维权行动 中国艺术报社 中国文联权益保护部

守正创新 凝聚力量 中国文联大力推进所属中央文化企业公司制改制工作

为深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想和党的十九大精神、学习贯彻全国宣传思想工作会议精神，落实中央关于加快推进中央文化企业公司制改制工作部署和要求，10月10日至12日，中国文联权益保护部（出版办）在京举办了中国文联出版管理和改革工作培训班。这是中国文联出版系统有史以来举办的参与人数最多、覆盖面最广、时间最长的培训班。

落实全国宣传思想工作会议精神 大力推进公司制改制工作

——在2018年中国文联出版管理和改革工作培训班上的讲话

□ 李前光（中国文联党组成员、副主席）

前不久，中央文改办举办中央宣传文化单位所属企业专题学习班，中央宣传部副部长孙志军同志和中央纪委国家监委驻中央宣传部纪检组组长贾育林同志就落实全国宣传思想工作会议精神做出明确部署和要求。今天，中央宣传部出版局局长郭义强同志又出席我们的培训班并做辅导报告。此次培训班是中国文联多年来首次举办的出版、报刊、期刊系统的培训，人数最多，课程层次设置高。就是要自上而下、层层传导，全面提升意识形态工作守正创新能力，切实推进文联所属企业改革任务高质量完成。

借此机会，我就加强中国文联出版管理和改革发展工作讲三点意见，与大家交流。

一、深入贯彻落实全国宣传思想工作会议精神，坚守意识形态阵地

在全国宣传思想工作会议上，习近平总书记发表重要讲话，对宣传思想工作进行了战略部署。这是习近平新时代中国特色社会主义思想的重要组成部分和新内容，是指导新形势下党的宣传思想工作的纲领性文献，对开创宣传思想工作新局面意义重大。

中国文联各出版单位是意识形态领域的重要组成部分，要确保在出版活动中把好政治导向关，守好意识形态阵地。

一是突出抓理论学习。深入学习全国宣传思想工作会议精神，坚持不懈地用习近平新时代中国特色社会主义思想武装头脑，牢固树立"四个意识"，坚定"四个自信"，牢牢把握正确舆论导向，旗帜鲜明地坚持党管意识形态不动摇。

二是突出抓导向管理。要引导广大文艺工作者深入生活、扎根人民，不断推出讴歌党、讴歌祖国、讴歌人民、讴歌英雄的精品力作。要继续强化三审三校、出版阅评、出版通气会等行之有效的导向把关机制，及时发现和稳妥处理倾向性苗头性问题。

三是突出抓阵地管理。要始终坚持正确政治方向、出版导向和价值取向，坚决落实意识形态工作责任制，按照分级负责和谁主管谁负责的原则，责任落实到人，确保文艺出版繁荣有序。

二、突出文艺出版特色，推出更多反映新时代风貌的精品力作

要牢固树立精品意识，提升原创出版能力，通过多出精品，逐步树立品牌价值，扩大影响力和知名度，提升企业竞争力。

一是把社会效益放在首位。抓住社会效益这个出版的主要矛盾，进一步强化社会效益考核，避免"唯码洋"论英雄，让出版回归"文化"角色，做"良心书、放心书"，以正向的价值增值文化，以码洋的增加发挥出版功能。

二是突出文艺出版特色。努力做到个性化制作，可视化呈现，互动化传播，紧密结合各艺术门类特点，发展特色出版，鼓励"术业有专攻"，发挥自身专业优势，以特色打造品牌，以品牌彰显特色。

三是健全质量管理制度。加强内部管理，严把内容质量和编校质量。严格执行各项出版物质量管理法规和标准要求，建立健全质量管理和监督制度，落实出版责任。

四是提升编辑业务素质。重视提高编辑的工作能力和业务水平。提倡敬业精神，建立奖惩机制，加强对编辑的业务培训，不断促进编辑提升业务能力，提高职业素质。

三、建立现代企业制度，确保中央文化企业改制工作落地生根

中央要求2018年底前全部完成改制任务，中国文联党组书记、副主席李屹同志先后两次就公司制改制作出重要批示。按时完成公司制改制，是今年中国文联出版系统的头等大事，不能有丝毫妥协和畏难情绪。

一是坚持党的领导。始终坚持党管意识形态、党管媒体、党管干部，严格落实党建工作责任制。要把加强党的领导和完善公司治理统一起来，逐步带动企业管理理念、运营机制、企业文化等各领域深刻转变。

二是明确改革目标。中宣部、财政部两次联合发文要求"2018年底前，按照《中华人民共和国全民所有制工业企业法》登记，财政部代表国务院履行出资人职责的中央文化企业，全部改制为按照《中华人民共和国公司法》登记的有限责任公司"。这里要强调两点，第一，关于改革时限，即"2018年底前"，这是完成公司制改制任务的最后时限，不允许有任何变通。第二，关于改革目标，就是把《工业企业法》登记的企业，改为《公司法》登记的企业。加快构建有文化特色的现代企业制度，形成有效制衡的公司法人治理结构和灵活高效的市场化经营机制。

三是严格改制程序。要严格按照法律法规、公司制改制、国有企业改制和国有产权管理等有关规定操作，严格履行决策程序。着力强化企业内外部监督，加强企业著作权等无形资产和文化藏品等特殊资产的管理，保障国有资产安全。要做好信息公开，加强事中事后监管，自觉接受社会监督。

离要求的公司制改制截止时间已不足三个月，非常紧迫。目前，中国文联所属各出版单位公司制改制的进程还比较缓慢，进展还不平衡，希望大家增强紧迫感、责任感，加快步伐、加速推进，确保公司制改制工作按期完成。

相关链接

【公司制改制的背景】

中央文化企业公司制改制，主要是针对按照《中华人民共和国全民所有制工业企业法》登记的中央文化企业，改制为按照《中华人民共和国公司法》登记的有限责任公司。这次改制的关键点在于科学设置法人治理结构，建立有文化特色的现代企业制度。

公司制是现代企业制度的有效组织形式，进行公司制改制是国有企业做强做优做大的必然要求，是建立现代企业制度、确立市场主体地位、壮大国有文化实力的需要，为进一步深化改革，进行股份制改造、探索建立优先股和国家特殊管理股、混合所有制改革以及资产证券化等一系列改革的可能性创造了前置条件。

【财政部 中共中央宣传部印发公司制改制工作方案】

2018年2月，财政部和中宣部联合印发了《财政部 中共中央宣传部关于印发〈中央文化企业公司制改制工作实施方案〉的通知》（财文〔2018〕6号），明确中央文化企业2018年年底前要完成公司制改制，形成有效制衡的公司法人治理结构和灵活高效的市场化经营机制。

9月30日中国文联所属中央文化企业公司制改制推进工作会议现场

【中国文联所属中央文化企业公司制改制推进会在京召开】

2018年4月24日，出版办组织召开中国文联所属中央文化企业公司制改制推进会。中国文联党组成员、副主席李前光出席会议并讲话，对公司制改制工作提出了具体要求。会上，出版办负责人传达了中宣部和财政部关于中央文化企业公司制改制的相关要求。中国文联所属中央文化企业负责人汇报了公司制改制的有关情况。

【中国文联出版办组织召开第二次公司制改制推进会】

2018年9月30日，中国文联出版办在京组织召开第二次"中国文联所属中央文化企业公司制改制推进工作会议"。中国文联党组成员、副主席李前光出席会议并讲话，明确要求各出版单位加快公司制改制的步伐。中国文联所属中央文化企业负责人汇报了公司制改制的进展情况和问题。

公告

中国文联出版管理和改革工作培训班现场

中央文化企业公司制改制是什么

中央文化企业公司制改制，主要是针对按照《中华人民共和国全民所有制工业企业法》登记的中央文化企业，改制为按照《中华人民共和国公司法》登记的有限责任公司。这次改制的关键点在于科学设置法人治理结构，建立现代企业治理的制度框架，这是改制的主要任务，也是改制的难点。法人治理结构是公司制企业的基本组织形式。公司治理的原则和框架性要求，是公司法给予明确的，公司治理的特殊要求，比如股权的设立、内部机构职能权限、议事规则等，则是由公司章程来规定的。中央文化企业设置法人治理结构，除了遵循公司治理的一般原则、遵循《公司法》的一般规定之外，还要充分体现中央文化企业的特殊性，在坚持国有资本主导地位的同时，坚持导向管理不放松，把社会效益放在首位。此外，还要兼顾企业出资人和主管主办管理的实际情况。

中央文化企业为什么要进行公司制改制

进行公司制改制是国有企业做强做优做大的必然要求。全民所有制企业遵循的依然是1988年8月颁布的《中华人民共和国全民所有制工业企业法》，体制机制已完全不适应现代市场经济要求，机制体制不活，市场主体定位不清。加之现有资产体量较小，仅靠内涵式发展，难以适应激烈的市场竞争和做强做优做大需要。进行公司制改制是建立现代企业制度的需要，公司制是现代企业制度的有效组织形式，中央文化企业要建立有文化特色的现代企业制度，公司制是必备要件。进行公司制改制是确立市场主体地位的需要。进行公司制改制是壮大国有文化实力的需要，通过改革，就是要让出版单位有适应市场的自主经营的能力和活力。进行公司制改制是党建工作新定位的需要，有利于加强党对国有企业的领导，是把握内容导向、做好意识形态工作的关键，也是深化国有企业改革的重大政治原则。

中央文化企业公司制改制有什么好处

通过改革，企业法人治理结构日趋完善，现代企业制度逐步健全，市场主体地位日益稳固，职工主人翁意识不断提高，"走出去"步伐加快推进，职工获得感、幸福感与安全感明显提升，企业焕发新的生机与活力。改制后，公司将建立起能进能出、能上能下、公开平等的用人机制，实行与社会主义市场经济相适应的薪酬分配制度，建立与公司经济效益和劳动生产率挂钩的工资决定和正常增长机制。通过公司制改制，进一步完善市场化经营机制，有利于加强资本、产权、信息、技术、人才等文化生产要素市场建设，有利于引导出版业融合资本、融合技术、融合新兴业态，实现生产要素合理流动和资源优化配置，为壮大国有文化实力创造制度性、基础性条件。公司制改制有利于提升中央文化企业的治理能力现代化，实现开拓发展，不断激发公司活力、创造力和市场竞争力，企业的内生动力与市场竞争力日益凸显。

加强教育引导 积极推动改革

公司制是现代企业制度的有效组织形式，也是建立健全有文化特色现代企业制度的必然要求。中国文联党组高度重视中国文联所属的中央文化企业的公司制改制工作，中国文联党组书记、副主席李屹同志先后两次对公司制改制作出批示。中国文联党组成员、副主席李前光同志指导公司制改制工作。中国文联权益保护部（出版办）按照党组领导的指示，正确引导、深入指导、持续督导，有力推动各出版社直面问题，克服困难，开展公司制改制工作。举办此次培训班就是一项重要推动工作。

中国文联举办此次培训班目的在于深入贯彻落实全国宣传思想工作会议精神，贯彻落实中央文化体制改革和发展工作领导小组的部署，加强出版单位意识形态管理，牢牢掌握意识形态工作主动权，推动中国文联所属中央文化企业公司制改制，提高中国文联所属出版单位编辑人员政治素质、业务水平和策划选题能力。

李前光作开班动员讲话。李前光传达了全国宣传思想工作会议精神和中央文改办中央宣传文化单位所属企业专题学习班会议精神。他要求，中国文联所属各出版单位要深入学习贯彻全国宣传思想工作会议精神，落实中央改革要求，加快推进公司制改制工作，确保2018年年底前中国文联所属中央文化企业按时完成公司制改制任务。

培训班以加强中国文联所属出版单位意识形态管理和推进公司制改制为重点培训内容。中国编辑学会、《党建》杂志社、人民交通出版社等单位专家围绕公司制改制、主题出版、出版创新等内容进行了授课。课程设计紧密结合实际，突出政治导向，内容丰富、针对性强。

此次培训班成果显著，由于这次培训实现了各出版单位编辑人员的"全覆盖"，课程安排上对于"为什么要进行公司制改制""什么是公司制改制"以及"公司制改制的好处"等问题进行了深入的解答，让每一位编辑都能对中央文化企业公司制改制的要求和精神有了深刻的理解，打通了思想认识的"最后一公里"，克服了传达不到位的"肠梗塞"。

参加培训的人员表示，这次培训班非常及时、必要，政治站位高、突出问题导向，工作要求具体明确，具有很强的针对性和指导性，通过培训，大家提高了政治站位，增强了意识形态责任意识，深刻理解了新时代出版工作任务要求，深入了解了融媒体和新兴出版传播技术，坚定了中央文化企业公司制改制的信心。

中央宣传部出版局局长郭义强出席培训班并就新时期做好出版工作作专题辅导报告。中国文联人事部副主任岳颖，中国剧协分党组成员、秘书长崔伟，中国影协副秘书长毕文宇，中国音协副秘书长、中国文联音乐艺术中心主任熊纬，中国美协分党组副书记、副秘书长陶勤，中国曲协副秘书长李蓉，中国舞协分党组成员、副秘书长柳斌，中国摄协分党组成员、秘书长高琴，中国书协分党组副书记、秘书长郑晓华，《中国艺术报》总编辑康伟等各全国文艺家协会和直属单位相关负责同志出席培训班，中国文联所属各出版单位班子成员及全体编辑人员等共280余人参加培训。培训班由中国文联权益保护部（出版办）主任暴淑艳主持，中国文联权益保护部副主任王国骞作培训班总结。

（中国文联权益保护部出版办）

互联网背景下党刊发展路径探析

□ 翁淮南（《党建》杂志社理论研究室原主任）

"互联网+"时代，党刊如何有效传播党的理论？笔者对中宣部主管主办的综合性党刊《党建》杂志进行了文本梳理：其顺应互联网发展大势，围绕"两个一百年"奋斗目标，积极构建党建网、党建网微平台、党建电视、党建音频等多个平台深度融合的现代传播体系，着力探索一条中国特色党刊传播之路，为党刊的融合发展和党的理论传播提供了可资借鉴的经验，也给我们带来诸多启示诸多思考。

在内容创新方面，坚持党建姓党，创新中央精神宣传形式，主题策划亮点纷呈，开创党建宣传新范式。通过权威的高端策划，生产独家、首创、原创党刊融媒产品，最大限度提升内容优势，着力发出思想先声。一是坚持党建姓党，创立党刊知名品牌。紧紧围绕学习宣传贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想和党中央重大举措等设置议题。将重要文章和论述音像化，将重要文章和故事动漫化。二是主题策划亮点纷呈，引导舆论，正本清源，及时回应受众关切。坚持问题导向，正面引导舆论。突出思想性、理论性和权威性，聚焦重大理论主题，强化政治意识、阵地意识，勇于举旗帜、打头阵、当先锋，当好意识形态领域斗争的生力军。三是坚持新闻立刊，坚持思想理论新闻表达，探索思想理论宣传新范式。尝试政治性与新闻性相结合，理论宣传思想与新闻宣传相结合的新途径，以领导、专家与群众相结合的形式，共同探讨有关党建理论与实践问题。

在平台创新方面，建立多媒体深度融合的立体传播系统，构建与受众互动的新平台。在传播过程中，对党建信息生产、信息传输、信息营销、信息调控等子系统实施整合营销，不断实施系统优化。首先，多次独家首创党刊融媒体产品，在党刊中勇开先河，构建融媒体系统的"中央厨房"。其次，借助融媒体，构建群众工作的新平台，打通服务群众"最后一公里"。推动目标受众和融媒体深度互动，设置多个群众工作联系点，积极参与社会公益活动。

在运营创新方面，突出受众导向，建设高素质、专业化的团队，创造竞争优势。强化消费思维，突出受众导向，调配信息传播人才资源结构，构建高端传播专家队伍和媒介经营人才，赢得了发展先机。一是突出重点受众，逐步实现党建信息定制服务。二是建立200多人的党建专家库，借力高端专家提升融媒体服务质量。三是创新融媒体平台管理模式，创造竞争优势，开拓受众市场，提升经济效益。

党刊融媒体运营创新的成功实践表明，只要顺应规律，发挥创造力，严肃的党刊也能有好的市场覆盖面和社会美誉度，更能在新媒体浪潮中打开新局面、实现新成就、取得大进展。同时，党刊的探索，对不断丰富中国特色社会主义新闻事业的理论与实践具有重要意义。

做好主题出版的重要性

□ 郝振省（中国编辑学会会长）

"主题出版"这个概念源于原新闻出版总署2003年开始实施的主题出版工程。主题出版已成为管理机关部署出版工作的重要抓手，成为出版企业安排出版业务的首要任务，成为编辑出版人本职工作优劣的重要标志。这就有必要和大家一起研讨以下几个问题。

第一点，主题出版的现实性。相当长的一个时期以来，业界关于主题出版的印象越来越深刻，观念越来越凸显；社会对主题图书越来越青睐，国家对主题出版的资金等支持力度不断加大。主题出版是绕不过去、避不开来，必须知难而上、有所作为的一项长期战略任务。对于编辑出版人来讲，要想成为时代的优秀编辑，不可能不从事主题出版。而要从事主题出版就应该尽可能地了解和把握它的运行特点和生产规律。

第二点，主题出版的历史性。对我们党和国家来讲，主题出版具有深厚的历史性的渊源，几乎伴随着我们党的全部历史。从建党初期及早期，苏区时期，延安时期，一直到我们改革开放的新时期，到十九大以后我们进入新时代，几乎每一时期我们党都对主题出版作了精心部署，都有一批主题出版物生产出来。

第三点，主题出版的必要性。党在作为革命党时期，需要主题出版的配合保障。党在作为执政党时期，也同样需要主题出版的配合和保障。主题出版以它独特的使命和贡献，提供不可或缺的理论滋养、思想动力、文化氛围和智力支持。

第四点，主题出版的规定性。无论你策划什么样的选题，策划什么样的体裁、题材，你必须阐述和传播主流思想意识和主体意识形态。强调围绕党和国家的重点工作、重大会议、重大活动、重大事件、重大节庆，做好主题出版，这是对基本规定性的展开与实现。

第五点，主题出版的普遍性。主题出版是不是只有我们中国才有，它有没有空间上的普遍性和时间上的永久性？主题出版很有可能是古今中外的普遍现象。只不过所宣扬的主流意识形态与核心价值观不同而已。

第六点，主题出版的规律性。我们所倡导和要求的主题出版，是把社会效益放在首位，达到两个效益有机统一的目标，是最大限度地实现责任与市场的对接，要求与需求的吻合，必读与可读的一致，历史与现实的延续。

第七点，主题出版的经验性。一是因社制宜，贵在差异。讲的是选题的方向，这既是一种客观存在，又是一种主观选择。二是组织保障，形成规制。组织保障是基础，要有专门的领导、编辑、机构专司此事。把集中攻坚与普遍要求结合起来。三是规划前移，建立基地。要有前瞻性和中长期的规划设计。四是主官领衔，培养名编。最大限度创造条件，把主题出版工程推进和名编辑的培养工程结合起来。五是精雕细刻，万无一失。

打造充满活力的现代文化企业

□ 缪之湘（人民交通出版社财务审计部主任）

中央文化企业作为国有企业的一个特殊群体，集中了全国最优质的文化品牌和出版资源，在我国出版行业中具有战略地位，发挥了"国家队"的引领作用，其改革和发展对于行业的示范效果非常重大。今年，财政部和中宣部联合印发了《中央文化企业公司制改制工作实施方案》，明确中央文化企业2018年年底前要完成公司制改制。

一是充分认识公司制改制符合党建工作新定位。中央文化企业公司制改制后，党建工作写进章程，把党的领导融入公司治理各环节，把企业党组织内嵌到公司治理结构之中，明确和落实党组织在公司法人治理结构中的法定地位，明确企业重大决策党委会必须是前置程序等，符合党建工作新定位。

二是充分认识公司制改制符合法制化治理的要求。在依法治国依法治企的环境下，我们还遵循1988年的《全民所有制工业企业法》，不适应我国经济社会发展的需要，而且《工业企业法》也缺少后期配套的法律法规。公司制改制就是进一步将中央文化企业推向市场，政府将以产权拥有者身份出现，企业作为独立的市场主体参与市场经营。

三是充分认识公司制改制增强了国有文化实力。中央文化企业公司制改制后，将以完善公司治理为重点，不断规范权力运行，实现权力和责任对等，落实和维护依法行使重大决策、选人用人、薪酬分配等权力，企业的内生动力与市场竞争力逐步增强。进一步完善市场化经营机制，有利于引导出版业融合资本、融合技术、融合新兴业态，实现资源合理流动和优化配置，为增强国有文化实力创造条件。

四是充分认识公司制改制的优惠政策力度。此次统一推进的中央文化企业公司制改制，财政部、中宣部已经制定全面周详的《实施方案》，为推进公司制改制工作顺利开展，财政部等相关部门建立了工作协调机制，负责组织材料报送、研究审核改制工作方案等工作，加强统筹协调，明确职责分工，形成工作合力，及时研究解决改制涉及的相关重点难点问题，在合法合规的前提下，减少重复环节和重复材料，压缩办理时限，开通绿色通道，提高办事效率。中央文化企业应充分享受改制的优惠政策，经过改革洗礼、再次轻装上阵。

中央文化企业改革发展正处在新的历史起点上，我们要深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，坚定"将改革进行到底"的信心和决心，逢山开路，遇水架桥，做深做透改革这篇大文章，努力在新起点上实现新突破。

AR在数字出版产业的应用

□ 周志颖（苏州梦想人软件科技有限公司总裁）

AR到底是什么？AR英文全称是Augmented Reality，就是增强现实。通俗的理解，我们人类所处的是物理现实世界，那虚拟世界的东西就是虚拟现实，用虚拟的东西来增强我们的现实世界，这个就叫做增强现实。AR技术经过数十年的发展，已在众多产业领域应用，数字出版领域是其重要的应用领域之一。

AR技术作为一种工具，应用在数字出版领域，可解决的一个核心问题就是能够实现实时调取更多的资源内容，将内容更好地呈现出来。通过图形、图像识别的底层技术来进行实体图书与数字世界的关联。通过AR技术可关联的内容包含图片、链接、音频、视频、三维模型、360度全景展示等多媒体资源。AR技术能够实时地对三维场景进行追踪，并可进行交互，AR技术实现的这种内容关联及呈现方式，可以帮助读者快速获取更精准、更多样化的内容资源，更直观地理解出版物内容，增加出版物的理解力、趣味性。作为人工智能关键技术的AR技术将重塑出版流程。

具体来看，AR出版能够盘活大量的数字资源。通过手机扫描纸质图书能够快速地调出各种链接，展现更多媒体形式的数字内容，除了传统的音频、视频之外，还有大量的3D可交互模型，这种可实时交互的模式，大大提升出版物个性化。另一方面，AR技术作为一项增值服务，它能够在一定程度上抵制盗版，追踪销售记录，限制数字内容使用次数。将AR技术应用于数字出版领域，创设丰富的内容情境、多样的视觉呈现、交互的阅读体验已经成为数字出版的新业态。

CNONIX标准数据应用的探索

□ 李 钢（北京中启智源数字信息技术有限公司副总经理）

CNONIX是中国图书在线信息交换标准的简称。它是一套根据ONIX标准研制的适用于中国国情的图书在线信息标准。2009年11月全国出版物发行标准化技术委员会正式获得中国标准化管理委员会的立项申请，于2012年9月完成了标准送审稿并通过了由原新闻出版总署科技与数字出版司主持的专家审查会，2013年正式颁布为国家标准。

CNONIX标准应用推广加速出版物产品信息的流动，促进流通效率，避免信息重复制作，降低编制成本，消除信息孤岛、打破行业壁垒，实现全产业链的信息共享具有重要而深远的现实意义。

在管理层面CNONIX标准应该建立数据中心，规范企业数据质量，ISLI应该建立资源中心，提高资源质量和应用效率；应用层面上，出版单位应该进一步丰富出版产品形态，实现纸书+资源的增值模式，进一步延长出版产品生命线，图书衍生品的开发。

CNONIX标准和ISLI标准结合互通首先要做的工作就是CNONIX和ISLI元数据的打通，通过CNONIX标准丰富的数据元素与ISLI关联产生的产品呈现多位的形态产品，数据的产生和回流构成出版业的大数据，助力出版创新体验提升，提供多形态产品给予消费者场景式的消费体验。

以ISLI标准为抓手 助推新闻出版大数据体系建设

□ 胡 昊（中国ISLI注册中心部门主任助理）

ISLI标准是基于我国MPR出版物标准提出的，由国际标准化组织ISO正式立项并组织制定的国际标准，全称为国际标准关联标识符（International Standard Link Identifier）。ISLI标准正是旨在通过对信息内容资源的"关联关系"进行标识，进而实现对复合形态信息内容产品的标识，使得数字资源能够被有效管理。

ISLI标识的是信息文献领域内各实体之间的关联关系，这些实体可以是文档、媒体资源、人或如时间或地点等更抽象的事物。本质上来说，ISLI是按照相关规则编制编码，分配给建立了关联关系的各信息内容资源，通过该编码附带的元数据，实现信息描述、信息管理、信息检索和信息交换等目的。

为建立行业级的数据体系、实现企业的数据积累，原国家新闻出版广电总局启动了新闻出版大数据应用工程的建设工作，以ISLI标准为抓手，加快行业内数据资源的整合、共享和利用，实现基础数据的优质化、数据产品的多样化、数据服务的多元化，以达到资源的优化配合和信息的互联互通。可见，ISLI标准在新闻出版大数据体系建设中起着基础和关键性的作用。

从出版单位的角度看，ISLI的应用工作不是单独一个部门就可以承担和完成的，它是一把手工程，需要多部门协调联动，从总编室、数字出版部门再到发行部门，使得出版流程再造，实现转型。很多出版单位是有数字，没有数据，有素材，没有资源，借助ISLI标准和技术手段，实现从数字资源到资产的转化，盘活企业内部资源，使资产活化。

本版文图由中国文联权益保护部提供