众对这种创新模式也表达支持的态度,但不回避的是,“文旅一卡通”在更大范围的实际效果与普遍度能否促进该模式成为实体书店品牌和转型样本?政策破冰后政府的支持力度与持续性是否会减弱?如何进一步健全新业态的营商模式和服务体系?“文旅一卡通”模式还能否为书店注入哪些新元素激发其新门道?这些问题深深地考验着书店经营者对文化消费市场的敏感度和经验值。前景可期,但这项创新能否经得起市场的考验,还需时间给出答案。

## 实体书店如何“花式突围”

店,譬如旅行主题书店、地图主题、军事主题书店、博物主题书店及红色主题书店等等。中国地图出版集团打造的北京三里河地图主题书店是全国首家地图主题书店;昆明书集定位于“纯粹的军事主题书店”,只陈列和销售与军事有关的图书;上海多抓鱼循环书店以销售旧书旧物等二手商品为主。

第三,侧重门店形式概念创新,强调书店非常规的概念和现象,例如北京三联韬奋书店为代表的一批24小时书店、河北雄安新区容城县的全首家5G无人智慧书店等。

第四,侧重图书运营模式创新,书店主要制造网红元素满足顾客社交分享需求,如上海中心朵云书院被称为“离天空最近”的书店,在店内可以俯瞰陆家嘴,游客纷纷到此打卡。或通过直播带货、社群营销吸引顾客,如曾经的沈阳离河书店从线下转移到小红书号,通过专场直播形式收获10万余粉丝,8小时图书销量相当于之前实体书店四个月的营销额。