

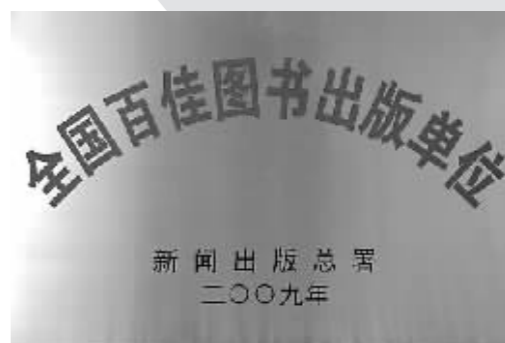
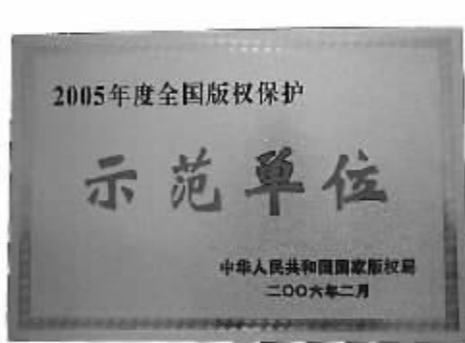
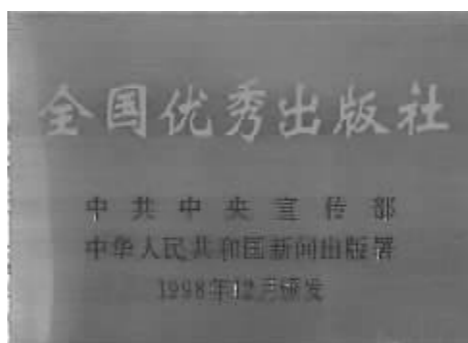
具有百年历史的清华大学是中国最具科技创新竞争力的大学之一，坚持“顶天、立地、树人”的科研理念，面向国家战略需求，瞄准世界科技前沿，积极开展学术研究和科技创新，在基础研究、应用研究、科技成果转化以及人文社科等领域具有雄厚的研究实力，为民族的强盛与昌明做出了卓越贡献。

根植于这片沃土，清华大学出版社自1980年成立至今，已经走过了35年的历程。浓郁书香，累累硕果，见证着清华大学出版社曲折而光荣的发展史。香传远方益清，声振高天愈远，35年的传承与发展、激情与梦想、光荣与成就，留给后人深深的启示：大学出版，育人为本，学术为魂，责任为重。

清韵华情岁月如歌，筚路蓝缕风雨兼程，清华出版人以建设世界一流的大学出版集团为目标，团结奋进，融合发展，绘制了一幅幅进取与创新的精美画卷！

钟灵毓秀 大道清华

——清华大学出版社建社35周年回顾与展望



坚持服务宗旨 传播先进文化

清华大学出版社是国家教育部门主管、清华大学主办的综合性大学出版社。自建社以来，始终坚持为教学科研服务、为两个文明建设服务、为科教兴国战略服务、为普及和提高全民族的文化与科学素质服务的办社宗旨，依托清华大学的综合优势，把“传播先进文化、推动社会进步”作为自己的出版理念，把出版高等学校的教材和反映科研成果的科技著作放在首位，经过几代人的不懈努力，形成了自己的品牌和鲜明特色，她已经成为“全国优秀出版社”、“全国先进高校出版社”、“中国出版政府奖先进出版单位”、“全国百佳图书出版单位”、“中国版权最具影响力企业”之一。

创新发展模式 促进转型升级

建社30多年来，清华大学出版社一直致力于发展模式的探索与创新。2004年6月率先从事业单位改制为清华大学独资的企业法人制；2009年4月，进一步改制为“清华大学出版社有限公司”，2014年10月，正式成立“清华大学出版集团”，在出版业转型升级的大舞台上展现更加绚丽的风采。清华大学出版社实行董事会领导下的社长负责制，下设“计算机与信息”、“理工”、“经管与人文社科”、“外语”、“职业教育”、“音像电子与网络出版”、“少儿”7个分社和期刊中心、学术出版中心和数字出版中心及三个数字出版服务平台，下辖6个子公司，设立了香港、北美办事处，建立了完善的经营体系与集团化架构；实现了图书、音像、电子、期刊和数字出版等多种媒体的立体化出版格局。

加强队伍建设 培育一流人才

一流的出版社，必须有一流的人才。清华

大学出版社以国际化和专业化为目标，集聚了一批复合型、开拓型的编辑策划、市场营销和经营管理等各方面的人才，形成了一支具有现代企业经营理念、结构合理、富有创造力的高素质、专业化、年轻化的队伍，为我社建设一流的大学出版集团发挥着重要作用。

依托优质资源 锻造学术精品

一流的出版社，更有赖于一流的作者队伍。清华大学在信息技术、能源、材料、建筑、环境、化工、航空航天、先进制造等众多领域，都取得了一大批优秀的学术成果，有力地推动了中国科学技术的发展和进步。清华大学出版社紧紧依托清华大学的学科优势，着眼于全国各高校、科研院所及企业，以高品质的出版服务，凝聚了一大批优秀的作者，他们当中有两院院士、长江学者、国家教学名师、国情专家、信息技术教育专家……清华大学出版社会聚了一批优秀的编辑，他们与作者共同用心血凝练出的精品图书与期刊，体现了中国高校科研与教学的水平，奠定了一流出版社高品质的基调。

从1994年第一批英文原版计算机教材在国内高等教育教材市场掀起波澜至今，清华大学出版社以创新驱动发展，将清华大学教学成果提炼升华，面向全国直至世界范围华语地区积极推广，为中国计算机科学技术从蹒跚起步到产业的蓬勃发展做出了重要贡献，多层次、高质量、全品种的计算机类图书已成为国内计算机教材出版与教学资源服务的重要品牌；理工和基础学科图书作为清华大学出版社的核心出版领域之一，始终站在教育和科技发展的前沿，出版了大量高水平的理工类高校教材和学术专著。按照“入主流、有特色、上水平”和“厚积薄发”的思路，清华大学的文科建设发展迅速。清华大学出版社秉承清华人文传统，致力于打造文科精品出版基地。清华版经管人文社科图书自上世纪90年代初率先引进国际优秀英文影印版经典教材开始，逐步发展壮大，

在促进国内经管教育与国际接轨、培养优秀经管人才方面做出了积极贡献。近年来，我社人文、法学、艺术等方面的图书也渐具规模，形成了以高端专业书、优秀教材和高品位文化读物为主的出版特色。外语、职业教育图书一直保持着良好的发展势头。伴随清华大学创建世界一流综合性大学目标的建立，清华大学出版社不断调整和优化图书结构，艺术、医学、法律、建筑、少儿等领域的竞争力不断增强，在全国图书出版市场的传播力和影响力显著提升。以《纳米研究》为代表的一批高水平的国际化学术期刊在国内外的学术影响力日益增强。

布局数字前沿 加快融合发展

随着互联网、大数据、数字化出版的迅猛发展，清华大学出版社正在进行出版数字化的转型升级。数字教学平台“智学苑”是清华大学出版社向教育服务提供者转型的最新成果，平台基于MOOC+Classroom模式，将教材及其他各类教学资源进行数字化，同时与课堂教学紧密结合，开发个性化的课程管理模块，实现教学资源的智能化和最大化共享。数字出版门户网站电子书局在线提供我社及近20家合作出版社的数字图书、数字期刊，已发展成涵盖全国1700余所高校、40000多名会员教师的宣传推广网络平台。“书网搜索”——出版物的全文搜索引擎，则为用户提供书页级的内容搜索服务，并以此为核心功能，为出版机构提供指定网页链接服务。

实施“品牌化”战略 在多领域锻造精品

清华大学出版社实施“品牌化”战略，始终把社会效益放在首位，狠抓图书质量，精雕细琢，内外兼修，坚持在多个出版领域锻造精品。早在1987年，《科学认识论与方法论》即

获得首届中国图书奖；此后，《颐和园》、《国粹京剧》获得“莫比斯”多媒体国际大奖，《家庭电脑十用》获首届国家电子出版物奖，《新时代交互英语》获首届中华优秀出版物奖。仅2014年，我社就有四种图书、期刊获得中国出版政府奖“图书奖”；《中国乡土建筑初探》获第三届中国出版政府奖“图书奖”提名奖；《纳米研究（英文版）》获第三届中国出版政府奖“期刊奖”；《清华大学学报（自然科学版）》获第三届中国出版政府奖“期刊奖”提名奖。35年来，我社有500多种图书、期刊荣获国家级及省部级奖项，并连续多年获得北京印刷质量协会印刷分会颁发的出版物优质奖。

实施“国际化”战略 扩大输出规模

清华大学出版社坚持以版权贸易促进“国际化”战略的实施，积极参与国际竞争，面向世界传播中国优秀文化。近年来，从海外近百家出版公司引进图书和多媒体版权达3000多项，涉及科技、经济管理、人文社科、外语等多个专业领域，在高校教材和科技专业书方面，是多家国际著名出版公司在中国的战略合作伙伴。同时，出版社扎实、稳健地推进“走出去”战略，迄今已有400余项约10个文种的各类图书、期刊版权输出到北美、欧洲和亚洲国家，进入了国际学术界和教育界的视野，还有200余项图书的中文繁体字版在中国港澳台地区出版发行。

清芬挺秀，书业增辉，新时期的清华大学出版社正在展现着无限的生机与活力。我们将继续发扬“自强不息，厚德载物”的清华精神，在实现历史性跨越的重要时期，努力探索数字化、集团化、国际化发展的新模式，以强烈的责任担当起推动文化繁荣发展的重任，笃行致远，再铸辉煌，为实现中华民族伟大复兴的中国梦，为实现新闻出版强国梦做出更大贡献！

清华大学出版社社务会



2012年12月20日，北京市新闻出版（版权）行业先进集体、先进个人、领军人才表彰大会上，社长宗俊峰、编辑黎强评为先进个人，丁岭、胡苏薇、徐学军等评为领军人才。



“扎实做好创新型党组织建设”——党建工作会议



董事长兼党委书记李勇等拜访吴良镛院士



朝气蓬勃的编辑团队



宗俊峰社长与爱思唯尔高级副总裁Bryan Davies在2013年北京书展签约仪式上。

