

中国传媒大学
学位授权点建设年度报告
(2024年)

名称： 出版

代码： 0553

2025年1月6日

编写说明

一、本报告按学术学位授权点和专业学位授权点分别编写，同时获得博士、硕士学位授权的学科，只编写一份年度报告。

二、本报告按自然年编写，除另有说明外，涉及过程信息的数据（如科研获奖、科研项目、学术论文等），统计时间段为2024年1月1日至2024年12月31日；涉及状态信息的数据（如师资队伍），统计时间点截止到当前。

三、本报告所涉及的师资内容应区分目前人事关系隶属本单位的专职人员和兼职导师（同一人员原则上不得在不同学术学位点或不同专业学位点重复统计或填写）。

四、若报告涉及学术成果的填报，请留意成果的学科归属，一项成果不能同时归属于多个学科。

五、学位点建设标准请参考《新增博士硕士学位授权审核申请基本条件（2024）》，人才培养质量标准不得低于国家制定的《研究生教育学科专业简介及其学位基本要求》（见网址：<https://www.acge.org.cn/encyclopediaFront/enterEncyclopediaIndex>）

六、涉及国家机密的内容一律按国家有关保密规定进行脱密处理后编写。

七、本报告字数不超过8000字。

出版学位授权点建设年度报告

(2024年)

一、学位授权点基本情况

(一) 培养目标

出版硕士专业学位研究生教育，旨在贯彻落实党的教育方针和立德树人根本任务，培养政治素养过硬、具有家国情怀和良好职业道德、开阔国际视野、系统现代出版知识和文化传播意识的高层次创新型人才，掌握出版基础理论、专业知识和技能的出版应用型人才，服务出版经营管理、数字出版、文化传播等领域的全媒型人才，为构建数字时代新型出版传播体系提供人才保障。

(二) 学位标准

以立德树人为根本任务，面向国家战略和行业需求，在“新文科”建设的引领之下，制定《中国传媒大学出版专业学位硕士研究生培养体系改革实施方案》，强化价值引领、思政育人，明确“以作品培养人”的教育理念，优化学位授予质量标准，夯实课程体系，坚持产教融合，创新人才培养模式，培养高层次创新型、应用型、全媒型出版人才。

二、基本条件

(一) 培养方向

学术学位授权点专业方向情况表

专业学位领域	专业方向
出版	出版经营管理
	数字出版业务
	国际出版
	融合出版业务
	出版与文化传播

(二) 师资队伍

2024年，出版专业共有27名专任教师，获国家级教学名师、教育部长江学者、新世纪优秀人才、北京市“四个一批”（出版类）人才、北京市“四个一批”（国际传播类）人才、北京市教学名师、北京市青年拔尖人才、北京市青年英才、北京市中青年骨干教师等称号。具体年龄分布、学历、职称结构见下表：

专业技术职务	人数合计	年龄分布					学历结构				最高学位非本单位授予的人数	兼职博导人数
		25岁及以下	26至35岁	36至45岁	46至59岁	60岁以上	博士学位教师	硕士学位教师	博士生导师人数	硕士生导师人数		
正高级	14			3	10	1	14		14	14	6	
副高级	11		4	6	1		11			11	8	
中级	2		2				2				2	
其他												
总计	27		6	9	11	1	27		14	25	16	

拥有丰富出版实务和管理经验的校外业界导师30余名，部分业界导师列表如下：

姓名	工作单位	工作职务
郝振省	中国编辑学会	会长
李 岩	中国出版传媒股份有限公司	原总经理
于殿利	中国出版传媒股份有限公司	原副总经理
王 斌	中信出版集团	原董事长
耿相新	中原出版传媒投资控股集团有限公司	原总编辑
吕建生	北京师范大学出版集团	原董事长
欧 剑	知识产权出版社	总编辑
沈元勤	中国建筑工业出版社	原社长
邓宁丰	中国宇航出版社	原社长
梁光玉	团结出版社有限公司	社长
王国辰	中国中医药出版社	原社长
黄金山	华夏出版社	原社长
朱鸿军	中国社会科学院	《新闻与传播研究》执行主编
刘国辉	大百科全书出版社	原社长
宋 强	《中国出版传媒商报》社	社长
蔡继辉	当代中国出版社有限责任公司	副总编辑、副总经理
翟福军	人民日报出版社	总编室主任
董曦阳	北京万古江河文化发展有限公司	首席执行官
李建红	人民教育出版社	教育出版研究中心主任
范 侃	爱笔帮文化发展有限公司	总经理
冯建华	中国社会科学杂志社	事业发展部主任
云慧霞	高等教育出版社	文科分社副社长
雒仁生	中国发展出版社	智库编辑部副主任
孟宪江	经济日报社	管理部主任
王丽芳	北京师范大学出版社	副编审
夏 江	北京快手科技有限公司	副总编辑
颜显森	中国少年儿童出版总社	副总监
张守刚	奇光传媒集团	副总裁
张宇清	中国国际广播出版社	党支部书记、社长
赵 欣	中国传媒大学出版社	播音主持编辑部主任
祝得彬	社科文献出版社	译文编辑室主任

（三）科学研究

本学位点主要聚焦出版史论、数字出版、数字阅读、出版经营管理和国际出版等领域的研究，2024年共有38项各级纵向科研

项目在研（其中13项为新立项目），38项在研项目中含8个国家级项目和20个省部级项目，如“新中国马恩列斯著作阅读史研究”“新时代电视理论节目传播创新研究”“数字时代高校助力乡村振兴的行动路径与可持续探索研究”等课题。承担了中央广播电视总台等企事业单位委托横向课题10余项，项目金额400余万。

（四）教学科研支撑

本学位点为学生提供全方面的教学科研支撑。2024年“传播大讲堂”举办25期（总计92期）、举办第十三届新闻学与传播学博士生国际学术研讨会、第二届新时代出版家培育与研究研讨会和第七届信息素养国际学术会议，为研究生提供学术交流平台。同时，设立“大地传媒坊”暑期调研活动，资助学生到全国各地进行调研和作品创作。组织研究生赴北京城市图书馆、大运河博物馆等地研学。

2023年，中国传媒大学成立出版学院，并与中国教育出版传媒集团共建；出版学院入选国家新闻出版署出版智库高质量建设计划。拥有媒体融合与传播国家重点实验室、智能融媒体教育部重点实验室、融合出版与文化传播国家新闻出版总署重点实验室等高级别实验室平台，为出版专业硕士人才培养提供支持。

本学位点重视校内校外实习实践基地建设。在出版教学实践中，整合校内出版资源，搭建了涵盖出版社、期刊社、年鉴编辑部、融媒体新闻中心（含校报、广播电台、电视台、APP客户端）等单位的实习实践基地。同时，注重开发校外出版实训实践资源，增设4个实习实践基地，已建立20余家实训基地，既把出版传媒资源转化成人才培养资源，也提升了本学位点的业界影响力。

（五）奖助体系

中国传媒大学研究生奖助体系包括奖学金和助学金两大类，其中奖学金包括研究生学业奖学金、国家奖学金、京东新闻奖；助学金包括国家助学金。2024年出版专业硕士研究生共57人，其中获得学业奖学金一等共6人，共7.2万元；学业奖学金二等共16人，共12.8万元；学业奖学金三等共35人，共14万元。国家助学金57人获得，共计41.04万元。学业奖学金和国家助学金全覆盖。京东新闻奖共6人获得，共计1.5万元。

三、人才培养

（一）招生选拔

2024年出版专硕普通招生报考数量132人，最终录取51人，录取比例38%，以一本和211院校为主。为选拔优秀生源，加强制度机制建设，主要包括以下措施：

1. 全面改革初试自命题科目，加强对基本素养和专业功底的考生考查。
2. 优化进入复试的条件，增加材料评议环节，破除“唯分数”论。
3. 完善复试环节，突出对专业创新能力的考核。

（二）思政教育

1. 实施“六个一”课程思政高层次育人计划
贯彻落实《中国传媒大学课程思政建设方案》，制定了《出版大思政课实施方案》。围绕学科专业方向建设专兼结合、素质优良的育人团队。

2. 深化中国传媒大学研究生培养综合改革和课程思政精神

挖掘提炼课程中的思政育人元素，将思政教育融入课程教学。“习近平新闻工作论述研究”入选教育部首批课程思政示范项目，“智能媒体与社会舆论”“马克思主义出版观”等课程获学校研究生课程思政示范课程。“大地传媒坊”社会调研教改项目已持续5年，资助60余支学生调研团队。

3. 研究生辅导员队伍建设

本学位点现有2名专职辅导员。不断加强学生工作队伍建设，辅导员和班主任队伍工作经验丰富、应急处突能力强，先后获得校级优秀班主任等称号。本学位点充分发挥辅导员、班主任、导师、学生干部全员育人作用，通过定期召开班主任例会、学生干部例会，同时将校内例会与校外专题培训、主题教育调研、访企拓岗等相结合，在互动交流中落实学工队伍专业化、职业化要求。本学位点落实立德树人根本要求，加强师德师风教育和师德管理考核制度，引导教师争做“四有”好老师，重视先进党支部和先锋班级建设的示范作用，让辅导员成为新时期研究生思政工作的最好实践者和引领者。

4. 持续加强研究生党建工作

注重发挥党组织的引领作用，落实“三会一课”制度，领导班子成员带头为研究生上党课。本学位点设有出版硕士生党支部，党支部建设规范有序，开展与出版相关的党建活动。

（三）课程教学

本学位点2024年开设编辑出版理论、马克思主义出版观、出版政策与法规研究、阅读研究、跨文化传播、AI+编辑出版流程、

出版学研究方法、数字出版与技术等专业核心课程，课程体系完善，基础性、前沿性特色鲜明。积极开展实践教学和案例教学，通过“请进来”“走出去”等方式邀请业界专家互动交流，提升学生专业素养、动手操作能力和实际调研能力。依托系列课程孵化研究生调研40余项，相关成果在领域权威赛事如出版学科专业大学生创新创业大赛中取得佳绩，部分调研成果发表于CSSCI核心期刊。

持续提升课程教学质量。主要课程由教授、副教授担纲主讲，编辑出版流程课全部由经验丰富的出版机构、杂志社编辑和管理人员承担。邀请业界专家全程参与开题、毕业设计等培养环节，积极组织学界、业界专家开展系列讲座。

不断提高教师教学水平。定期组织青年教师教学基本功考核，为青年教师选配职业导师。组织教师赴江苏淮安恩来干部学院学习，提升课程思政能力。本学位点教师作为教师代表向全校新入职教职工介绍经验。多位教授论文汇集成果入选中传学者文库。

以人工智能为抓手，持续推进教学改革项目，增设、优化多门人工智能相关课程。与国家一流学科传播学相互融通，从传播学专业理论及研究方法课程中汲取养分，助力本学科点人才培养的立体化、综合化。

不断完善教学质量监控体系建设。加强研究生课堂教学和实践教学质量监控，学科点督导组和领导班子成员深入教学一线，督促检查、保证教学工作高质量运行。

持续推进专业教材建设。教师参与编写中国特色出版学系列教材编写，为出版学专业课程建设持续提供及时、全面的参考资料

源。

（四）导师指导

1. 加强制度建设

制定《全面加强研究生导师立德树人职责的实施办法》《专业学位研究生导师资格评审办法》等文件，优化导师资格评审、岗位聘任、专硕导师组和导师年度岗位聘任等工作。严格执行评聘分离、年度考核制度，实施师德师风考核一票否决。

2. 重视导师培训

开展新晋导师岗前培训、全体导师定期专题培训以及“四有导师学院”系统培训。持续开展弘扬教育家精神主题教育，多名教师获得“北京市优秀共产党员”和“北京市教学名师”称号。

3. 探索导师组制度

导师组由学界、业界双导师组成，遴选政治素质、业务能力、行业影响力优秀的从业者担任专硕业界导师。设置“示范导师组”校级教改专项，多个导师组入选。

4. 落实导师“第一责任人”

强化导师责任制，开展多种形式的师生交流活动，营造和谐师生关系。围绕高水平人才培养目标，制定《研究生导师指导行为准则》《关于提升研究生学位论文质量的实施办法》，强化培养环节导师的把关作用。

（五）学术训练与实践教学

1. 建立健全多样化实践实训课程体系

紧扣实践能力建设与行业发展需求，开设AI+编辑出版流程、出版经营管理、数字出版与技术等实践课程。设立数字出版实验

室、融媒体实训室等实践平台，在AI、XR等技术应用和有声阅读等方面积极探索。与中国出版集团等20余家出版机构、文化企业合作建立实训基地，规范化、制度化推进实践教学。与喜马拉雅、中国高等教育出版社、北京大学出版社、中国青年报融媒体中心展开出版实践课程与人才培养合作。

2024年度孵化、推进出版专硕设计作品39个，其中6个作品获奖（2024年度全国出版学科专业大学生创新创业大赛一等奖1项，优胜奖5项）。

2. 建立多层次融通立体的优质人才培养体系

构建“堂、坊、会、班、展”多层次融通立体人才培养体系。举办传播大讲堂、出版大讲堂、大地传媒坊、研究生国际学术研讨会、编辑出版学师资班和暑期班、“编舟”出版硕士作品展等活动。2024年“传播大讲堂”、邀请AI+出版领域的专家做了《智在必得：AI在出版业中的实际应用》《AIGC赋能有声内容生产创新》等前沿分享交流，邀请时代华语传媒股份有限公司、《中华读书报》业务骨干分享畅销书策划、童书选题与营销等议题。召开第二届新时代出版家培育与研究研讨会，主题聚焦“人工智能时代高素质出版人才培养”。

3. 强化学术文献阅读和实践性案例分析

明确学术学位研究生和专业学位研究生的文献阅读与考核书目，增加人工智能相关的学术文献。在专业学位研究中文献阅读与考核中，聚焦作品设计、案例研究、调研报告等实践性案例。文献阅读与考核为出版人才培养的重要环节，有力提升出版人才的培养质量。

支持研究生参加首届《中国数字出版》青年学者研讨会、中国新闻史学会健康传播专业委员会年会、第十三届新闻学与传播学博士生国际学术研讨会等学术研讨会发言。指导与推进《北京地坛书市的大众阅读体验》《银龄书院老年阅读推广与服务》《北京下班通勤时段地铁数字阅读行为》等十余个出版与阅读专题调研项目。

（六）学术交流

1. 搭建学术交流平台

定期举办研究生国际学术研讨会、信息素养国际学术会议、智能传播国际论坛，设立出版专场。回应行业与学科发展，主办“新时代出版家培育与研究研讨会”“出版智库工作交流会”等专题研讨会。

2. 持续建设学术阵地

积极参与《现代出版》《现代传播》《中国广播电视年鉴》等出版物编辑出版流程，多名导师任副主编、审稿人，出版专业研究生学生参与相关编辑出版工作。

3. 推动师生学术交往

多名导师参加国内外高水平学术研讨会并作主旨发言，论文被《新华文摘》《人大报刊复印资料》转载。数十件出版研究生图书设计作品在《现代出版》《编辑之友》《青年记者》等核心期刊发表。出版专业研究生积极参加了出版专业领域的“中国出版学理论体系建构”研讨会、《中国数字出版》青年论坛、第十届韬奋研讨会、《辞海》编纂与数字化转型研讨会，第30届亚洲

传媒年会（AMIC）、清华国家形象论坛、第十九届全国体育新闻传播学术研讨会暨第二届奥林匹克健康传播交流会、Chinese News Discourse in the Digital Era: Conference Submission 等会议。

4. 支持学生参与专业竞赛

获得2024年度出版学科专业大学生创新创业大赛一等奖和优胜奖。2024级出版专硕生与南京大学组队，获得2024年全国大学生网络编辑创新大赛（国家级）一等奖。

（七）论文质量

1. 实施研究生培养全过程监控

由我校自主设计的研究生教育过程状态监测体系已于2022年10月落地运行，该体系涵盖学生情况、学科建设、培养过程、导师队伍与毕业生5个维度，紧密贴合培养过程进行信息采集，实施全要素、全环节、全过程的质量监测，以高质量培养确保高质量论文。

2. 严把学位论文质量关

优化培养方案，将出版专硕毕业论文确定为出版设计、案例分析、调研报告三种类型，并提出了具体要求。强化导师把关作用，学位申请全流程实现导师线上审批。每篇论文送2名（至少1名校外）具有专硕指导经验的专家评阅。对已经授予学位的学位论文进行校内抽检。学位点设立以来，未出现抽检不合格论文。

3. 组织优秀学位论文交流分享

定期开展毕业生优秀作品展映，编印《编舟》优秀毕业设计

年度作品集。组织优秀作品分享会，请专家学者对优秀作品进行分析点评。

本年度继续参与中国国际数字出版博览会，设立出版学院特别展位，以拓展数字文化传播空间、打造融合出版新模式、服务线上线下阅读场景为理念，立体化、多维度地呈现中国传媒大学对融合出版的前沿探索。

（八）学风建设

1. 强化社会主义核心价值观与时代使命

举办马克思主义新闻出版观讲座，组织师生参观中国国家版本馆中央总馆、“新时代经典著作专题展”、《新青年》编辑部旧址、中国印刷博物馆等，系列研学活动强化了建设中华民族现代文明和文化强国的使命感。

2. 树立学思用贯通的学风

每年春秋两季读书周开展主题阅读活动，组织围绕出版家传记、书籍史、阅读史、心理健康等专题深入阅读研讨，树立“不负韶华好读书”的优良学风。赴北京城市图书馆开展“数智阅读与文化发展”主题调研，与中国知网合作举办“研究生论文写作训练营”，举办“研究生科研素养提升”系列公益讲座，开展科学道德和学术规范教育。

3. 涵养出版家精神

举办“AIGC时代有声阅读发展机遇与挑战”“畅销书策划编辑的实务经验分享”等讲座，主办“第二届新时代出版家培育与研究研讨会”，引导学生树立出版高质量发展意识。开展“进入

出版现场”系列学研活动，亲身感受出版文化和出版人精益求精的工匠精神。组织参观“第九届全国书籍设计艺术展优秀作品展”、北京中科印刷有限公司生产车间，通过“做中学”培育出版专业精神。

（九）管理服务

1. 管理队伍体系健全

管理队伍主要由主管副院长、科研办公室主任、研究生教学秘书2人和研究生辅导员2人组成，全部为博士学位。负责研究生招生、培养、学位等全环节的组织和协调；制定和完善研究生管理制度和政策；研究生导师队伍建设和管理；研究生就业指导和服务等。

2. 管理服务育人体系完善

完善研究生奖助体系。包括国家奖学金、学业奖学金、星光奖学金、中央广播电视总台奖学金、京东奖学金等，旨在激励和鼓励优秀研究生在学业、科研、创新等方面取得更高成绩。

发挥好研究生会作用。配合完成研究生培养工作，参与涉及研究生事务的民主管理，组织开展社会实践、文体活动，积极为研究生提供学术交流、合作、展示的平台，实现学生自我管理、自我教育、自我服务。

做好研究生心理健康服务。学生工作办公室与学校心理健康咨询中心密切配合，关注研究生心理动态，开展心理健康教育，为研究生提供心理咨询、辅导、支持等服务，促进学生身心健康发展。

开展研究生高质量就业服务。就业指导中心为研究生提供就

业指导、实习实践等服务，积极开展访企拓岗和岗位推荐工作，指导学生做好职业生涯规划，定期发布人才需求和就业情况报告，全面提升研究生就业质量。

3. 管理服务反馈体系畅通

“课堂有我”课程质量评价体系定期对教学质量进行评估；专业满意度调查定期对学生在课程设置、导师指导、实践实习、奖助管理等方面进行点对点摸底分析；就业质量报告每年对毕业生就业形势、行业流向、就业比例和质量进行全面总结梳理，提出对教育教学的反馈；“中传有我”建言献策平台秉承“以人为本，服务师生”的理念，全面及时采纳师生关于治校的意见建议，推进实现系统治理。

（十）就业发展

1. 就业情况良好

2024年出版硕士专业毕业生共30人，29人已就业，毕业生就业去向落实率为96.67%。主要就业去向为大型出版社、国家机关、中央企事业单位等。据用人单位反馈，毕业生在单位工作表现良好，符合用人单位的需求。

2. 多渠道推进就业

通过建立实习实践基地和访企拓岗等形式与用人单位建立长期联系和合作，组织学生到用人单位进行专业实践，及时了解社会用人需求，促进毕业生高质量就业。

四、服务贡献

1. 以智库建设推进文化强国

回应国家战略、行业发展的重大需求，承担国家社科基金重大项目“当代中国图书出版史研究”、国家社科基金后期资助项目“新中国出版微观史论”等国家级项目，承担“全球少儿音频蓝皮书”“福州市文旅局二十四节气创意宣传”“宁波城市形象文化旅游宣传融视频制作服务”等横向项目，参与《中国大百科全书》（第三版）出版卷词条编写等行业重要工作。

聚焦主题出版、出版“走出去”、公共文化建设、全民阅读等相关领域，举办“中传出版领读者计划”等系列公益性讲座，以及面向硕士生的“融媒时代的编辑出版学暑期班”、面向高校教师的公益性“全国编辑出版学师资班”等，既向公众普及了出版文化，也为出版人才的成长做出了贡献。

2. 以优秀作品促进文化传承创新

推出“鲜花献英烈”融媒体交互产品，获第六届中国数字出版创新论坛数字创新技术应用优秀案例。《百年先锋》《红色文物青年说》入选中宣部主题出版重点出版物选题、教育部主题出版选题，《解码中华文化基因》融合出版物由中国传媒大学出版社出版，促进了中华优秀传统文化与红色文化的传承创新。

3. 以咨询报告服务现代出版业发展

承担“北京市新闻出版广电发展蓝皮书”编撰工作，为中宣部、国家网信办、北京市委宣传部等部门提供数十部咨询报告，助力现代出版行业高质量发展。

4. 以案例库建设贡献出版教育

案例库的辐射作用进一步凸显，《老照片的图文编辑行为分析案例》《地域文化类爆款微信文章分析》和《新华传媒财务经营问题与对策》等代表性案例被国内高校广泛使用。

5. 以社会工作助力学科发展

2024年，在中宣部的统筹指挥下，创新性开展“中国出版大讲堂”，邀请出版业界权威专家，结合自身经历以及对行业的观察，从基础原理、重点类型、产业运作、案例分析等维度进行授课，为学生带来更加透彻的行业观察和最为及时的前沿思考。充分结合学科交叉优势，积极参与老一辈出版家口述史的编写工作。

本学位点老师担任中国新闻史学会编辑出版史专业委员会副理事长，编辑与出版学名词审定委员会副主任、秘书长，《现代出版》副主编，《中国广播电视年鉴》编辑部主任等职务，多方面推进出版学科自主知识体系建设。