**打造海洋出版品牌，助推“双一流”大学建设**

 中国海洋大学出版社 杨立敏

**一、如何认识大学出版**

为什么要谈这个似乎有点空洞的问题？因为这与大学出版社发展定位、发展思路、任务目标和评价体系紧密相连。

**1.学术出版——大学出版的职责和使命**

根据教育部2019年6月公布的数据，中国高校数量为2956所，普通高校2688所，普通本科高校1238所。211工程高校115所，985工程高校39所，一流大学42所。全国共大学出版社104家，全国出版社总量585家。大学出版社占全国出版社总数的17.7%，占普通本科高校的比例8.4%，占所有普通高校的比例为3.9%，也就是说平均26所高校才有一个大学出版社。211工程高校至少有11所没有出版社。

美国2.5亿人，拥有出版社6万家，日本人口1.3亿，拥有出版社4000多家，中国人口13亿，拥有出版社585家，对中国而言，出版社是稀缺资源！特别是以学术出版为主要使命的大学出版社，更是稀缺的学术服务平台。

**2.学术出版——大学职能的有效延申**

目前教育行政部门和教育学家已达成共识，把当代大学职能定义为人才培养、科学研究、社会服务和文化传承与创新4个方面。

大学出版社通过出版大学教材、学术专著和优质的文化读物，可以直接为高校人才培养与科学研究服务；也可以为服务社会、文化传承创新服务。

国家新闻出版署原副署长邬书林指出，高校图书出版实际上是大学职能的有效延申。

**3.学术出版——世界一流大学的鲜明标签**

剑桥大学、牛津大学、哈佛大学、斯坦福大学、耶鲁大学等所有的世界级名校，都有自己的出版社。绝大多数的世界名校出版社，也是世界著名的大学出版社。拥有自己的学术出版平台——大学出版社，已成为世界一流大学的鲜明标签！我国的“双一流”大学A、B类高校全部拥有自己的大学出版社，许多一流学科高校也有自己的出版社。这与世界潮流是一致的。

**4.文化传承与社会服务——大学社与其他出版社的共同特点**

书籍是一个国家、一个民族传承文化、传播知识、弘扬优秀传统的最广泛、最基础的载体。一个不喜欢学习和读书的民族，是没有希望的民族。图书作为知识和文化载体，发挥着独特的功能。没有书籍，人类很难进步。在这一点上，所有的出版社，都肩负着共同的责任。

**5.党的领导——大学出版社发展的根本保障**

我们正在建设的中国特色社会主义事业，是前无古人的事业。图书出版作为我党意识形态工作的主要阵地，是为中国特色社会主义事业服务的，必须坚持坚定正确的政治方向。缺失了党的领导，图书出版事业将迷失方向，误入歧途！

**二、海大出版社10年来的实践与探索**

**1.企业化运营——大学社生存之基**

我国绝大多数出版社已于2010年前后完成转企改制，海大出版社于2010年7月8日注册为中国海洋大学出版社有限公司，建立了健全的企业法人治理结构，完全是企业化运营，没有任何政策性补贴，在这个方面，我们比美国的大学出版社市场化程度还要高。

海大出版社也不例外。出版社,90%的业务收入来源于社会，约10%的收入来源于学校，但都是出版服务、教材服务所得，没有政策性补贴！

2010—2019年的10年间，海大出版社共出版新书2639种，重印书1625种，平均年度图书出版量为420种；实现销售总码洋5.9亿元，总收入2.5亿元，实现了经济效益稳步持续增长；以向学校返还事业编制人员工资、上交的利润和条件费等方式，支持学校经费合计2000余万元。10年来以各种形式向社会捐赠图书总码洋达110万元，以学校名义向新疆维吾尔自治区教育厅捐赠图书30万元码洋，向定点扶贫单位云南省绿春县捐赠图书42万元码洋。实现了企业快速稳步发展。

**2.精准定位——企业发展的导航系统**

作为一个企业，要参与激烈的市场竞争，必须有清晰的发展目标、科学的发展理念、明确的发展定位、可行的发展规划。

**发展定位**

以海洋领域图书出版为显著特色，以大中专教材和学术专著出版为基本任务，以海洋科普、海洋文化和青岛城市文化读物出版为重要支撑，适当兼顾一般图书出版的专业型大学出版社。

**发展目标**

力争通过3～5年的努力，把我社建设成为服务我国海洋高等教育的重要学术平台，构建特色显著、图书结构合理、图书品质优良的产品体系，打造海洋图书出版基地和海洋科普出版高地，走出一条具有自身特点与优势的专业型出版社发展道路。

**发展理念**

特色立社，文化引领，学术为本，教材先行

**3.发展规划——企业发展的可持续动力**

**——总体规划**

（1）紧密依托中国海洋大学海洋特色优势学科，注重发挥学校的人才队伍优势，全面整合海洋类图书的出版资源，不断优化图书产品结构，构建海洋学术巨著、大学教材与专著、海洋科普与海洋文化图书为主要品种的图书产品体系。

（2）以大中专教材和专著（尤其是涉海类）的出版和发行为基本任务，突出教材出版的基础地位，坚持学术出版理念，服务高校学科建设与人才培养。

（3）继续推进和实施“海洋学术精品出版工程”、“海洋科普与海洋文化普及出版工程”以及“服务蓝色经济出版工程”等三大出版工程，深入推进海洋科普于海洋文学出版，不断强化海洋图书出版品牌建设。

（4）依托国家出版基金等项目的支持，以“海洋欢乐谷”数字媒体平台建设和涉海精品“金课”开发为切入点，稳步地推进数字出版业务，积极探索出版社数字化转型升级之路。

**——中期发展规划**

我社坚持每3年制定一次中期发展规划，主要是进行内部运行机制改革，除了明晰发展定位、修订中期发展目标和发展规划外，主要是根据实际情况调整各个部门的业务考核政策，因为三年的企业发展已使许多背景发生改变，必须调整相关考核政策，创造一个符合企业发展的良好内部运行机制，是出版社可持续发展的根本动力！

**4.社会效益优先——出版事业发展的必然选择**

长期以来，我国出版行业均坚持社会效益优先、争取社会效益与经济效益的有机统一的发展原则。中宣部、教育部关于加强高校出版工作的意见再一次重申了这一原则。在实际工作中，海大出版社把服务学校学科建设与人才培养、服务社会公众海洋知识传播与海洋意识提升放在首位，近年来推出了一系列优秀的海洋类高校教材、学术专著、中小学海洋教育教材、海洋科普与海洋文化类图书，教材与图书销售量明显提升，产生了良好的社会反响，获得了国家新闻出版署、自然资源部、科技部、教育部、中国科协等部门的一系列荣誉称号，社会效益显著，同时，经济效益也得到明显提升。

（1）我们与国家海洋局宣教中心合作，推出全国首套中小学海洋意识教育系列教材《我们的海洋》（共10册），目前在全国10余个省市、自治区中小学使用，2015年在海南省作为地方课程唯一指定教材，年度发行量达58万册，年度销售码洋420万元，社会效益显著！

（2）我们与中国海洋发展基金会合作，每年承担其中小学海洋知识教材教师培训和海洋科普夏令营项目，为全国8个西部地区省、自治区、直辖市的中小学师生提供培训服务，社会影响力显著，经济效益可观！

（3）我们与海南省教育厅和青岛市教育局合作，最近3年连续推进旨在海洋文化进校园的“蓝悦计划”，在海南和青岛的中小学举办海洋科普与海洋文化讲座200余场，参加学生达4万余人。

（4）我们与青岛市市南区教育局合作，承担其教育部课题的“中小学区域海商教育的探索与实践” 23部配套教材的策划与出版任务，所出版教材受到中国教育学会的高度肯定。

（5）我们与天津国家海洋博物馆合作，为其策划、编写了研学教育实施方案，得到了国家海洋博物馆领导的充分肯定。

（6）我们与青岛银海教育集团合作，为其策划和开发中小学海洋教育校本教材和研学教材6部。这些海洋教育教材受到银海教育集团领导层的充分肯定。

**2010——2019年图书获得省部级以上奖励情况**

（共30项）

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **时间** | **书名** | **奖项** | **授奖部门** |
| 2011 | 海水贝类养殖学 | 山东省新闻出版奖图书奖 | 山东省新闻出版局 |
| 2012 | 畅游海洋科普丛书 | 2012年新闻出版总署向全国青少年推荐百种优秀图书 | 国家新闻出版总署 |
| 2013 | 畅游海洋科普丛书 | 2012-2013年度全行业优秀畅销书品种 | 中国书刊发行业协会 |
| 2013 | 畅游海洋科普丛书 | 2013全国优秀科普作品 | 科技部 |
| 2013 | 畅游海洋科普丛书 | 第四届“三个一百”原创图书出版工程奖 | 国家新闻出版广电总局 |
| 2014 | 畅游海洋科普丛书 | 第二届山东省新闻出版奖图书奖 | 山东省新闻出版广电局 |
| 2014 | 人文海洋普及丛书 | 2014全国优秀科普作品 | 科技部 |
| 2015 | 魅力中国海系列丛书 | 2015全国优秀科普作品 | 科技部 |
| 2015 | 魅力中国海系列丛书 | 2015年新闻出版广电总局向全国青少年推荐百种优秀图书 | 新闻出版广电总局 |
| 2015 | 中国海洋文化史长编 | 教育部第七届高等学校优秀科研成果（人文社科）奖二等奖 | 教育部 |
| 2016 | 神奇的海贝科普丛书 | 2016年新闻出版广电总局向全国青少年推荐百种优秀图书 | 新闻出版广电总局 |
| 2016 | 海洋启智丛书 | 第四届山东省社会科学普及与应用优秀作品评选一等奖 | 山东省社会科学联合会 |
| 2016 | 海藻学 | 海洋科技优秀图书 | 国家海洋局 |
| 2016 | 魅力中国海系列丛书 | 海洋科技优秀图书 | 国家海洋局 |
| 2016 | 魅力中国海系列丛书 | 第四届中国科普作家协会优秀科普作品奖（图书类）银奖 | 中国海洋科普作家协会 |
| 2017 | 中国海洋鱼类 | 第六届中华优秀出版物（图书）奖 | 中国出版协会 |
| 2017 | 中国海洋鱼类 | 海洋优秀科技图书 | 国家海洋局 |
| 2017 | 海洋物理化学 | 海洋优秀科技图书 | 国家海洋局 |
| 2018 | 中国海洋符号丛书 | 2018（首届）山东省科普创作大赛一等奖 | 山东省科学技术协会山东省教育厅 山东省科学技术厅 山东省文化厅 |
| 2018 | 骑龙鱼的水娃 | 2018（首届）山东省科普创作大赛一等奖 | 山东省科学技术协会山东省教育厅 山东省科学技术厅 山东省文化厅 |
| 2018 | 中国海洋鱼类 | 改革开放40周年40本优秀鲁版图书 | 山东省新闻出版广电局 |
| 2018 | 畅游海洋科普丛书 | 改革开放40周年40本优秀鲁版图书 | 山东省新闻出版广电局 |
| 2018 | 中国海洋符号 | 第五届社会科学普及与应用优秀作品 | 山东省社会科学界联合会 |
| 2018 | 舌尖上的海洋科普丛书 | 第五届社会科学普及与应用优秀作品 | 山东省社会科学界联合会 |
| 2019 | 《我们的海洋》（5册） | 2019自然资源部优秀科普图书奖 | 自然资源部 |
| 2019 | 《中国海洋符号》（7册） | 2019自然资源部优秀科普图书奖 | 自然资源部 |
| 2019 | “中国海洋神话故事读本”（共5册） | 首届中国“农民喜爱的百种图书” | 中宣部、农业农村部 |
| 2019 | 《中国海洋地标》 | 第二届山东省科普创作大赛一等奖（科普出版物类） | 山东省科协等4部门 |
| 2019 | 《小贝壳 大世界》 | 第二届山东省科普创作大赛二等奖（科普出版物类） | 山东省科协等4部门 |
| 2019 | 《中国海洋故事》）（共6册） | 第二届山东省科普创作大赛三等奖（科普出版物类） | 山东省科协等4部门 |

**三、经验总结：特色与品牌发展之路**

**1.特色立社——大学出版社的生存之道**

在出版业同行竞争如此激烈的今天，像海大出版社这样的中小型、专业化出版社，应当坚持什么样的发展道路呢？我们的共同理念就是依靠特色立社！什么样的图书应该成为我们的特色呢？一定是以学校优势学科为基础的图书，对海大出版社而言，那就是海洋类图书。特色既是我们的优势，也是我们的核心竞争力！

因为我社的海洋出版特色与优势，近年来获得国家文化产业发展专项资金项目1项、国家出版基金项目6项、科技部学术出版基金项目1项等8个国家级项目以及青岛市社科基金项目1项、中国科普研究所委托项目1项等其他项目2项，共计10个支持项目，经费达383万元。

**2.出版品牌——大学出版社的核心竞争力**

 有一个优秀的品牌出版社，是一流大学的鲜明标签；

有几套被广泛选用的品牌教材，是大学学术影响力的直接体现；

有几个高水平的品牌文库，是一流大学学术成就的有效载体；

有几个有特色的品牌图书板块，是大学出版社传承文化的亮点。

**四、当前的机遇与挑战**

**1.书号压缩**——粗放式经营的新挑战

单本书销量不足、依靠出版数量的增加来加大销售收入的时代马上就要过去了。科学的产品结构和良好的单本书营销，是根本出路！

**2.精品出版**——编辑队伍的新挑战

一本精品图书，一定是有好的选题、好的编辑质量、好的装帧设计和好的印刷质量，实现这一切，需要高水平的编辑！

**3.发行能力**——出版社生存的新挑战

在国家精品出版的政策导向之下，出版社要更好生存，只有加大单本书的销售力度，不断丰富畅销书、常销书的品种，才能取得客观的经济效益，这关键取决于发行能力的提升！

**4.海洋出版**——海大出版社发展的新机遇

海洋图书出版一直是我们的特色和方向，而海洋强国战略和国家海洋事业的发展，为海大出版社发展提供了新机遇！打造海洋图书出版品牌和我国海洋图书出版基地，是海大出版社的根本出路。