

上海市出版协会

◎ 编纂

上海出版研究丛书

上海高校 出版方略

SHANGHAI GAOXIAO CHUBAN FANGLUE

 復旦大學出版社

上海出版研究丛书

上海高校
出版方略

SHANGHAI GAOXIAO CHUBAN FANGLUE

 復旦大學出版社

图书在版编目(CIP)数据

上海高校出版方略/上海市出版协会编纂. —上海:复旦大学出版社,2016.3
(上海出版研究丛书)
ISBN 978-7-309-12065-3

I. 上… II. 上… III. 高等学校-出版社-研究-上海市 IV. G239.22

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第002871号

上海高校出版方略

上海市出版协会 编纂
责任编辑/郑越文

复旦大学出版社有限公司出版发行
上海市国权路579号 邮编:200433
网址:fupnet@fudanpress.com <http://www.fudanpress.com>
门市零售:86-21-65642857 团体订购:86-21-65118853
外埠邮购:86-21-65109143
常熟市华顺印刷有限公司

开本 787×1092 1/16 印张 15.25 字数 310 千
2016年3月第1版第1次印刷

ISBN 978-7-309-12065-3/G·1565
定价:40.00元

如有印装质量问题,请向复旦大学出版社有限公司发行部调换。
版权所有 侵权必究

上海市出版协会

◎ 编 纂

上海市出版协会

◎ 编 纂

编委会名单

编委会主任：徐 炯

编委会成员：

徐 炯 赵昌平 贺圣遂 卢辅圣 翁经义 朱杰人
庄智象 邓 明 周舜培 阮光页 孙 晶 马 加

执行编委：

赵昌平 马 加

总序

上海市出版协会第六届理事会和秘书处，发起并组织撰写《上海出版研究丛书》，由赵昌平理事长领衔，出版界多位前辈、中坚襄助，历经两年努力，业已编成首批三种。这是一项非常有意义的工作。具体来说，意义在于倡导一种理念：出版人和出版单位都要重视总结得失、积累经验，为自己构筑不断进步的台阶；同时倡导一种方法：以撰写案例的形式保证和提升经验总结的质量，把台阶筑得坚实。

先说理念。

两年多前我才从报业转到“面熟陌生”的出版业，尽管对情况的了解还谈不上深透，但也发现了一些共性的问题。我做报纸时，一再感慨报人和报社有个通病：对于总结得失和积累经验不很重视，甚至很不重视。比如年年做全国“两会”报道，于事前的策划和事中的采写编辑投入大量精力，但基本没有事后——所谓总结，多是潦草应付，无非开个会，大家随便说说，老生常谈为主，即便有人说出三四条有价值的新经验或新教训，旁人当时点头赞同，会后却很快忘记；很少留下记录，留了记录也扔到一边。结果，下一年的策划总是面对一张白纸从头再来。尽管这类重要报道会有若干“富有经验”的人参与，理论上他们能够利用以往的经验、教训，优化这一次的策划、提升这一次的执行，可是如果以往未曾认真总结，经历丰富也未必能“富有经验”。

出版人和出版社是不是同样如此？因为并非“实践出真知”，不敢贸然下结论，但至少，以我同时参与新闻类和出版类高级职称评审工作的感受，出版类参评者提交的编辑业务论文的质量，总体上还不如新闻媒体类。不少业绩很不错的出版社编辑，论文却平平。据说是“忙得没时间写”，但正如有一次赵昌平先生正色批评的那样：评职称有几年准备，

而论文也就要求提交一两篇，难道真忙得找不出一点时间？

我们做一项工作，总有双重收获，既得到有形成果：一本书、一次营销，等等；又得到无形成果：经验和教训。但我们往往看重前者而忽视后者。对工作中的得失善加总结，是为自己不断上进构筑台阶。事业有成的人，一定如此。

出版单位欲求发展，同样需要构筑这样的台阶。为此就要督促、鼓励员工总结、积累经验，更要把个体经验转化为集体经验：一项工作完成后认真总结、记录并建档，以相宜的形式，比如将它们放到内部网络上，供大家分享，特别是让新人和此前未做过同类工作的员工学习、参考。

我们如今经常说要建设“学习型组织”，但似乎并没有全面、深入地去领悟它的含义，甚至望文生义。“学习型组织”，当以自我总结和分享经验作为关键的学习形式，而不能只是定期不定期地请外人来讲一课。对员工来说，总结得失是自我学习，同事间分享的经验，是最能贴合工作所需的教材。对单位来说，“重视人才”就应营造这样的学习氛围；就应该珍视每个人努力得来的经验，不因不重视总结留存而使这笔重要财富流失。

再说方法。

由于不重视，我们在总结得失、积累经验的方法上存在问题。《上海出版研究丛书》选用“案例”形式来组织内容，倡导了一种新方法，比较能够保证总结的质量。

说完全不重视“总结”倒也不尽然。某项工作完成之后，若要写出“总结报告”呈交上级部门或者在表彰会上宣读，恐怕就不会敷衍，往往还很用心。这种有特定用途的“总结”，相应地有特定的写作套路，主要特征是“先讲结论后说事”。这若干条“结论”，本应是回顾工作过程之后提炼出来的，但经常是从文件中拿来的、当前格外强调的大原则；在这样的框架中“说事”，一般就将“事实”裁剪成了“事例”，从复杂曲折的工作过程中选取出与“结论”相合的片段。

显然此“总结”非那总结，不能替代，却不时替代。而且这种“总结”的路数影响很大，连不少个人业务论文也套用：“结论”从教科书中拿来，每一条之下附加几个自己工作的事例。好像写论文是要再一次证明已经被证明过无数次的正确结论的正确性。

案例写作是另一种路数：先说事再讲结论。说事，要铺陈过程，不省略其中的复杂曲折，不回避自己在事前策划时的误判和执行时的力不从心，也不忽视环境因素和意外因素的作用。结论，从事实引出，是具体的，也是个性的。因为案例详尽地叙述，特别是不作刻意剪裁，所以对于作者有关得失的结论是否允当、是否还有其他正反经验可以提出，读者亦能评判。

利用数字化、网络化技术带来的崭新条件，如今科研论文的发表与传播已开始采用“论文+实验资料”的新模式。它重新定义了“分享”：更完整的事实呈现，让大家都能分析解读，倒逼论文作者更严谨慎重地提观点、下结论。这种新模式极具启发性，为我们以案例撰写为方法作经验总结设定了更高标准，保证自我表扬和自我批评都更有价值。

以上所述，自然是理想化的，完全做到也难。关键在于，坦诚地剖陈自己的教训或许还不太难，直率指出他人特别是上司在某项工作中的缺失却很不容易。

另外，好的案例应当正确估价并写下“环境因素”的作用。做成一件事，主观努力固然要紧，客观条件有时更为重要。虽然我们平常也说“形势比人强”，但总结经验之时，却不免详述自己个人或团队如何“强”，忽视具体地交待和分析做这件事情时的“形势”如何。这会给读者造成误解。比如出版业，30、20、10年前的外在发展环境都跟今天不同，如果案例省略了彼时状况的描述，年轻人较难准确理解当年的成功经验。

前几年《纽约时报》网络版设置收费墙取得不小成功，国内报纸摩拳擦掌也来“造墙”，结果纷纷“撞墙”。当然这主要是因为案例读者有意无意的误读。作者似乎无需花费笔墨向媒体专业人士描述《纽约时报》“造墙”成功的基础和底气，让意图仿效者三思而行；但对于普通读者，则有此必要。

还有“意外因素”。阿里巴巴曾经拒绝与一家当时大红大紫的互联网企业合作，而回头去看，这是一个正确决定，对阿里巴巴后来的发展具有关键的正面影响。究其原因，多位分析人士各有说法，引经据典讲得头头是道，可被他们称赞“决策有方”的马云，最终自曝的真正缘由竟然是：对方前来商谈此事的一位高管让他“第一眼就看着不爽”，情绪占了上风。这类内情，不是当事者极难知悉。此事提醒我们，案例可以由外人来写，他们的总结有可能破除“当局者迷”，但也不能一概而论地认为“旁观者清”。

总之，重视总结的质量，才是真正重视总结。如此方能把托举自己不断进步的台阶筑得坚实。

《上海出版研究丛书》首批三种的出版，把分享经验的范围扩展到全市出版界，为上海出版的整体进步构筑了几格重要台阶。市新闻出版局一定会支持市出版协会继续把这件有意义的事做下去，以此推动各家出版社都更加重视总结得失、积累经验，不断提升总结的质量，既把台阶越筑越高，也越筑越好。

上海市新闻出版局局长

徐 炯

以高校出版为本丛书首辑之一，并不是说上海出版仅仅高校社做得成功，实际上一些传统的品牌专业社、数家后起的甚至新兴的出版单位（我以为上海出版有四小龙），都在转型期取得了长足的发展，都在丛书计划的总结对象之中；而之所以以高校社为先，一方面是由于版协能动员的人力难以同时并举，另一方面更因为上海高校出版的异军突起呈现为群体的形态，而足以称之为“现象”。让这一群体中大大小小的成员现身说法，供大家由现象中体悟并有所借鉴，便是本书的宗旨了。

与全国情况相似，相对于多数原局属社而言，上海的高校社大多年龄要轻得多；而在创建之初，也未见得有多少“后发优势”，在像我这样的老出版的印象中，高校社起步之初多数品种较单一，更不乏路数不清、定位不明，甚至常常因求生存而踩红线遭到领导部门警告、惩戒者。然而令人惊诧的是，高校社创新发展的阵痛期并不长，大抵在世纪之交，品牌老社已感觉到年轻的高校社在相关专业上赶超自己的虎虎风声；至近十年来年间，高校社虽有所参差，有所可议，但总体上后来居上的态势更成为不争的事实；而同时期，老大哥原局属社，如前述也有发展得相当好的，但就群体而言，则较小兄弟们要迟缓，有的甚至陷入停滞不前或后继乏力的窘境。同样是面临企业化、集约化、数字化、国际化、泛市场化（传统市场外出现了政府购买市场与个人投资市场）五大变局的挑战；关键性的转企，除了军队系统高校社外，也都先后完成：因此，老大哥与小兄弟在上海出版中权重的逆转，就成了前文所说的转型期中很值得总结的群体性的“现象”。

高校社崛起“现象”背后的成因，笔者在本丛书另一品种庄智象社长的《理念、策略与探索》的前言与附文中已作了较详细的讨论；而看完本书11篇来稿后，我的感觉是这一群体的基本思路、策略是相同的，这也印证了外教社发展策略具有代表性与一定普

遍性，也因此本书序言不必再作系统的阐述——读者可参读庄著前的序文和附文——而只拟由几个重要节点再略略展开。

有这样前后相关的三个层次的问题：上海高校出版社在转型期群体性崛起的共同表征是什么？他们是怎么做的，其发展方略、经验的群体性基本要点是什么？他们能这样做的关键原因又是什么？

对于第一个问题，读毕全部稿件，我的感觉是，这一群体在五大变局中，没有怨天尤人，而是从容应对，从而有效地吸取了“变”的正能量而尽可能地避免了负影响。其中尤为重要的是在对待“企业化”这一五大变局中最为关键的新业态上，他们都清醒地意识到，无论是企业还是事业，文化商品——图书生产的基本规律是不变的，尤其是在确保政治导向的前提下，“内容为王，质量为上”依然是新业态下出版工作的第一义。由此，他们执一应百，执正取变，在各种变局中适时应变地发展了传统特色，并开疆拓土，呈现出片面强调“利润最大化”而失我故步者所难以企及的可持续发展态势，取得了优质的社会效益与巨大的经济效益。在这一关键问题上，尤其能说明问题的是在协作书失控、三校三审制普遍失位的畸形的“新业态”下，上海绝大多数高校社都在强化选题的准入标准与编校质量的管理，外教社规定与专业无关者、质量不够格者，一律不出，华师大社甚至规定策划编辑年审稿量不得超过150万字，他们与上大期刊社等有关的管理制度，堪称健康的新业态下，选题准入与质量管理体系方面开拓与坚守的范例。

上述可称之为基本点的共识，自然而然又带来上海高校社对于专业定位的群体性的深刻而有创新意义的理解。当不少专业社因发展停滞，企图摆脱专业“桎梏”，或降低专业门槛、放松专业标准，以换取眼前利润时，他们都不约而同地认识到专业化水平的高下，是能否切实贯彻“方向准确、内容为王、质量为上”的关键。从而由理念到策略深化了专业化的内涵。外教社在专业定位上的“专、精、特”理念，在本书所有来稿中都有类似提法的体现。

“专、精、特”理念明确了精品化与特色化（个性化）方可使“专业化”不致成为一种空洞理念，而能深化为包括定位、布局、运作等在内的出版社经营终始以之的基本策略。综观11篇来稿，可以见出，其实践效果是非常显著的。

首先“专、精、特”理念保证了这一群体中各社的个性化、差异化的专业定位。由此而打造出了一批特色鲜明的品牌产品，形成了本社的专业形象与市场号召力，并以此聚集了境内外有关的一流专家，构建了可持续发展的人力与内容资源平台，如教材类产品，同济社的德语、华理工社的日语，都足以与外教社一争雄长。在去年进行的上海市学术专业出版研究中心评估中，首批挂牌的12个中心中有6个属高校社（复旦社的专门

史出版中心、华师大社的教育学出版中心、外教社的外语教育学术出版中心、交大社的先进制造技术出版中心、同济社的城市建筑出版中心、东华社的纺织服装研究出版中心)；在全市三大类型出版社中，高校类的挂牌比率超过了社会类社与原局属类社。不仅如此，其他如华理工社的化工类产品，二军医社的急救医药类产品，上大社的早期中国文化艺术类产品与“原生态”艺术类产品，财大社、立信社的财经、会计类产品等等，都是在全国图书市场占有率上名列前茅的专业出版品类，也都是潜在的出版中心的有力竞争者。由此可见，特色化、精品化的专业定位是形成一个出版社核心竞争力的核心。

更值得注意的是“专、精、特”的发展思路，促使了高校各社内部两个结构的完善与发展。首先在选题结构上，因专业化程度高，方向明确，而避免了出版转型期司空见惯的去规划化、去专业化、四面出击、广种薄收等乱象；11份来稿不约而同地都在阐述专业化的同时，使用了“精耕细作”这一关键词，并扩展了它的内涵。精耕细作不再仅仅指单个选题的精细策划加工；而更重要的是指要拓宽专业眼界，充分发挥各方面的专业优势，与时俱进，深深挖掘专业选题的潜力，形成自身富于特色的核心选题板块与多方面、多层次的选题群，构筑起选题的板块结构与有机联系，从而解决了精耕细作与“规模化”的矛盾，形成可持续的规模效应。这方面大体有两种模式。一是如外教社，由点及面而成“体”，即由优势选题群（大学英语），推扩而为教材、工具书、学术书、读物四大类型及各类型中的若干子类型，由英语单一语种扩展到十来个语种，每一子类、每一语种都有若干选题集群且不断与时俱进，结合新技术，开拓出新的品种、新的服务模式，从而形成了整体推进的产业链。华师大社、复旦社的方略大体与之相近，而重点各有千秋。二是以交大社为代表的主从型。鉴于交大已由工科大学发展为综合性大学，交大社一方面坚守并拓宽传统的制造业各门类图书出版的主阵地，同时相应地觑准文科类专业出版中的薄弱环节或新增长点并加以筛选，由一大——以“东京审判”为代表的争取国家资助的大型资料，一小——以《平易近人》为代表的通俗类政社读物契入，而初步形成自身文科类图书出版的有一定特色的新板块，与理工板块形成主从结构。相类似的有同济社、华理工、上大社等。有两个案例最值得深思。东华社近十多年以来一直存在着是否要以专业为本、学术为核心的争论，然而其真正获得较快发展，正是在明确了专业为本、学术为核心的最近数年；二军医社的宗旨中有九个字“轻规模、专业化、特色化”，在普遍追求规模效应的当下，“轻规模”有点“另类”，然而读毕他们的文章，会感到这是个深思熟虑的提法。轻规模，不是轻视规模，而是指“轻型的规模”，是有鉴于其专业特点与市场定位而提出的务实的理性的发展目标。而恰恰是在切实贯彻这一宗旨的四五年中，其规模的数量虽不能与上外、华师大等四大高校社相比，但就规模扩展的速率而言，却

完全不输于上述各社。因此，专业、特色、精品与规模的适配性，可以说是一条重要的经验。

“专、精、特”所催生的高校社结构变化中又一重要方面是组织结构、人才结构的变化。专业化的概念，在他们已不囿于学科专业而已推扩至出版专业生产流程的各个环节，编、印、发、管理各部门的人才专业化、营运与服务等专业化，既是“专、精、特”定位与精耕细作的需要，又反过来促进了选题结构专业程度的提高、专业层次的拓展，乃至社内外两支专业队伍（高素质的员工队伍与作者队伍）的建设。

“专、精、特”理念所带来上述两方面的结构性改变，既保证了上海高校社群体在企业化中以内容质量为首义的生产力的发展与生产关系的革新，也使他们具备了或初步具备了现代化的企业经营意识，因此他们在应对其他四个变局中，也具有更开阔的视野与更全面的因应方略。

高品质的出版物集群，以其品牌影响力获得了良好的国际声誉，也增强了他们在国际交往中的底气与活力，从而不仅拓展了与境外出版单位的版权贸易，更由此而进一步改变了境外合作的形态：平起平坐，互利双赢成为他们海外合作的新气象；引进与输出的比率中后者持续增加成为他们海外合作的新结构；共同策划，合作编写，整体运作成为他们海外合作的新模式。不仅外教社、复旦社、华师大社、交大社四大社都与海外数十家著名出版集团或单位建立了战略合作伙伴关系，凝聚了上千人的海外作者队伍，甚至像上大期刊社、华理工社等中小规模的高校社也已构筑起坚实的海外合作平台，上大期刊社的《社会》杂志被英国SAGE出版公司一眼相中，双方于2014年11月签约，2015年出了英文版*Chinese Journal of Sociology*，成为国内社科类杂志版权输出的先行者，这便是足以在上海乃至中国出版史上落下浓重一笔的范例。可以说在承担国际文化交往，不仅引进来，更要仪态万方地走出去这一历史任务中，上海高校社已经走在行业的前列。

“专、精、特”的出版理念与实践，要求有更迅捷广泛的信息收集与处理的通道，要求有更和谐一致的内部协同，要求有更畅通，覆盖面更广的销售渠道，要求有更周到便利的服务系统，这些要求，促使上海各高校社在接受数字化对纸质出版的挑战时，显得更自觉、更主动。多年来，四大社与华理社、上海大学期刊社都致力于以信息集聚、内部协调、服务平台建设为主的数字化转型并且初见成效，其中外教社、华师社更在通过转型促进产业链建设方面取得了重要突破，对于数字化转型的赢利模式，也作出了卓有成效的探索。总体而言，在数字化方面，从理念到实践，上海高校社群体又走在了前面。

“专、精、特”理念使上海高校社普遍将“练好内功，夯实基础”、“增强自主创新能

力”、“树立编辑在出版工作中的主体意识”，作为应对泛市场化的立足点，从而以专业品质为准入标准，以品牌建设为融资核心，高屋建筑，有所取舍，在集聚政府与社会资金中走出了一条正大之路。在接受国家与省市级政府出版资助中，这一群体在上海出版业中的比率因专业化水平的提升而逐年上升，尤其是在数字化项目的承接中更引人注目。这一变化，有一个有趣的前后映照。华师社“五化理念”中有一项为他社所无，即“资本化”，这使我想起十六七年前，连续数年，在一应重大书展中，都能看到一道奇特的景观，一群统一着装的青年人举着“华师学术”的标牌或旗帜，不断地穿梭于各社档位之间，且与展会起讫相终始。当下的“资本化”理念与十多年前对于“华师学术”的刻意强调与宣传，看似相反，其实有着内在的因果关系。正是在高举“华师学术”旗帜之时，华师社开始并逐步完成了品牌形象的提升与选题结构的优化，不仅开辟了众多的学术著作、工具书的选题群，更以学术为本，提升了他们传统的教材教辅优势之内在品质，两方面互促互动而产生了更强大的社会影响力，也为今天的资本化运作作了最扎实的铺垫。这个例子充分说明，文化企业的资本运作与专业学术水平不但并不相悖，而恰是相辅相成的，专业品牌、学术底蕴与自主创新能力所产生的文化企业的社会公信力犹如磁石，吸引着政府与社会资金，因而是开展资本化运作的基础所在。舍此而谈利润最大化、谈资本化，必将舍本逐末，甚至缘木求鱼。

上海高校社在集约化的潮流中也走出了自身的新路——由做强而做大的内涵式发展的集约模式。四大社都已经公司化、集团化，总公司下各分公司在统一规划、指挥下正有序地协调发展，究其成功原因，还是在于“专、精、特”发展方略的内在需要。“专、精、特”所追求的规模化，促使他们在市场经济情境下，结合变化着的出版实务，加强对出版业在新业态下的内在规律的研究，从而催生了高校社内各种形态的研发中心的建设；“专、精、特”所要求的信息获取的广泛与便捷，激发了他们对数字化的敏感度，从而又催生了各种形态的信息平台与中心的诞生；“专、精、特”所要求的精耕细作、块面化整体推进，更促使了他们对于出版社部门建制与人才结构的新思考，从而催生了他们专业化、细分化而又协调一致的公司下属部门的调整甚至下属独立法人单位的培植；“专、精、特”所要求的各环节的专业服务，又促使他们在各类培训中心与异地甚至境外分支机构的建设与运行机制上作出了可贵的探索。以上种种由专业细分而催生的改革措施与新型职能部门的建设所形成的合力，是上海高校社集约化的显著特征，而值得注意的是这种内涵式发展的集约模式，对于高校社产业链的建设起到了重大作用，也在解决集约化下主业与副业，总公司与分支机构的矛盾等方面提供了足资参考的另一种经验，这不仅应当引起出版单位，更应当引起有关领导部门的充分重视。

从上述可见，应对五大变局的关键确实在于如何正确应对企业化，充分发挥企业化有利于激活出版单位内在活力与促使其机制改革的正能量，而尽可能避免其可能导致单纯经济观念的负影响，便可在应对各种变局时，高瞻远瞩地处理开拓与坚守的关系，探寻到一条在新业态下的可持续发展之路；反之，如果在企业化问题上认识偏差，处理不当，则必会在应对其他四大变局中，目迷心乱，进退失据。

道理，其实是很简单的，大家都知道，也都会讲；因此需要探究一下上海高校出版社为何能群体性地知行合一地贯彻以上理念与方略。

首先会想到的，也是来稿都提到的，高校出版社都背倚着各具传统各有特色的母体大学，行政方面的要求、世界大学出版社的有关经验，促使上海高校社采取了“专、精、特”的发展之路。这是客观事实。然而回顾他们的发展历程，如前述，上海各高校社在建社之初都曾经经历过一段曲折，或在学术与市场效应的矛盾中徘徊，或依靠品种单一的教材教辅而在剧烈的竞争中深感危机；由此可知，上述先天条件并非决定性因素，更何况任何先天条件都有一利必有一弊。高校社的学术背景，本身就可能影响其在市场经济中的敏感性，而其“后发”的特点，更使他们起步时，即使在学术出版上也不占据优势。综观11篇来稿，他们真正的可持续的长足发展，始自上世纪90年代后期，各社都先后确立了“出版、教育、科研”三位一体的发展方略之后。前述“华师学术”的旗帜正是这种历史状况的生动写照，而恰恰在当时，出版界不少单位却正苦恼于专业学术图书不赢利，普及类与教材类图书竞争酷烈，而每每有打破专业的念想与践行，这应当是当时与此后出版业出现无序竞争的重要原因。可以认为“出版、教育、科研”互动的理念与由此形成的“专、精、特”的方略是上海高校社后来居上的关键。“出版、教育、科研”互动，一方面要求出版服务于教学与教学科研，一方面更要求以科研——学科科研与出版科研——这个第一生产力来引领高校社的教学出版，从而促使他们对自身的专业发展现状与趋势，各学科专业出版的资源（内容与人才）分布与竞争态势，各专业各门类图书出版的层次、结构与内在联系及相应的读者层次、科技手段的变化，因应以上变化着的诸因素之合力以形成出版社的具体对策等等，都作了过细的研究。以外教社出版发展研究中心、出版物研究中心为代表的上海高校出版社之中的研究实体，构成了上海高校出版一道为其他类型社不曾普遍具备的亮丽的风景线。

可以说基于出版实务、涵盖学科资源（内容与人才）、建制、技术、商务的综合性、整体性的出版研究，正是高校各社整体性推进的先锋。有了这一点，上海高校出版群必能进一步廓清疑虑，弥补不足，在自身可持续发展的同时，为全市出版业提供由个性体现一般的经验借鉴。高校社背倚母体大学的特点，是其他社学不来的；然而他们基于出

版实务而格局开阔、视野广远的研究精神，他们在这种不间断的研究中所体悟的对于出版业基本规律的坚守与发展，所确定的以“专、精、特”为群体特征的个性化定位，以及相应的发展方略、应变策略，都不能不说是上海出版业一项有普遍意义的精神财富。

以上思路与方略自然与高校出版社的领军人物的素质有关。从上世纪90年代中期起，上海高校各社出现了一批继承老一辈出版家学者传统而同时具有新思维特征，执行力又超强的出版人，而更可喜的是，由于理念一致基础上的企业文化的形成，他们之后更新一批中青年出版人也已取得了骄人的业绩并表现出优秀的群体素质，而足以保持上海高校社群体继往开来、固本创新的良好发展态势，并走上新的台阶。因此，我想以下面两句话来结束这篇序言：

出版呼吁专业性的实务研究；

出版呼吁德性学养、运作经营、思辨研究等重要素质兼备的新一代的领军人物！

赵昌平

2015年11月

目 录

上海高校出版方略

- 001 总序
- 001 序
- 003 辛勤传承，开拓创新
——探寻“外教社现象”
- 027 坚守大学出版本质，于文化追求中求发展
——复旦大学出版社发展侧记
- 049 坚持走大教育之路，提高企业核心竞争力
——华东师范大学出版社的发展理念和举措
- 071 体现国家意志，打造学术精品
——上海交通大学出版社转型发展之路
- 095 特色专业出版之路
——同济大学出版社的品牌和核心竞争力
- 117 在坚守中传承，在转型中创新
——大力探求学术品格与市场效应相协调的华理社发展路径
- 139 打造学术精品，聚集特色出版
——上海大学出版社的“蓝海战略”
- 159 打造以纺织服装板块为核心的专业出版制高点
——东华大学出版社专业板块核心竞争力建设
- 185 一招鲜，吃遍天
——立信会计出版社特色发展之路
- 195 为军出版不辱使命，为民出版不负所望
——第二军医大学出版社探索科学发展道路纪实
- 217 创新体制机制，打造优势期刊出版群
——上海大学期刊社集约化管理之路