

实践与思考

——出版管理论文集

费润民



SHI JIAN YU SI KAO

陕西人民出版社

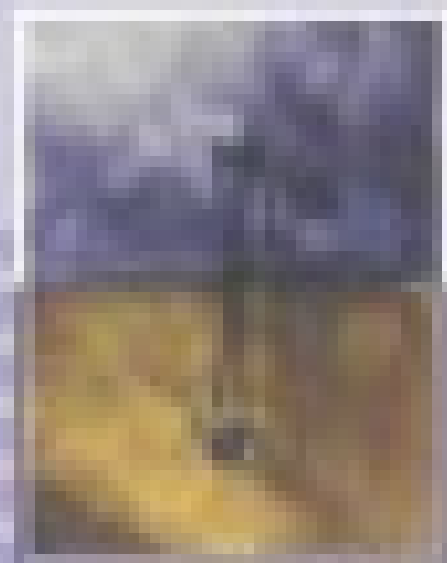
实践

与

思考

出版管理论文集

（第三卷）



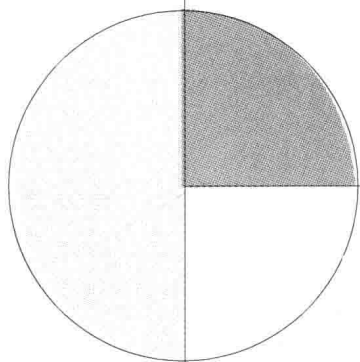
中国出版集团出版

中国出版集团

润民

实践与思考

出版管理论文集



陕西人民出版社

(陕)新登字 001 号

图书在版编目(CIP)数据

实践与思考:出版管理论文集/费润民著. 西安:
陕西人民出版社,2002

ISBN 7-224-06353-3

I. 实... II. 费... III. 出版工作-文集
IV. G231-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 064007 号

书 名:实践与思考——出版管理论文集

作 者:费润民

出版发行:陕西人民出版社 (西安北大街 131 号 邮编:710003)

印 刷:西安新华印刷厂

开 本:850mm×1168mm 32 开 6.5 印张

字 数:115 千字

版 次:2002 年 12 月第 1 版 2002 年 12 月第 1 次印刷

印 数:1-1000

书 号:ISBN 7-224-06353-3/G·1087

定 价:10.00 元

(图书如有质量问题请与陕西人民出版社发行部联系,电话:7205196)

目 录

- 1 用社会主义市场经济的眼光看出版业的几个问题 (1)
- 2 关于社会主义市场经济条件下搞好出版工作的若干思考 (7)
- 3 强化约束:坚持正确出版方向的有力保障
..... (44)
- 4 服务于素质教育:少儿读物的使命与方向.....(52)
- 5 关于出版资源及其转化的几点认识 (59)
- 6 邓小平思想方法论对出版策划的指导和
启示 (68)
- 7 把什么样的出版带入 21 世纪
——关于知识与出版产业的思考 (80)
- 8 出版企业管理提升:测评体系(BSC)的建立
与运用 (102)

9	出版社管理与综合测评体系·····	(110)
10	中国卡通要提高 卡通语言要突破·····	(119)
11	出版社员工培训应防止的几个误区·····	(123)
12	关于图书广告的几个问题·····	(129)
13	图书市场:现状、趋势、对策及措施·····	(137)
14	出版社管理的六种创新·····	(143)
15	造就出版家·····	(154)
16	“三个代表”思想与出版业发展·····	(162)
17	出版企业实行兼并的思路及其要点·····	(169)
18	比较与选择:出版业发展中需要处理好的 几个关系·····	(172)
19	核心竞争力:出版业发展中的突出问题·····	(182)
20	图书选题策划方法谈·····	(191)
	后 记·····	(199)

1 用社会主义市场经济的眼光 看出版业的几个问题

在邓小平同志南巡讲话的鼓舞下,各条战线都掀起了新的改革高潮。出版工作要进一步适应改革开放形势,就要积极解放思想。只有这样,才能促进出版工作跃上一个新台阶。这里我们提出几个问题以求教大家。

一、关于出版是不是产业的问题

过去很长一个时期人们在观念上一直认为出版业仅仅是满足人民精神生活需要的部门,并没有把出版作为一个产业来看待,因而在改革开放以前对出版部门就不提产值、利润、效益等方面的要求。改革开放以来,这些经济指标虽然已被提上了日程,但在指导思想上,出版依然没有被看做一个产业部门。那么究竟怎样来看待

出版行业这个精神产品部门呢?我们认为必须把出版行业作为产业来看待,只有这样才能使这个生产精神产品的部门更好地发展,也才能使出版业为社会提供更多更好的精神产品。我们现在实行的是社会主义的商品经济。出版业的产品尽管在内容、形式以及所产生的作用等方面与物质产品有许多不同之处,但它既然是一种受生产、消费规律支配的过程,它就也有投入、产出,它的产品也只有通过交换才能满足需求并实现其价值。因此,出版业的活动离不开商品生产和商品交换的大舞台。这就决定了出版也属于产业,而不应再离开经济的眼光和范畴来看出版了。当然对这个问题现在主要是正名的问题,也就是首先在理论上肯定它,从而为政策上使出版业完全适应商品经济的发展创造条件。

二、出版部门应该实行什么样的领导体制

中共中央在 1992 年作出的《关于加快发展第三产业的决定》中已经明确指出,农业、工业、建筑业以外的产业都属于第三产业。按照这个精神,出版业也应属于第三产业。而既然出版业是第三产业,那就应该按照企业的管理体制和方法来管理它,把企业法落实到出版业这种企业中去。现在一些出版社在领导体制上依然实行着党委或编委会领导下的社长负责制,而编委会是行使着党组的权力和职能的,这也就是说,在出版业这种企业中还实行的是党委领导下的行政首长负责制。其实生

产精神产品的部门虽有其特殊性,但应该看到它也是一种客观的生产过程,管理它就需要按照其客观规律来办事,就要有专门人才来管理它,而作为政治组织的政党本身并不具有支配和管理具体生产过程的功能和职责,对这种生产过程的管理和领导决不因为党的先进性而能使其更科学或更先进。从一些与我们社会制度不同的国家来看,它们的出版部门没有什么政党来领导,却并没有使其运行秩序混乱,也没有影响它们为本阶级服务的功能。从精神产品坚持正确导向、保证质量以及更好地为社会主义精神文明服务的角度看,能不能管住和管好这些方面,主要是要把党对这方面的要求体现在宏观政策中,体现在法律中,体现在社会诸方面的监督中。实践也证明,并不是各个具体的出版部门都由党组织来领导就能杜绝那些违背社会主义精神文明要求的现象发生。在传统的领导体制下的出版部门,不也照样有违背社会主义精神文明要求的图书及音像制品冒出来吗?因此,从这个方面说,在出版业中也可以实行社长负责制。从出版业本身的生产过程看,实行社长负责制更有利于集中管理和统一指挥。出版业的生产与一般的物质生产相比有一些显著的特点,即品种繁多、市场需求变化大、读(视听)者层次多、差距大、生产周期长等特点。这就对出版业的指挥提出了应变能力强、决策程序简单、视野开阔、权威性高、尽快及时了解和确定好的选题等要求。因此,在出版业中实行社长负责制才能真正有

效地组织管理好出版的生产过程,也才能更好地实现既追求社会效益,又讲求经济效益的目标。

三、出版业要不要到市场上去

回答这个问题很简单,当然要到市场上去。但在实际上这方面的认识无疑既会受到传统观念的影响,也还会受到现行体制的阻碍。从认识上来看,就是有人认为出版不是产业,出版所形成的产品不应到市场上去,它的产品供求关系不应当直接受市场的调节;从体制上看,在传统的出版部门中,存在着重编稿轻发行的思想,对出版的经营管理意识较差,认为出版社主要是编发稿件,并不需要直接面对市场,发行有专门的渠道,因此搞编辑的并不完全了解市场需要什么,而读者需要什么又难于反馈到出版社。社会上经常可以听到买书难和卖书难的呼声,造成这种问题的原因就是缺乏市场这个供需之间的中介与桥梁。要改变这种状况,就要让图书走向市场,就要由市场来调节图书供求关系。出版社必须直接面向市场、进入市场,这既是把出版业看做企业的体现,也是真正为读者服务的体现。实现上从市场的角度看,图书是一种终端消费品,这种商品没有什么神秘性,它完全应受一般商品流通规律的支配。从适应改革开放的要求看,出版社走编印发一条龙的路子势在必行。在图书发行的过程中,除了课本等计划性很强的品种外,应完全放开。作为终端消费品的图书以及音像制品,应

在市场上实行直接的产销见面。可以考虑取消省和地区这两级的批发单位,各出版社可向全国任何一个销售单位直接发货,任何一个销售网点也可直接从全国各出版社进货。现在我们的省和地区这两级批发单位,实际上兼有行政功能和一、二级批发站的功能,已不能适应图书市场发展的需要。随着图书事业的发展,势必会形成新的图书发行网络,这样的网络不会受地区和行政的局限,而是或者根据读者层次,或者根据产品流向,或者根据经济实力的情况建立起来。这样的网络是与图书的生产和流通相适应的,并能真正地很好地为它服务。总之,图书要到市场上去,重要的一环就是搞好发行工作。我们应大胆探索社会主义图书市场的新路子,真正把出版业推向市场。

四、关于出版企业劳动制度改革问题

出版企业现在基本上都属于“国家队”,没有什么其他太复杂的成分。这种状况到了应该下决心改变的时候了。至少从出版企业内部来讲,在劳动力的结构配置上,应该有所调整,即重视和加强经营工作。对于出版社特别是图书类出版社,在人员结构上应加强发行力量,而对传统的编辑人员应作大的调整。因为就图书生产来看,一个很重要的方面即图书的内容方面主要是由作者完成的,也就是说出版编辑仅仅是个加工问题,当然也有政治上把关问题。因此,现在图书出版企业中编

辑占大头、发行人员占小头的结构并不尽合理。要使一个出版社的图书能够为广大读者所知道、所了解、所喜爱,要使图书能完成从商品到价值的一跳,就应该大力加强图书的宣传、推销、发行力度,从而使其完成从商品向价值的转换。

2 关于社会主义市场经济条件下 搞好出版工作的若干思考

内 容 提 要

社会主义市场经济的确立,对出版业来讲是一个全新的课题。本文从精神生产和物质生产二重性的特征,从国家对出版业保护的角度,论述了出版业必须将社会效益和经济效益相统一,而且必须把社会效益放在第一位的道理。要使出版业能适应社会主义市场经济的新形势,在解决了社会效益第一的前提下,出版业也必须创造较好的经济效益,努力实现利润最大化,为国家作出应有的贡献。文章提出了实现利润最大化的几个关系,提出了图书资源与图书市

场等一些观点。如何才能使出版业更好地体现“二为”方针,更好地面向市场,文章认为只有通过改革才能实现这些任务。文章在关于发行体制改革、关于按效分配(不提按劳分配)、关于人事制度改革等方面提出了一些设想或思路;对如何走好规模发展的路子,建立出版集团的问题,文章提出了一些应注意和防止的问题,以期使我国出版集团的建设能健康发展;文章认为现在提出的“从规模数量向优质高效”转移,应该成为当前出版工作的总题目和大文章,出版战线的同志应为做好这篇大文章而努力。文章还提出了对这个转移提法的一些新见解,认为改提“从数量增长型向质量主导型”转移更为准确。

党的十四大以后,我国的社会发展和经济改革进入了一个新的时期,这个时期的主要特征,就是党中央提出的要在我国建立社会主义市场经济的新体制。这样的社会变化也必然给出版业带来巨大的震动和影响,这是因为在整个经济和产业从计划经济向市场经济转变的过程中,出版业一方面在过去曾是计划经济中的一个典型产业,因而它的转变无论在自身的体制上还是从事这个行业的人们的观念上都要经历一个相应的过程;另一方面由于这个行业有受精神产品生产规律支配和一般

经济生产规律支配的二重性特点,因而适应社会主义市场经济的转变需要有一个过程。努力加快这种转变,少走或不走弯路,以适应社会主义市场经济的需要,这里面有许多问题值得研究和探索。现提出一些个人的见解和思考,以就教于大家。

思考之一:为什么出版业必须把社会效益放在第一位

出版业是生产精神产品的产业,而精神产品的生产又必须依据物质生产的形式,这就使出版业这一产业具有了二重性,从产品的内容看,受精神产品生产规律的支配;从生产过程中的生产、流通看,又受物质生产规律的支配。当然,我国建立和发展出版业首先是看重它的内容,也就是说我们的目的是生产出更多更好的精神产品,以丰富广大人民群众的精神生活,以积累和传播人类文明的成果,以启迪、教育人们不断提高自己的知识和素养,以形成人们精神享受和消遣娱乐的氛围,使人们在紧张的劳作之余得到积极的恢复和休息。精神产品的生产也是需要投入的,不仅要给精神产品的物质生产条件进行投入,也需要对精神产品的生产进行补偿和投入,这样才可能使精神产品的制造过程进入良性循环。同时,从当前我国所处的发展阶段而言,精神产品的消费又只能通过市场中的交换来实现,这就使得出版业必须追求和实现其经济效益。然而在

实现和追求其经济效益这个具体的目标时，切记必须把社会效益放在第一位。

首先，从出版业产品的作用看，一部作品、一种出版物，它的影响和它所产生的效应往往不能只拿经济价值去衡量，因为它对人的思想、心灵、行为以及社会风气等诸方面的影响是无法估量的。所以出版物的价值和效益必须先以社会效益来衡量。这就是出版业必须把社会效益放在第一位的基本原因。当人们去买一本书、看（听）一部音像制品，第一需要是它的思想内容。人们或者要从中学习科学文化知识，或者是从中了解掌握自己所需要的信息，或者去欣赏美的艺术内容等，在这个过程中出版物的思想、观念、方法必定要影响到它的读者、听众、观众，而且通过阅读或视听对一个人所造成的影响可能是巨大的、转折性的，甚至是终身的。一个农民读一本传播新的农科知识的图书，经过他的实践以后可能会创造出巨大的经济效益；正在成长中的青少年读了一部具有进步思想或描写革命英雄的书籍以后，很可能成为社会前进的栋梁之材，反之，那些封建迷信、淫秽、低级趣味的黄色书籍，则可能使他们走上犯罪的道路。

当前我国正处在一个巨大的社会变革时期，一些旧的传统的东西被打破，新的更为科学的观念体系尚未健全。而改革开放之后，由于种种因素，原来一些早被扫进历史垃圾堆的精神糟粕又趁机沉渣泛起，一些外来的与

我们社会制度相违背的意识形态、价值观念、生活方式也会干扰和影响我们,图书、报纸、杂志及音像制品这些出版物,就是非常重要而又极普通的侵入渠道,特别是那些思想单纯涉世不深的青少年,更成为首当其冲的腐蚀对象。所以给人们什么样的精神食粮,形成什么样的舆论导向,让我们的社会成员在什么样的精神世界里生活,就成为我们社会主义精神产品生产部门必须首先关心和解决的大问题。精神文明与物质文明相比,精神文明建设规定了物质文明的性质和方向。作为社会主义精神产品生产部门的出版业,理所当然地要把社会效益放在第一位,这在任何时候、任何情况下,都是不能怀疑和动摇的。

其次,从出版业在我国产业系统中的地位看,在我国几十年的建设中,形成了多种产业,出版业是其中的一个系统。但我国的出版业又不同于其他产业,它是国家产业,是国家的垄断行业,特别是出版业中对精神产品加工、整理的那一部分,是实行着国家垄断的。因为出版业属于意识形态领域,而在世界上还存在着尖锐对立的意识形态时,由于历史原因和国际原因,我们还处在数量上的相对弱方,我们应该采取一些特殊的手段和特殊的方法来保护我们的意识形态部门,这一举措是涉及到我们政权生死安危的大问题。从世界历史的发展来看,任何一个阶级及其权力,都对本阶级的意识形态采取了特殊的保护措施。