

出版业高质量发展目标之创新发展

——以新质生产力推动出版业高质量发展

◎ 方卿^{1,2}, 张新新³

(1.武汉大学 人文社会科学研究,湖北 武汉 430072; 2.武汉大学 信息管理学院,湖北 武汉 430072;
3.上海理工大学 出版印刷与艺术设计学院,上海 200093)

【摘要】创新发展是基于新发展理念的出版业高质量发展目标的第一向度。出版业的创新发展,一是要推动出版管理体制创新,提升出版治理效能,促进出版治理体系现代化;二是要推动出版运行机制创新,构建文化特色鲜明的现代出版企业制度;三是要推动出版要素集聚创新,提升出版新质生产力,形成政府引导、市场导向、产学研用相衔接的出版协同创新体系。

【关键词】出版高质量发展 出版创新发展 新质生产力 数据出版 智能出版

【中图分类号】 G230 **【文献标识码】** A **【文章编号】** 1003-6687 (2024) 2-029-08

【DOI】 10.13786/j.cnki.cn14-1066/g2.2024.2.004

创新,是出版业高质量发展的本质特征和核心动力,是出版业高质量发展的首要目标,也是基于新发展理念的出版业高质量发展目标的第一向度。出版业要实现高质量发展,必须要实现由要素驱动、投资驱动向创新驱动的动力机制转变,实现出版业质量、效率和动力变革。

《出版业“十四五”时期发展规划》(以下简称《规划》)对出版业高质量发展的创新动力机制、创新形态、创新表现以及创新体系均做出了系统和全面的规定。《规划》指出:出版业高质量发展要以推动出版业改革创新为根本动力,推进内容创新、技术创新和体制机制创新,要以科技创新带动出版产品、服务、模式、渠道、业态和管理创新。

从出版领域来看,在主题出版领域,鼓励采取创新表达方式和创新传播手段,增强主题出版产品服务的吸引力、感染力、影响力,打造双效俱佳、双效统一的主

题出版精品。在古籍出版领域,要推动创造性转化和创新性发展,加强古籍的保护、研究与利用,系统整理出版一批重点古籍。在数字出版领域,要创新出版业态、传播方式和运营模式,推出创新突出、内容优质的数字出版精品和服务;大力发展数字出版新业态,打造数字出版新产品新服务新模式;构建创新活跃、资源集聚、创新要素集聚、示范带动效应显著的数字出版企业集群;健全完善数字出版科技创新体系,突出科技创新推进和支撑出版深度数字化转型、出版深度融合以及出版业高质量发展的重要作用,推动先进数字技术在出版领域的应用;鼓励出版单位科技成果转化,强化出版企业创新主体地位,形成技术协同创新体系。

在推动出版业“走出去”与国际化高质量发展方面,要创新出版“走出去”、国际化高质量发展的方式,创新用于国际传播的出版物内容表达方式和呈现形式,进而增强出版产业的国际影响力、竞争力,提升出

基金项目: 国家社会科学基金项目“出版业高质量发展的目标与考核体系研究”(22BXW089)

作者信息: 方卿(1965—),男,湖北蕲春人,武汉大学人文社会科学研究院长,武汉大学信息管理学院教授、博士生导师,主要研究方向:出版营销管理、数字出版、科学信息交流;张新新(1984—),男,江苏赣榆人,上海理工大学出版印刷与艺术设计学院教授、博士生导师,上海理工大学数字文明研究院院长,主要研究方向:数字出版、人工智能、文化管理与服务。

版物国际传播亲和力和国际传播实际效能。在加强出版公共服务体系建设方面,要创新出版公共服务供给模式,提升出版公共服务供给质量和效率,创新性地开展数字阅读、全民阅读等,强化人民群众的文化获得感、幸福感和安全感。在健全现代出版市场体系方面,要推动出版发行单位业态创新和资源整合;创新出版物新业态、新模式、新服务和新消费,加快营销发行驱动资源整合,提升线上线下一体化、融合化发行能力,健全和完善宽覆盖、多样态、多层次、可持续、高质量的发行网络和服务体系。在提升出版业治理能力与治理体系方面,要创新内容监管方式手段,创新版权监管手段,强化版权全链条保护,创新行政许可工作思路,优化工作流程和营商环境,提升审批效率和服务水平。

从以上《规划》关于出版创新发展的相关论述可以看出,创新作为出版业高质量发展的动力机制和本质要求,贯穿于出版业发展的编校印发各环节,体现于主题出版、古籍出版、数字出版、出版“走出去”等各领域,构成出版公共服务体系、出版市场体系以及出版治理体系的内在逻辑。可以说,没有创新,就没有出版业高质量发展,就无法实现出版业发展从低级有序走向高级有序,无法实现出版业发展从低质量发展或一般性发展走向高质量发展。

在《论出版业高质量发展的目标向度——基于新发展理念视角的分析》一文中,笔者论及出版业的创新发展目标涉及诸多维度的基本内涵,出版管理体制创新、出版运行机制创新以及出版要素创新共同构成出版业创新发展目标的基础维度,本文拟对出版业创新发展目标的基础维度做进一步分析和阐释。

一、走向治理体系现代化的出版管理体制机制创新

出版业高质量发展需要建立在治理能力和管理水平不断提升的基础之上,提高出版业治理能力和管理水平是出版业高质量发展的必然要求。^[1]回顾出版管理体制演进进程,出版管理体制共经历两次制度创新:计划体制与“管办一体”体制的确立、市场体制与“管办分离”的变革。^[2]如今,“管办分离”的管理体制能否适应数字出版、网络出版、自媒体出版等高速发展,以及出版业高质量发展的新要求,值得深思。

基于上述新形势、新变化,优化、创新和完善出版管理体制机制,构建创新型的管理体制机制,是出版业高质量发展的创新管理目标定位所在。2018年以后,加

强党对出版工作的领导是出版管理体制改革的正确方向,中宣部统一管理新闻出版工作,站到出版管理一线,“党统一管理出版活动、党政一体的出版管理体制正式确立”。^[3]从“管办一体”到“管办分离”,再到新时代“党政一体”的出版改革创新,笔者认为可从以下几方面着力研究和探索推动出版管理体制机制创新的新命题、新答案。

1. 坚持党的全面领导,贯彻落实党管出版原则,完善党领导出版发展的管理体制,为出版业高质量发展提供根本保证

坚持马克思主义在意识形态领域指导地位的根本制度,深入学习贯彻习近平文化思想,全面贯彻落实习近平总书记关于出版工作的重要论述,着力推动文化事业和文化产业繁荣发展,推动出版业实现质量更好、效益更高、竞争力更强、影响力更大的发展。

强化政治引领,坚持政治家办出版,发挥党组织在出版重大决策方面的决定性作用,完善出版领域重大问题分析研判机制,健全出版工作重点任务部署落实制度,牢牢掌握党对出版工作的领导权。

强化制度执行,提升出版治理能力,严格落实意识形态工作责任制,坚持网上网下一个标准、一体管理,强化数字出版网络意识形态管理;严格落实主管主办制度和属地管理责任,推动出版业主管部门切实担负所辖地区部门的出版指导、协调和治理工作,督促党委宣传部门指导和管理所辖出版单位,做到守土有责、守土负责、守土尽责。

2. 创新出版管理机制,健全出版治理体系,提升出版治理效能,为出版业高质量发展提供有效保障

出版管理机制包括出版市场准入机制、出版行政许可机制、出版税收优惠机制、资金投入机制、出版单位考核评估机制、继续教育和职称评定机制以及出版“走出去”相关机制等。推动出版管理机制的创新、优化和完善,应从以下维度展开。

(1) 出版市场准入机制的完善创新,须坚持宽严并济、激励与约束并重的原则,一方面,要加强出版资质管理,规范党和国家重要文献、教材、教辅、辞书、地图等门类的出版资质要求。^[4]实践中,往往因为出现上述重点出版领域资质管理不严格而引起舆情或更为严重的意识形态问题,进而对出版事业、出版产业发展造成不利或负面影响。另一方面,可在网络出版等领域适度放开,目前网络出版的数量和规模已远非传统出版管理模式能够有效管理,事前审批制转向事中监督、事后

追责的制度已在出版实践被应用；同时，对政治站位正确、出版质量精良的民营文化企业，可鼓励与国有出版企业嫁接，赋予出版社副牌，在主社指导、协助、监督下独立开展运营。

（2）出版行政许可机制的完善创新，应准确把握出版领域行政许可意识形态特点，坚持依法、安全、稳妥、创新的工作思路，优化工作流程和营商环境，提高行政审批效率和服务水平。涉及出版领域的行政许可，符合主流意识形态时，如何提供高效服务，提升审批效率，提升服务水平，则是关键问题。

（3）出版税收优惠政策的长效机制创新，一是要注重宣传文化增值税优惠政策长效机制，提升出版环节增值税优惠政策的稳定性和可预期性，优化之前通过发文来延续增值税优惠政策的做法，形成出版高质量发展的长效性、可持续的税收优惠机制；二是要适度扩大优惠范围和力度，明确数字出版产品服务为增值税课税对象；三是要继续延长出版业所得税优惠机制，建议对新设数字出版企业或小微数字出版企业，或给予5年内免征企业所得税的优惠政策，或参考高新技术企业标准给予15%的企业所得税优惠。

（4）优化完善资金投入机制，支持出版业创新发展。着力提升国家出版基金、国有资本经营预算、宣传文化引导基金等出版专项资金对出版新业态、新模式的资助力度，大力支持融合出版、主题出版、智能出版等新业态，提升出版原创精品扶持效能；着力加强对出版技术创新的支持，提升出版业原创自主技术创新水平，大力攻关原创出版技术，推广出版业前沿技术的成熟应用，不断扩大出版业成熟技术的普及范围；着力加大对出版深度融合发展人才、高质量发展人才等出版业高水平人才的支持力度，不断提升出版从业者的数字素养与技能，提升其本领和素质。

（5）健全完善出版单位考评机制，优化社会效益评价指标指数，完善社会责任评价指标体系，进一步健全考核结果的运用办法。出版单位社会效益是指出版单位通过以图书为主的出版物和与出版相关的活动，对社会产生的价值和影响，主要评价考核指标包括出版质量、文化和社会影响、产品结构和专业特色、内部制度和队伍建设等。从创新性发展目标看，出版物的科学性、知识性、创新性，以及编校印装质量的创新程度，是出版业创新性发展对出版质量提出的进一步要求；是否采用了创新的载体、形态和模式彰显优秀出版产品和活动的文化价值和社会影响，是否具有创新性的文化价值和社会影响，是出版业创新性发展对文化和社会影响指标提

出的新标准；内容创新、选题创新、创新品牌等反映在出版产品结构、选题策划和品牌特色方面的创新特征，则是出版业创新性发展对出版产品结构和专业特色提出的新目标；出版单位内部制度和队伍建设的创新则体现于出版运行机制创新、微观治理创新以及复合型、创新型、全媒体型出版人才队伍等方面。2023年8月正式实施的行业标准《出版企业社会责任指南》，从责任和义务的角度，强调出版企业应为其决策和活动对社会、环境和利益相关方造成的影响承担责任，提出了出版企业社会责任履行须对标的八个核心议题，包括组织治理、文化和社会影响、文化创作生产和服务、员工权益、公平运行、消费者、资源节约和环境保护、社区参与和发展，又从企业社会责任评价的角度为出版管理机制创新提供了新的依据和抓手。

（6）健全完善继续教育培训和职称评定长效机制。出版专业技术人员职称制度改革创新，是推动“思想政治素质、创新创造能力、引领发展表现”的创新型出版融合发展人才、高质量发展人才成长的重要举措。出版业创新性发展要求高质量开展出版职业技能等级认定工作，畅通数字出版、融合出版从业者职业资格考试考评渠道，推动传统出版职称和数字出版职称无缝衔接，健全完善支持出版创新性发展的继续教育培训机制和职称评定的长效机制。

（7）在出版“走出去”和国际化高质量发展方面，基于创新性发展的要求，须不断完善国际书展参展及主宾国活动机制。“以精准施策为抓手切实提高出版物国际传播效能”^[5]是筑牢出版国际化高质量发展的强基工程；国际图书博览会、国际书展平台则是推动出版物国际传播的重要渠道。用好线上线下融合办展、融合促销，切实做到出版物国际化提质增效，推动出版物由“走出去”向“走进来”升级，让目标国家、目标区域、目标民族的读者更好、更快、更多地产生中华文化价值认同，推进出版物国际销售数量和规模提升，则是创新出版物“走出去”方式、完善国际书展参展及主宾国活动机制的关键所在。

二、基于有文化特色现代企业制度的出版运行机制创新

现代企业制度是适应社会化大生产和现代市场经济体制要求的企业制度，主要涉及企业的产权制度、组织形式和经营管理制度。出版运行机制创新的核心，就是要建立文化特色鲜明的现代出版企业制度。

我国出版单位的性质，经历了从事业单位到事业单

位企业化管理,再到作为独立市场主体的企业单位三个发展阶段。对出版单位性质的三种认定,亦可视为出版单位运行机制的三次制度创新。不同性质的出版单位,其运行机制存在显著差异,政府和市场这两种资源配置手段发挥作用的空间也明显不同。这三次出版单位运行机制创新的核心是政府向市场也就是出版单位放权的过程,即由中央集中统一管理的全国“一刀切”模式逐步转变为注重分类指导和宏观调控、中央与地方分级管理、激发出版市场活力和维护出版健康秩序的多元共治模式,体现出从全能政府逐渐向有限政府转变的特征。^[6]这意味着“虽然当前经营性出版单位作为独立市场主体的定位业已得到确立,但并不意味着出版企业的运行机制就完全理顺”。^[2]出版运行机制创新,仍然任重道远。

1. 出版运行机制变革的成效及缺憾

从私营出版业社会主义改造到20世纪90年代,我国出版业一直以单纯生产型为主,其特点是只管出好书,依靠财政拨款单纯进行生产,对于出版产业链的其他环节基本不顾及,不计较出版业经营利润等问题。由此造成出版业“等、靠、要”思想严重,产业发展落后,带来了经济负担和社会负担。早在1970年,周恩来批示《智取威虎山》综合本反复制版造成浪费的问题时,就提到“出版要搞核算,不搞核算就不懂当家”。1979年11月,中宣部规定,要提高书刊质量、加强经营管理,除特殊情况外,都要进行经济核算,切实做到自负盈亏。此后,从单纯生产型向生产经营型的转变趋势明显加强,对经济子系统以及经济属性的重视程度日益增加,经济子系统、经济属性在出版业发展中的地位和作用越来越重要。

1988年4月,《关于当前出版社改革的若干意见》发布,提出“出版社必须由生产型向生产经营型转变,使出版社既是图书的出版者,又是图书的经营者”。1991年7月24日至8月6日,新闻出版署在北京举办全国出版社社长经营管理研讨班,探讨推动出版单位由单纯生产型向生产经营型转变,建立适合我国工作实际的出版经营管理学、管理体制等问题。到1996年,出版社已基本完成从单纯生产型到生产经营型的转变,^[7]事业单位企业化经营的格局基本形成。

2003年,深化文化体制改革启动,确立21家出版社、报社、发行单位作为改革试点,开启了出版单位向企业转变的序幕。2005年1月,中共中央、国务院《关于深化文化体制改革的若干意见》发布,要求大部分出版企业进行转企改制,转变为合格的市场主体。2010年年

底,中央部委176家出版社全部完成出版单位转企改制工作,明确了出版单位的市场主体身份,提供了事业单位改革的标杆和范本。

为进一步适应现代企业制度发展要求,2018年2月,《中央文化企业公司制改制工作实施方案》发布,2018年年底,中央文化企业基本全部完成了公司制改革。至此,出版单位运行机制步入有文化特色的现代企业管理新阶段。

通过上述系列改革,我国初步建立起符合现代企业制度的出版企业运行机制,出版企业作为独立市场主体基本做到了产权明晰、权责明确、政企分开和管理科学。这是我国出版运行机制变革取得的巨大成效,为我国出版业的高速发展和建成出版大国提供了可靠的制度保障。但同时也应看到,现行出版运行机制是基于一般企业的普遍性要求建立起来的,与一般物质产品经营企业无异,对出版企业的文化与意识形态属性考虑不足,难以保障党和国家对文化企业的特殊要求。这虽是当前我国出版企业运行机制的一大缺憾,但也为新时代高质量发展背景下我国出版机制变革留下了空间。

2. 出版运行机制创新的突破口

作为独立市场主体的出版企业,其运行机制,尤其是其法人治理结构应如何更好地体现出出版业发展的文化诉求,避免过度商业化以及对经济利益的追逐?笔者认为突出文化或意识形态属性,建立文化特色鲜明的现代出版运行机制,应成为我国出版机制创新的突破口。

(1) 落实好《中国共产党国有企业基层组织工作条例(试行)》“党委(党组)书记、董事长一般由一人担任,党员总经理担任副书记”的规定。坚持守党管出版之正,坚持党的全面领导,做到导向管理不放松,坚持正确的政治方向、出版导向和价值取向;守马克思主义意识形态领域指导地位根本制度之正,坚持主流意识形态,坚持社会主义核心价值观的阐释、传播和弘扬;守以人民为中心之正,尊重人民主体地位,坚持为人民出好书、多出书,保障人民群众阅读权益,把服务群众和教育引导相结合、满足需求和提高素养相结合、促进满足人民文化需要和增进人民精神力量相结合;守把社会效益放在首位之正,首要追求出版活动提升积极社会价值和影响的目标,坚持出版社会效益和经济效益双丰收、双跃升。

(2) 坚持创新,创有效制衡的公司法人治理结构之新,创灵活高效的市场化经营机制之新。当前,出版企业运行机制创新仍然任重道远。主要体现在:一是如

何从之前的社长总编制、党委领导下的社长负责制过渡到党的全面领导下股东会（股东大会）、董事会、监事会、经理等公司法人治理协调运转、有效制衡的治理新格局；二是如何在董事长、总经理的“二元”治理结构中充分发挥总编辑的内容管理、意识形态把关、治理功能。作为有文化特色的现代企业，总编辑功能的充分履行、编委会选题把关、出版运行职责的有效发挥，是有文化特色的企业法人治理结构的重要标志。因此，如何从之前的社长总编制、党委领导下的社长负责制过渡到党的全面领导下的公司法人治理新格局显得尤为重要。

构建有效制衡的公司法人治理结构，形成出版企业微观治理新机制包括以下内涵：一是坚持党的全面领导，健全党领导出版发展的体制机制，坚持党管意识形态、党管媒体、党管干部，严格落实党建工作责任制、意识形态工作责任制、主管主办制度以及属地管理责任，把党的领导落实在出版工作的全过程、各领域、各环节和各方面，为出版企业高质量发展提供根本保证；二是加强党的领导和完善出版企业法人治理相统一，处理好党组织和股东会（股东大会）、董事会、监事会、经理等治理主体间的关系，形成符合现代企业制度、反映文化企业特点的资产组织形式和经营管理模式；三是公司法人治理主体间要根据投资者、决策者、执行者、监督者之间的基本权利和义务进行协调运转和有效制衡，健全出版企业微观治理体系，提升出版企业的微观治理能力，以推动出版企业稳定、可持续、高质量发展。

（3）创灵活高效的市场化经营机制之新。构建灵活高效的市场化经营机制，强化出版产业化提质增效，可以从以下几方面着手：推动出版企业深化劳动制度改革，完善市场化用工机制，推动经理层任期制和契约化管理，试行职业经理人制度；推动出版企业深化人事制度改革，重视“出版专业主义”，^[8]畅通出版职业发展通道，推动职务职称序列平衡设置；推动出版企业深化分配制度改革，形成符合有文化特色的现代企业的工资决定和正常增长机制，探索建立数据、技术、知识等新要素参与分配的制度，合理拉开收入分配差距，健全以创新能力、实效、贡献等为评价导向的出版人才体系；通过深化出版企业劳动、人事和分配制度改革，形成出版企业管理人员能上能下、出版发行员工能进能出、出版企业职工收入能增能减的市场化选人用人机制，不断完善灵活高效的市场化经营机制。

就出版企业具体的运行机制而言，还可从选题策划、编辑加工、印制发行等出版产业链基本环节入手，

进一步推动出版运行机制的体系化创新，形成数字化环境下一体化内容生产传播机制，最终形成传统出版和新兴出版“融为一体、合而为一”的全媒体出版传播体系。

首先，在选题策划环节，以创新发展为目标，重视内容生产格局的革新，重视AIGC内容生产引擎，逐步形成选题策划与基于内容自动化编纂、智能化润色加工、多模态转换和创造性生成方式的出版内容生产范式和供给模式的适配性、协同性创新机制；^[9]健全精品生产与出版激励机制，制定重点选题规划，优化重点选题策划论证机制；建立健全精品出版与社会效益考核评价、社会责任评价考核、出版单位评奖评优、出版资源协同配置联动机制；完善主题出版选题策划机制，建立主题出版、教育出版、专业出版、大众出版等领域重点作品跟踪推进机制。

其次，在编辑加工环节，探索新技术、新工具应用，推动传统编校关系由人工审核、人工编校主导转向人机协同智能编校^[10]新型编校关系。智能审核、智能编校排工具、出版语料库、出版专业大模型^[11]等新基建、新工具、新技术应成为出版业创新发展的新质生产力。为适应新质生产力的需要，编辑加工环节由以往的“人一人”关系逐步转向“人一人”“人一机”融合共生的关系，需要引起重视并逐步进行衔接和理顺。

再次，在印制发行环节，一方面，着力推动印刷业的基础性、制约性自主创新技术研发，大力推广数字印刷、按需印刷、智能印刷等新业态新模式。《规划》明确将印刷业关键核心技术以及装备器材研发攻关工程作为专栏重点工程，指出要推进喷墨数字印刷、墨水及数字化控制、数字化书芯等数字化智能化印刷关键核心技术研究攻关，以及推动无线胶订智能联动线、精装智能联动线等高端设备自主创新。另一方面，须以全媒体传播体系构建为目标，推进传统出版渠道转型，用好短视频、专业直播、全媒体矩阵等创新性营销方式，健全出版产品服务发行渠道，致力于推动出版发行企业资源整合、业态创新和消费创新，创新出版物发行渠道体系、经营模式和服务方式，全面提升线上线下一体化、融合化发行能力，形成包含数字农家书屋、城市文化空间、社区和校园智慧书店在内的全媒体、宽覆盖、多层次、可持续、高质量出版发行营销服务体系。

三、面向新质生产力的出版要素集聚创新

2023年，习近平总书记在黑龙江等地考察调研期间，多次提出要加快形成新质生产力。从生产要素视角

看,“新质生产力是由技术革命性突破、生产要素创新性配置、产业深度转型升级而催生的当代先进生产力,它以劳动者、劳动资料、劳动对象及其优化组合的质变为基本内涵,以全要素生产率提升为核心标志”。^[12]新质生产力的提出,为新时代新征程加快科技创新,推动高质量发展提供了科学指引。^[13]那么,出版业的新质生产力应该如何形成?

出版业作为内容产业,是具有意识形态属性的文化产业。在上述劳动者、劳动资料和劳动对象及其优化组合的质变方面均有其特殊规律,这恰恰是出版业新质生产力值得深入探讨之处。

1. 面向新型生产工具,研发出版业关键共性技术

新质生产力要求实现出版业生产工具的质变,用好新型生产工具,研发和掌握关键共性技术,赋能出版业新业态发展。新质生产力的基本内涵体现在劳动资料质变方面,劳动资料中起决定性作用的是生产工具,后者是生产力高低的主要标志。新中国成立以来,出版业从最早的“剪刀加糍糊”时代,基于纸张、铅板等生产工具的“铅与火”时代到以激光照排为代表的“光与电”时代,再到以智能选题策划工具、智能编校排工具、视频号与网络直播等全媒体营销工具为代表的“数与网”时代,经历了深刻的变革与创新,而每一次跨越式的创新发展,都离不开先进技术的赋能与支撑。新质生产力对出版业高质量发展新型生产工具的要求,除技术应用原理、技术应用场景以外,更重要的是基于协同论把出版业高质量发展过程视为“文化、经济和技术子系统协同创新产生融合效应以促进高级有序结构的过程”,^[14]把数字技术作为出版业发展的内在要素、内在子系统和内生动力,用好科技创新举国体制,推动出版技术研究列入国家重点研发计划、国家社科基金重大项目等国家级项目范畴。强化出版领域基础性、制约性技术研发与推广,健全出版科技创新体系,提升出版科技自主创新的能力,突出科技创新在推动出版业要素升级、结构重塑和功能重整等高质量发展进程中的重要作用,以科技创新引领、支撑和带动出版内容创新、产品创新、服务创新、模式创新和业态创新。具体而言,能够支撑传统出版与数字出版一体化生产管理的融合出版ERP系统、包含知识体系全领域语料库的智能编校排系统及出版内外部数据应用治理工具集与大模型,是当下出版业高质量发展关键核心技术的几个重要突破口。

2. 面向新型劳动者,打造高质量出版人才队伍

创新创造能力突出、引领发展本领显著、数字数据

素养与技能卓越,是新质生产力对出版业高质量发展劳动者提出的新要求。高质量的出版人才队伍,是出版高质量发展、创新性发展的主体动力和第一资源。除在思想政治素质、出版专业化能力、创新性能力、复合型人才、国际化人才等方面推动高质量出版人才队伍建设以外,出版企业还应从以下几方面着手。一是健全以创新能力、质量、实效、贡献为导向的出版人才评价体系,对出版业高质量发展、科技创新、融合出版、全媒体传播等急需的特殊人才采取特殊措施、开辟特殊通道,构建充分体现数据、技术、标准等创新要素价值的激励机制,鼓励在人才引进、培养、任用、职务晋升等方面加大对出版创新业态、创新模式和创新消费的支持力度。这一点恰恰是解决“高质量发展对编辑人才的高要求与既有编辑工作机制激励性不足的突出矛盾”^[15]的破局之策。二是设立首席数据官,重视数据新要素,充分发掘出版企业的数据价值,形成高效而完善的出版数据建设流程,进行出版数据应用的多场景探索,强化出版企业内外部数据治理,形成基于内容数据、用户数据和交互数据的数据产品。三是提升出版人才队伍数字素养和技能,尤其是强化数据素养和技能体系建设。通过有效的制度和举措,提升其数字化的适应力、胜任力和创造力;重点提升数字出版、融合出版编辑的数据采集能力、数据分析能力、数据加工能力、数据产品化能力、数据服务能力及数据治理能力,强化引领出版高质量发展人才队伍的数据素养与技能。

3. 面向创新要素集聚,塑造新型生产关系

深化出版改革创新,须着力突破束缚、阻碍出版企业创新发展的瓶颈,让各类优质先进生产要素向发展新质生产力畅通流动和高效配置,构建适配新质生产力的新型生产关系。“出版业的高质量发展,要以关键要素的体系化构建为动力,面向人才、技术、数据等关键要素进行体系化建构和市场化配置。”^[16]新质生产力要求出版业创新发展、高质量发展充分用好科技创新体制,发挥好政府的战略导向作用,基于国家重点研发计划等重大文化产业项目驱动,让出版企业真正成为创新主体,让高品质内容、高质量人才、高标准数据、先进技术、优质资本等各类创新要素加速向出版企业集聚,形成创新型出版企业。新质生产力要求畅通出版科技、教育和人才的良性循环,弘扬科学家精神、工匠精神和企业家精神,营造鼓励创新创造、促进高质量发展的良好氛围,形成创新型企业文化。新质生产力要求出版企业加快数智化转型,不断涌现数据出版、智能出版、融合

出版等出版创新发展的新业态和新模式,实现传统出版和数字出版的深度融合和协同发展。新质生产力要求健全创新要素参与收入分配机制,充分激发智力、劳动、数据、技术、知识、管理和资本等生产要素活力,更好地体现数据、技术、知识、人力资本导向。新质生产力要求加快双循环格局下的出版业创新发展,主动构建国际大循环系统,探索构建把要素、产品、销售市场放在国际市场产业链的循环发展模式,通过本地化、出版物输出等方式,切实推动中华文化由“走出去”向“走进来”转变。

综上所述,通过对内容、数据、技术、知识、人才等要素的市场化配置和协同化组合,最终形成政府引导、企业主体、市场导向、产学研用相衔接的出版业协同创新体系,从而为出版业高质量发展源源不断地提供人力、财力、物力和智力资源。

结语

创新是出版高质量发展的动力机制、内在要求,也是出版业高质量发展的目标所在、第一目标。出版业创新发展,从不同维度诠释和分析会得出不同结论,本文仅从宏观层面的出版管理体制机制创新、中观层面的出版运行机制创新、微观层面的出版要素集聚创新三维视角对出版业创新发展进行分析。囿于篇幅,有关出版内容创新与技术创新、产品创新、服务创新、模式创新的关系,出版科技创新体系的要素、结构和功能,出版业创新发展的价值和功能等相关议题未能进行全面分析。而在创新要素、创新结构、创新功能等出版业创新发展系统的形成与发展过程中,还蕴含着一个很重要的理念和目标,即“协调”。有关这个议题,将在后续研究中予以探讨。

事实上,出版业创新发展离不开创新型出版企业的创建。出版企业作为出版业高质量发展的基本细胞和最小单位,承担着出版业高质量发展具体任务分解和完成的使命。换个视角来思考,出版企业是否以创新作为核心驱动,是否能够提高全要素生产率,是否能推动企业自身质量变革、效率变革和动力变革,事关整个出版业

高质量发展大局形成和战略实现。实现出版业高质量发展,归根结底,还是要靠出版企业。因此,创新型出版企业的构建,就成为举足轻重的问题。

参考文献:

- [1] 方卿. 新时代出版业发展的新要求、新目标、新任务与新举措——对《出版业“十四五”时期发展规划》的几点认知[J]. 出版科学, 2022(2): 5-12.
- [2] 方卿. 论出版业高质量发展的目标向度——基于新发展理念视角的分析[J]. 编辑之友, 2024(1): 45-53.
- [3] 周蔚华. “十三五”时期我国出版管理发展回顾[J]. 科技与出版, 2020(9): 6-17.
- [4] 国家新闻出版署关于印发《出版业“十四五”时期发展规划》的通知[EB/OL].[2021-12-30].https://www.nppa.gov.cn/xxfb/tzgs/202112/t20211230_666304.html.
- [5] 张新新. 新发展格局下的出版国际化高质量发展研究[J]. 中国编辑, 2023(12): 49-57.
- [6] 侯天保. 透视中国出版管理体制中的党性原则和行为特征——以宋木文主要著作作为线索的思考及启示[J]. 出版发行研究, 2016(11): 5-10.
- [7] 王益. 喜见出版社从单纯生产型转变为生产经营型[J]. 出版参考, 1996(19): 2.
- [8] 李杨. 数智时代出版专业主义的核心内涵建构[J]. 编辑之友, 2022(7): 83-89.
- [9] 方卿, 丁靖佳. 人工智能生成内容(AIGC)的三个出版学议题[J]. 出版科学, 2023(2): 5-10.
- [10] 张新新, 丁靖佳. 生成式智能出版的技术原理与流程革新[J]. 图书情报知识, 2023(5): 68-76.
- [11] 张新新, 黄如花. 生成式智能出版的应用场景、风险挑战与调治路径[J]. 图书情报知识, 2023(5): 27, 77-86.
- [12] 中央财办有关负责同志详解2023年中央经济工作会议精神[N]. 光明日报, 2023-12-18(1).
- [13] 加快形成新质生产力[N]. 人民日报, 2023-11-24(9).
- [14] 张新新, 敖然. 出版业高质量发展三维协同创新模型建构与分析——基于“文化—经济—技术”视角[J]. 中国出版, 2023(16): 21-27.
- [15] 方卿, 杨丹丹. 矛盾视角下我国学术期刊的高质量发展路径研究[J]. 出版广角, 2021(6): 6-8.
- [16] 方卿, 张新新. 推进出版业高质量发展的几个面向[J]. 科技与出版, 2020(5): 6-13.

(下转第53页)

AIGC's Configuration of Digital Publishing from the Perspective of Value Co-creation

ZHOU Ling^{1,2} (1.School of Business, Nanjing University, Nanjing 210093, China; 2.School of Media and Arts, Nanjing University of Posts and Telecommunications, Nanjing 210023,China)

Abstract: Digital publishing industry known as a digital technology advance into the production of information content of the front-end industry. How to make good use of AIGC to create a new blue ocean for the industry is serious test, which digital publishing industry is facing currently. In the digital publishing ecology, the production body of the product, dissemination channels, market consumption are important cornerstones to support the survival and development of the digital publishing industry. This paper takes a pan-subjectivity perspective. This paper takes AIGC as a pan-subject which can interact with humans socially, and introduces the perspective of value co-creation theory to explore how AIGC can configure the digital publishing industry through value co-creation from the three perspectives of content, connection and scene co-creation.

Key words: value co-creation; artificial intelligence; human-computer relationships; digital publishing

(责任编辑: 李晶)

(上接第35页)

Innovative Development and High-Quality Development of Publishing Industry: New Quality Productivity Propels High-Quality Development of Publishing Industry

FANG Qing¹, ZHANG Xin-xin² (1.Institute of Humanities and Social Sciences, Wuhan University, Wuhan 430072, China; 2.School of Information Management, Wuhan University, Wuhan 430072, China; 3.School of Publishing, Printing and Art Design, University of Shanghai for Science and Technology, Shanghai 200093, China)

Abstract: Innovative development is based on the new development concept and constitutes the primary dimension of the goals high-quality development in the publishing industry. The innovative development in the publishing industry encompasses three key aspects. Firstly, Innovation of publishing management systems and mechanisms are promoted to enhance governance efficiency as well as foster the modernization of the publishing governance system. Secondly, the innovation of publishing operational mechanisms is propelled to establish a modern publishing enterprise system with distinct cultural characteristics. Thirdly, innovation in the aggregation of publishing elements is advanced to elevate new quality productivity in publishing and form a collaborative innovation system in publishing that integrates government guidance, market orientation, and industry-academia-research application synergy.

Key words: high-quality development in publishing; innovative development in publishing; new quality productivity; data publishing; intelligent publishing

(责任编辑: 李晶)