

首届中华优秀出版物奖 全国优秀出版科研 论文奖获奖文集

中国出版科学研究所/编

1

中国书籍出版社

首届中华优秀出版物奖· 全国优秀出版科研论文奖 获奖文集

中国出版科学研究所 编

中国书籍出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

首届中华优秀出版物奖·全国优秀出版科研论文奖获奖文集 / 中国出版
科学研究所编. —北京: 中国书籍出版社, 2008. 4
ISBN 978 - 7 - 5068 - 1697 - 7

I. 首… II. 中… III. 出版工作—中国—文集 IV. G239.2-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 048006 号

责任编辑 / 游 翔

责任印制 / 熊 力 武雅彬

封面设计 / 敬人书籍设计

出版发行 / 中国书籍出版社

地 址: 北京市丰台区三路居路 97 号 (邮编: 100073)

电 话: (010)51259192(总编室) (010)51259186(发行部)

电子邮箱: chinabp@vip.sina.com

经 销 / 全国新华书店

印 刷 / 中国纺织出版社印刷厂

开 本 / 880 毫米 × 1230 毫米 1/32

印 张 / 17.25

字 数 / 449 千字

版 次 / 2008 年 5 月第 1 版 2008 年 5 月第 1 次印刷

定 价 / 39.00 元

版权所有 翻印必究

提升评奖质量 推动繁荣发展

(代序)

自1991年开展“全国优秀出版科研论文奖”评选以来，已经连续进行了五届。由于评奖工作卓有成效，获得了业界的普遍认同。2005年初在中央对奖项进行整改的工作中，根据中央两办《全国性文艺新闻出版评奖管理办法》，经新闻出版总署和中国出版工作者协会申报，中央宣传部于2005年7月7日批复，同意中国版协将“全国优秀出版科研论文奖”设为“中华优秀出版物奖”三个子项之一，每两年评选一次。本书即是汇集了2006年度“全国出版科研优秀论文奖”——“首届中华优秀出版物（论文）奖”的全部获奖论文的集子。

“全国出版科研优秀论文奖”征集工作于2005年12月启动，评委会分别向各省、自治区、直辖市新闻出版局、版协及中央部委所属的新闻出版单位发出了征集论文的通知。本届评委会秘书处共收到来自28个省、自治区、直辖市的论文180篇。经过审查，符合评奖资格的论文共174篇。评委会组织了22位专家，分成6个专家组进行了评审。各组专家独立函审每篇论文，分别写出了书面评审意见。2006年11月14日，6个专家组、22位专家集中起来，严格按照评审标准进行甄选，按照多数原则，初步筛选出候选论文60篇，提请评委会领导最后表决。2006年12月5日，中华优秀出版物（论

文) 奖评委会、优秀出版科研论文奖评审专家召开会议, 集中讨论了推荐候选的 60 篇论文。经无记名投票表决, 有 55 篇论文超过 2/3 票获得通过, 投票结果经审查后在中国出版网和中国新闻出版报公示 15 天, 公示结果无异议, 评奖委员会向获奖作者发布了“关于首届‘中华优秀出版物奖’评奖结果的通知”。

与前五届评奖相比, 由于本次评奖是整顿以后保留下来的奖项, 并且正式进入国家大奖序列, 所以在评选程序及评审要求上均采取了更加严格的标准, 主要表现在以下几个方面:

1. 评审程序及筛选过程比较严格、公正

优秀论文评奖委员会请总评委主任于友先同志、邬书林同志给评审专家颁发证书, 提出宁缺毋滥的原则, 强化了专家们的责任感与使命感, 强化了专家为国家大奖把好关的理念。而且评审专家都是业界名家, 社会公信力比较强, 有较好的学术造诣、学术操守, 也有多年的评审经验。在具体环节上, 我们强调了每一篇论文必须由专家组成员全部审阅过, 由四人组成的专家组, 通过者最少有三位专家, 以三人组成专家组的, 必须三人全部认可。达不到此标准的、有争议的论文, 最后应提交全体专家会议讨论达成共识。整个评选过程做到了公正和客观, 坚持了评审的标准和每个环节步骤, 体现了国家大奖的严肃性。

2. 推荐论文基本上覆盖了出版的六大领域(书报刊、声光电)、三大环节(编印发)和产学研三个方面, 体现了全行业、全国范围的出版科研大奖的特点

从覆盖和辐射的空间看, 除西藏、海南、贵州外, 28 个省、自治区、直辖市报送了初审合格的送选论文, 军队系统第一次报送了全国性的出版科研论文 13 篇, 较之上几届填补

了空白。大专院校的送评论文也超过了以往各届。

从作者来看，也有较为广泛的代表面，有管理部门的领导同志，如河北省局、广东省局、广西自治区局；有集团老总，出版单位主要负责同志；有一线的编辑、校对人员，有策划营销人员，有办刊人员；有大专院校的教授、科研人员。总之，方方面面代表较为齐全。一些有影响的作者也在其中，这些同志都是业界论文的高产作者。

3. 评审专家认真负责，宣传工作富有特色

中华优秀出版物奖领导小组的大力支持和关心是本届评奖活动顺利完成的关键。总评委主任于友先、邬书林除给评奖专家颁发聘书外，先后三次听取评奖工作汇报并提出评审要求；邬书林、张小影等领导同志对推荐入选的论文逐一审查并提出具体意见，为评奖工作指明了方向，提供了保证。

评奖秘书处特请中国出版网为本届评奖活动设了专栏，首次在中国出版网上发布评奖通知，专设了电子信箱和规范的应用表格，这种做法，不但扩大了本奖项的影响，而且为出版科研优秀论文数据库和出版科研作者、专家数据库的建立作了充分的准备。

由“全国优秀出版科研论文奖”改为“中华优秀出版物（论文）奖”2006年是首次，如何更好地组织参评论文，还需要不断地总结和探索。我们拟在今后的不断提升评奖工作的质量，把见解深刻、分量较重的优秀论文评选出来，从理论建设的角度，更好地服务出版业的大繁荣、大发展。

中华优秀出版物（论文）奖

评审委员会

2008年5月



出 版

出版社应如何提升执行力	李小龙 (1)
图书质量的量化评估与调控	林大灶 (9)
新闻出版业在构建和谐社会中的作用	朱仲南 (19)
教育图书出版如何突出重围? ——来自陕西人民教育出版社的市场调查分析	张 炜 (32)
广西新闻出版产业现状分析与发展思路	黄 健 (45)
出版集团相对集中的财务管理模式	林慧南 (62)
中西部出版产业发展的战略选择	齐 峰 (69)
中国图书出版业的滞胀现象 ——兼论出版改革的症结所在	巢 峰 (82)
关于科学出版观的初步思考	贺圣遂 (104)
构建“以学术为本”的战略高地	郭志坤 (115)
整合优势资源 发掘团队潜力 ——对组建、发展现代出版集团的几点思考	杨稀贵 (125)
从出版物的双重属性看出版者的社会责任	周蔚华 (145)
发展印刷产业 建设出版大省	杜金卿 (159)
出版产业变革呼唤编辑出版专业研究生教育的发展	萧东发 杨 琳 (168)

- 对专业出版核心竞争力的认识 蔡翔 (178)
实用图书成本控制模型及应用 周玉波 向绪言 (189)
定位·理念·战略

——论大学出版社走有自身特色的可持续发展道路

- 王和君 (196)
出版企业文化的层次及特征 郭爱民 (205)
图书策划得失谈 丁莉 (215)
探索个性化出版之路的几点思考 乌力吉 (223)
地方出版集团的困境与出路 林晓芳 (230)

著 作 权

- 论网络时代的版权保护与社会主义精神文明建设
..... 段维 (240)
数字图书馆中的著作权保护模式研究
..... 赵媛 王远均 (250)
试论文化选择功能在版权贸易中的普遍适用性
..... 张海潮 (266)

期 刊

- 科技期刊强化论文创新性的基本策略 朱大明 (272)
“核心期刊”研究 李卓青 (278)
《医疗卫生装备》杂志的市场竞争战略
..... 朱思群 赵其斌 李玉坤 (287)
正确把握期刊学术名作生成的基本规律 阎现章 (294)
期刊与它引导的生活
——2004年全国综合文化类期刊读者调查报告
..... 孙聚成 张泽青 (307)
传统期刊的数字化生存 宋愚 殷恕 (337)

社办期刊应加快改革步伐	方 菲 (344)
对学术期刊若干问题的分析与思考	张 前 (349)
音乐期刊的发展及现状述评	陈荃有 (356)

编 辑

维护学术规范是编辑的重要职责	王昌度 程 群 汤雪峰 (365)
编辑的人文精神与理性品格	高 伟 哈若蕙 (372)
给历史指认一个现场	
“遥望星宿——甘肃考古文化丛书”(10种)的 策划及编辑	刘兰生 赵金祥 (384)
青春文学应从“自然反映”走向“积极反映”	沈 园 (390)
引用古籍资料时如何规范用字	汤吟菲 (399)
现代“图经”——“图志”	陈蕴奇 (406)
论现代校对角色的定位	吴惠娟 (410)
重视与规划大众读物出版	曹维劲 (418)
论创新型编辑人才的激励	孙秀翠 储节旺 (425)
图书原创为何缺乏?	周 蓓 (437)
科普图书的出版现状与对策	黄一九 陈桃珍 (443)

书 籍 装 帧

艺术之子曹辛之	鹿耀世 (454)
中国现(当)代书籍装帧设计中的文化选择 ——对书籍装帧设计中弱文化态势的思考	刘铁巍 (464)

营 销

重塑市场竞争主体

——对新华书店改革的思考 张蓉蓉 (472)

提升新华书店竞争力 刘 强 (479)

以《达·芬奇密码》为例谈畅销书的网络促销

..... 张 洪 田 杨 (485)

利用教师资源库, 助推高校教材营销 李翠梅 (494)

省级新华书店连锁经营发展模式及特点 叶 冰 (502)

出版品牌的构建 杨红卫 (511)

数 字 出 版

音像出版业改革发展须跳出误区 陈伟民 (523)

构建音像连锁经营网络的思路和做法 邓新明 (530)

多媒体电子出版物编辑特点研究 曹 丰 (538)

出版社应如何提升执行力

李小龙

一、执行力缘何引起人们的高度重视

“执行力”是管理学上的一个概念，它要求“对企业现状、行业环境及人员心理有综合理解”，“将战略与实际、人员与流程相结合”。它“不是简单的战术，而是一套通过提出问题、分析问题、采取行动的方式来实现目标的流程”。简言之，执行力就是合理利用现有资源，协调一致，把组织目标化为个人责任行动并获得与战略目标一致的成果的能力。由此看来，执行力应是一种文化，属于企业文化的一部分，融入在企业生产经营的各个方面。

执行力是企业生存发展的关键。柳传志说：“决定一个企业成功的要素很多。其中，战略、人员与运营流程是核心的三个决定性要素。”“如何将这三个要素有效地结合起来，是很多企业经营者面临的最大困难。而只有将战略、人员与运营进行有效地结合，才能决定企业最终的成功。结合的关键则在执行。”对于一个企业来说，决策处于核心地位，但决策之后最根本的工作就是执行。华润集团总经理宁高宁说：“战略的错误可以导致公司

的失败，但战略的正确却不能保证公司的成功，成功的公司一定是在战略方向和战术执行力上都到位。”有人认为，企业的发展和成功 20% 靠的是战略和策划，80% 靠企业各层管理者的执行力。事实上，在战略上完全踏空而导致失败的企业并不多，较多的却是在几乎同样的战略方向下，在经营竞争中逐渐拉开了距离。由此可见，战术的执行力在公司的发展中起了更持久的作用。企业具有了卓越的执行力，不仅可以到位地执行战略，而且可以在执行过程中巩固、优化战略；执行力差的企业，由于执行的效果不好，反而可能引起员工对战略的怀疑，导致企业战略战术两误。

执行力如此重要，但却往往是管理系统中“缺失的一环”。这是因为执行力作为一种文化力是制胜于无形的力量，相对于企业的战略和远景，“执行”的过程往往是波澜不惊，平淡无奇的，常常不被人们所关注，而形成企业管理中的“黑洞”。调查显示，中国企业只有 3% 具有较好的执行力，有 97% 左右的企业执行不力或执行不到位。相当一部分企业有着很好的战略规划，决策也是正确的，但发展仍然不尽如人意。这种情况往往就是执行力不强或在具体执行中出了偏差的缘故。有这样一个例子：东北某大型企业因经营不善导致破产，被日本一家财团收购。人们盼望日本人能带来生产经营的高招，出乎意料的是，日方除把几个要害部门的高级管理人员换成本国人外，其他根本没动。制度没变，人没变，机器设备没变。日方只有一个要求：把先前制定的制度坚定不移地执行下去。结果不到一年，企业扭亏为盈。日本人的高招其实就是提高执行力。

二、出版社执行力状况及形成原因

目前，出版社的执行力状况同样不容乐观，甚至有些出版社执行力弱到难以维系生存。造成这种状况的原因总体上有三点，

一是执行者对出版社经营理念、价值观念的认识在思想上存在不一致性；二是改革中长远利益与现实利益，全局利益与局部利益的冲突，影响了执行者执行力的发挥；三是执行者缺乏执行能力。具体而言，大致表现在以下几个方面：

1. 制度的制定本身存在问题

一是有些出版社制定的制度不合理，缺少针对性和可行性。比如，凡获奖的重点书，社里给予奖励，否则成本自负。此举本意在于促使编辑加大重点书的工作力度，却引起了编辑们的逆反心理。有的出版集团为整合出版资源，形成核心竞争力，出台了规定，这些规定与先前的实际运行制度存在抵牾，使集团内部相关部门或出版社之间矛盾重重，在执行上大打折扣。二是出台制度不够严谨，未经认真论证就仓促出台，执行中又朝令夕改，让员工无所适从，导致了制度、规定难以有效发挥作用。三是在改革中把西方或国内其他先进出版社的管理制度全盘照搬，结果导致了水土不服。不同的出版社有不同的文化氛围和出版理念，那些不适合本出版社环境的制度，其执行难度可想而知。四是某些管理制度不适合生产发展要求，例如，有些图书的市场时效性很强，早几天出书和晚几天出书市场情况可能发生根本性变化，而选题报批程序等管理制度与市场之间往往存在矛盾，最终影响了制度的执行效果。因此，科学的流程再造是制度得以有效贯彻执行的必要前提。

2. 制度的执行缺乏常抓不懈

制定一套好的制度不易，持之以恒并且坚定地推行下去更难。管理制度的常抓不懈是出版社负责人的重要工作。大的方面是始终如一地坚持政策、纪律的执行，不能走腔变调；小的方面是依据制度对工作常有布置、常有检查、注重落实。工作中要严于律己、宽以待人、做好表率等。出版社要想强化执行力，必须使各层管理者高度重视每个方案的出台，凡是牵扯到管理者的方

面一定要率先垂范，做出表率。

3. 缺少科学的监督考核机制

大部分管理者都乐于布置任务，但真正有效的管理者却擅长使布置下去的任务和做出的决定得以执行。执行力的背后是管理者的监控手段和与之相对应的奖惩。没有有效的监控，仅靠管理者的魅力和激励手段想要员工长期执行和完成任务，是有难度的。目前出版社在监督和考核上存在着两大问题：一是没人监督。有些事情只要做了，做的好与坏没人考究。二是监督或考核的机制不合理。例如，一些出版社为了提高职工的积极性而采用了编辑定量完成利润的绩效考核评估办法：每个编辑定量使用书号，定量完成一定指标的利润，超额奖励，完不成扣罚工资。这套系统实际上形成了个体重于团队的企业文化，每个编辑各自为政，使本来资源共享、互相合作的团队精神逐步丧失。

4. 没有真正形成学习型组织

近年来许多出版社开始重视员工的培训和学习，从管理到技术，从技能到心态等，无所不包。这一方面反映了出版社对提高员工能力、增强出版社凝聚力的重视，也从一个侧面反映出了培训中的形式主义。出版社大多不能够给员工提供学习的环境，注重口号甚于注重实际，不是从出版工作的实际出发制订系统的学习培训计划，把最重要的岗位上的人员先送出去培训，而是根据领导的兴致安排培训，使学习培训处于临时和无计划状态。这样的结果是，想提拔谁就让谁去学习，其他员工对学习缺乏压力、动力和兴趣，又何谈学习型组织的建设？

5. 缺少精诚合作的团队精神

出版社内部各部门之间缺乏和谐合作精神，各部门以自己为中心，缺乏共同工作目标，“铁路警察各管一段”的现象比较突出。有些出版社，为了使各部门工作相互协调，社领导每月都要召开工作协调会，编辑室和各个管理部门都来参加，可结果是各

有怨言、相互埋怨，难以取得一致意见。由于缺少共同目标和精诚合作的团队精神，造成执行不力，社里规定也得不到很好地执行。

6. 缺少真正的企业文化

相当出版社不知道自己的企业文化是什么，或者说出版社的企业文化没能有效地取得广大员工的认同。有些出版社提出一些激励职工的口号，误以为就是本社的企业文化，实质上是对企业文化的简单化理解。企业文化是增强执行者执行力的有效方法，它通过影响执行者的意识进而改变其心态，最终让执行者自觉改进自己的行为。要强化一个企业的执行力，必须充分考虑到环境对执行者意识、心态的影响，对执行者进行正确的引导。靠制度约束可以让执行者做到 60 分，而且工作从现象上看无可厚非，但若注重了执行力的强化，同样的人、同样的条件、同样的方法，可能会取得 80 分、90 分的成绩。

三、如何提升出版社的执行力

执行力的强弱在出版发展中具有重要的作用，那么如何才能提升企业的执行力？

企业战略和目标的落实最终是要靠人去执行、实现的，但企业的执行力却不是每个人执行力的简单相加。企业的执行力是一个系统，是整体大于部分之和或小于部分之和的问题。一个企业也许拥有许多执行力很强的管理者和操作者，但是这个企业的总体执行力不一定是最强的。因此，不能只重视个人执行力而忽视组织执行力。企业执行力的组成因素包括企业领导的素质和执行力，企业组织的执行体系、各部门之间、上下级之间的协调和沟通，执行流程及手段和方式，人力资源建设，执行文化等，一个企业组织的执行力就是这些组成因素的有机集合。

针对以上因素，提高出版社执行力要从以下方面入手：

1. 领导要以身作则，身体力行，充分认识执行的重要

有效的执行是一项需要领导亲力亲为的系统工程，这是建立执行文化的前提，因为只有高层领导者才能确定、影响并形成企业文化的风格。企业领导者的倡导对企业文化的建立具有决定性的作用。因此，领导者必须付出巨大的热情和精力，深入到企业的具体运营中去，带领员工去面对和解决一个个执行中的问题。执行是一个系统，渗透到出版社战略、目标和文化等各个层面，出版社的领导者必须同时又是积极的执行者，而不应该把所有的执行工作都交给下属。

2. 要有一支好的管理团队

要在管理团队中努力营造一种团结协作的氛围。要通过创造民主的氛围提高员工的责任意识，团队的核心人物不要一切大小事务全由一个人说了算，要明确管理层的责、权、利，让管理层工作起来精神饱满，有效地发挥每个人的作用，形成“普通员工的责任心，中层员工的上进心，高层员工的事业心”三心合一的最佳组合。同时，团队成员也要增强大局观念和整体意识，不要强调“自我中心”，要按程序办事，按制度办事，按客观规律办事，执行程序的人要对事负责而不是对人负责，遵守业务流程，实现有序管理，提高管理效率。

3. 要有好的管理机制，进行有效管理

管理是追求企业价值、员工价值、客户价值三者和谐共赢的一种控制过程，这依赖于管理者对人、对事正确而深刻的理解。一是要建立一套行之有效、公平透明、贯彻始终的管理制度，将管理制度化、职能化，避免“多头领导”，并且在执行中不断完善制度，使大家以制度为准绳，保质、保量地完成工作指标，提高管理效率和执行力。二是要合理设置组织结构。合理科学地设置机构是保障出版社执行畅通的基础。三是要有监督、激励机制。监督检查的最好办法是建立一种与战略目标相一致的绩效考

核制度和奖励惩罚制度，要保证被奖励的人都是真正认真执行的人，受到惩罚的人都是执行差的人，要防止激励机制与战略要求背道而驰的情况出现。四是要完善出版社执行流程，把战略细化为可执行的任务，将任务正确地分配到员工，并确保每个员工能准确地理解个人任务与出版社战略的联系，它是保证出版社执行力的基本要素。如果执行程序不科学不合理，也会降低或削弱出版社的执行力。

4. 加强员工培训，打造学习型组织

出版社人员的整体素质对出版社执行力的影响很大，打造有较强执行力的团队，必须从提高学习力入手。要把出版社建造成一个学习型组织，提倡员工共同学习，及时了解、掌握新知识、新技能，不断提高员工的综合素质。同时，由于出版社所处的环境、自身经营的策略在变化，对执行力的要求也会随之变化，这就要求出版社将新战略、新目标的要求转化为培训方案，帮助员工迅速获得新的思路、信息、知识和能力。学习和培训始终是提升员工执行力的有效途径。

5. 加强沟通与交流

与领导、属下、同事以及客户迅速达成共识的沟通能力，直接决定着执行能力的大小。要建立顺畅的沟通渠道，确保企业成员适时地从多渠道获取全方位的信息；要避免领导和有关部门对信息的截留和剪辑筛选，避免各级管理层与一线员工信息的不对称和自上而下沟通中信息的失真和损耗。战略确定后，执行是否到位，是否能够达到战略规定的目的，与各执行层面接受、理解的程度，落实的方式是分不开的。为了确保接受者了解的信息和发送者的信息完全一致，有效的沟通手段与规范的沟通渠道必不可少。“如果公司内部无法进行活跃的对话——通过开放、真诚和随便的方式讨论当前的实际情况，你就不能建立起一种真正的执行文化。”通过沟通可以使人们对战略及每个人的任务达成共