



山东人民出版社近年来获得的部分奖项和出版的精品图书

“出版要做文化影响力” 山东人民出版社荣获行业最高奖

1月4日，代表中国出版行业最高荣誉的“第三届中国出版政府奖”在京颁奖，山东人民出版社荣获先进单位奖，成为山东省唯一获此殊荣的图书出版单位。捧着沉甸甸的奖牌，山东人民出版社社长郭海涛感慨：“这次获奖，是国家和新闻出版广电总局对山东人民出版社这些年来勇立改革潮头、坚守出版阵地、拼搏不息的最大认可。作为一名出版人，我感到由衷的骄傲和自豪。”

一周前，第四届“三个一百”（百种人文社科类、百种科学技术类、百种文艺少儿类）原创图书出版工程举行颁奖仪式，山东人民出版社以三种优秀原创图书入选，成为全国获奖图书最多的出版单位之一。

在63年的发展历程中，山东人民出版社始终把社会效益放在首位，经过多年实践探索，形成服务大局、文化学术、大众读物、考试图书、高校教育、文教读物、数字出版七大板块，出精品、创品牌，坚持打造文化影响力，在历年国家级出版奖项评选中屡有斩获，多次受到中宣部和国家新闻出版广电总局的表彰。

坚持社会效益第一 主题出版名列全国前茅

山东人民出版社成立于1951年，是新中国成立后山东最早成立的综合性出版社，有着光辉的出版历史和深厚的文化积淀。在2009年首次全国经营性出版社等级评估中，山东人民出版社被评为一级出版社，荣获“全国百佳图书出版单位”称号。现有在岗职工73名，内设16个部室和基础教育出版中心、高等教育出版中心。社长郭海涛表示：“作为党社，我们一直强调要保持出版传统，把服务大局和社会效益放在第一位。主题出版是我们的职责所在，责无旁贷，也是我们出版结构中的重要板块及核心领域。”

所谓主题出版，是指围绕国家政治、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、重大理论等主题而进行的选题策划和出版活动，是图书出版的高地。在主题出版、服务大局方面，山东人民出版社始终紧跟国家文化体制改革的导向，提前规划、早作准备，精心组织，出版了一大批在全国产生广泛影响力的图书，成绩优异。“我们在中宣部和国家新闻出版广电总局组织的历次重大纪念活动、重点出版工程的评选中，均有图书

入选，无一漏项。”总编辑胡长青告诉记者。

翻开山东人民出版社出版的主题书籍，《马克思主义发展史话》、《党鉴》等入选纪念中国共产党成立90周年重点出版物，《辛亥革命在山东》入选纪念辛亥革命100周年重点图书，《驶向深蓝》入选庆祝新中国成立60周年百种重点图书，《齐鲁诸子名家志》入选“辉煌六十年——中华人民共和国成立60周年”成就展，《中国共产党理论创新史》、《社会公正理论十二讲》等被列入迎接党的十八大和深入学习宣传贯彻党的十八大精神主题出版重点出版物，社会主义核心价值体系建设“双百”出版工程重点出版物。《西方民主思想史》等16个项目列入“十五”、“十一五”、“十二五”国家重点图书出版规划，《两宋辞赋史》等8个项目获得国家出版基金资助。2012年，“沂蒙红色文化出版基地”入选新闻出版总署新闻出版改革发展项目库。郭海涛将山东人民出版社的出版理念总结为三句话：“服务大局，注重品位；弘扬学术，普及科学；坚持导向，坚守阵地。”

出精品创品牌

大批原创图书叫好又叫座

“我们是企业，但做的是文

化，做的是社会影响力和文化传播力，应该追求超乎经营规模以外的社会价值、社会认同和社会尊重，这也是我们的社会责任与社会担当。”郭海涛说。为了打造品牌效应和社会形象，提升核心竞争力和自身软实力，山东人民出版社一直坚持实施精品战略、名家战略和品牌战略，出版了一批既有高品位又有市场竞争力的图书。1989年出版的八卷本《梁漱溟全集》，汇集文化巨匠梁漱溟专著、论文、札记、书信共500余万字，一版再版，为众多学者所收藏；“学人茶座系列”是山东人民出版社在学术读物通俗化方面进行的成功探索，包括《经济学家茶座》、《法学家茶座》、《社会学家茶座》、《历史学家茶座》和《国学茶座》五个品种，大学者写小文章，高雅与通俗相结合，使得学术走出象牙塔，步入寻常百姓家；2009年，20卷布面精装本《齐鲁诸子名家志》面世，收录从春秋时期的孔子、孟子到清代的蒲松龄、孔尚任共28位齐鲁先贤名家的生活与成长经历、主要业绩和贡献，提升了齐鲁文化在全国的地位和影响；2012年，出版18卷《山东区域文化通览》，约1200万字，是改革开放30多年来省政协组织的规模最大、参与人员最多、学术力量最强的重大文化建设工程。此外，《诺门罕：日本第一次战败》、《宋宜昌二战军

史小说》、《智慧引领幸福》、蔡志忠《漫画四书》系列、《贾平凹中短篇小说年编》等均是叫好又叫座的品牌图书，为众多读者耳熟能详。

这些名家名作，极大提升了山东人民出版社的社会影响力和美誉度，也为出版社带来了多项荣誉，先后34次获得中国出版政府奖、“五个一工程”奖、中华优秀出版物奖、全国优秀通俗理论读物、全国青少年百种优秀图书、全国优秀党建读物等荣誉。

七大板块规模日长

2013年销售收入达2.4亿

如何实现社会效益和经济效益的统一，是许多文化企业发展面临的困惑。出版社转企改制后，大都将发展目标瞄准市场和利润，难免顾此失彼。作为地方出版社，山东人民出版社如何定位，如何应对？“我们始终坚持社会效益和经济效益一起抓，社会效益第一，以社会效益推动经济效益的实现。”社长郭海涛说。

在山东出版集团的正确领导下，山东人民出版社坚持文化体制改革的总体目标要求，借力集团股改上市，从宏观上进行战略调整，整合优质资产，完善出版结构，对七大板块进行明确定位。其中，服务大局、文化学术、大众读物主要支撑起社会责任和社会效益，考试图书、高校教育、文教读物和数字出版则着眼于市场需求，追求经济效益，精品意识、品牌战略贯穿始终。从微观上，重点做好两方面的工作：

一是调整岗位目标责任制，工作重心向一线业务倾斜，调动员工的积极性；二是完善规章制度，严格规范管理。目前山东人民出版社外具竞争力，内有凝聚力，出版规模和利润持续增长。2013年出版图书近2000种，销售收入约2.4亿元，实现社会效益与经济效益齐头并进，总体规模在全国地方人民出版社中位居前列。

“我们有四套‘国标教材’，是山东省内出版国标教材最多

的出版社，在全国的地方出版社中也是名列前茅。”总编辑胡长青介绍，山东人民出版社抓住第八次课改的契机，开发的小学《品德与生活》、小学《品德与社会》、初中《思想品德》、高中《语文》先后通过教育部审查，被省内大部分地区选用，同时还被广东、江苏、陕西等12个省区选用。随着新课标教材的研发与出版，山东人民出版社积极研发配套学习读物。2012年5月，经新闻出版总署核准，山东人民出版社获得出版中小学全科（语数英史地政理化生）教辅材料的资质。目前已出版齐全了小初高各类同步教辅助读物，品种达千余个。书法类教材《写字》、高中教辅《非常学案》系列已成为省内知名品牌，通过市场化选择，市场占有率达到60%。

针对考试类图书，山东人民出版社推出了“山东考公红宝书系列”、“艺考类图书系列”、“银行业从业资格考试一本通”等100多个品种，年发行量突破120万册，年发货码洋超过3000万元。在高校教材、高职教材上，山东人民出版社加大开发力度，现已出版高职高专、全日制大学等高校教材400余种，涵盖通选课、专业课等各种门类，年发货码洋超4000万元，成为新的经济增长点。

“从2012年开始，山东人民出版社成立数字出版部，目前在手机阅读、合作出版等领域取得阶段性进展，整个出版结构不断优化，利润结构日趋合理，市场竞争力不断提升。”郭海涛表示。

在快速发展的同时，山东人民出版社的当家人始终保有清醒的认识，更加关注从规模数量型向质量效益型的转变，更加注重内涵式发展，更加注重品牌建设，更加注重企业文化建设。

九万里风鹏正举，云天寥廓任翱翔。在社会主义文化大发展大繁荣的历史新时期，山东人民出版社必将进一步解放思想，深化改革；开拓创新，奋发图强；千里远眺，再上层楼；百尺竿头，更进一步。

本报记者 廖雯颖

