ICS

T/GXDSL

团　体　标　准

T/GXDSL —2026

主题出版项目策划与实施指南

Guidelines for the Planning and Implementation of Thematic Publishing Projects

（工作组讨论稿）

（本草案完成时间：2026 - 5 - 6 ）

2026 - - 发布　　2026 - - 实施

广西电子商务企业联合会　发布

目　　次

前　　言 II
2 范围 1
3 规范性引用文件 1
4 术语和定义 2
4.1 主题出版 2
4.2 重大选题 2
4.3 三审三校 2
5 总则 2
5.1 导向为魂，坚守政治底线 2
5.2 质量为本，精益求精 3
5.3 创新为要，提升传播效能 3
5.4 时效为先，强化节点保障 3
6 策划阶段管理 3
6.1 信息收集与研判 3
6.2 选题申报与论证 3
6.3 重大选题备案 4
7 实施阶段管理 4
7.1 作者遴选与组稿 4
7.2 “三审三校”制度的严格落实 5
7.3 版式与封面设计 6
8 质量评价与发行管控 6
8.1 成书审读与质检 6
8.2 营销与发行管控 7
9 保障与改进 7
9.1 人员培训要求 7
9.2 激励机制 7
9.3 持续改进机制 8

前　言

本文件依据GB/T 1.1-2020 《标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由广西产学研科学研究院提出。

本文件由广西电子商务企业联合会归口。

本文件起草单位：

本文件主要起草人：

本文件为首次发布。

主题出版项目策划与实施指南

1 引言

为深入贯彻落实《国家标准化发展纲要》关于提升标准供给质量、强化标准实施效能的战略部署，精准破解当前主题出版领域存在的选题同质化严重、流程管控松散、内容质量波动、时效保障不足等突出问题，筑牢主题出版的政治根基与质量防线，特制定本规范。本规范立足国家文化战略发展需求，为各类出版单位开展主题出版项目提供科学、系统、可操作的全流程管理指引，确保主题出版项目始终坚持正确的政治方向、出版导向和价值取向，深度践行“举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象”的使命任务，实现社会效益与经济效益的有机统一、协同发展，助力建设社会主义文化强国。

2 范围

确立了主题出版项目管理的总则要求，明确了策划与实施的总体原则，详细规定了策划阶段（含信息收集、选题论证、重大选题备案）、实施阶段（含组稿、三审三校、设计印制）、营销推广、质量控制与持续改进的具体要求，覆盖主题出版项目全生命周期的各关键环节。适用于图书、期刊、音像制品及电子出版物等各类主题出版项目的策划、实施、管理与评价，涵盖国有出版单位、民营出版机构等各类合法出版主体，为行业开展主题出版工作提供统一的标准遵循。

3 规范性引用文件

下列文件对于本文件的应用是必不可少的。凡是注日期的引用文件，仅注日期的版本适用于本文件；凡是不注日期的引用文件，其最新版本（包括所有的修改单）适用于本文件。

GB/T 1.1—2020 标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则

GB/T 20001.7—2017 标准编写规则 第7部分：指南标准

CY/T 101—2014 新闻出版内容资源加工规范

HJ 2503-2011 环境标志产品技术要求 印刷 第一部分：平版印刷

国新出发〔2019〕35 号 图书、期刊、音像制品、电子出版物重大选题备案办法

GB/T 7714—2015 信息与文献 参考文献著录规则

《中华人民共和国广告法》（2021 年修订）

《中华人民共和国国旗法》（2020 年修订）

《中国共产党党徽党旗条例》

4 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

4.1 主题出版

围绕国家政治、经济、社会、文化、生态文明建设等领域的重大事件、重大活动、重大会议及重要节庆日、纪念日等特定主题，立足国家发展战略和社会公共利益，开展的具有鲜明导向性、时代性、系统性和思想性特征的出版活动，是传播党的创新理论、弘扬中华优秀传统文化、讲述中国故事、凝聚民族力量的重要载体。

4.2 重大选题

内容涉及国家安全、社会稳定、党和国家秘密、外交、军事、民族、宗教、港澳台事务等敏感领域，直接关系国家意识形态安全和社会公共利益，需依照国新出发〔2019〕35 号文件规定，报国家新闻出版署备案后方可开展出版活动的选题。

4.3 三审三校

主题出版项目编辑加工环节的核心质量管控制度，包括初审、复审、终审三个审稿环节和初校、二校、三校三个校对环节，必要时增加通读或四校，确保出版物内容准确、体例规范、无政治性、知识性和技术性差错。

5 总则

5.1 导向为魂，坚守政治底线

主题出版项目必须坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，坚持以人民为中心的出版导向，将社会效益置于首位，坚决贯彻落实党中央关于宣传思想文化工作的决策部署。全部内容及宣传物料应当严格符合国家法律法规、党的路线方针政策，深刻体现社会主义核心价值观，坚决杜绝任何违背

党和国家方针政策、损害国家利益、破坏民族团结、危害社会稳定的表述，筑牢意识形态安全防线。

5.2 质量为本，精益求精

坚持“精益求精、零差错”的质量理念，将质量管控贯穿主题出版项目全流程。严格执行选题论证、编辑加工、三审三校、印装质量控制等国家标准和行业规范，强化内容原创性、准确性和专业性，确保出版物内容真实可靠、逻辑严谨、印制质量达标，打造经得起历史和人民检验的精品力作。

5.3 创新为要，提升传播效能

鼓励出版单位转变发展理念，从被动承接“命题作文”向主动策划、创新策划转变，聚焦国家重大战略需求和社会热点，挖掘具有时代价值、学术价值和文化价值的选题资源。注重学术价值、文化价值与大众通俗表达的有机结合，提倡采用“小切口反映大主题、小故事诠释大道理”的策划方式，创新内容呈现形式和传播载体，提升主题出版的传播力、引导力、影响力、公信力。

5.4 时效为先，强化节点保障

立足主题出版项目的鲜明时效性特征，建立快速反应机制和高效推进流程。自选题立项至成品入库，必须制定科学严谨的时间倒排工期表，明确各环节时间节点和责任主体，强化工期管控，确保产品在重大纪念日、重要会议召开前至少 15 个工作日完成印制并具备发货条件，切实保障主题出版的时效性和影响力。

6 策划阶段管理

6.1 信息收集与研判

6.1.1 常态化跟踪机制：出版单位应当建立健全主题出版信息常态化跟踪机制，指定专人或专门部门负责信息收集与研判工作，每周至少收集一次中宣部、国家新闻出版署发布的年度选题指南、重要会议精神、领导人重要讲话及相关政策文件，同步跟踪国家重大战略部署、重大事件进展，及时捕捉选题线索，确保选题策划与国家发展同频共振。

6.1.2 市场与竞品调研：选题立项前，必须利用大数据分析工具（如开卷数据、当当销售榜单、京东图书排行榜等）开展同类竞品调研，全面掌握市场动态。调研报告需包含：近 3 年内同类主题出版物的销售数量、读者评价、市场分布、核心优势与不足，以及市场空白点、受众需求痛点等内容，形成不少于 2000 字的《调研评估报告》，内部留存备查，保存期限不少于 5 年，为选题论证提供科学依据。

6.2 选题申报与论证

6.2.1 三级论证制度：严格实行“责任编辑初审—编辑室主任复审—出版社选题审核委员会终审”的三级论证制度，确保选题质量。每一级论证均需形成书面记录，明确论证意见、表决结果和签字确认

信息，论证时间间隔不超过 5 个工作日，严禁简化论证流程、跳过论证环节。

6.2.2 论证内容与权重：论证会议应当聚焦主题出版的核心要求，重点审核以下四个方面内容，确保选题的政治正确性、学术专业性和市场可行性：政治导向：内容是否符合当前宣传口径，是否与党中央决策部署保持一致，是否经过权威部门审核，是否存在意识形态风险。学术价值：作者在该领域的学术地位和研究成果，书稿是否具有原创性贡献、学术创新性和文化传承价值，是否能够填补相关领域出版空白。作者资质：作者政治立场是否坚定，是否具备相关领域高级职称或同等学术水平；涉及党史国史、党和国家领导人等题材时，作者必须为中共党员，且具备相关领域权威研究背景；涉及重大敏感题材的，作者需经严格政治背景审查。经济成本：科学预估印制成本、稿费支出、营销费用与预期发行收入，做好成本效益分析，确保项目可持续推进，实现社会效益与经济效益双赢。

6.2.3 量化评分要求：选题论证阶段，必须采用量化评分方式辅助决策，强化论证的科学性和客观性。其中，社会效益评估权重不得低于 60%，具体细分为：政治导向得分占 30%，学术文化价值得分占 20%，作者社会声誉得分占 10%；经济效益评估权重为 40%，细分为：预期发行量得分占 20%，成本利润率得分占 20%。总分低于 75 分的选题原则上不予立项，确有特殊价值的，需经出版社选题审核委员会专项审议通过后方可立项。

6.3 重大选题备案

6.3.1 适用范围：若选题内容涉及国新出发〔2019〕35 号文件明确规定的 12 类情形，包括：党和国家重要文献、党史上重大事件和重要人物、国防军队建设、民族宗教问题、香港澳门台湾地区事务、外交和对外关系等，必须严格执行重大选题备案程序，未经备案批准，不得开展任何相关出版活动。

6.3.2 备案流程与时限：备案申请必须在组稿工作启动之前，向国家新闻出版署如实报送，不得迟报、漏报、瞒报。备案材料需完整规范，主要包括：选题出版计划（不少于 1500 字）、作者情况介绍及背景审查报告、内容简介及完整样章（不少于全稿的 20%）、学术价值评估报告、意识形态风险分析报告，以及其他相关证明材料。国家新闻出版署自受理备案申请之日起 20 个工作日内作出批准或不批准的决定，逾期未作出决定的，视为同意备案。未经备案批准，出版单位不得开展后续的组稿、编校、设计、宣传推广等任何相关活动。违规后果：明确规定，未经备案擅自出版重大选题的，将依法被责令停止发行、召回全部成品，没收违法所得，并处以违法经营额 5 倍以上 10 倍以下的罚款；情节严重的，吊销出版许可证，追究相关责任人的责任。

7 实施阶段管理

7.1 作者遴选与组稿

7.1.1 作者资质与背景审查：坚持“权威、专业、可靠”的原则遴选作者，优先邀请相关领域的权威专家、党史国史研究机构（如中共中央党校、中国社会科学院当代中国研究所等）或具有公信力的单位作为作者或编写单位。对于涉及党和国家领导人、党史国史重大事件等题材的选题，作者必须为经过中央有关部门认可的专门机构或权威专家；对于聘请外籍作者或海外华人作者的，必须通过外交、公安等相关渠道进行严格的政治背景审查，审查周期不短于 15 个工作日，审查合格后方可签订出版合同。

7.1.2 合同管理的具体约定：出版合同必须明确约定以下三方面核心内容，强化合同约束，保障项目质量和进度：交稿时间与进度：根据倒排工期确定具体交稿日期，格式为“202X 年 X 月 X 日前交付完整、齐、清、定的全稿”，明确各阶段交稿节点；逾期超过 30 日未交稿的，出版社有权单方解除合同，并追索已支付的稿费及相关损失。内容与质量要求：必须包含原创性声明，明确书稿查重率不超过 15%；严格执行 GB/T 7714—2015 规定的参考文献著录格式；明确配图精度标准，其中黑白图片 DPI≥300，彩色图片 DPI≥350，涉及地图的必须附有国家测绘地理信息局审核通过的审图号，严禁使用未经审核的地图。廉洁条款：在合同中明确禁止借主题出版之名进行任何形式的排名买卖、挂名主编、学术不端等行为，严禁利用主题出版项目谋取不正当利益；一经发现上述行为，出版社有权立即终止出版合同，向社会公示相关情况，并追究相关人员责任。

7.2 “三审三校”制度的严格落实

7.2.1 三级审稿的责任划分：严格落实三级审稿责任，明确各环节职责，确保审稿质量：初审（第一级）：由责任编辑完成，核心责任是通读全文，逐字逐句修改政治表述、语法逻辑、事实数据等错误，梳理书稿体例、结构等问题。初审结束后，必须形成不少于 1000 字的初审报告，明确初审意见、修改内容和下一步建议；初审编辑修改率须达到 100%，对每一处错误均作出标记和修正，重点检查领导人称谓是否规范、地图国界线是否准确（须与国家测绘地理信息局标准图对照）、民族宗教表述是否恰当、敏感内容是否合规。复审（第二级）：由编辑室主任或具备副编审以上职称的人员完成，核心责任是审核编辑加工质量及初审意见的合理性、全面性，对初审中未发现的问题进行补充修改。复审查阅比例不得低于全稿的 50%，对于涉及重大选题、敏感题材的稿件，复审查阅比例须达到 100%，复审后形成书面复审意见，明确是否同意进入终审环节。终审（第三级）：由总编辑或社长完成，核心责任是从宏观上把控选题导向、整体出版方向和书稿质量，审核书稿的政治正确性、思想性和系统性。终审必须形成不少于 500 字的书面终审意见，明确写明“建议发稿”或“退回修改”的具体意见，并亲笔签名确认，严禁代签、漏签。

7.2.2 三校及通读要求：校对环节必须严格执行初校、二校、三校和通读四个步骤，层层把关，杜绝差错：初校：对照原稿校异同，重点消灭排版差错、文字遗漏、标点错误等基础性问题，确保排版与

原稿一致。二校：继续校异同，重点校是非，聚焦政治性、知识性、逻辑性差错，修改初校中未发现的问题，完善书稿体例。三校：重点校是非，全面检查全书体例、标题层级、参考文献标注、配图说明等的统一性，确保书稿规范统一，无遗漏差错。通读：由责任编辑以外的另一名具有中级以上职称的编辑通读全文，模拟读者阅读场景，发现潜在的文字、逻辑、表述等问题，确保书稿质量达标。质量标准：主题出版项目各类成品的错字率必须严格控制在 0.5/10000（万分之零点五）以内。对于建党百年、国庆庆典、重大会议配套等国家级重大项目的出版物，建议增加至 4 个校次（初校、二校、三校、四校通读），并聘请外部权威专家进行独立审读，确保零差错。

7.3 版式与封面设计

7.3.1 设计规范要求：封面和版式设计应当坚持庄重、大气、严肃的风格，充分体现主题出版的思想性和导向性，避免采用卡通、戏谑、娱乐化的设计风格，杜绝低俗化、同质化设计。封面上使用国旗、国徽、党徽、军徽等标志时，必须严格依照《中华人民共和国国旗法》《中国共产党党徽党旗条例》规定的标准样式、比例和使用规范，严禁随意修改、变形。设计稿在付印前必须打印彩色样稿，由出版社总编室进行合规性审核，审核签字确认后方可进入制版环节，审核记录留存备查。

7.3.2 印制工期与环保要求：严格执行 CY/T 101—2014《新闻出版内容资源加工规范》的相关规定，规范印制流程。涉及领袖画像、重要地图、敏感内容的，设计完成后须提供专业数码打样送审，审读通过后方可批量印刷，严禁未经审读擅自印制。环保指标：印刷油墨、覆膜、胶黏剂等材料必须符合 HJ 2503-2011 规定的国家绿色印刷标准，严禁使用含苯、甲苯等有害物质的油墨，践行绿色出版理念，助力生态文明建设。工期数据：对于印量在 5000 册至 30000 册之间的主题出版项目，印制环节通常应预留 5 至 7 个工作日，具体分配为：制版打样 1 天、印刷 2 天、装订及自然干燥 3 至 4 天。严禁为赶工期压缩自然干燥时间，防止图书出现粘连、变形、脱胶等质量问题，确保印制质量达标。

8 质量评价与发行管控

8.1 成书审读与质检

8.1.1 专项审读制度：成书正式入库后，由出版社质量管理部（或总编室）聘请社外权威专家进行独立专项审读，审读专家应具备相关学科高级职称或副编审以上出版专业职称，且无利益关联。审读时长不少于 20 个工作日，审读报告需详细列明具体错误页码、位置、错误类型及修改建议，确保问题精准定位、整改到位，审读报告留存备查。

8.1.2 不合格的处置标准：若专项审读发现成书中的差错率超过 1/10000（万分之一），必须立即启动召回流程，由出版社在 24 小时内通知所有经销商下架、退货，明确召回范围和时限；在 30 日内完

成修订版的重新印制和发货，确保合格产品及时投放市场。对因质量问题造成重大不良社会影响的，出版社应主动向社会公众发布致歉声明，承担相应责任，并追究相关环节责任人的责任。

8.2 营销与发行管控

8.2.1 宣传材料的审核纪律：所有宣传文案、海报、微信公众号推文、短视频脚本、直播内容等，在发布前必须经总编室严格审核并签字确认，确保宣传内容符合政治导向和法律法规要求。宣传用语中严禁使用“国家级”“最佳”“第一”“唯一”等违反《中华人民共和国广告法》第九条的绝对化用语；未经中央有关部门批准，不得在宣传中将普通主题出版物称为“指定用书”“重点推荐书目”，严禁虚假宣传、夸大宣传。

8.2.2 发行的时间节点安排：结合主题出版的时效性要求，科学安排发行节奏，分阶段推进，确保传播效果最大化：预热期：出版日前 30 天至前 15 天，发布书讯、精彩书摘、作者访谈等内容，解读图书核心价值；在主流电商平台开启预售链接，积累读者关注度，营造良好宣传氛围。引爆期：重大纪念日或会议召开前 10 天至后 10 天，完成全国不少于 1000 家核心实体书店与京东、当当、天猫等主流电商平台的全面铺货，在核心位置设置主题展台、专题页面，开展线下读书分享会、作者签售等活动，提升曝光度和销量。维稳期：重大事件结束后 1 个月内，持续组织读书会、学术研讨会、进机关、进校园、进社区等延伸活动，深化主题传播，保持社会热度，扩大主题出版的影响力和覆盖面。

8.2.3 代销与直销管理:对于机关团体直销（党政机关集中采购），必须签订规范的购销合同，明确销售价格，不得低于成本价倾销，保障市场公平竞争。严禁通过向基层党政单位摊派、强行征订、变相强制购买等方式进行销售，切实规范发行行为，维护主题出版的严肃性和公信力。

9 保障与改进

9.1 人员培训要求

9.1.1 继续教育学时:出版单位每年应组织从事主题出版工作的编辑、策划、营销等相关人员参加继续教育，总学时不少于 72 学时。其中，政治理论、出版政策法规、主题出版策划、意识形态风险防控等业务素养类课程学时不应少于 24 学时，不断提升相关人员的政治素养、专业能力和责任意识，适应主题出版高质量发展需求。

9.1.2 岗位任职资格:从事主题出版项目策划与实施的责任编辑，必须具备出版专业中级以上（含中级）职称，且政治立场坚定、专业能力突出；审核重大选题稿件的人员，必须具有副编审以上职称且从事编辑工作满 10 年，具备丰富的编辑经验和较强的意识形态风险研判能力，确保审核质量。

9.2 激励机制

出版单位应当建立健全主题出版激励机制，设立“社会效益奖励基金”，资金来源为年度利润的 1%至 3%，专门用于奖励在主题出版工作中表现突出的个人和团队。对于获得“中国好书”称号、入选国家出版基金资助项目、荣获中宣部“五个一工程”奖等国家级荣誉的主题出版物，应对策划编辑、责任编辑及相关团队给予物质奖励和精神奖励，奖励金额不低于该项目税后利润的 5%，上限不超过 30 万元，充分调动相关人员的工作积极性和创造性。

9.3 持续改进机制

建立主题出版项目管理持续改进机制，出版单位每年至少组织一次内部评审，全面梳理主题出版项目实施过程中的堵点、难点问题和错误类型，形成完整的评审报告。评审报告需包含：当年出版的主题出版物数量、平均差错率、召回情况、退稿率、读者投诉热点、流程管控漏洞等核心数据，客观分析存在的问题及原因。根据评审结果，于次年第一季度完成对内部操作规范的修订完善，形成“策划—实施—评价—改进”的闭环管理，持续提升主题出版项目管理水平和产品质量，推动主题出版高质量发展。