

WTO 因应变化 积极参与

——“WTO与出版战略”理论研讨论文集

广东省版协编辑工作委员会 编

广东科技出版社

因应变化 积极参与

——“WTO 与出版战略”理论研讨论文集

广东省版协编辑工作委员会编

广东科技出版社

·广州·

图书在版编目 (CIP) 数据

因应变化 积极参与: “WTO 与出版战略” 理论研讨论文集/广东省版协编辑工作委员会编. ——广州: 广东科技出版社, 2002. 8

ISBN 7-5359-3145-6

I. 因…

II. 广…

III. 出版-理论

IV. Z4

出版发行: 广东科技出版社

(广州市环市东水荫路 11 号 邮码: 510075)

E-mail: gdkjzbb@21cn.com

<http://www.gdstp.com.cn>

出版人: 黄达全

经 销: 广东省版协编辑工作委员会

印 刷: 广东出版技工学校河东彩印厂

(邮码: 528247)

规 格: 850mm × 1168mm/32 印张 11 字数: 270000

版 次: 2002 年 8 月第一版

2002 年 8 月第一次印刷

印 数: 1 - 1000 册

定 价: 32.80 元

如发现因印装质量问题影响阅读, 请与承印厂联系调换。

主 编 何天静
责任编辑 彭激流
装帧设计 尔 东

内容简介

本书是广东省出版工作者协会编辑工作委员会组织编写的出版科研论文选集。

中国加入 WTO，出版业和其他行业一样，同时面临着机遇与挑战。广东省出版工作者协会把“加入 WTO 与出版战略研究”作为近期的出版科研工作重点，组织了一批有关论文。本书收入的文章，从出版管理、队伍建设、版权贸易、市场营销、网络和电子出版等多个角度，论述加入 WTO 后出版业如何因应变化，积极参与竞争，扬长避短，求得生存和发展等一系列问题。

目 录

“入世”与出版社的当务之急

- 略论出版社“三项制度”的改革…………… 旷 昕 (1)
- 把握自身 积极应对

- 浅谈加入 WTO 后出版业的应变…………… 曾 莹 (8)
- 品类·品位·品牌…………… 于志斌 (14)

- WTO 与出版战略…………… 陈 娟 (20)

擦亮“商务”的金字招牌

- 兼议名牌出版社集团化战略…………… 宋 城 (25)
- 也谈“入世”后如何做出版…………… 周鸣琦 (38)

迎接 WTO, 走进 WTO, 驾驭 WTO

- 关于科技出版迎接“入世”的思考…………… 袁 杰 (44)
- 挑战机遇和对策

- WTO 与中国出版走势的思考…………… 冬 风 (48)
- 加入 WTO 后, 大学出版的展望…………… 欧建岸 (55)

- 高校公选课教材出版的几点思考…………… 嵇春霞 (59)

- 出版业直面“入世”狼…………… 庞小娟 (63)

关于出版社“资金进入”

- 问题的若干思考…………… 张合运 (69)
- 谈谈“入世”后加强编辑道德的重要性…………… 殷 慧 (76)
- 论编辑的创造力…………… 姚丹林 (81)

关于编辑工作的思考	李 旻 (87)
浅谈编辑的团队精神	李惠玉 (90)
市场经济条件下的编辑基本功	刘 晖 (94)
农业技术类图书选题策划浅谈	冯常虎 (99)
难以潇洒	
——谈谈做编辑的感受	潘杜鹃 (104)
出版家应当做现代新型儒商	戴斗勇 (108)
建立适应市场经济的编辑体制	
——编辑室改革之我见	丁春玲 (116)
WTO 与出版业管理角色定位	乔 丽 (121)
出版社编务系统的信息化	韩 晗 (126)
从图书生产各环节把好图书质量关	林炳清 (132)
资讯时代下的编辑理念	张小娟 (137)
浅谈与版权代理纠纷有关的法律问题	郑舜钦 (143)
加入 WTO 对出版社版权	
工作的影响及对策	应中伟 (148)
外面的奶酪香又甜	
——兼谈引进版权的胆识和技巧	李 哲 (154)
WTO 与中国版权产业的发展	姚敬美 (162)
WTO 与中国的版权保护	苑景会 (173)
加入 WTO 后引进版图书的操作	谢 芳 (182)
试论中国版权制度的国际化	蒋鸿雁 (187)
培育 WTO 同温层, 营造图书市场“高速公路”	
——中国图书发行改革的几点思考	陈剑娜 (203)
试论 WTO 背景下的图书营销策划	刘志松 (208)

加入 WTO 对中国知识产权

的影响	廖 译 来小乔 (214)
浅谈计算机网络与编辑工作	卢雪华 (231)
利用因特网提高编辑工作效率	袁 颖 (237)
充分利用出版资源, 迎接网络出版	吴雪涛 (241)
网络出版成世界潮流 电子书	
将成流行时尚	何丽云 (249)
如何利用互联网获取选题信息	王 磊 (254)
浅谈编辑的英语学习	陈植荣 (258)
浅析出版社网站建网	陈伟平 (262)
对少儿读物出版现状的一点思考	
——兼谈国内国外少儿读物的比较	龚 瑰 (271)
WTO 与学人书店	王秀燕 (278)
知识经济时代美术刊物	
面临的挑战和对策	白 榆 (284)
试论大型购书中心的市场营销作用	邱建华 (289)
“入世”后图书营销的思考	刘 茵 (296)
出版社库存分析及其处理对策	何宝贤 (300)
用系统方法分析图书出版的过程	黄 玲 (305)
纸、设计与其他	陈国梁 (310)
图书广告促销的研究	张 珂 (315)
网络时代与图书市场营销	周 畅 (320)
WTO 状态下的英语图书编校	翁红宇 (324)
新时期加强校对队伍建设的思考	朱彩翩 (330)
WTO 的挑战与我国图书的装帧质量	陈 炯 (335)

“入世”与出版社的当务之急

——略论出版社“三项制度”的改革
旷 昕

一、引 论

中国已经加入 WTO，根据“世贸”组织多边贸易体制“四大协定”形成的“四大原则”，即非歧视原则、市场开放（准入）原则、公平贸易原则、权利与义务平衡原则，中国出版业面对的是世界大市场背景下的前所未有的挑战和机遇。“挑战是严峻的、现实的，也是不容回避的”。挑战是多方面的，“既有政治的，也有经济的；既有来自国内的，也有来自国外的；既有来自行业内的，也有来自行业外的；既有体制和机制上的也有科学进步和技术发展上的。”

概言之，竞争集中体现在资本和人才的竞争！其他种种方面的竞争最后落实在这两个方面。可以说这两个东西互为条件，互相呼应，相得益彰，横行天下。行业外和国外的资本觊觎出版行业久矣，惟恐无缝进入；而人才在很大程度上是由资本配置和调遣的。有了人才，政治的、经济的、科技的、机制的甚至包括体制的竞争力都在其掌控之中。归根到底，竞争以人为根本和核心！正如石宗源署长指出的那样，“‘入世’之后，国外资本将利用其强大的资金优势，与我们展开激烈的甚至是残酷的人才竞争”。

机遇蕴含在挑战——竞争之中，只有直面挑战，勇于和善于

竞争，才能抓住可能一去不复返的机遇，从而求得新的生存与发展，进而融入国际出版产业大市场，应对 21 世纪国际出版业的全球化和数字化这两大不可逆转的趋势；否则在“入世”后的“过渡期”内就可能有相当一批出版单位生存困难，终而濒临倒闭。

欲求新的生存和发展，我们的战略方向无疑是，尽快建立现代企业制度意义上的新型的出版企业或按照现代企业制度要求来管理和运作的新的“事业法人”单位。而根据中国国情，在现有管理体制下，当务之急是深化内部经营机制改革。这是惟一通路。发展是主题，改革是手段。“改革的核心是体制创新和机制转变”。然而深化内部机制改革，根本的和基础的是人事制度的改革，人事制度又可分为干部人事、劳动用工和分配激励三项制度。

二、内部机制改革的两个前提

1. 在相当时期内出版业的主导意识形态主体地位和国家专营性质不变。只有坚持这个前提，才能保证出版业坚持先进文化的前进方向，保证出版产业国有的主导地位，保证党的宏观调控作用。

2. 无论出版社是事业或企业法人，都应确立“法人制度”，实行“法人治理”制。由此而确立出版社的市场“主体”地位，保证出版社在法律约束下，自主享有民事权利、承担民事责任，保证其法定代表人的法律地位。只有坚持这一前提，才能保证出版业坚持先进社会生产力的发展要求，才能保证出版社的经营符合出版产业自身规律和社会主义市场经济规律。

在中国加入 WTO 的新时代背景下，这两个前提尤为重要。

三、干部人事制度的改革是根本

人为万物之灵，凡事以人为本。凡事因人的优劣而兴废，亘古不变。如前所论，竞争之根本是人才，人事制度的改革为改革之本。

首先要遵照中央《深化干部人事制度改革纲要》的原则及各地已出或将出台的相应的具体方案（如深圳市委《关于进一步深化干部人事制度改革的意见》及十个配套文件）的要求，尽快地建立一套新的出版企事业单位人事制度。其目标模式简言之：首长负责，目标管理；职位聘任，能上能下。其核心是保证各岗位（职位，下同）用上最适合本岗位职务的优秀人才。这是改革之本。具体而言：

1. 由法定代表人组阁，实行首长负责制，法定代表人由主管主办单位委任或聘任，法定代表人对主管主办者负责。主管主办者对法定代表人实行任期目标责任制管理。

2. 干部岗位（职位）聘任制和配套的任期目标责任制。法定代表人以下包括副职和中层干部由法定代表人聘任，对法定代表人负责。以废止终身任职、只能上不能下等严重阻碍生产力发展的弊病。

3. 建立新的岗位（职位）系列，可分为行政管理、专业技术、后勤辅助三类职位，全体员工按这三类职位聘用，构建新的等级架构。

只有这样做，才是真正重视人才，尊重个人；只有首先重视人才，尊重个人，才能激发出出版社发展的原动力。正如被美国《幸福》杂志评选为“最值得为之工作的企业”的BMC主管人事副总裁威尔逊所言：“将众多规矩中的第一条尊重个人做好了，其他一切就好办了。”

四、劳动用工制度的改革是关键

干部人事制度改革，解决了中上层即单位架构问题，接下来必须靠劳动用工机制来运行这架机器。其目标模式简言之为：按需设岗，竞争上岗；全员聘用，能进能出。具体而言：

1. 岗位和职数根据本单位生产能力和规模，按市场化和行业规律要求设置。彻底摆脱行政机关和计划经济条件下的习惯模式，决不多设机构滥设岗位（职位），以消除内耗和降低成本。我国出版业最薄弱的“市场营销”及其部门的重新设计就最值得琢磨和重点考虑。“在市场经济条件下，谁控制了市场，实际上意味着谁就能制约甚至控制编辑和出版。”

2. 竞争上岗，优胜劣汰，化消极为积极。根据设定的岗位（职位）特性，设计出科学的可操作的职位任职条件和职责模式，即竞争上岗的标的——考核目标评价。

各职位公开招标，竞争上岗。那些直接与市场接轨、直接决定经济效益的部门职位应首先实施。可以允许旧机制下的人员重新上岗，但决不允许“终身制”地继续留用。

以此形成优胜劣汰的机制，将可用之人选拔出来，化解当前用人方面的许多“不正之风”，即人为干扰因素和过去积累的种种消极因素，同时产生化消极为积极因素的激励作用。

3. 法定代表人以下全体员工均由其进行聘用——全员劳动合同制，解决能进能出问题。劳动合同制与干部聘任制并行并重，各司其责。

4. 人员与部门间相互的“择优组合”与“双向选择”相结合，以“择选组合”为主的员工配置机制。

内设机构——部门及其下设部门是出版社的基本生产单位，是生产一线，因此，首先由部门负责人根据生产的需要和员工的职业技能和素质，扬长避短，又考虑其潜在价值，择优组合员

工。同时，员工自愿选择部门和岗位。这样做既尊重部门负责人
的意志，又尊重员工个人意愿。

组合剩余的“自由人”采取社里安排和个人自愿相结合，可
以重新上岗，亦可自谋职业。这样做才能消除目前国有企业单位
普遍存在的员工良莠不齐，养懒散闲人，爱干不干由他且奈何不
得的现象，解决能进能出的问题。

5. 评聘分离，实行业绩考核制与“高低聘用”制相结合的
机制。员工业绩考核以年度为单位，考核出不同等级，根据考核
状况打破现有技术资格等级，实行技术职务的高或低聘一级。连
续或累计几次低聘的，则实行下岗转岗或自谋出路。解决待遇能
高能低和末位淘汰的问题。

五、分配激励制度的改革是动力

存在决定意识，物质决定精神。对于生产岗位上的人——员
工而言，个人物质利益——收入的合理与否，决定着其主观能动
作用——智力和体能的发挥程度，从而直接决定着其岗位目标效
益和企业效益的好坏。

基于出版业产品的特殊性，出版社的效益，包括社会效益和
经济效益两方面，而社会效益是第一位的。概言之，图书的获大
奖、创品牌、重大的社会声誉、重要的文化价值及经济效益均是
出版社的效益的具体体现。

分配包括薪金和奖励两大部份，其作用主要是激励。改革后
的分配激励机制，其目标模式简言之：岗位中心，效益依据，
奖罚并重，能高能低；效率优先，兼顾公平。具体而言：

1. 科学设计和确定各部门指标考核体系。指标考核体系的
建立，按市场经济的要求，以最大限度地调动各岗位员工积极性
和各部门协调运作以产生最大效益为两个基本原则。确定部门考
核指标，然后，层层分解落实，直至个人。

这一工作至关重要，可以说是分配激励制度改革的首要条件。

2. 以岗位为中心，分配到岗位。拉大级差和岗位性能差，不搞平均主义。根据不同性质的部门和岗位的各自特点，区别脑力与体力劳动、管理与被管理工作，体现管理、技术、责任等生产要素参与分配的精神，向优秀人才和关键岗位倾斜。进而明确规定与其责任、义务相对等的薪金分配标准。

3. 效率优先，奖励到目标。根据岗位达标的情况，奖与罚并重。对完成和超额完成及未完成岗位目标的，分别予以奖励和处罚。这是对“分配到岗位”的补充。

4. “以书兴社”，重奖好书。对获得重大双效的图书，必须重奖，不折不扣；对于问题图书，分清责任，必须重罚，同样不折不扣。

图书生产经营的特点决定，一个出版社的社会声誉好坏，出版资源的开发利用程度，市场份额的占有水平，产品品牌即商誉及相随的两个效益的好坏，等等，比其他任何产品更大程度地取决于其产品——图书的优劣，往往是“一书兴社，一书败社”，毫不夸张。因此，应大力鼓励多出好书，大创品牌。而真正获大奖、创大利、成名牌的尖子产品毕竟少而又少，可见更应重奖。奖励应形成固定的机制，不能言而无信。言而无信的消极作用是成几何级数增长的，因此对于问题书决不姑息手软，应从社领导开始逐级承担相应责任，直到处罚主要的直接的责任人。

5. “水涨船高”，设年度整体效益奖。根据每个财政年度出版社赢利情况，按一定比例提取奖金，以岗位定系数，进行差档分配；其奖金比例完全根据赢亏状况而定。

总之，转变经营机制，踏踏实实地搞好“三项制度”改革，才能激发全体员工特别是中层和业务骨干的创造性和生产力，“使我们的新闻出版单位具有留人留心的事业吸引力和物质基

础”，这样的出版社才能在新的历史条件下，获得新的生存和发展。如果“搞花架子、不干实事”；“弄虚作假虚报浮夸、明哲保身不思进取和以权谋私腐败变质”，“后果将不堪设想”。

参考文献：

1. 石宗源：《认真落实五中全会精神，坚持先进文化的前进方向，推动新闻出版业在新世纪的更大发展》2001. 1. 11.

2. 石宗源：《艰巨的使命，光荣的职责》，《中国出版》2001年，6期。

（作者单位：海天出版社）

把握自身 积极应对

——浅谈加入 WTO 后出版业的应变

曾莹

加入 WTO 后，中国的各个经济领域将进一步开放，作为“世贸”组织三大支柱之一的知识贸易的一部分，中国的出版业也将受到一定冲击。和别的行业一样，业内人士一时认识不一，有叫“狼来了”的，也有不以为然的，笔者以为，虽然出版业因为政府政策层面及文化背景等特殊因素，不会像某些传统货物贸易如汽车、纺织、农产品这样的行业一样受到震幅较大浪潮式的冲击，但是出版业在经营的理念和方式、产业化的思路及具体运作上都可能受到一定的影响。出版业必将重新洗牌，我们现在需要的是能正确而清醒地对我国的出版业现状进行评估，认清形势，准确地对“入世”后可能出现的情况进行预测。

一、“入世”协议与出版业有关的内容及其影响

“入世”协议中与出版业有关的，主要包括在规范服务贸易和知识产权保护的内容内。在国际经贸交往中，出版属于服务贸易。WTO 的统计资讯局（SISD）把全球服务部门分为 11 个大类、54 个小类。在 WTO 关于服务部门的分类中并没有把出版作为一个单独的服务部门列出，而是把它所提供的各类服务分别列入商业服务、通讯服务和娱乐、文化与体育服务之中。这就是说，有关所有出版物的销售服务均包含在商业服务之中。

音乐唱片和录像带的制作、出版服务主要包含在通讯服务业

的视听服务之中。网上出版服务则归入通讯服务业的电信服务之中，其他有关出版服务的内容则列入娱乐、文化与体育服务之中。

“入世”协议中有关商业服务的条款，是逐步取消对外国企业分销大部分产品的限制。随着图书分销权的放开，市场的准入，整个中国图书市场的格局将会发生很大的变化。根据中美关于 WTO 谈判协议，2001 年中国将开放图书零售市场，2003 年将开放图书批发市场，也就是说，“入世”对中国出版业影响最大的就是图书市场。新华书店至今仍是一统天下，但自身发展慢，我们至今未能培育出一支足以与新华书店竞争的销售力量，一旦允许海外大型集团以其实力上、资金上的优势，将会迅速地占领我国市场很大一块份额；随着音像制品分销权的放开，中国音像出版业将受到进一步的冲击，中国的音像制品销售渠道相比于图书销售而言，更为弱小，同时，对中国网上出版和电子商务的发展也会造成很大的影响，国内目前还没有一个比较成规模和成熟的出版网站，国外公司在资金和经验上的长处会帮助他们取得制高点。

在知识产权保护方面，WTO 在总理事会下专门成立了知识产权理事会，负责监督与贸易有关的知识产权协议运行情况。WTO 的知识产权协议在《巴黎公约》、《伯尔尼公约》、《罗马公约》、《集成电路知识产权公约》的基础上，为国际贸易中的知识产权保护，制定了一系列新的标准和制度。

在 WTO 协议中，知识产权保护的范围为专利、版权及相关权、商标、工业品外观设计、集成电路布图设计、未公开的资讯（包括商业秘密）、地域标志（包括原产地标志）。与出版有关的主要是版权及相关权。版权保护的标的包括文学、科学和艺术作品，此外还有表演、录音、录像和广播制品以及计算机软件等。一部享受版权保护的作品必须是原始创作。版权分为著作人身