

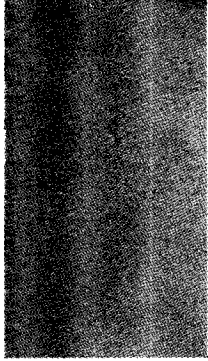
出版物的生命在于创新，积累需要创新，以新的发展反溯历史，认识文化，沉淀文化；发展需要创新，产品的内容、形态、媒介形式、受众形式等等，都需要在变动不居中求新求异。

书业 问道

隅人 著



 大象出版社



书业问道

隅人著

大象出版社

图书在版编目(CIP)数据

书业问道/隅人著. —郑州:大象出版社, 2007. 6

ISBN 978 - 7 - 5347 - 4538 - 6

I. 书… II. 隅… III. 出版工作 - 体制改革 - 中国 - 文集 IV. G239.2 - 53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 035189 号

责任编辑 郭一凡

责任校对 新红平

封面设计 张帆

出版 **大象出版社** (郑州市经七路 25 号 邮政编码 450002)

网址 www.daxiang.cn

发行 河南省新华书店

印刷 河南省瑞光印务股份有限公司

版次 2007 年 6 月第 1 版 2007 年 6 月第 1 次印刷

开本 640 × 960 1/16

印张 20

字数 290 千字

定价 34.00 元

若发现印、装质量问题,影响阅读,请与承印厂联系调换。

印厂地址 郑州市二环支路 35 号

邮政编码 450012

电话 (0371)63955319

谨以此书献给我慈爱的母亲！
一年前，她在弥留之际还不停地
呼唤着我的名字
可是我却远在千里之外

目 录

切 望

感谢、感受和建言	3
渠道的印痕	9
版权保护应当是全社会、全民族的共识	14
有为才能有位	19
永续的事业 不懈的努力	24
有关出版业发展趋势的几个话题	29
倡导互利共赢的原则	38

冀 望

寄厚望于音像电子网络出版业	43
相互理解 贵在沟通	46
游目骋怀 华山论剑	49
提高网络游戏产业的核心竞争力	52
向社会负责和向企业负责的一致性	55
丰富孩子们快乐健康的人生	57
资源总库的意义、价值和前景	59

守望

选择的眼光	65
把好关口 举一反三	67
做人与做刊	73
海选·下海·海量	77
文明、文化和学术研究的摇篮	81
两组新数据和两个老话题	87
五十年的坚守与荣耀	90
跪乳·做鞋子·其他	92
万丈日头 更上层楼	97
让美丽和美好永在	101
纽带·链条·桥梁	104
百年盛会 兴味空前	108
理想之楫 希望之舟 ——贺《中国船检》杂志社挂牌	113
服务农村 责无旁贷	115
我们走过的路	117
蓝天白云绿地之间话管理	123
反映群众心绪心声 关注百姓精神诉求	128

相望

敬重与感谢	135
有感于高教社战略发展报告	140
百科全书中的轻骑兵	142
难舍难分的乡情和希冀	144
宏大而壮观 潜质多开掘	151
成功永远属于不懈努力的有心人	154
精心打造小众市场	164
意义非凡的纪念	167

抢占先机 超前发展·····	169
填补·应变·激活·····	173
理解·和谐·发展·····	176
优势·潜力·机遇·希望·····	184
印象·规范·责任·····	188
疏落时节的非凡抉择·····	198

热 望

出版改革话语·····	203
改革的动力与发展的契机·····	209
出版改革的进程与展望·····	214
文化体制改革的背景和思考 ——以出版行业为例·····	224
出版改革与科技期刊·····	234
出版业改革的起点和动因 ——与南京大学出版业 MPA 的部分对话 ·····	246
出版集团建设的何去何从·····	254
行行复行行 改革责任重·····	268
被称作散文的一次发言和一篇散文·····	271

瞭 望

香港和大陆出版业交流与合作可行性研究·····	281
台湾期刊业的优势、不足和借鉴 ·····	299

切 望

感谢、感受和建言

首先,向各位与会专家和出版科学研究所的领导表示两重感谢。

第一重感谢。感谢各位专家在百忙之中,牺牲星期天的休息时间,为我们共同的课题操劳、费心;专家们精湛的讨论和建议,对我们都是非常宝贵的启示和教诲,指点迷津,点铁成金。同时还要感谢各位专家对于出版行业的一贯支持、关心和帮助;有些专家本身就是我们行业中人,以对出版行业的谙熟和研究见长;有些专家则是其他学科的带头人,却能够触类旁通,从一般规律入手,解疑出版行业的一般和特殊。他山之石,可以攻玉,更不要说是他山之玉。

第二重感谢。感谢中国出版科学研究所,在余敏所长、振省所长和玉山助理的带领下,一边抓保持共产党员先进性教育活动,一边抓科研生产,做到了革命生产两不误,让人特别感动的是,他们已经连续两个双休日都在这里开会,上周是民营书业,这周是小康指标,上班开会学习,开展保持共产党员先进性教育活动;休息日开会搞科研论证,把保持共产党员先进性教育落到实处。还要特别感谢的是,最近几年中,中国出版科学研究所的成果迭出,连绵不绝,不同凡响,为出版业的健康发展铺下了基石,指引了方向,提供了借鉴;尤其是树起了一面又一面镜子,让我们业内人士不断认清了“我是谁”、“我究竟怎么样”、“我要怎么样”、“我该怎么样”,这种对一个行业的理性把握、清醒认识和巨大的智力支持,正是中国出版业持续发展的重要保证。

针对昨天和今天的课题讨论和专家们的精彩发言,我想谈三点感受。

一是关于相关性研究。我们的课题的展开,包括出版业自身的发展,的确要受到各种因素的影响,用评价科技论文的一句行话来讲,就是影响因子多,不仅数量多,而且变数大。在出版行业发展的相关因素研究中,我们考虑了七个方面之多,已经不少,但却还有可以补充的地方。

比如政治因素对出版业发展的影响,非但是相关,简直是直接关乎这一个产业、一个行业的兴衰。我们可以从这次会议资料提供的几幅曲线图中,明显地感到政治对我们行业的影响和政治环境变动之下出版行业的摇摆。此为一。其二,制度创新所带来的正负效应、长短效应、远近效应,有可能是一般的行业发展所难以准确预见的。出版业企业化的回归,如果真的顺应了解放生产力的大势,那么,这种制度变革的推动,也不会小于技术变革的推动。在诸多环境要素分析当中,政治及其制度应当是不容回避的一个重要方面。换一个角度思考,假如我们把道德水准、社会风尚也列入政治制度和社会制度因素之内的话,我们还会看到制度的设计缺陷和制度的供应不足,也同样会制约我们的行业发展或者窒息我们行业的某一部分、某一阶段的发展。比如愈演愈烈的音像盗版问题,一位中央领导同志前不久去广州蹲点,把保持共产党员先进性教育的联系点选在省出版局和出版集团,三天的调研中,最让他受刺激的是,广东音像电子出版物市场上,正版率只占2%。即使我们的研究可以做到不偏不倚,不“公”不“私”,不仅考虑国营而且考虑民营,不仅看到地上市场而且认识地下市场,但是,这另外的98%未完全进入我们的管理视野,该从何做起,从何把握,这些都是我们的相关性研究无法回避的政治和社会问题。其三,国家政策的影响。新时期以来,国家对出版业实行了“放水养鱼”的税务政策,这种政策究竟使我们的行业发展得到了多大实惠,多少好处,以后这种政策的延续和扩大,还将为我们带来什么效用,对以后发展阶段国家相关政策的预期是什么,这些也应当进入我们的相关政治因素、制度因素和环境因素的研究之中。

二是指标的对照系研究。我们已经打算,把国外一些国家GDP达到人均1000~3000美元之际,他们的出版业发展情形,列入我们的对比研究之中,这将是非常有意义的。在研究中,我们将会碰到一些问

题,比如经济发展与文化发展相互影响,这是个不争的事实,但是经济发展与文化发展的相当多的一些阶段、时段会出现严重的不对应,这也会是事实。作为文化产业的一个组成部分,出版业的发展自然不会例外。那么,这种不对应性的概率和偏差将会表现在哪些方面,有何影响?

在研究中,我们还会碰到另外一些问题。同是在 1000~3000 美元的阶段,在发展的阶段背景上至少会有几个不匹配、不对应、不衔接。首先,经济发展形态不匹配。比如市场形态,西方国家的市场经济用了近二百年的时间,走过了市场发展的生产阶段、产品阶段、推销阶段、市场营销阶段、社会营销阶段五个时期,而我们几乎是在 20 年之间完成了前四个阶段的匆忙过渡。他们的 1000、3000 是在第二、三个市场阶段的运行之中出现的,我们的 1000、3000 则是出现在四个时期之后。其次,技术发展形态不对应。20 世纪四五十年代,应用于出版行业的科学技术远没有达到目前的计算机化、信息化,彼此之间的 1000、3000 的科技含量不一样。第三是上文所说到的政治制度不衔接。出版业的完全自由化市场运作与出版业的有效控制之下的半市场运作,应当是完全不一样的。如此等等,不一而足。

这些不同,一定会影响到我们的对比研究。当然,并不是所有的因素都无从把握,在这些巨大变动的因素和背景之下,还是会有一些恒常不变的要素,比如,人的购买力、人的消费水平、人的消费内容的结构,人们常常使用的恩格尔系数、基尼系数以及相关的劳伦斯曲线,生活必需品和生活奢侈品所占消费的比例等等,这些情形的对比,永远会有可比性。怎样从繁复的外部影响中超脱出来,一定程度地超脱出来,把握其中的规律性的东西和共性的、同质的东西,对我们的指标体系对比研究非常重要。有所为有所不为,永远是我们研究方式的一种科学选择。

三是分与总的关系。建立后的指标体系是不是一个上升指标,一直上升,全面上升的指标体系,也不尽然。比如对于图书发行,昨天不少专家已经谈到,连年来的数字证明,发行码洋上升,发行册数下降,销售收入下降(当然,在这方面也有反证,那就是从造纸业和纸张进口业传过来的数据,去年书版纸的用纸量是前年的三倍。这种现象如何解释,还有待研究)。如果以这种下降取向做趋势图的话,那我们到

2010、2020年的图书市场低迷、走低将是一定的(还有人把这称作出版业的拐点,是不是拐点也待于研究)。这样的一种状况是不是会与我们的社会发展、与GDP8%的平均增长走势背道而驰,按常理,经济发展,消费水平上升,人均购买力提高,人均图书占有量也应当是逐年提升的。还有,这种走低是暂时的低迷,还是一直走下去,我想这也是一个要害问题。

图书市场走低,至少有三个方面的原因:第一,多种媒体的交融、多种媒体市场的出现,受众欣赏方式、阅读方式的改变,会影响到平面媒体尤其是图书的发行量下跌,人们拥有的时间和精力、能支配的货币数量都是有限的。第二,目前的制度变革,或者叫制度供应,或多或少影响了图书出版业各个方面的积极性。如果处理得当,这种积极性会以新的面目复苏,甚至更强大;如果处理不当,将会有若干时段甚至几年的低迷,一直等到我们的制度创新完全适应现实发展之后。第三,浮躁的文化消费,总有一天,这种浮躁会有水落石出的时候。比如图书出版不以教材尤其是不以中小学生教材为收益主体,比如图书阅读和需求仍然回归它原来应当在的位置等等。所以说,在这些方面,就有一个暂时现象还是恒常现象和恒久现象的把握问题,是个别现象还是阶段现象和总的趋势的把握问题,是某一方面的当量减少还是总量增加和总量减少的把握问题。升与降、增与减、总与分都是我们在研究中不容回避的不同侧面。

最后,我还想谈三点建议:

一是出版产业的发展极度需要理论支撑,极度需要理性研究的支持。比如,我们正在进行的出版改革,真正是“书到用时方恨少”,大家都处于一种十分茫然之中。我们寻求科学理论的支持、科学理论研究的启迪和引导,不亚于当年杜鹃山上雷刚寻找党代表。所有的集团都提出要向别人学习,所有的学习都表现出一种自己的理论底气不足和理性思考的不坚定。集约化、公司化甚至股份化等招数都使上了,为什么仍感到推而不动;物流配送、连锁经营等现代业态都引来了,为什么反而是地域封锁、条块分割、地方保护愈来愈厉害,统一的完备的规范的大市场、各种要素市场并没有呼之而来、应运而生。改革的实践急需理论指导,我们出版科学研究任务艰巨,压力很大,而且需求很迫切。

二是我们现有的研究成果急需转化为对出版实践的具体指导。首先,在不到两三年时间内,我们陆续接受了小康社会、和谐社会、科学发展观等一系列目标、目的和方法论,而当目标转化为指标,尤其是转化为指标的建立时,就必须立足于现实,充分考虑对现实的指导意义,对未来的启示意义。画蓝图也好,建体系也好,千里之行始于足下,目的是为了“足下”走得更好更扎实。出版科学研究是科学应用方向方面的研究,最后一定要落脚于一个实用。其次,我们的研究过程中总会有不断的发现,不断的见解,不断的成果,极需要把这些成果迅速地推广开来,应用于实践。研究的过程是不断利用各种社会资源、不断吸纳各种现有成果的过程,更是一个不断发现的过程,这种发现很可能正好对时下的发展有启发和教益,不能等一个总的研究完成了,才推出最后的圆满的产品体系,研究过程本身也可以有不断的成果奉献出来。再次,要善于将我们研究的最新进展、最新动态、最新发现公示于众,游说于社会。科学成果、科学研究也要进行社会营销,尤其是要影响领导层、决策层,让他们的领导行为和他们的决策过程拥有我们科学研究的基础,这样,科学发展观才不至于成为一句空话,我们的研究也不至于成为一纸空文。到机关工作这几年,我深深体会到,科学理论、科学研究包括学术研究,运用于宏观管理、政府决策和政策建立的极端重要性。如果我们能以自己的科研成果、现有成果完全应用于我们的出版实践,那么,我们工作中的主观性、盲目性,甚至操作失误、管理失误,就会减少很多很多。我们的步履就会克服摇摇摆摆,克服畏缩不前,就会更加坚定、果敢、踏实。

三是我们的研究要有一定的前瞻性、指导性。大的不说,小的如书号、刊号、报号的管理,它的理性状态到底是个什么样子,即使在出版控制的大前提下,这种产品型号或序号的管理模式,是否就一定要这样下去,我们怎样才有可能实现出版物序号管理的科学化、系统化、便捷化,关键是在单位准入、产品准入、内容准入等方面,如何建立更为有效的管理屏障。如果再推广一点,我们如何从对出版策划生产销售的全过程管理中解脱出来,从高成本高投入的管理中解脱出来,进入关键点的管理,进入低成本高效能的科学管理。

其次,我们的管理如何适应意识形态、市场经济、自身发展规律三

方面的需求,从局部管理到全局管理,从单位管理到社会管理,从微观管理到宏观管理,从具体管理到抽象管理,从硬管理到软管理。不仅仅看到国营企业的机制转变,还要看到国营之外的风景更奇妙。今天,我们在研究方面,也要把地上看到的和地下看到的都放在一块研究,若不将另外一个书业、印刷业、发行业纳入视野,出版行业的整体研究价值将会越来越小。

应当承认,我们处于一个变动不居的时代,变数大的时代正是科学研究大有可为的时代。变动和变化不断产生的欠缺和不足,为我们的深入发展提供了空间和机会。面对中国出版业的课题,我们苦恼于统计数字不足、不准确、不完备,但同时,我们应当看到,出版业毕竟从过去的不为人注目,到今天上升到堂而皇之地确定它的统计标准、统计口径、统计要素的层次来。从不为人注意到升堂入室,这当然是一个质的飞跃。当然,出版经济对于整个国民经济,从无足轻重到举足轻重还有相当的距离,但是,这个距离不会很遥远,也许某一个日子,某一个时刻,我们会像发现印刷业的新大陆一样,蓦然回首,出版业的辉煌正在灯火阑珊处。出版理论研究正是弥补这巨大空间的基本保证。

文本之外

关于小康社会出版产业指标体系建立的科研工作会议在香山饭店开了三天,我是第二天才接到通知上山赴会的,专家们的意见和建议丰富多彩、颇有见地,也激发出我的一些思考。2005年4月17日,早上3时就在房间写稿子,上午会议结束的时候做了发言。

渠道的印痕

感谢中国出版研究所、高教社组织了这次名为“渠道创新”的书业分销年会,感谢他们的精心策划、周密组织、热情接待和悉心操作,感谢国有书业出版社和新华书店、民营书业创意组织和发行组织、港台及境外书业和研究机构的踊跃参加,感谢大家的深入研讨、积极建言、理论探索和经验奉献。我们政府的主管部门新闻出版总署的领导莅临会议并参与研讨,将使我们的研究更带有改革的意味和可操作色彩,相信我们的会议会取得圆满成功,大家研讨的议题一定会补益 2006 年乃至以后时段的中国书业,补益于中国整个出版业的改革发展与繁荣。为现实的疗救谋药石,为未来的发展谋动力,为长久的事业谋基础,将是我们的共识和目标。

参加我们的会议,联想到三件事情。

第一件事是一本书所惹起的风波。几天前,一家出版社为了限制自己的一本书进入市场的速度,这当然也是一种营造畅销书的营销策略,有意限制该书通过民营渠道的发行,不想一下子惹出了大麻烦,民营书业的各老总联合行动,提出要以“罢市”相挟,一时间上上下下十分紧张。

第二件事是和我们的蓝色畅想有关系的。几个月以前,我们受命去国家税务机关交涉一件事情,办理的过程中,我们才发现,隶属于一个出版社的这家书业公司——蓝色畅想的经营活动,竟然惊动了整个税务系统,费心思动员上万人的力量,全面排查和研究。

第三件事是我不久前遇到的。全国地科联年度订货会期间,青岛

市新华书店出巨资邀请全国的出版社与会,每个社在青岛期间活动的费用(800元)由书店承担。青岛出版社副社长吴宝安同志告诉我,这大概在全国是开了个先例。

至少,从上面的例子中,我看到了民营书业的强大,强大到可以说“不”!书店之外的国有书业的强大,强大到可以让国家的有关部门上上下下忙半年!还有,国有新华书店的转型,反宾为主,转变经营方式,打造新型关系。

这些变化告诉我们,渠道更新和渠道能量随着市场经济的深入推进,带来了出版业翻天覆地的变化,中国书业出版业的产品时期、推销时期已经结束,营销时期已经全面到来,而且随着渠道的创新,全面的社会营销时期指日可待。

从事出版业的人都知道,订价、折扣可以随着规模的扩大而讨价还价。当然,降价和折扣都不会是无止境的,这是产品销售的一般规律,无论你渠道多么好,无论你在成本运作上如何精打细算,一降再降,底线永远存在。但是,渠道创新是无止境的,新渠道层出不穷,渠道内的创新、渠道组合、渠道的运营方式改变,永远是无止境的。

十几年前,我编过一本《尼赫鲁家书》,是印度第一位总理尼赫鲁在狱中写给他的女儿英迪拉·甘地的书信,由英·甘地的女儿编辑。当时的发行渠道仅限于上省店征订单,去北京发行所联系几次,因为种种原因不能上目录。于是,我们就动了动脑筋,在省店目录系列中加发了一张自己设计的专页,写上几句人之常情的话。结果,这么一点小小的改变,或者用市场营销的术语说是改变了一点点,本来只征订400多册的订单一下子涨到了6000多册,相当于同类书当时在京所创下的订单数量。我们印了8000册。一个半月之后,印度驻华大使馆要在北京举办印度文化节,打电话要我们提供500册书,我们找遍了所有的书店,还没有收集到50本。这说明,有市场份额的书,渠道很重要,渠道的运作方式也很重要,哪怕是这种创新只是改变了一点点。

将这种渠道创新做到极致的是志鸿教育集团。一旦一种新的教辅品牌研发出来之后,他们会通知各省市的30~50个运营商齐聚北京或山东,半天的会议,各方认领数字、确定发货时间,然后就是半年以内结算。一个品牌一个亿的运作,一年下来创下10亿销售业绩,志鸿公司