

王耀先 主编

出版 社的 经营 管理

辽宁教育出版社



494760



494760

王耀先

主编

出版 经营 社的 管理



辽宁教育出版社



图书在版编目 (CIP) 数据

出版社的经营管理 / 王耀先著. — 沈阳: 辽宁教育出版社, 1996. 8

普通高等教育编辑出版类规划教材

ISBN 7-5382-4656-8

I. 出… II. 王… III. 出版社-企业管理 IV. G231

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (96) 第 12699 号

G231

W Y X

10

普通高等教育编辑出版类规划教材

出版社的经营管理

Chubanshe De Jingying Guanli

王耀先 主编

辽宁教育出版社出版
(沈阳市北一马路108号)

沈阳七二二工厂印刷

字数: 248,000 开本: 850×1168^{1/32} 印张: 10^{1/2} 插页: 4
印数: 1—5,000

1996年10月第1版

1996年10月第1次印刷

责任编辑: 李晓晶

版式设计: 赵怡轩

装帧设计: 子木 王艾

插图: 金姗姗 张辉

韩力

责任校对: 刘隽 陈文本

ISBN 7-5382-4656-8 / G · 3718

定价: 18.00 元

如发现印装质量问题, 请与印刷厂调换

编辑出版教材领导小组成员名单

组 长：桂晓风

顾 问：王 益 卢玉忆 袁 亮 宋镇铃

副组长：陆本瑞 王耀先 尤广巽 于金兰

成 员：阙道隆 庞家驹 袁继萼 石家金

秘 书：柏 楠

编辑专业高等教材编审委员会名单

主 任：阙道隆

委 员：王振铎 司有和 向新阳 吴道弘

杨 耶 李 苓 宋原放 庞家驹

袁继萼 高 斯 徐柏容 黄 丹

出版专业高等教材编审委员会名单

主 任：王耀先

委 员：王仿子 毛 鹏 巢 峰 孙传耀

吉少甫 肖东发 张 敏 周 谊

赵 航 聂玉海 徐有富 徐召勋

柏 楠

序 言

新闻出版署编辑出版教材领导小组主持的编辑出版专业高等教材，现在陆续与读者见面了。这套教材的问世与使用，对于进一步巩固高等学校编辑出版专业的建设，以及推动出版教学质量的提高无疑具有重要的意义。

出版工作是宣传思想战线的重要组成部分，在社会主义现代化建设的新时期，肩负着重大的历史责任。1995年1月，江泽民总书记在中南海与出席全国宣传部长会议的同志座谈时指出，要切实重视宣传思想工作队伍的建设，不断提高这支队伍的政治业务水平，努力培养一批全面掌握建设有中国特色社会主义理论、学贯中西、联系实际的理论家，一批坚持正确方向、深入反映生活、受到群众喜爱的名记者、名编辑、名主持人，一批熟悉方针政策、社会责任感强、精通业务知识的出版家，一批紧跟时代步伐、热爱祖国和人民、艺术水平精湛的作家、艺术家。不言而喻，这给出版教育和培训工作提出了很高的要求，寄予了很大的希望。

把出版业办成出色的行业，使出版业在一定程度上承担起思想道德和科学文化知识教育的任务，自然需要把立足点转移到出版业从业人员的教育上面来。改革开放以来，出版业迅猛发展，编辑和经营管理人员在政治素质和业务素质上都存在着很不适应的问题，这就使得这项教育任务更为紧迫。正是鉴于这种紧迫性，80年代以来，出版管理部门加

强了出版教育的规划和部署。把出版教育纳入国家正规的高等教育的范畴之内，是这一规划和部署的重要环节。今天回过头来看，在高等院校设置编辑出版专业似乎理所当然。但在当时，这却是一件颇有争议的事。有些人否认编辑出版业具有学科体系，甚至否认编辑出版业有学。但在出版界和教育界双方人士的共同努力下，编辑出版专业终于在高等院校站稳了脚跟，并在十多年间取得了可观的成绩，这套教材的出版可算是它的一项新的成果。许多发达国家和新兴工业国家自六七十年代以来，就已经在高等学校设置了编辑出版专业或开设专业课程，有的还设立了出版或印刷学院。这种情况说明，编辑出版业的正规教育已经成为世界性的潮流。了解这一情况，我想对于我们继续办好编辑出版专业是会有所裨益的。

教育的目标是培养德智体全面发展的有理想、有道德、有文化、有纪律的社会主义新人，这一教育目标自然同样适合于出版教育。如果有什么区别的话，那只是对于出版从业人员来说，“四有”标准的要求应当更为严格。据有些调查材料反映，80年代以来，编辑出版队伍，尽管在文化结构层次上有所提高，但思想和业务素质仍然难以适应出版事业发展的要求。从这一现实状况出发，尽管出版业是一个综合性很强的行业，需要重视对于从业人员的科学文化知识的教育以及新兴科学知识的再教育。学习新知识，掌握新本领，开拓新局面。同时不能放松思想道德和编辑出版专业知识的教育。一些地区和出版单位由于抓紧了对于编辑出版工作者的思想道德、科学文化知识和编辑出版专业知识的全面性的教育要求，在培育人才上取得了显著成绩，他们的经验是值得注意的。当然，由于出版教育还处在初创阶段，以及其他一些原因，整体说来，存在着一些亟待解决的问题，我们期望在社会各界人士的监督和帮助下，在全体编辑出版工作者

的共同努力下，出版教育将日益走上健康发展的轨道，并逐步形成结构健全、正规教育与岗位培训并重的较为完善的出版教育体制。至于这套高等教材，我希望随着编辑出版专业学科设置的逐步齐全，继续按照规划抓紧编写，以期能够形成较为完整的编辑出版教材系列。已经编印的教材，在使用过程中，当集思广益，及时修订。经过多年努力，如果能够保留一批常备教材，那就是出版教材建设的一个重大收获了。

张先

1995.4.10

出版前言

随着我国出版事业的繁荣和发展，编辑出版人才的培养和队伍建设日益显示其重要性和紧迫性。特别自高等学校设置编辑出版专业以来，不仅对编辑、出版学科的建设提出了更高的要求，而且办学过程中迫切需要有一批系统、全面、准确地总结和反映我国编辑出版工作规律、具有完整的学科体系和自己特色的教材。为了克服教材的脱节和滞后现象，使教材工作能同编辑出版专业建设同步发展，经新闻出版署批准，于1989年5月成立了编辑出版教材领导小组，同年8月在烟台召开编辑出版类高等教材规划座谈会，制订了《关于编辑出版专业高等教材编写出版规划初步方案》。在这次会后，相应成立了编辑和出版两个专业教材编审委员会。1990年5月和1991年4月，又先后在杭州、洛阳召开编审委员会联席会议，讨论了两个专业教材编审委员会的工作条例以及教材编写的质量和体例要求。此外，还讨论了《书籍编辑学概论》、《期刊编辑学概论》等十多本教材的编写提纲，落实了编写出版的具体规划。此后，编辑出版专业教材的编写工作陆续展开。这套教材是新闻出版署教材建设中的重点项目，已于1992年列入国家教委高等专业教材的“八五”规划。

教材的编写应该根据课程设置、教学计划和教学大纲等，对各部门课程内容的深度和广度大体有个统一的要求，以

便更好地实现培养目标。尽管我们几所高等学校的编辑出版专业起步较晚,目前尚无统一的教学计划和大纲,学科的建设也还处于逐步完善的过程中,但教材的编写,仍要尽量结合有关高等学校设置的编辑出版专业所确定的培养目标、教学计划和课程设置,努力做到既有科学性,又有适教性。为此,我们在与一些大学教师和曾在高校授过编辑出版专业课的出版社老编辑反复酝酿、协商之后,先确定了18门专业课的选题。其中编辑学方面的教材8本,即《书籍编辑学概论》、《科技书籍编辑学教程》、《期刊编辑学概论》、《中国编辑出版史》、《科技工具书及其使用》、《社科中文工具书使用》、《编辑实用语文》、《编辑应用写作》,基本上是按大学本科的办学层次所必需的专业性课程开列的;出版管理方面的教材10本,即《出版学概论》、《出版社的经营管理》、《出版法概论》、《著作权法概论》、《计算机在出版工作中的应用》、《印刷基础及管理》、《书籍装帧设计教程》、《校对业务教程》、《图书发行教程》、《外国出版概况》,则是从我国目前多数出版单位岗位设置的现实情况出发,按大专办学层次开列的(其中有的选题是两个专业通用的,个别选题在实施规划过程中也还会有所调整)。总的来看,这些教材大体上是与国家教委高校专业目录中提出的培养目标、业务要求、主要专业课程相吻合的,也是为目前高等学校的教学和各出版单位在职干部的培训以及个人自修提高所迫切需要的。当然,这18本教材的覆盖面尽管已考虑到史、论、技等各门知识学科,但毕竟还不能涵盖全部,以后随着学科建设和编写力量的加强,还可以陆续补充。

教材质量的提高,有赖于出版科研和教学工作的发展以及学科建设的不断完善。编辑出版学科还比较年轻,教材的建设也刚刚起步,因此,这批专业课教材无疑会有缺点和不足,这就需要在试用过程中不断修改和完善。希望广大读者

和编辑出版专业的教学、科研人员，对教材提出补充修改的宝贵意见。相信经过各方面的努力，不仅会使本套教材在教学实践中成为更新和充实教学内容、提高教学质量的新起点，同时在加强出版理论研究和促进学科发展的过程中，能起到一点投石激浪的作用。

这套教材的出版任务全部由辽宁教育出版社承担，对他们的大力支持和协助，我们谨表谢忱！

新闻出版署编辑出版教材领导小组

1994年6月28日

目 录

序 言	于友先
出版前言	新闻出版署编辑出版教材领导小组
第一章 总 论	(1)
第一节 出版的涵义及社会功能	(1)
第二节 出版物的性质	(5)
第三节 出版工作及出版系统	(10)
第四节 出版社的门类、特性及其管理体制	(17)
第五节 经营管理的涵义、属性及出版社经营 管理的基本内容	(27)
第二章 出版社的经营目标及目标管理	(33)
第一节 出版社的经营目标	(33)
第二节 出版社的目标管理	(39)
第三节 出版社内部的岗位责任制度	(55)
第三章 出版社的组织建设	(62)
第一节 出版社的组织机构	(62)
第二节 出版社的领导制度	(74)
第三节 出版社的人事制度及其改革	(82)
第四节 出版社人员的职业道德	(97)
第四章 出版社的图书经营计划及编印工作 的计划管理	(101)
第一节 出版社图书经营计划的涵义及新形势	

的特点	(101)
第二节 出版社的长远规划	(104)
第三节 年度出版经营计划及编印工作 的计划管理	(111)
第四节 计划实施中的时间效应及基础工作	(128)
第五章 出版社的发行管理及图书的营销策略	(136)
第一节 新时期出版社发行工作的基本任务	(136)
第二节 出版社的发行管理	(140)
第三节 图书出版发行中的若干营销问题	(144)
第四节 图书的出版信息反馈	(155)
第五节 出版社发行工作队伍的组织建设	(158)
第六章 出版社的出书质量目标和全面的 质量管理	(162)
第一节 出版社的出书的涵义与目标	(162)
第二节 图书全面质量管理的涵义及一般 工作步骤	(165)
第三节 质量管理中的教育培训和组织系统	(168)
第四节 出版社出书质量的评价标准	(171)
第五节 对图书质量的分析和控制	(182)
第七章 出版社的经济效益目标及财务管理	(195)
第一节 出版社的经济效益及财务管理 的基本目标	(195)
第二节 出版社资金的筹措	(198)
第三节 出版社流动资产的管理	(201)
第四节 出版社固定资产的管理	(216)
第五节 图书出版的成本、定价和利润	(219)
第六节 出版社的财务报表	(231)
第八章 国际合作出版	(238)
第一节 国际合作出版的时代背景	(238)

第二节	国际合作出版的性质、作用与 主要方式	(246)
第三节	国际书展	(265)
第四节	出版社国际合作的管理	(275)
第九章	出版社经营管理现代化	(283)
第一节	出版社经营管理现代化的意义 和近期目标	(283)
第二节	如何建立出版社管理信息系统 —PMIS	(287)
第三节	如何应用好出版社管理信息系统	(306)
第四节	出版社经营管理现代化的发展前景	(309)
参考文献		(315)
后 记		(317)

第一章

总 论

出版社的经营管理是出版业经营管理的一个组成部分，属于综合出版单位微观经营管理活动的范畴。对它的研究首先涉及出版业和经营管理两个方面的性质、任务及其现代化发展，又与国家对出版业的宏观管理体制和政策要求密切相关，力图使这些总体性要求贯穿于出版社这个基层单位的经营管理活动之中。因此，本章仅就这几个方面的一些基本概念作些说明，最后归结到中国对出版社的管理体制和出版社经营管理的一般内容。

第一节 出版的涵义及社会功能

出版是选择作品向公众传播的社会行为。出版业的形成和发展历史表明，出版内涵和社会功能是随着科学技术和人类社会发展而不断扩增的。中国大体经历了四个阶段：

汉代以前，虽然已有一千多部作品、书籍问世，但那时的书籍复制靠刻写手抄，用料是金石竹木等自然物质，传播数量极少，编、制过程几乎都由作者承担，虽也对保存古代文化有一定作用，但说不上向公众传播、有真正的出版工作，最多只能说有了某些出版活动的萌芽。

西汉出现了可交换书籍的书肆、槐市，东汉又出现了便于复制使用的纸张，隋唐时期还出现了雕版印制术，并在宋时由毕昇发展成活字印制。这就使书籍的复制、传播条件大为改善，印制和传播的数量得以增加，书籍的内容、品种和

装帧形式等也不断有新的发展，从事出版活动的人员日渐增多并逐步有了分工，形成专门从事编修、复制和发行传播的机构。于是，出版作为一个印书的行业开始成型。在功能上不仅有保存和积累科学文化的社会作用，而且传播各种知识信息的功能在逐渐发挥和加强，逐步得到历代官方、寺庙和民间的普遍重视。到明清时期，有的官办出版机构已有千人以上的规模，并曾编印出版如《永乐大典》、《四库全书》等大型丛书。但这一阶段虽历时千年以上，出书总品种累计达18万多部，但出版产品仍主要都是图书，复制主要是纸质印制，出版的内涵没有质的变化。

1840年鸦片战争以后，随着帝国主义入侵和国内革命形势的发展，西方的铅印技术传入我国，各种社会力量竞相宣传他们的主张，社会对出版物出现了新的需求。于是具有较强宣传功能的报刊和小册子相继出现，印制和传播数量也急剧增多，反映现代科学技术和马克思主义革命理论的图书得到迅速发展，出版工作不仅在积累和传播科学文化知识上继续发挥着巨大的作用，而且在思想、宣传和教育方面的功能也得到了极大的发挥，成了各种社会政治力量不可缺少的重要工具。“五四”运动时期，仅1919年全国各地新出版的报刊就达500余种。中华人民共和国建立以来，党和国家对出版工作高度重视，书刊报的出版机构和出版物数量都迅速得到成倍的增长。文化大革命期间遭到破坏，但到1979年，全国出版社约达140家，年出书17215种，出报69种，刊物1470种。出版物的门类有了增加，出版的内容和社会功能也有新的发展。但是，从出版物所用的信息符号、物质载体和复制、发行手段看，都仍没有进一步的突破，人们对出版的涵义仍一直只与纸质印制和图、书、刊、报相联系，《辞源》1939年版称它是“用机械或其他化学材料印刷文书图画出售或散布等。”《辞海》（1979年版）称它是

“把著作物编印为图书报刊的工作”。因此，尽管在这一百多年中社会经历了多次大的变革，但从出版的涵义看仍没有质的突破，在这种意义上可以仍作为一个发展阶段对待。

党的十一届三中全会以后，随着科学技术和国家现代化事业的迅猛发展，出版业则开始进入了一个崭新的现代化发展时期。不仅纸质印制出版活动大放异彩，从铅印走向照排胶印，从单色平装走向彩色精装，出版单位及书刊报的数量和质量都有极大的增加和提高，而且从无到有地迅速兴起了音像制品、缩微制品、计算机软件制品以及多媒体光盘等各种新型的出版物门类。到1995年专门的音像、电子出版单位已迅速发展到了300家以上，出版社增加到560多家，年出书10万多种，报纸2000多种，刊物8000多种。出版工作不仅在思想宣传和科学文化的积累传播上发挥着日益巨大的作用，而且对丰富人民的精神文化生活也有越来越大的影响。随着电视机、计算机的日益普及，许多音像制品和电子出版物进入家庭，成了人民群众业余文化生活中不可缺少的内容。中共中央、国务院1983年在加强出版工作的决定中充分肯定了出版业的重要历史作用，而且指出：“社会主义现代化建设的新形势，把出版工作推到了我党我国历史上前所未有的重要地位。”并认为：“出版事业的发展，既是社会主义精神文明建设的重要方面，又是物质文明建设的组成部分和重要条件。思想建设、文化建设和经济建设、政治建设，都同出版工作密切相关。”出版工作还是“为最广大人民群众服务的，具有广泛的群众性。”此外，随着国家开放政策的实施，中国出版工作的国际影响也日益提高。1992年，中国参加了两个世界性的版权公约——《伯尔尼公约》和《世界版权公约》，国际间的出版交往与协作也在迅速发展，中国对出版涵义的认识开始正式与国际接轨，新中国正式颁布的著作权法肯定了出版涵义上这个具有重要历史意义

的新突破。

1. 现代出版的涵义

按照国际通行的说法,现代出版的涵义是指“把可供阅读或通过视听可以感知的作品,以有形的形式加以复制,并把复制品向公众传播的行为”(《世界版权公约》)。我国著作权法实施条例也规定,“出版指将作品编辑加工后经过复制向公众发行”。条例对作品也明确包括文字、图形及音乐、美术、录像、计算机软件等多种门类。所以,现代出版的涵义,只规定了选编作品、组织复制和向社会传播三个基本要素,只要求将作品作成有形的形式,并以复制品向公众传播,而对作品的表现形式没有限制,对复制方式及物质载体、对传播方式也没有限制,于是各种新的传媒形式都可概括到这个涵义之中。它大体涵盖了当代科学技术可以制作的各种出版物门类和可以实现的各种出版工作内容,包括音像制品、计算机软件制品和印刷、录制工艺以及纸张、胶磁带片载体等。这是对传统出版涵义的重大突破。

2. 现代出版的社会功能

现代出版的社会功能综合了各个历史阶段实现的各种作用,主要有:

(1) 宣传思想。这是一切社会统治阶级和革命势力都重视发挥的能力。在当代中国,特别需要出版社宣传马列主义、毛泽东思想,宣传邓小平同志建设有中国特色的社会主义理论,为各项工作提供精神动力,为社会创造良好的舆论环境。这种作用得到了党和国家的极大重视。

(2) 交流传播科学文化信息,为社会提供智力支持,促进社会的经济、文化、科学等各方面事业的现代化发展。现代化的一切部门和活动都是在相互交流信息、借鉴和推广先进经验的基础上发展的。一本书救活了一个工厂,一篇文章引发了一项发明,是屡见不鲜的,在信息社会中这种作用得