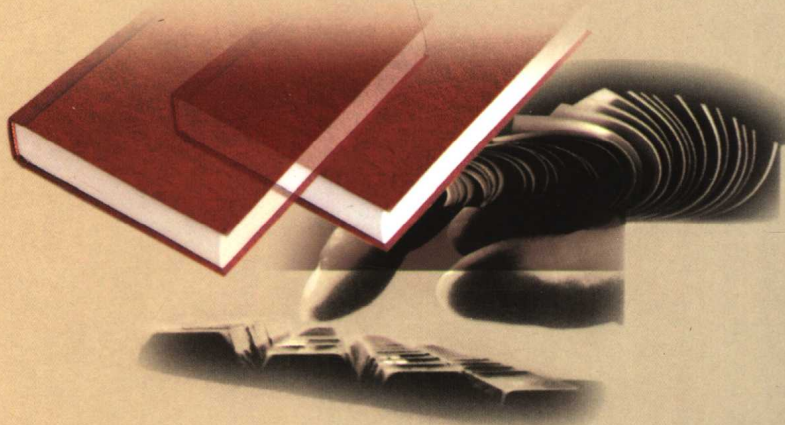


出版工作研究

CHUBAN GONGZUO YANJIU

(2006)



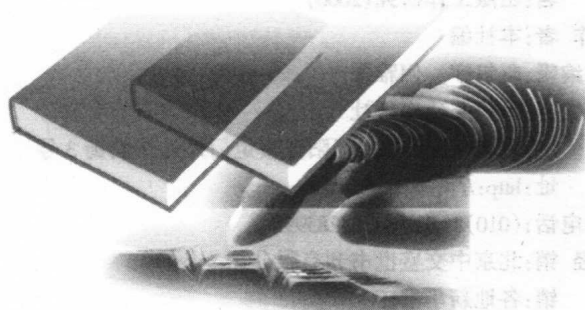
人民交通出版社

China Communications Press

出版工作研究

CHUBAN GONGZUO YANJIU

(2006)



人民交通出版社

China Communications Press

图书在版编目(CIP)数据

出版工作研究 .2006/人民交通出版社编 .—北京:
人民交通出版社,2006.7

ISBN 7-114-06062-9

I. 出… II. 人… III. 出版工作-研究-2006
IV. G230

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 070525 号

书 名:出版工作研究(2006)

著 作 者:本社编

文字编辑:赵钊宇 倪雅馨

出版发行:人民交通出版社

地 址:(100011)北京市朝阳区安定门外外馆斜街3号

网 址:<http://www.ccpress.com.cn>

销售电话:(010)85285838,85285995

总 经 销:北京中交盛世书刊有限公司

经 销:各地新华书店

印 刷:北京牛山世兴印刷厂

开 本:787×980 1/16

印 张:25.5

字 数:409 千

版 次:2006 年 7 月 第 1 版

印 次:2006 年 7 月 第 1 次印刷

书 号:ISBN 7-114-06062-9

定 价:35.00 元

(如有印刷、装订质量问题的图书由本社负责调换)



前言

Qianyan

以发展为主题,以改革为动力,以体制机制创新为重点,形成科学有效的宏观文化管理体制、富有效率的文化生产和服务的微观运行机制、以公有制为主体、多种所有制共同发展的文化产业格局和统一、开放、竞争、有序的现代文化市场体系;要形成完善的文化创新体系,形成以民族文化为主体、吸收外来有益文化,推动中华文化走向世界的文化开放格局。这是中共中央、国务院《关于深化文化体制改革的若干意见》中提出的文化体制改革的目标任务。

我社在文化体制改革的大背景下,制定了“十一五”发展战略规划,并按规划要求实施了新一轮的改革。在这个过程中,大家从不同的层面进行了大量的调研、探索、思考、讨论。《出版工作研究(2006)》也由此应运而生。本书收集了论文70余篇,反映了作者在出版工作中的创新意识、责任意识、竞争意识、发展意识。

《出版工作研究》自第一集出版以来,已有十余年光阴。在此期间,我们陆续出版了多集。它已成为出版工作研究、探讨的一个平台。我们希望在这个平台上,能够有更多的思想碰撞、更多的激情迸发、更多的理性思索。

编者

2006年6月

目录

Mulu

团结 民主 科学	唐学军(1)
以战略管理为主线,提高出版社发展能力	杨文银(6)
新形势下做好交通图书出版工作的思考	韩 敏(11)
加强党风廉政建设 维护稳定构建和谐	王建中(26)
我国出版业发展的新动向	曲 乐(30)
浅议充分发挥科技图书专业出版优势	沈鸿雁(35)
科技出版社无形资产运营浅析	吴有铭(39)
对我社品牌建设的一点思考	张 斌(43)
浅论品牌战略	郭思涛(48)
加强出版创新,提升竞争优势	翁志新(53)
对我社未来发展的一些想法	黄兴娜(59)
对科技图书出版工作的几点认识	戴慧莉(64)
出版企业文化建设构想	王华伟(68)
科技出版社未来生存方式的思考与设想	张 森 乔文平(77)
出版社风险管理浅析	林宇峰(81)
策划编辑与“八荣八耻”	
——编辑工作有感	谢 元(85)
浅议策划编辑成长的几点要素	陈志敏(93)
谈谈责任编辑的责任	钟 伟(97)
策划编辑必须具备的三种意识	李 萍(100)
重点科技图书选题的策划与实施	沈鸿雁(103)
浅谈图书编辑应强化读者意识	刘永超(108)
谈新编辑进入角色的“起承转合”	韩亚楠(112)
关于技术总结类图书出版的一点思考	张征宇(117)
深入工程实践,调查研究,提高图书品位	刘永芬(120)

科技音像片的选题策划与编创策划	蔡 健(124)
地图出版工作的几点体会	席少楠(129)
实施品牌战略 打造精品地图	李 刚(133)
浅谈汽车类本科教材的出版设计	刘敏嘉(139)
以《安全驾驶从这里开始》为例,谈品牌图书的出版	白 靖(143)
浅谈职业教育教材开发的认识	邵 江(146)
“融会贯通——工程软件应用系列图书”选题策划	
案例分析	陈志敏(152)
多媒体课件开发的几点思考	李 萍(157)
如何注重科技图书策划质量	张玉栋(161)
浅谈“群众参与,集中统一,专家相结合”的图书	
编写方法	刘永芬(166)
图书质量控制要点	王 霞(171)
从编辑工作角度浅谈图书质量问题及其解决对策	袁 方(178)
浅谈科技图书的整理	刘高彤(182)
论书籍装帧艺术的多元美感	
——从视觉设计到材料、印刷工艺的应用	姚亚妮(198)
路桥类稿件编辑加工小议	
师 云(203)	
细节决定成败	
——从北斗的一本地图的细节看图书质量	席少楠(207)
试述音像电子出版物的审查工作	李世华(213)
提高图书质量 理顺编校关系	赵艳伶(220)
校对谈	张 捷(223)
著作权管理和服务工作中常见的著作权问题	林春江(225)
从编辑的角度谈谈版权的维护和学术打假	夏 迎(230)
关于引进图书版权的几点思考	戴慧莉 谢仁物(234)
关于图书出版中管理编辑工作的几点感想	蒲晶境(243)
数字出版 10 问	姜占峰(247)
数码印刷的发展趋势	蔡 健(261)
电子出版物与传统出版物的真正区别	
——从我社出版的电子出版物说开去	杨 捷(265)
出版业的数字化变革	
——看《数字化生存》有感	赵钊宇(270)
图书市场营销模式初探	董 方(275)

汽车图书,何去何从?

- 汽车图书细分市场研究 黄景宇(278)
- 教材研发及营销策略分析 闫东坡(283)
- 关于市场类图书营销推广的思考 杨 真(289)
- 从“无中生有”到“有还无”
- 编辑、营销、发行工作之我见 曲 乐(295)
- 提升编辑市场意识,强化发行力度,实现图书整体营销 章 嵩(298)
- 图书市场营销也要与时俱进 王 婧(305)
- 浅谈图书市场数据收集分析及其利用 李 洁(311)
- 图书直销浅析 董 方(318)
- 专销客户管理
- 顾问式的客户管理 顾燊鲁(321)
- 科技类专业图书营销之终端读者服务 赵瑞琴(327)
- 发展着 变化着 承接者
- 浅析专业出版社发行渠道 刁乃杰(333)
- 单书核算的可行性分析 张大勇(340)
- 出版社网上发行优势初探 刘建荣(344)
- 我社教材发行模式研究 江 好(348)
- 试论出版社复合型营销业务员 闵 杰(359)
- 重视重印书备货 提高出版竞争力 钱素红(364)
- 我社北京新华市场总结和思考 林春江(370)
- 图书是怎样出版的
- 民营书业调查之一 李知安(377)
- 伪书是怎样产生的
- 民营书业调查之二 李知安(381)
- 做具有复合型业务素质的编辑记者 姚亚平(385)
- 职称工作中需要正确处理的几个关系 蒋明耀(392)



团结 民主 科学



唐学军

交通出版社党委根据党的十六届四中、五中全会精神和单位实际情况,决心在未来五年的工作中继续坚持团结、民主、科学原则,走好改革、发展、稳定之路,争取在“十一五”期间实现新的跨越发展。

一、团结,本身就是一个重要原则

1. 领导班子、领导干部要做团结的模范

“团结就是力量”的歌声之所以经久不息,是因为它唱出的是一条真理。一个国家,民族团结、社会和谐,经济才能发展;一个单位,领导之间密切配合,干部职工团结一致,各项工作才能不断进步。

出版社《党委工作规则》中专门有一条是“党委成员之间紧密团结配合,发挥集体领导的作用”。刚刚召开的社党代会,也特别强调了加强团结,要求倍加珍惜和维护领导班子的团结,党委成员之间密切配合,努力做到合心、合力、合拍,增强班子的凝聚力和战斗力。

领导班子、领导干部要做团结的模范。首先,要加强党性修养,提高政治素质;做到相互理解、换位思考,相互谦让、不争高低,相互支持、主动配合,这直接关系到领导班子的凝聚力和战斗力。其次,我们每个领导干部都应该严格要求自己,做到胸怀宽阔一些,姿态更高一些,摒弃个人成见,多从党的事业的角度、从单位整体工作的大局出发考虑问题。再次,平时班子成员之间要经常交流情况、沟通思想,有了矛盾采取正确的方法(如相互谈心、开展批评与自我批评)加以解决,及时消除误解隔阂,不断增强团结。

在出版社新班子、新体制的情况下,在领导班子和干部队伍建设上,



尤其要强调:我们一定要搞“五湖四海”,不能有“门户之见”,不能搞“亲亲疏疏”;班子成员要坦诚相见、以诚相待,形成有战斗力的集体。

2. 加强思想政治工作,保持安定团结局面

通过领导班子、领导干部的团结,要带动全社干部职工的团结。围绕改革、发展、稳定大局,继续以“团结、稳定、鼓劲”为思想政治工作的主旋律,下功夫抓好化解矛盾、凝聚人心和鼓舞士气的工作,进一步端正社风,保持安定团结的局面。在领导之间、干群之间、同志之间、部门之间,提倡相互理解,团结配合,宽厚待人;提倡相互多看优点,多看进步;提倡大事讲原则,小事讲风格,弘扬团队精神,发挥集体力量,努力营造和谐、融洽的氛围。及时了解职工思想情况,有针对性地答疑解惑。解决职工群众的思想问题与解决实际问题相结合,注意调节不同群体的利益关系,调动各个方面的积极性。

坚持稳定压倒一切的方针,建立稳定工作责任制,提高解决复杂矛盾和处理突发事件的能力。通过沟通交流、说服教育,引导职工转变观念、与时俱进,正确认识和对待改革带来的各种变化和调整。认真落实《防范和处置群体事件预案》。建立有效的信息汇集机制,及早、准确地掌握动态,防患未然。坚持不懈地抓好对“法轮功”的斗争,做好经常性的摸底排查和已转化人员的思想巩固工作。切实做好重要节日、重大政治活动期间的安全稳定工作。

3. 坚持以人为本,构建和谐组织

构建和谐组织就是科学发展观在处理人与人、人与物、人与体制之间关系的具体体现和运用。因此,人是根本。坚持以人为本,营造和谐氛围,才能为深化改革和加快发展提供良好环境。我们的党群工作和思想文化建设,包括读书活动、建立学习型组织、企业文化和稳定工作,都要围绕构建和谐组织这个目标来进行。要求各级领导干部都要学会做深入细致的思想政治工作,形成以人为本的工作格局;以尊重人为出发点,建立了解人、关心人、提高人、规范人、激励人、依靠人等方面的工作机制,达到凝聚人心、实现员工和单位共同发展的目的。

构建和谐组织要从几方面努力:一是关心职工的生产、生活,维护职工群众的切身利益,夯实和谐组织的基础;二是正确处理改革、发展与稳定的关系,注意调动各方面的积极性,让不同群体的人员能够各得其所;



三是以提高思想道德素质为核心,加强思想文化建设,提高干部职工的文明程度,促进出版社的全面进步和人的全面发展;四是紧紧抓住发展第一要务,发展是解决一切问题的前提和关键,也是促进和谐的根本途径,必须加快出版社的发展步伐,增强构建和谐组织的物质基础。

二、民主,是正确决策的保障

1. 领导班子、领导干部要有民主的胸怀、民主的作风

企业的发展、事业的发达,领导干部和领导班子的决策是关键。正确决策是领导发展能力的重要体现。班子领导发展的能力是领导班子各方面能力和水平的综合,但仅靠少数人的智慧和经验还是不够的,只有博采众长,依靠广大干部、职工,充分发挥他们的积极性,才能不断提高这种能力。这就要求我们必须要有民主的胸怀、民主的作风,要在工作中执行民主集中制,建立民主决策程序。

坚持民主也是我们党的工作路线和工作方法决定的。群众路线是党的根本的工作路线和工作方法。走群众路线,离不开发扬民主,只有真正发扬民主,才能激发和提高广大干部职工的积极性、创造性。充分发挥和依靠广大干部职工的聪明才智,领导班子的正确决策才会有保障,出版社的改革发展才会有成功的基础。

2. 建立健全制度,完善民主决策体系

民主必须通过制度化、规范化、程序化才能有效实现。在这方面,近年来我们做了几件事:一是修订了《党委工作规则》,二是制定了《出版社工作规则》,三是进行了职代会的换届选举工作。

根据出版社新的领导体制,在《党委工作规则》中进一步强调了“坚持民主集中制原则,重大问题会议讨论决定”,明确了必须由党委会议讨论决定或通过的重大问题的九项内容,使社党委把方向、抓大事、管干部的领导作用落到实处。《出版社工作规则》主要是明确了什么样的事情,必须通过什么样的会议或程序才能做出决定,贯彻了民主和效能的原则。此外,涉及职工群众切身利益的重要事项,以及法律规定必须由职工代表大会决议的事项,在党委会议研究后须提交职工代表大会审议决定。

发扬民主,还要在保障党员民主权利的基础上,进一步完善党的代表



大会制度。去年,我社做的另一件大事,就是召开党员代表大会,进行了党委换届选举。下一步还要积极探索党代会闭幕期间发挥党员代表作用的途径和形式,以便更好地发展党内民主,更好地发挥党内监督的作用。

以上这几件事,大体构成了出版社的民主决策体系,为决策的科学化、民主化打下了基础。

3. 充分发挥职工代表作用,提高民主管理水平

坚持和完善职工代表大会制度,是加强民主管理的基本途径,也是决策体系中重要的组成部分。去年职代会的换届改选工作进一步体现了民主性,一是根据部门人员分布情况,划分了选区,进行差额选举;二是增加了一般职工的名额比例,扩大了一般职工参与的覆盖面和广泛性;三是完善了选举的组织机构和程序。同时,党委重视职工代表素质的提高,教育职工代表珍惜和用好自己的民主权利,明确职工代表要代表和反映个人利益、职工群体利益和出版社整体利益,要从这三个方面考虑问题,真正做到“三个代表”。在今年的职代会上,又通过了《职代会提案办法》,以使职工代表更好地行使民主权力。

三、科学,是发展的前提条件和必然要求

一是要有尊重科学的精神,二是要有科学的思想方法,三是要科学合理地安排和开展工作。

1. 贯彻和弘扬科学精神,树立科学发展观

党的十六届三中、四中、五中全会提出坚持以人为本,树立全面、协调、可持续的发展观,促进经济社会和人的全面发展。树立和落实科学的发展观,我们才能求得生存和发展,进而走上良性循环之路。我社《党委工作规则》中提出“坚持科学发展观,实事求是,求真务实”。这就要求我们的党员、干部和职工,要贯彻和弘扬科学精神,要用科学的思想、科学的理论、科学的发展观指导自己的工作。做事情必须实事求是,力戒主观武断;干工作要有合理性,不能蛮干;尽量避免主观性,力求使我们的想法符合客观实际。一方面,从日常工作、本职工作做起,不断提高认识客观规律、运用客观规律的能力;另一方面,在实践中得到锻炼,实现人的全面发展。科学发展观是求实的、辩证的发展观,我们要努力掌握和运用科学发



展观,使出版社今后发展得更快、更好、更有可持续性。

2. 坚持“四个客观”,做到求真务实

科学决策的前提和要求,很重要的是坚持“四个客观”:一是坚持立足“客观情况”。就是办事情、想问题,特别是做决策,一定要从实际出发,立足于客观情况;情况不明决心大,是很容易出问题的。二是坚持遵循“客观规律”。我们对工作的指导,要建立在符合客观规律的基础上,不能凭主观愿望去指挥,不能感情用事。三是坚持追求“客观效果”。我们努力工作的目标是要取得尽可能好的客观效果,而不是某种主观上的愉悦。四是坚持依据“客观标准”。衡量工作好坏的标准必须是客观的,而不是主观的;必须是同一的,而不是双重或多重的;对所有工作、所有部门、所有干部的检验和评价,要做到一视同仁、客观公正。

我们对客观情况的了解和对客观规律的认识过程,就是求真的过程;对客观效果的追求和用客观标准检验的过程,则是务实的过程。合在一起,就叫求真务实。这是以胡锦涛为总书记的党中央反复强调和提倡的思想和工作作风,我们一定要认真贯彻落实。以这样的理念指导今后的工作,我们解决实际问题、重大问题、复杂问题的能力就会不断得到提高,领导发展的能力就会不断增强。

3. 摸清底数,抓住重点,加强薄弱环节

过去的一年,对出版社来说,是过渡的一年,老班子过渡到新班子,老体制过渡到新体制;是准备的一年,是在完成“十五”规划目标基础上,为“十一五”新的发展做好各项准备的一年;“过渡”要求平稳,而“准备”需要作某些调整,因此过去的一年又是调整的一年;同时,也是比较困难的一年,各项工作任务十分繁重,经营环境不是很好,各方面的压力很大。

在对我社内外环境和经营管理现状进行分析研究的基础上,2005年我们狠抓了29项重点工作,分别明确了任务要求、完成时间和主办部门、负责人。目的是加强薄弱环节,提高综合管理水平。重点工作包括:经过调查研究,制订“十一五”规划、提出新的机构设置、人员竞争上岗方案等项准备工作任务。在做好这些调整和准备后,今年第一季度以来认真抓了新一轮深化改革的实施工作,总的看进展较为顺利。相信只要我们按照既定的方向,通过全体干部职工的不懈努力,一定能实现我社“十一五”规划确定的目标,取得新的更大的发展。



以战略管理为主线,提高出版社发展能力



杨文银

提高出版社发展能力,简单地说,就是要不断培育持续竞争优势资源,增强成功竞争的能力。大量实例表明,一个企业能否成功,在某种意义上就是看其能否正确、灵活运用战略管理这种先进管理思想和工具,将各种资源变成社会所需要的产品或服务。我们现在何处,下一步往哪儿走,怎样走,是事关出版社生死存亡与兴衰成败的重大战略问题。只有回答好这些问题,才能保证出版社在快速多变的新经济时代科学判断形势,主动适应环境,驾驭变化莫测的市场,才有可能成为竞争中的赢家。出版社战略规划,就是运用战略管理思想与工具,努力回答重大战略问题的过程。

一、战略管理是以战略为核心对企业进行 全面管理的一个动态过程

战略事关一个组织未来的方向,以及选择何种路线图引导组织走向未来。在某种程度上,战略就是企业竞争获胜的“法宝”。正如未来学家托夫勒所言:“一个没有战略的企业,就犹如险恶气候中飞行的飞机,始终在气流中颠簸,在暴风雨中穿行,最后很有可能迷失方向;即使飞机有幸不坠落,也有耗尽燃料之险”。战略帮助企业主动准备未来,战略管理就是运用战略对整个企业进行管理的动态过程,主要包括战略形成(规划或计划)、战略实施(执行)、战略评估与调整等阶段。其中战略形成阶段又可细分为战略愿景与使命确立、战略目标制定、以及旨在实现战略目标的战略谋划三个主要步骤。实际工作中,战略管理并不是一个从开始到结束的直线过程,其各个阶段、各个步骤往往会反复。特别是在战略实



施过程中,需要进行有效的监测,适时评估战略的有效性和效果,必要时反过来调整战略、目标或愿景。可以看出,战略管理是一种目标导向型的动态管理过程,这种管理思想和方法把企业的愿景和长期目标与日常经营决策管理活动紧紧联系在一起,有利于企业取得预期的长期绩效。实证研究也表明:“那些具有正式战略管理系统的企业,会比那些没有这一系统的企业运行得更好。”

二、战略管理是一种计划管理

明茨伯格指出,战略是一种计划(规划),即它是一种有意识、有预计的活动,一种处理某种局势的方针。德鲁克强调:“战略是一种统一的、综合的、一体化的计划,用来实现企业的基本目标”。本质上,战略强调“行动之前”。战略是一种计划,战略管理就是关于这种计划的管理活动,包括战略计划的制订、战略计划的执行,以及对战略计划实施效果的评估和反馈。这种对战略管理的认识,强调了企业经营管理人员要有意识地进行领导,凡事谋划在前,行事后;预则立,不预则废。从这个角度看,出版社战略规划就是对今后的生存与发展进行事前谋划、计划。

三、战略管理用来对企业在所处环境中定位

战略管理把战略与环境联系起来,帮助企业在其所处的环境中找准自己的位置,使企业的定位与外部环境和内部条件相协调。与几年前相比,出版社所处的外部环境已发生了翻天覆地的变化,出版社的内部条件也有了重大变化,这些变化使得原有的经营业务定位、市场竞争地位定位、以及各种职能性定位不再完全适用,必须作相应的调整。洛克希德-马丁公司的董事长兼 CEO 诺曼·奥古斯丁说:“世界上只有两种企业:一种在不断变化;另一种被淘汰出局。”要成为不断变化的出版社,首先要意识到变化,其次是主动深刻分析、认识变化,把握态势,并相应作出经营业务范围、资源、组织等方面的调整。如果没意识到变化,或者虽然意识到了,却没有主动进行战略定位调整,最终将陷入困境,走向衰落。因此,必须站在新的起点上,运用战略管理的理论和方法,积极主动地深谋远虑,找准出版社在市场中的位置。这些定位包括企业使命定位、经营业务定位、目标市场定位、竞争优势定位、企业形象定位等。



找准出版社的定位,既要分析包括宏观环境和出版产业及其竞争环境在内的外部环境,又要分析出版社内部环境,从而识别外部变化给出版社带来的机遇和威胁,认清出版社内部资源的优势与劣势。通过把机遇、挑战、优势、劣势等进行组合分析,统筹谋划,最终做出清晰的定位。

宏观环境分析一般采用 PEST 分析框架,即分析政治法律(P)、经济(E)、社会(S)和技术(T)。对出版社来说,现阶段尤其要关注国家关于文化体制改革的政策动向,比如,对出版社类型划分及其相应制度安排,外资和民营资本进入出版活动的领域及力度,出版税收政策变化,在出版单位改革试点之后如何推进等等。可以说,以产业化、市场化、集团化为主题的改革给中小出版社带来更多的是挑战而不是机遇。作为一家专业出版社,交通社的基本定位是“立足交通,服务交通,服务社会”,因此,要把交通行业分析作为外部环境分析的一个重要对象。根据有关规划,今后 10~15 年间,交通行业仍将保持快速发展的态势,这将为交通社发展创造一定的空间。交通发展的重点由基础设施建设逐步向运输、管理、服务转移,交通工作更加重视安全、环境、效益、质量、公众、用户。只有准确把握这些变化的节奏和特点,细分交通从业者和交通用户对知识、技术和资讯的需求,才能使出版成为推动我国交通运输现代化和行业进步的一个有效工具,使交通社在交通特色出版物上取得持续竞争优势。交通社总体上应该选择走“专”与“特”的路线,即选择迈克尔·波特所定义的五种基本竞争战略中的目标聚集差异化战略。这就明确了交通社的核心目标市场仍将定位在交通特定市场上,总体竞争优势定位在差异化上。

产业及其竞争分析是选择业务领域并制定相应竞争战略的根据。目前,交通社在现代出版业所涵盖的图书、报纸、期刊、音像、电子、网络六大媒体中,已进入了图书、音像、电子三个细分产业。交通社以图书出版为绝对主营业务,因而受图书出版市场变化的影响极大。

“十一五”期间,我国出版业仍将处在重大变革时期,面临更加激烈的竞争。出版社将加速分化和整合,产业集中度提高,逐步形成垄断竞争的市场格局。中、小出版社的生存空间受到挤压,生存战略需要调整。未来的竞争,将是“大鱼吃小鱼”、“快鱼吃慢鱼”兼而有之的竞争。图书出版业正在告别“幸福时代”,转入微利阶段。预计“十一五”期间,图书出版册数缓慢增长,年均增长 2.7% 左右,但由于价格上涨贡献,销售额年均增长率可能会保持在 6% 左右,科技图书增长相对更快一些。从更长远发展看,传统纸介质出版物的需求将处于一个平稳期,扩张空间有限。



对于图书发行业,政府正积极引导建设全国统一的出版物流通市场,推行招标制,推行连锁经营、集中配送等新的经营模式,减少流通环节和成本,有望在一定时期内培养多家大型出版物流通企业。

这些态势对交通社将意味着:仅靠图书出版一项业务和目前的目标市场定位,做大虽有一定的空间但困难很大。因此,首先需要考虑既有的音像、电子业务市场前景如何,如该业务领域产业吸引力高,则需要重新对这两项业务进行定位,强化资源和能力建设。其次要考虑引进新业务。基于交通社实力和优势状况,现阶段要研究的应该是相关多元化战略问题,即考虑新进入与现有主业相关的、新的业务领域,如期刊、网络出版、培训等。

四、战略管理就是谋划计策并付诸实施

战略是在特定市场环境中企业用来战胜、威慑、应对竞争对手的一种计策、策略或手段;战略管理则是在分析特定市场及其竞争状况,详细评估、对比五种竞争力量和作用程度的基础上,谋划出相应的竞争战略,有针对性地予以实施,以达到预期的目的。这五种竞争力量包括该产业内企业间的竞争,潜在的新进入者,替代产品生产者,购买者和供应商。对不同企业、不同产业而言,五种竞争力量的影响力是不同的,每个企业、每个产业都有其最主要的影响力。对于传统印刷体图书出版社来说,目前最具影响力的是购买者(经销商)和业内竞争对手,但替代产品(网络 e-Book)和潜在的新进入者的影响力也在日益增强。我国 e-Book 产业正在超常规发展之中,2004 年市场规模达到 1000 万元,较上年增长 159%。在高速变化的数字时代和网络时代,谁率先控制了数字资源、有效应用了信息网络技术,谁将掌握未来的主动。成功总是会青睐有准备的人。潜在的新进入者来自两股力量:国内各类文化公司(民营文化工作室)和国外大型传媒集团。尽管国家明令禁止,目前一些文化公司实际上已经以各种名义变相进入出版领域,并有外资曲线进入,对出版市场造成了一定程度的冲击。政策一旦松动,必将带来出版市场竞争格局的重新洗牌。

五、战略管理就是共享观念

战略也可看成一种观念,体现企业员工对客观事物的认识方式或思



维方式,同价值观、企业精神等企业文化内容紧密联系。战略管理强调的是集体意识,要求企业成员共享战略观念,形成一致的行动。

总之,战略管理是以战略为核心的企业管理科学和艺术,它把企业的各个层面和部分、各项活动和各类人员以战略为中心有机联系起来,是一项系统工程。正确、灵活地运用战略管理,有利于企业形成协调一致的行动,合理有效分配资源,制定支持战略的政策,构建与战略相适应的组织体系,建立以目标为导向的激励机制,建设与战略相融合的企业文化,最终达成企业既定战略目标,实现共同愿景。