



天津市

出版
科研

论文集

天津市出版工作者协会 编

(2006)

天津人民出版社

T j s c b k y l w j

天津市出版科研论文集

2006

天津市出版工作者协会/编

天津市人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

天津市出版科研论文集.2006/天津市出版工作者协会
编. —天津:天津人民出版社,2007.9

ISBN 978-7-201-05200-7

I.天... II.天... III.出版工作—天津市—2006
—文集 IV.G239.272.1-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 109786 号

天津人民出版社出版、发行

出版人:刘晓津

(天津市西康路 35 号 邮政编码:300051)

邮购部电话:(022)23332446

网址:<http://www.tjrm.com.cn>

电子信箱:tjrmchbs@public.tpt.tj.cn

天津新华印刷三厂印刷

*

2007 年 9 月第 1 版 2007 年 9 月第 1 次印刷

850×1168 毫米 32 开本 19 印张

字数:470 千字 印数:1-700 册

定 价:30.00 元

目 录

出版工作的改革与创新

坚定导向 科学发展——从出版社转制谈起

.....	王俊石 周立生(3)
解放思想 创新体制	张纪欣(12)
出版业建立现代企业制度初探	张献忠(17)
用系统科学理论看待出版行业的转轨改制	李秀芬(25)
教育出版社创新发展模式的思考	赵志伟(30)
少儿图书市场发展对策	张小群(40)
自我管理型团队适用于出版社的发展	郑东红(51)
试论出版社的企业文化建设	薛印胜(60)
出版社图书结构调整的内容和原则	沈 丹(70)
信息时代的出版管理目标	张 凯(77)
浅议中国出版“走出去”	徐 晶(86)
加强版权贸易 注重文化交流	陈晓梅(93)
由盗版出版物鉴定引发的思考	李崎钢(99)
浅议滨海新区的发展战略与天津出版的机遇	关薇薇(105)

新时代·新媒体·新挑战

机遇中的挑战——理性面对互联网出版	孙 健(115)
浅谈我国网络出版的发展与管理	赵 荣(124)
传统媒体如何应对新媒体的冲击	布亚楠(134)
浅谈出版与网络的“结盟”	赵媛媛(140)
网络时代下纸质媒体面临的挑战和机遇	梁咏辰(144)
21 世纪 E-Book 时代	王 绚(150)
略论网络平台与现代出版	王 东(156)
阅读方式多元化加速出版行业转型	陈妍华(163)
电子图书管理系统及其安全性	黄 沛(173)
浅谈博客出版的方向	高 雅(181)
从博客出书到博客式出版	唐 静(189)
浅议手机出版的优势与困扰	周冠琳(195)

变化背景下的编辑角色

Google 时代编辑群体的全新走向	于静筠(201)
小议出版转制背景下的编辑角色变化	杨丽萍(207)
浅谈信息时代编辑工作的创新	武春莉(217)
Internet 上出版资源的开发利用	杨 舒(222)
对转型期编辑两难处境的思考	苏 丹(231)
编辑的创新素质	高亚洲(237)
从“开头就是一棵树”说起	李相芳(244)
浅谈编辑的市场经济意识	张金生(249)
“英雄三部曲”——我的编辑使命论	赵 勇(256)

编辑记忆探微	郭 栋(267)
论责任编辑的把关职能及其文化增值意义	尹建国(272)
提高图书质量 树立精品意识	李正平(281)
浅议图书编前工作	倪 莹(287)
用科学精神引领科普出版工作的创新	刘海昊(292)
科普图书:有待挖掘的金矿	郑 新(302)
“新”、“情”、“趣”——浅议幼儿文学作品的风格	缪启明(312)

从选题策划到市场营销

民营工作室选题策划分析	杜 平(321)
选题策划:音像出版社生存的命脉	张津津(331)
浅谈美术图书选题策划	邢立宏(336)
浅析畅销书与大众文化	高 潮(341)
建立编辑与发行相互沟通协作的机制和意义	王建明(346)
图书生产的经济分析	张文红(355)
用 EIQ 分析法提升出版社图书物流中心效率	赵淑梅(367)
图书印数与利润的关系浅议	油俊伟(374)
西方出版业中的营销手段种种	傅金霞(380)
创新制胜,渠道为王	玮丽斯(385)
图书合理定价的效益分析	楚松林(395)
读者俱乐部与顾客份额营销	毛 菲(399)
图书销售的现状与对策思考	杨魁一(410)
专题策划、内容行销的意义	崔 妍(417)

外在之美与内在之实

高校学报封面设计浅论	白 鹏(427)
------------------	----------

插图艺术的美学散议	刘艺青(433)
现代出版物的图片编辑	杨春治(440)
以“字”解书——浅谈文字设计在图书装帧设计中的重要性	郭 泉 谷英卉(446)
关于图书版式设计的几点思考	李 战(452)
期刊版式中的标题设计	张福有(458)
谈杨柳青年画的继承和发展	李 明 杨晓萍(464)
简化字、繁体字转换中常见差错解析	魏 燕(470)
“大珠小珠落玉盘”——试论科技书稿的审读报告	陈 雁(476)
编辑加工对提高书稿质量的意义	蔡小红(484)
图书质检:编辑与校对的纽带	孙晓雁(489)
提高校对者素质,迎接校对变革	纪 群(493)
责任校对——优质出版物的重要保障	高 莹(497)
关于校对工作的几点认识	杨 崴(502)
校对理工类教辅教材中容易混淆数学符号的感悟	赵 虹(507)

保持期刊生命力的途径

成功创办期刊三要素	沈习春(519)
期刊编辑应增强读者意识	王 钢(528)
论党报党刊的发展与“三贴近”的关系	舒先兵(535)
漫画期刊应该成为“两个文明”建设的阵地	孔令强(542)
浅析市场化条件下大众文化期刊编辑理念的培育	邵 迎(546)
数字时代教辅期刊办刊理念的更新	张小荫(557)
由卖产品向经营企业转化——少儿报刊未来竞争态势分析	李 津(564)
中国少儿期刊市场化进程亟须提速	赵 强(574)

少儿报刊核心竞争力分析	解兴泉 (578)
男性期刊的发展趋势与分析	刘 洁 (586)
从《长寿》的发展看小众期刊的经营	梁 旭 (591)
后记	(597)

出版工作的改革与创新

坚定导向 科学发展 ——从出版社转制谈起

百花文艺出版社 王俊石 周立生

中共中央和国务院在《关于文化体制改革的若干意见》中指出：文化体制改革要“坚持社会主义先进文化的前进方向；坚持马克思主义在意识形态领域的指导地位，确保国家文化安全；坚持勇于实践、大胆创新，树立新的文化发展观；坚持把社会效益放在首位，努力实现社会效益和经济效益的统一。”《若干意见》不仅明确指出了文化体制改革的重要性、紧迫性，而且为出版体制改革指明了前进方向和应遵守的基本方针与原则。

出版社从事业性质转制为企业，也是文化体制改革的重要组成部分，因此必须认真贯彻《若干意见》的各项规定，积极稳妥地推进自身的转制改革，促进推进出版产业的科学发展，不断将自身做强做大，更好地肩负起应有的使命与职责。

一、认清性质，明确任务，始终坚持正确的出版方向，是出版社科学发展的生命线

众所周知，出版社及其全部工作，是党和人民的喉舌之一，是党重要的宣传思想阵地，是社会主义精神文明建设的重要组成部分，是社会主义先进文化的建设者和传播者，它担负着深入宣传马克思列宁主义、

毛泽东思想、邓小平理论和“三个代表”重要思想的重大政治责任;担负着坚持社会主义先进文化的前进方向和全面建设小康社会,构建社会主义和谐社会,提供精神动力、智力支持、思想保证和舆论环境的重要职能;承担着不断满足人民群众日益增长的精神文化需求,提高全民族的科学文化素质,培育有理想、有道德、有文化、有纪律的社会主义公民,促进人的全面发展的根本任务。

这是对出版社的根本性质和其主要负责的明确规定。作为事业单位的出版社是如此,而转制为企业的出版社,其性质与任务,并没有改变。对此,每一个出版社都应保持清醒的认识,在关键的时刻或关键的问题上,切不可糊里糊涂或摇摆不定,以免犯历史性的错误。

出版社从事业转制为企业,是一场前所未有的革命,它带来的各方面的影响是巨大的,并且,也没有一套完整详细的方案摆在面前,需要出版社在吸收国内外正反两方面的经验教训的基础上,以与时俱进的创新精神去探索,去创造。应当看到,转制为企业的出版社,它所从事出版物的编辑出版发行行为,是一种经济活动,它当然要以营利为目的,追求经济效益的最大化,否则,它就无法生存下去,就更谈不上发展。在此,出版社与其他行业领域的企业是一致的。但是,出版社又有与其他领域的企业相区别之处,那就是它所生产的出版物,既具有商品属性的同时,又具有意识形态的属性。恰恰是出版物这种双重属性的特殊性,使出版社的企业性质区别于其他企业的性质。而性质决定了企业的社会角色定位,决定了企业的根本职责与任务,决定了企业的前进方向,也决定了企业生存发展的目的。因此,作为企业的出版社,追求赢利是天经地义的,但是,这不是它的第一目的,也不是它的唯一目的。这是出版社工作的方向问题,也是出版社工作的原则问题。但是,这些年来,有些出版社恰恰是在方向与原则问题上,犯了错误。他们有的违反党的政治纪律和宣传纪律,出版有政治问题的出版物;有的违反

出版的法律法规和相关政策,出版伪书或者有其他问题的出版物;有的出版社出版内容淫秽下流或者错误百出的出版物……凡此种种,都在社会上和人们的思想中,造成了极其恶劣的影响。究其根本原因,还是—些出版社,一味追求自己的经济利益,忘记了出版社的根本宗旨,背离了正确的出版方向。

应当指出,随着出版体制改革的不断深化,生产文化产品的出版企业,在面临着新的发展机遇的同时,又将面临着比以前更加激烈的挑战与竞争。在这种情况下,在出版社转变为企业体制后,追求经济效益的最大化更是出版企业的必然选择,也正因如此,如何在自觉遵守党的政治纪律、宣传纪律与国家法律法规,牢牢把握正确的政治方向的前提下,实现出版企业经济实力的壮大的问题,就越加显得重要和紧迫。否则,一味片面追求出版企业的利润,就有可能迷失正确的政治方向,最终导致出版企业的衰败。所以说,正确的方向是出版企业生存发展的生命线,万不可掉以轻心,等闲视之。

如何在出版社的出版实践中,自觉坚持正确的出版方向,我们认为,从政治思想层面上讲,最主要的是要紧紧抓住以下几个方面:

(一)牢牢把握出版工作正确的政治方向,必须坚持用“三个代表”重要思想统领出版工作

党的十六大确立了“三个代表”重要思想,作为我们党必须长期坚持的指导思想,理所当然,也就确立了“三个代表”重要思想在出版工作中的指导思想地位。

“三个代表”重要思想突出强调了坚持先进文化前进方向和发展先进文化的极端重要性。所谓坚持先进文化的前进方向,就是坚持马克思列宁主义、毛泽东思想、邓小平理论在意识形态领域的指导地位,用“三个代表”重要思想统领社会主义文化建设;坚持为人民服务,为社会

主义服务,为全党工作大局服务的方向和百花齐放,百家争鸣的方针,弘扬主旋律,提倡多样化;坚持以科学的理论武装人,以正确的舆论引导人,以高尚的精神塑造人,以优秀的作品鼓舞人。所谓发展先进文化,就是发展面向现代化、面向世界、面向未来的,民族的、科学的、大众的社会主义文化,以不断丰富人民的精神世界,增强人们的精神力量。

出版社是传播先进文化的重要阵地,出版物是传播先进文化的重要载体,只有始终以“三个代表”重要思想为指导,不断增强做好出版工作的政治责任感和历史使命感,才能使出版社在任何情况下,都能牢牢坚持正确的出版方向,从而通过积极出版优秀的文化产品,为人民奉献更多更好的精神食粮,为弘扬和培育民族精神,为提高全民族思想道德素质和科学文化素质提供坚强的思想保证和智力支持。只有始终以“三个代表”重要思想为指导,才能在当今市场经济的博弈中,不断提高政治鉴别力,保持政治敏锐性,有效抵制和消除各种落后的、腐朽的思想文化的影响,保证出版产业沿着正确的发展方向健康发展。

江泽民同志曾经明确指出:“贯彻三个代表重要思想,关键在与时俱进。”对于出版社来说,要自觉地以三个代表重要思想为指导,坚持正确的出版方向,就要时时刻刻弘扬与时俱进的精神,才能使出版产业体现时代性,把握规律性,富有创造性。出版社是一个知识密集型企业,与时俱进,自主创新,是一个出版社生存与发展的永恒主题,是永葆生机的源泉。对于一个充满活力的出版社,不论是它的市场定位,战略目标的制定,还是产品结构的组成与优化,品牌特色的塑造,营销方案的实施,包括内部机制的设计和每一个选题的策划与取舍等等,无不是与时俱进,自主创新的产物。那种以买卖书号版号为主要手段的出版社,那种一味跟风模仿粗制滥造的出版社,最终必然要被市场经济的大潮所淘汰。

由此可见,只有持之以恒地以积极进取,开拓创新的姿态,统筹做

好出版社每个环节的工作,才能真正体现“三个代表”重要思想的精神实质,确保不偏离正确的出版方向。

(二)牢牢把握出版工作正确的政治方向,必须认真学习自觉遵守党的政治纪律和国家的法律法规

出版产业,是党和人民事业的组成部分,是社会主义精神产品的制造者,它必须体现党的意志和人民根本利益。它的方向的正确与否,关系到我国现代化建设全局,关系到国家意识形态安全和文化安全,关系到改革、发展、稳定的大局和经济、政治、文化的协调发展,关系到社会主义科学教育文化事业的繁荣,也关系到国民素质的提高和青少年一代的健康成长。所以,中央提出政治家办报,政治家办出版社的原则。即便是转制为企业之后,这个原则也是不能改变的。因此,作为出版社的领导者,必须是认真学习自觉遵守党的政治纪律和国家法律法规的模范,才能确保企业的发展方向不偏离正确的轨道。

在当今多元化的时代,作为一名对国家和民族有强烈责任心的出版家,不能把赚钱作为出版什么的唯一取舍依据,而应当看是否有利于建设有中国特色社会主义;是否有利于提高全民族的科学文化素质和思想道德水准;是否有利于构建社会主义和谐社会。这是我们出版人严格遵守党的政治纪律,确保正确方向的本质要求。出版社应当将这个本质要求具体化,并贯彻于全部出版工作的每一个环节中,并体现在出版社的每一种出版物上。

出版活动是一种经济行为,更是一种法律行为。因此,严格遵守我国的法律法规,确保正确的出版方向,是出版社必须坚决贯彻执行的基本前提。国务院制定的《出版管理条例》,以及其他有关法律法规,把党和人民的意志,党对出版工作的规范管理,出版社的出版活动,具体的行为准则等,从根本上和源头上作出了规定,最大限度地保证了社会主

义先进文化的前进方向和产业的健康发展。万不可像某些出版社那样,搞什么擦边球,搞什么上有政策,下有对策,甚至违法乱纪,最终,倒霉的是企业和始作俑者。

总之,始终站在党和人民的立场上,坚持祖国和人民的利益高于一切,自觉地维护党的领导,听从党的指挥,遵守党的政治纪律和国家的法律法规,同党中央保持高度一致,在思想观念上牢固树立马克思主义的指导地位,坚持党的基本理论、基本路线、基本纲领和基本经验不动摇,自觉服从服务于全党全国工作大局,不断增强政治意识、责任意识,才能确保出版方向的正确性,才能使出版产业快速健康地发展。

(三)牢牢把握出版工作正确的政治方向,必须认真贯彻“三贴近”原则

中央提出的“贴近实际、贴近生活、贴近群众”的“三贴近”原则,是“三个代表”重要思想在出版工作中的具体化,体现了坚持正确方向的基本方针,是加强和改进出版工作的主要着力点,是出版工作必须长期坚持的工作原则。

从根本上讲,出版社的每一个选题,每一种出版资源,都是来源于实际,来源于生活,来源于群众的,每个优秀出版物的产生,都是实践经验的总结,群众智慧的结晶。所以,想把出版社做强做大的人,不应是闭门造车、孤芳自赏的热衷者,那样的话,你的出版产品就必然被群众抛弃,还有什么正确的方向可言。可见,要确保出版工作的正确方向,必须紧紧围绕建设有中国特色社会主义的目标,坚持出版工作“贴近实际、贴近生活、贴近群众”的原则,努力出版更多思想性、艺术性、可读性相统一的优秀作品,把最好的精神食粮奉献给读者,促进社会的进步,这是发展出版产业,繁荣出版物市场的主题,也是我们整个出版行业长期坚持的一项基本任务。坚持正确方向,就要始终坚持多出群众

满意喜欢的精品力作,多反映人民群众的呼声和愿望,不断满足人民群众对出版物多方面、多层次、多样化的需求,增强针对性、实效性,提高吸引力、感染力,才能更好地服务读者、感染读者,才能真正赢得读者的欢迎。

二、创新打造自主品牌,是坚持正确的出版方向,努力实现科学发展和两个效益最佳结合的根本途径

坚持正确的出版方向,既不是一个空洞无物的口号,也不是束缚出版社发展的障碍。现在有些出版社,在实际工作中,往往将方向与发展对立起来,似乎一谈方向问题,就认为影响企业的发展,而讲发展就又忽视方向的正确把握。还有的人,将坚持正确的方向,仅仅理解为只要不出问题就行了。这实际上是狭隘地曲解了正确的出版方向的丰富内涵,其结果,方向模糊,思路必然不清晰,战略规划更无从谈起,往往是东一榔头西一棒子,哪个赚钱就赶紧跟风出哪个,到头来,可能一时也赚了一些钱,但是,企业在市场的竞争中,没有鲜明的特色,更没有自主品牌,也就没有长久的创造力、竞争力和生命力,其前途可想而知。其实,方向与发展的关系,是辩证统一的,两者密不可分又相互促进。对于一个出版社来说,坚持正确的方向,是为了科学的发展,并且只有坚持正确的方向,企业才能沿着正确的轨道更快更好地发展。反过来,只有企业科学发展,才能体现和更好地坚持正确的方向。

当今的时代,是品牌的时代。一个企业要发展壮大,要在市场经济的激烈竞争中,永远立于不败之地,就要打造自己的品牌。改革开放以来,特别是近十几年来,一些弱小不知名的出版社,通过创新开拓,精心打造自己的出版品牌,逐步发展壮大,市场占有率不断扩大,发行码洋