

第五届中国优秀出版物奖 全国优秀出版科研论文奖 获奖文集

中国新闻出版研究院 / 编



中国书籍出版社
China Book Press

第五届中国优秀出版物奖 全国优秀出版科研论文奖 获奖文集

中国新闻出版研究院 / 编



中国书籍出版社
China Book Press

图书在版编目 (CIP) 数据

第五届中华优秀出版物奖全国优秀出版科研论文奖获奖文集/中国新闻出版研究院编. —北京: 中国书籍出版社, 2015. 1

ISBN 978-7-5068-4645-5

I. ①第… II. ①中… III. ①出版工作—中国—文集 IV. ①G239.2-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 301195 号

第五届中华优秀出版物奖全国优秀出版科研论文奖获奖文集

中国新闻出版研究院 编

责任编辑 / 杨铠瑞

责任印制 / 孙马飞 马 芝

封面设计 / 北京楠竹文化

出版发行 / 中国书籍出版社

地 址: 北京市丰台区三路居路 97 号 (邮编: 100073)

电 话: (010) 52257143 (总编室)

(010) 52257140 (发行部)

电子邮箱 / chinabp@vip. sina. com

经 销 / 全国新华书店

印 刷 / 北京温林源印刷有限公司

开 本 / 880 毫米 × 1230 毫米 1/32

印 张 / 10

字 数 / 263 千字

版 次 / 2015 年 7 月第 1 版 2015 年 7 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978-7-5068-4645-5

定 价 / 46.00 元

版权所有 翻印必究

目 录

CONTENTS

出版社图书选题风险管理现状调查	1
出版的革命	16
三联书店向学术文化出版重镇成功转型的思考	28
中国出版“公益不足”的制度障碍及市场机制效用研究	39
论未来出版社的变革与发展	48
坚持“九三一”质量控制体系，全程全员全面提升图书出版 质量	63
信仰的力量历经时空变迁而不衰 ——以《忠诚与背叛》为例谈经典题材主题出版的价值 取向	71
出版转型与阅读文化重建	78
拓展二元书业时代的现实空间	89
信息权力结构的演变和大数据时代的“编辑智能论”	102
隐性知识显性化：编辑专业发展的有效路径	111
各遵其道，相依而存 ——试析图书编辑的三种能力及相互关系	120
从拼音读物的高差错率看汉语拼音亟待规范化	128
不官不商，有书香 ——范用的书籍设计	136
实用科技图书选题策划的基本依据、价值分析及途径	144

中国学术文摘：现状与展望

——以“三大文摘”为中心的实证研究	155
高影响力医学期刊参考文献引用错误分析	172
中国科学院科技期刊开放获取问题分析与发展探讨	185
基于信息技术的科技期刊虚拟出版集团的构建探索	195
国际学术期刊的数字化发展趋势	207
数字化出版对内容生产的逆向颠覆	
——以网络文学为例	224
数字出版“七问”	231
数字出版：手机为王？	
——手机出版的特征及其在中国的发展	242
大学出版社版权贸易管窥	251
困境与出路	
——广西农村出版物发行网点建设情况的调查	258
全球化背景下的政府规制与文化产业发展	266
拯救，首先要准确地把脉	
——再谈实体书店的生与死	277
国家出版基金项目遴选规律探析	
——兼谈学术出版重大项目的策划	286
试论出版人的文化自觉	
——以张元济等编辑出版家为例	298
数字时代“扫黄打非”的落点与内化	306
后记	314

出版社图书选题风险管理现状调查

刘明辉 李智慧

摘要：以我国出版社为调查对象，针对图书选题策划、论证和实施三个阶段，对图书选题风险管理现状进行问卷调查。基于问卷调查的数据，分析这三个阶段图书选题主要风险的管理现状，揭示出版单位图书选题风险管理存在的主要问题，并进一步提出对策建议。

关键词：图书选题 风险管理 问卷调查

出版社是我国传统图书出版的主力军。但近些年来，在经济全球化、信息数字化等外力的冲击下，尽管采取了转企改制等应对措施，但仍然有不少出版社生存空间日益窘迫，发展状况和前景堪忧。对 2005 ~ 2009 年我国图书出版产业的产销存情况进行对比分析发现，图书生产品种扩张而印数下降，图书销售徘徊不前甚至是负增长，图书库存总量巨大且积压严重。^[1]北京开卷信息技术有限公司四年来的报告分析都显示，在传统图书卖场中，月销量一册及以下的图书品种常年达到书店在架总品种数的 50% 以上。以 2011 年以来最少 102 万种（2011 年 6 月）的在架品种和最低 52.24%（2012 年 3 月）的未动销率计算，当前至少有 53 万种图书基本属于无效供给。^[2]而日益膨胀的图书供给和庞大的品种堆积，使得“书业正在走向另一个极端，即从‘书荒’走向‘书殇’……近一半的图书从开印之日就注定了其‘化为纸浆’的悲惨命运，没有和读者见面就胎死

腹中了。”^[3]这无疑增加了出版资源的竞争成本,造成严重的出版内耗和浪费,使传统出版单位进一步陷入内忧外患的境况。

造成这一现状的原因是多方面的,但最主要、最根本的内因来自图书产品自身——即图书选题不当,造成图书产品无法形成有效供给。因此,亟须研究我国传统出版社选题风险管理的现状与问题,以找到症结所在和应对策略,降低图书选题失败率。

为了调查我国出版社选题风险管理现状,本研究将图书选题的实现过程分为策划、论证及实施三个阶段,并针对这三个阶段设计了46个问题,每个问题设置3个选项:“是”“不是”和“不确定”。通过对问卷进行频数分析,可以反映我国传统出版社在图书选题策划、论证和实施过程中的风险管理现状及存在的主要问题。

一、问卷设置情况

由于我国出版社地域分布广泛,考虑到调查成本和效率,本问卷调查主要采用网络传送方式,同时辅之以电话调查方式复核。在正式调查之前,本研究先做了两次小规模的投资,各发出问卷20份,并根据调查反馈情况对问卷进行了修改。正式调查从2012年4月9日至2012年5月8日,历时1个月。总共发放问卷300份,回收206份。其中无效问卷20份,有效问卷186份,有效问卷回收率为62%。调查对象为各出版社工作人员,以其所在社的年出书码洋进行分类。为更准确掌握全国出版社的规模分布,本研究依据《中国出版年鉴(2010)》公布的各出版社年出书码洋进行归类、统计并分档,按照年出书码洋数据将全国出版社划分为五档,并最终按照各档出版社数量的相应份额发放问卷(实际发放问卷数进行了略微调整)。问卷发放及回收情况见表1。

表1 调查问卷发放及回收情况

出版社类型 (以年出书 码洋分档)	数量 (家)	占比 (%)	应发 问卷数	实发 问卷数	回收 有效数	回收率 (%)	有效占比 (%)
5 000 万元 以下	219	39	120	100	44	44	23.65
5 000 万 1 亿元	141	25	75	75	56	75	30.10
1 亿~2 亿元	99	17	50	50	41	82	22.04
2 亿~5 亿元	79	14	40	50	27	54	14.51
5 亿元以上	28	5	15	25	18	72	9.67
合计	566	100	300	300	186	62	100

调查对象所处的工作岗位不同,对选题风险管理现状的理解会存在差异。本研究将调查对象划分为生产类、销售类、行政管理类、高级管理者及其他共五个岗位,调查对象数量及占比分别为 86 (46.2%)、50 (26.9%)、20 (10.8%)、29 (15.6%)、1 (0.5%)。

调查对象从事出版工作的年限会影响其对选题风险管理现状的理解程度。本研究中的调查对象被划分为从事出版工作 5 年及以下、6~10 年、11~15 年、16 年及以上四档,调查对象数量及占比分别为 31 (16.7%)、66 (35.5%)、55 (29.6%)、34 (18.3%)。

为了考察调查对象对选题风险的了解程度,问卷中设计了问题“是否做过选题策划工作”。其中做过选题策划工作的占 66.7%,有 124 人,没有做过选题策划工作的占 33.3%,有 62 人。这一比例基本合理。

二、选题策划风险管理现状调查分析

针对图书选题策划,本阶段问卷设计了 14 个问题(问题 1~问题 14)。

1. 选题策划问卷调查频数分析（见表2）

表2 图书选题策划问卷调查频数分析

序号	问题	变量类型	频数	占比 (%)	有效占比 (%)	累计占比 (%)
1	选题具有明确的主攻方向	是	145	78.0	78.0	78.0
		否	12	6.5	6.5	84.4
		不确定	29	15.6	15.6	100.0
2	能够根据市场变化调整选题战略	是	66	35.5	35.5	35.5
		否	25	13.4	13.4	48.9
		不确定	95	51.1	51.1	100.0
3	实行策划编辑书号配额制	是	34	18.3	18.3	18.3
		否	97	52.2	52.2	70.4
		不确定	55	29.6	29.6	100.0
4	编辑人员深知图书发生导向问题（如政治问题、格调低下等）的严重危害	是	146	78.5	78.5	78.5
		否	3	1.6	1.6	80.1
		不确定	37	19.9	19.9	100.0
5	安排专人或某部门负责选题风险管理	是	4	2.2	2.2	2.2
		否	177	95.2	95.2	97.3
		不确定	5	2.7	2.7	100.0
6	对筛选策划编辑制定了严格的标准	是	16	8.6	8.6	8.6
		否	136	73.1	73.1	81.7
		不确定	34	18.3	18.3	100.0
7	策划编辑有明确的选题方向和范围的划分	是	68	36.6	36.6	36.6
		否	69	37.1	37.1	73.7
		不确定	49	26.3	26.3	100.0
8	主要以部门、小组或团队为单位进行选题策划	是	60	32.3	32.3	32.3
		否	109	58.6	58.6	90.9
		不确定	17	9.1	9.1	100.0
9	主要以个人为单位进行选题策划	是	123	66.1	66.1	66.1
		否	48	25.8	25.8	91.9
		不确定	15	8.1	8.1	100.0

续表

序号	问题	变量类型	频数	占比 (%)	有效占比 (%)	累计占比 (%)
10	策划选题时, 对目标读者和竞争产品都进行了深入调研	是	24	12.9	12.9	12.9
		否	60	32.3	32.3	45.2
		不确定	102	54.8	54.8	100.0
11	策划选题时, 必须对图书需求量进行预测	是	141	75.8	75.8	75.8
		否	13	7.0	7.0	82.8
		不确定	32	17.2	17.2	100.0
12	策划选题时, 做有可靠数据支持的盈亏预测	是	14	7.5	7.5	7.5
		否	131	70.4	70.4	78.0
		不确定	41	22.0	22.0	100.0
13	图书发生亏损时, 追责到策划人或策划团队	是	89	47.8	47.8	47.8
		否	51	27.4	27.4	75.3
		不确定	46	24.7	24.7	100.0
14	明确规定图书发生导向问题要追责到个人	是	114	61.3	61.3	61.3
		否	21	11.3	11.3	72.6
		不确定	51	27.4	27.4	100.0

2. 选题策划主要风险管理现状分析

本研究将图书选题策划阶段的主要风险归纳为信息风险、创新风险和竞争风险, 从频数分析的结果看, 这三类风险的现状和问题为:

(1) 信息风险。问题8~10反映图书选题策划中的信息风险管理现状。从调查结果来看, 主要以个人策划为主的策划工作组织方式, 使得策划信息不丰富、不全面甚至不完整; 在进行具体的选题项目策划时, 不能对目标读者和竞争产品进行深入调研(这两方面信息是选题策划最基础的信息), 不能

获取这两方面的准确信息,使得选题策划存在很大的信息风险。

(2) 创新风险。问题 6、7 侧重考察创新风险管理现状。对于问题 6,有 73.1% 的调查对象认为没有对策划编辑筛选制定严格的标准。对于问题 7,调查对象的肯定和否定回答数量十分接近,反映出有近 40% 的出版社策划编辑的选题方向和范围是不明确的。同时,有 73.1% 的出版社对策划编辑筛选未制定严格的标准,有 37.1% 的出版社策划编辑的选题方向和范围不明确。这也是选题创新不足以及重复和跟风出版的重要原因。

(3) 竞争风险。问题 10~12 考察竞争风险管理现状。对于问题 12,“策划选题时,做有可靠数据支持的盈亏预测”,回答“是”“否”和“不确定”的比率分别为 7.5%、70.4% 和 22.0%,说明约 70% 的出版社要么未做盈亏预测,要么是所做盈亏预测缺乏可靠的数据支持。10~12 这三个问题回答“是”的比率分别为 12.9%、75.8% 和 7.5%,显然其中的需求量预测已经成为绝大多数出版社防范竞争风险的必修课,相比之下,深入的市场调研和有效的盈亏预测还相距甚远,无法有力地防范竞争风险。

此外,问题 1~5 既是图书选题策划的基本问题,也同时考察出版单位风险管理内部环境。对于问题 1,78.0% 的调查对象认为“选题具有明确的主攻方向”,不过仍有 15.6% 的调查对象认为“不确定”。问题 5 显示 95.2% 的调查对象没有安排专人或某部门负责选题风险管理。问题 13、14 用于考察选题策划人员准入及策划编辑的工作和管理方式。

三、选题论证风险管理现状调查分析

本问卷针对图书选题论证设计了 15 个问题(问题 15~29)。

1. 选题论证问卷调查频数分析 (见表 3)

表 3 图书选题论证问卷调查频数分析

序号	问题	变量类型	频数	占比 (%)	有效占比 (%)	累计占比 (%)
15	选题论证时, 提交完善的选题策划方案或类似报告	是	81	43.5	43.5	43.5
		否	31	16.7	16.7	60.2
		不确定	74	39.8	39.8	100.0
16	选题论证时, 提交宣传推广方案或营销预案	是	6	3.2	3.2	3.2
		否	163	87.6	87.6	90.9
		不确定	17	9.1	9.1	100.0
17 ^[4]	选题论证时, 提供书稿内容简介、大纲、样章或至少三者之一正文	是	127	68.3	68.6	68.6
		否	46	24.7	24.9	93.5
		不确定	12	6.5	6.5	100.0
18	设立专门的选题论证委员会或类似组织	是	133	71.5	71.5	71.5
		否	46	24.7	24.7	96.2
		不确定	7	3.8	3.8	100.0
19	选题论证会的参加者能够充分表达见解	是	38	20.4	20.4	20.4
		否	80	43.0	43.0	63.4
		不确定	68	36.6	36.6	100.0
20	选题论证时有财务人员参与	是	26	14.0	14.0	14.0
		否	127	68.3	68.3	82.3
		不确定	33	17.7	17.7	100.0
21	涉及法律问题时, 邀请法律顾问或法律专业人士参与选题论证	是	26	14.0	14.0	14.0
		否	98	52.7	52.7	66.7
		不确定	62	33.3	33.3	100.0
22	聘请社外专家参与专业性很强的选题论证	是	77	41.4	41.4	41.4
		否	44	23.7	23.7	65.1
		不确定	65	34.9	34.9	100.0
23	选题论证会的参加者常常以个人好恶来评价选题的优劣	是	90	48.4	48.4	48.4
		否	40	21.5	21.5	69.9
		不确定	56	30.1	30.1	100.0

续表

序号	问题	变量类型	频数	占比 (%)	有效占比 (%)	累计占比 (%)
24	只要销量和利润有保证, 选题通常就可以通过并立项	是	167	89.8	89.8	89.8
		否	14	7.5	7.5	97.3
		不确定	5	2.7	2.7	100.0
25	年度选题论证因时间紧、任务重, 常常流于形式	是	132	71.0	71.0	71.0
		否	22	11.8	11.8	82.8
		不确定	32	17.2	17.2	100.0
26	对选题的取舍有明确的评判标准	是	35	18.8	18.8	18.8
		否	110	59.1	59.1	78.0
		不确定	41	22.0	22.0	100.0
27	主要由策划编辑自己决定选题的取舍	是	37	19.9	19.9	19.9
		否	129	69.4	69.4	89.2
		不确定	20	10.8	10.8	100.0
28	主要由社领导决定选题的取舍	是	96	51.6	51.6	51.6
		否	61	32.8	32.8	84.4
		不确定	29	15.6	15.6	100.0
29	即使选题决策失误, 也无法追究决策者的责任	是	126	67.7	67.7	67.7
		否	32	17.2	17.2	84.9
		不确定	28	15.1	15.1	100.0

2. 选题论证主要风险管理现状分析

本研究将选题论证阶段的风险分为信息风险、程序风险和决策风险, 各类风险的管理现状为:

(1) 信息风险。问题 15 ~ 17、19 考察选题论证信息风险管理现状。问题 15 的否定和不确定回答的累计百分比为 56.5%, 一是说明部分出版社在选题论证时不提交选题策划方案, 二是反映有近 40% 的策划方案不能确定是否提交以及是否完善。问题 16 的调查显示, 87.6% 的出版社在选题论证时不提交宣传推广方案或营销预案。问题 19 的否定和不确定回答的

占比合计为 79.6%，反映出多数选题论证会的参加者不能充分表达见解或不确定是否能够充分表达。以上调查结果揭示出，在策划者与论证者、论证者与论证者之间存在选题论证的信息风险。

(2) 程序风险。问题 18、23、25、29 考察选题论证的程序风险管理现状。问题 18 有 24.7% 的否定回答，反映出不少出版社未成立专门的选题论证委员会。对于问题 23，48.4% 的调查对象认为选题论证会的参加者常常以个人好恶来评价选题的优劣。对于问题 25，71.0% 的调查对象认为年度选题论证因时间紧、任务重，常常流于形式。对于问题 29，67.7% 的调查对象认为即使选题决策失误，也无法追究决策者的责任。总之，选题论证的程序风险管理存在着较为突出的问题。

(3) 决策风险。问题 20~22、24、26~28 考察选题论证的决策风险管理现状。在选题论证时，财务人员、法律人士及专家的参与可以有效降低决策风险，而问卷调查显示，这三类人士的参与比率分别只有 14.0%、14.0% 和 41.40%。关于 24 题，89.8% 的调查对象认为“只要销量和利润有保证，选题通常就可以通过并立项”，这反映出大部分出版社为了实现经济效益，在一定程度上有可能放松选题战略和选题规划，导致选题散乱。至于问题 26~28，有 59.1% 的调查对象认为对选题的取舍没有明确的评判标准，有 19.9% 的调查对象认为“主要由策划编辑自己决定选题的取舍”，有 51.6% 的调查对象认为，“主要由社领导决定选题的取舍”。可见在选题决策时，集体决策和按照明确的标准进行决策还只占很小的比例。

四、选题实施风险管理现状调查分析

这部分问卷以选题实施阶段各项活动发生的时间为序，设计了 17 个问题（问题 30~46）。

1. 选题实施问卷调查频数分析（见表 4）

2. 选题实施主要风险管理现状分析

本研究将图书选题实施阶段的风险归纳为选题夭折风险、进度风险、质量风险、成本风险和印量风险。在图书选题实施阶段的 17 个问题中,问题 30~34 调查来稿前的作者遴选和组稿活动的风险管理现状,问题 35~46 调查来稿后的制作和复制等活动的风险管理现状。来稿前主要存在夭折风险和进度风险管理问题;来稿后不同程度地存在进度风险、质量风险、成本风险和印量风险管理问题。

(1) 夭折风险。问题 30、34 考察选题夭折风险管理现状。从问题 30 的调查结果看,有的选题在立项后因找不到合适的作者而取消的比例为 81.2%;而问题 34 的调查显示,若策划编辑因离职或患病不能工作,其选题自然搁浅的比例为 62.4%。因此,当前出版社对选题夭折风险管理仍有很大的空白。

(2) 进度风险。问题 32、33、35、45 考察进度风险管理现状。对于问题 32,由于对编辑是否要跟进作者的写作进度、跟进的程度以及跟进效果的质疑,选择“不确定”的高达 57.0%。对问题 33 作出否定回答的比例为 93.5%,综合“年度新书选题实现率”的调查结果(有 58.6% 的出版社的年度新书选题实现率在 30%~60% 之间^[5])可知,选题实现率偏低的重要原因之一是对年度内的到稿计划缺乏监督管理。来稿时到编务部门办理登记手续比分散在各个编辑部门或者编辑手上更有利于统一调度和进度控制。问题 35、45 也从不同角度表明相当比例的出版社未达到完善的进度风险管理效果。

(3) 质量风险。问题 36~39、44 考察质量风险管理现状,具体包括内容、编校、设计和印制的质量风险,分别对应问题 36、问题 37 和 39、问题 38、问题 44。各问题的调查结果说明在图书质量风险控制中,也不同程度地存在程序简化或流程不规范现象。

表4 图书选题实施问卷调查频数分析

序号	问题	变量类型	频数	占比 (%)	有效占比 (%)	累计占比 (%)
30	有些选题在立项后因找不到合适的作者而取消	是	151	81.2	81.2	81.2
		否	21	11.3	11.3	92.5
		不确定	14	7.5	7.5	100.0
31	在合同中明确说明作者的著作权责任	是	161	86.6	86.6	86.6
		否	6	3.2	3.2	89.8
		不确定	19	10.2	10.2	100.0
32	编辑要跟进作者的写作进度	是	67	36.0	36.0	36.0
		否	13	7.0	7.0	43.0
		不确定	106	57.0	57.0	100.0
33	对年度内的到稿计划有专门人员负责监督落实	是	9	4.8	4.8	4.8
		否	174	93.5	93.5	98.4
		不确定	3	1.6	1.6	100.0
34	若策划编辑因离职或患病不能工作,其选题自然搁浅	是	116	62.4	62.4	62.4
		否	35	18.8	18.8	81.2
		不确定	35	18.8	18.8	100.0
35	来稿时必须到编务部门办理登记手续	是	81	43.5	43.5	43.5
		否	89	47.8	47.8	91.4
		不确定	16	8.6	8.6	100.0
36	书稿能够达到选题策划方案设计的标准和要求	是	15	8.1	8.1	8.1
		否	59	31.7	31.7	39.8
		不确定	112	60.2	60.2	100.0
37	书稿差错率必须达到万分之一及以下时才能付印	是	85	45.7	45.7	45.7
		否	36	19.4	19.4	65.1
		不确定	65	34.9	34.9	100.0
38	封面由美编、责编、质检人员、社领导等共同把关	是	118	63.4	63.4	63.4
		否	40	21.5	21.5	84.9
		不确定	28	15.1	15.1	100.0

续表

序号	问题	变量类型	频数	占比 (%)	有效占比 (%)	累计占比 (%)
39	社内有专职的书稿质检人员	是	140	75.3	75.3	75.3
		否	44	23.7	23.7	98.9
		不确定	2	1.1	1.1	100.0
40	大批量纸张采购采取招标方式	是	16	8.6	8.6	8.6
		否	58	31.2	31.2	39.8
		不确定	112	60.2	60.2	100.0
41	纸张采购成本基本合理	是	90	48.4	48.4	48.4
		否	2	1.1	1.1	49.5
		不确定	94	50.5	50.5	100.0
42	由编辑、营销、社领导等多方人员共同确定图书首印量	是	130	69.9	69.9	69.9
		否	37	19.9	19.9	89.8
		不确定	19	10.2	10.2	100.0
43	首印量的确定主要依靠经验数据	是	156	83.9	83.9	83.9
		否	16	8.6	8.6	92.5
		不确定	14	7.5	7.5	100.0
44	严格执行批量印制前的图书送样检查制度	是	20	10.8	10.8	10.8
		否	134	72.0	72.0	82.8
		不确定	32	17.2	17.2	100.0
45	图书能够在预定日期上市发行	是	151	81.2	81.2	81.2
		否	12	6.5	6.5	87.7
		不确定	23	12.4	12.4	100.0
46	图书实际销量与印量基本一致	是	154	82.8	82.8	82.8
		否	19	10.2	10.2	93.0
		不确定	13	7.0	7.0	100.0

(4) 成本风险。问题 40 和 41 意在考察成本风险管理现状。结果显示, 尽管认为“纸张采购成本基本合理”的调查对象占