

张明旺 / 主编

山西出版

SHANXI
CHUBAN
LUNJI

论
集

山西教育出版社

山西 出版论集

张明旺 / 主编

SHANXI EDUCATION PRESS

江苏工业学院图书馆
藏书章

山西教育出版社

图书在版编目 (C I P) 数据

山西出版论集/张明旺主编. —太原: 山西教育出版社, 2006. 3

ISBN 7-5440-3043-1

I. 山… II. 张… III. 出版工作-山西省-文集 IV. G239.272.5-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 019724 号

山西教育出版社出版发行

(太原市水西门街庙前小区 8 号楼)

山西新华印业有限公司新华印刷分公司印刷

新华书店经销

2006 年 1 月第 1 版 2006 年 1 月山西第 1 次印刷

开本: 787×960 毫米 1/16 印张: 16.25

字数: 309 千字 印数: 1—3000 册

定价: 26.00 元

写在前面的话

张明旺

出版单位作为市场经济活动的微观主体，其经营范围、发展空间、企业活力、运作机制等无不受到国内外政治、经济、文化、科学等宏观环境的影响，其中出版管理体制是最直接、最重要的因素。当前，我国新闻出版行业正经历着它前行路上一段特殊关键的时期，意识形态领域斗争进一步复杂化，新闻出版体制改革深入推进，行政职能转变渐趋到位。用新闻出版总署领导的话说，是“正处于重要的战略机遇期、改革发展关键期和各种矛盾的凸显期”。当此之际，整个新闻出版行业从指导思想、管理体制到运行机制都在发生着巨大而深刻的变化，正处于从计划经济的旧模式向社会主义市场经济的新模式转型的时期。这种转变和调整激烈而痛苦，是我们每一个身处其中的出版人都能够切身体会和直接感受到的。面对日益复杂的政策和市场环境，一个地处内陆、经济欠发达省份的出版业，如何积极应对新形势的变化所带来的挑战，适应市场激荡产生的对图书出版的要求，在风险中寻求发展，在探索中走向成熟，这是对出版单位竞争能力、管理者管理水平的真正考验。进入新世纪以来，伴随着我省出版业改革不断坚实的步伐，我们在出版管理工作中进行了数年的探索与实践。我们在思考摸索中清晰了战略思路，我们在风雨兼程中走出了自己的脚步。我们所倡导的结构调整模式正在探索中日趋成熟，我们所构创的质量管理方法正在实践中日臻完善，我们所培植的学术研究之风正在努力下日渐形成。经济发展相对滞后的山西出版界，已经并正在以令业界刮目的变化，展示着他的业绩和发展潜力：

——**品种结构进一步优化**。图书品种结构显示一个出版社主要业务的基本布局，从战略战术的部署到从业人员组织上的调配，其调整的深度和广度都是巨大的。近年来，我们根据自身实力优势和市场竞争局势，确立了结构调整的总体目标：构建多元化产品立体出版格局，提高产品的市场竞争力，增强企业的抗风险能力，壮大出版社整体实力，保证出版事业健康持续发展。几年来，我们始终认准结构调整目标不动摇，潜心打造，历数年之功，终于取得了一些可喜的成果：一是上市图书的比重逐年增长。近年来，我省各出版社上市图书的比例平均占到全年出书总数的60%以上，有的甚至到70%以上，较之2001年平均上升近20个百分点，各出版社系统包销书、补贴书的比重逐年下降。二是畅销图书的品种逐渐增多。涌现出一大批以《彩色人文历史》、

《古拳谱系列》、《守望的距离》、《家庭基本藏书系列》、《薄冰英语系列》等为代表的双效俱佳的优秀出版物，在保证社会效益的同时，正在由“畅销”走向稳定的长销。其中《学生探索百科全书》一年的零售量突破20万，仅2003年单品零售码洋就达1000万元以上；《薄冰英语语法》出版18个月，即以累计销售20余万套的业绩，荣列2004年全国畅销图书文教类前十名、英语类畅销图书前三名；《中考政治资料必备一本全》2003年销售达37万册，在业界创下累计140余万册的销售奇迹。三是单品印数稳步增加。在2004年以前，晋版出版物评奖只要单品印数超过3000册即可角逐晋版图书奖，而2004年以后，这个门槛已经提高到至少5000册以上，显示出晋版出版物市场份额的逐渐扩大。四是各类教材的研发收效显著。经过几年努力，已开发出以中学《地理》课本和高中《信息技术》教材为龙头，国家课程教材、地方课程教材、大中专教材与合作开发教材并重的市场性教材产品，为未来发展奠定基础。其中山西人民社独立开发的中、小学《信息技术》已列入国家教委“图书目录”，覆盖山西并发行到黑龙江、陕西、河南等省市；地方教材除《法制教材》已覆盖全省外，《健康教育》、《语文学真》、《解读山西》也已立项开发。山西教育出版社的《地理》教材通过教育部审批，《美术》、《音乐》等全国教材和《语文读本》、《英语阅读、听力和口语训练》等地方教材的开发成果也正在显现。希望出版社的《小学思想品德》、《写字》，山西科学技术出版社的《解读山西》、《创新与实践》、《研究性学习》等地方教材顺利通过省教委立项，并在全省广泛推开。大中专院校教材中，《农村经济学教程》、《发展经济学》、《出版发行学》被列为“国家十五规划高校教材”。五是版权贸易的成果令人瞩目。从2001年开始，我省版权贸易在数量、质量和范围上都有很大的突破。仅2001年引进一项，就是前10年我省引进数目的总和；2002年，版贸意向已逾100项，是前10年的10倍之多，至2005年，我省版权贸易已经形成规模，各种版贸意向已突破300项，享誉业界的品牌图书无论在引进还是输出图书中均占有可观比例，“史努比”系列、“人体百科”、“恐龙百科”、《学生探索百科全书》、《发展经济学》、《最新汉字趣味辞典》、《心电图分析指南》、“英语作文大全”、《中国家庭教育提示丛书》系列等，不仅显示着我们在版贸工作中的实力和水平，也较好地诠释了我们的多元化立体出版格局的构建思路。

——**图书质量进一步提高**。从上世纪90年代开始，我们就在全省出版单位中提出了实施“精品战略”，坚持先进文化的前进方向，不断推出优秀出版物的口号。精品的打造，“精品战略”的实现依托出版物整体质量的提高。这是一个系统工程，它包括选题质量、内容质量、编辑质量、校对质量、装帧质量、设计质量、印制质量、装订质量以及媒质本身的质量等各个环节。其中，进行出版物全程质量管理的最难点在于要根据变化的形势，不断修正和明确便于检查评估的各类质量标准，并力求量化，以利

……} 2]

于正确判断是非优劣。围绕我省图书结构调整的战略思路,这些年来,在出版物质量管理上,我省除认真落实坚持多年来在实践中有效的各项管理制度如三审制度、选题论证制度、重大选题备案制度、审读检查制度、问题选题和图书的纠正处理制度等,以确保图书的正确导向和内容质量外,特别在图书选题评价制度上做了许多可贵的探索与实践:一是连续下发文件进行专门布置和强调;二是在全国较早成立了“山西省图书音像电子出版物审查鉴定咨询委员会”,并确立了从学术价值、作者能力及声誉、适用性、生命力、特色、经济效益等方面分级综合的选题质量评估体系,在形式上强化预警管理体制。三是在图书付印以前即开展编校质量检查,把问题消灭在萌芽状态;四是对教辅类、辞书类等重点出版物进行分类专题抽查;五是进一步加大处罚力度。我省的图书出版管理由此进一步实现了科学化、规范化和精细化。2002年以来,我省图书的质量效益日益凸显,国家三大奖连年榜上有名,获奖图书累计达38种,是10年前的7.6倍。《中国锣鼓》、《人类学通论》、《幼儿社会化教育》、《动物知识百科》、《中国艺术论丛书》、《中国戏曲发展史》、《文物中国史》、《中国生物防治》、《傅山书法大幅仿真系列》、《学生探索百科全书》等获奖图书,不仅为山西出版界赢得广泛声誉,也展现着我们在精品战略上取得的成绩。

——**品牌建设成效初显**。出版业的竞争已经进入品牌竞争的阶段。我认为,出版业之所谓“品牌竞争”,是出版单位在全面细分读者市场的基础上,找准自我市场定位,通过一段时间内的持续努力,固化特色,依靠比较优势形成的核心竞争力。品牌是在明确市场定位,形成稳定连续特色,拥有特定读者群和稳定市场份额基础上形成的,是核心竞争力的外在体现。在品牌建设中,明确定位是基础,比较优势是核心,选题策划是关键,市场运作是保障。当然,品牌不是随着专业分工天然产生的,而是出版单位在激烈的市场竞争中逐步形成的。这些年来,我们一直将品牌的锤炼与打造作为增加出版单位实力和后劲的一项重要工作,与结构调整并举。通过近五年以来的集中策划、引导和潜心锤炼,我省的各出版单位甚至各编辑室的图书出版定位和出版特色逐步形成,“金字招牌”和“品牌图书”不断涌现。山西教育出版社立足于教育图书出版方面的资源、人才优势,遵循“名”、“特”、“专”、“精”的出版理念,通过《作文大全》、《一本全》、《点击金牌》、《薄冰英语》等系列品牌群的创建与延伸,逐步巩固并确立起该社市场教辅的优势地位,树立起“文教新六家”的品牌形象;希望出版社积极探索特色发展的路子,在引进和合作出版方面另辟蹊径,迅速占据了全国卡通市场的领先地位,《史努比全集》、《彩色人文历史》、《绘图本世界经典童话》、“光脚丫书系”等一大批引进版精品图书的出版,使希望出版社以“小社引进大品牌”享誉业界;山西人民出版社集团在厘清各社潜力、优势、资源的基础上,以品牌工作室作为品牌建设的切入点,随着《学生探索百科全书》、《石破天惊逗秋雨》、《二十世

纪语言学研究》丛书在市场上陆续创造出不菲的销售业绩，书海版图书也逐渐成为一块炙手可热的招牌，以《家庭基本藏书系列》为代表的古籍版出版物也为市场所追捧；北岳文艺出版社倾全社之力，打造现当代文学名家品牌，《沈从文全集》、《张恨水小说精品集》、《守望的距离》、《安静》等一批荣列全国各大书城销售排行榜的图书，使在业界沉寂多年的北岳文艺出版社，焕发了新的生机。此外，山西科学技术出版社的医药卫生、武术健身类图书和山西春秋电子音像出版社的旅游类出版物也初具品牌竞争的特性。可以说，我省出版社在品牌建设的道路上已经迈开了坚实的步伐。

出版要发展，就必须改革，出版要改革，就必须研究。当这一大堆论文摆在我面前的时候，我看到的不仅仅是我省出版工作者的优质内核，而且感受到我省出版事业向前发展的不竭动力。如果没有专心致志于实际工作，如果没有用心在工作中去体会、感悟，如果没有认真学习和研究，要撰写出这些论文是很难的。曾几何时，我们的出版工作者，虽然在业务上积累了极为丰富的实践经验，但工作上的总结、经验上的提炼、理论上的升华都相对不足，管理上重常规轻研讨、重事务轻学术的倾向也不同程度的存在。这是实际工作中的一个偏颇，既不利于管理上层次，也不利于业务上台阶。这本文集的出版，无疑表示了我们强化学术研究的信心与决心。显然论文结集出版，只是迈出的第一步，经过几年的积累后，我省出版界的研究氛围和学术品位自非今日可同语。

没有宽松的时间对文集逐一进行仔细品读，所以对这些论文不能做空洞的评说，但感受还是有的。一是可贵。大量的出类拔萃的优秀人士，在这个充斥着物质利益的日益浮躁的天空下默默坚守在书桌前，以严肃的姿态认真做书，积极研究，努力形成一些术业成果，这无疑是难能可贵的。二是分量。50 篇论文，大多是实践心得与经验总结，少有游离实际的坐而论道，在各级刊物公开发表、获各类奖励的篇什也不在少数。总之，鲜有拼凑充数之作。三是锐气。作者大都是我省出版界的中青年人士，文章中时有较前沿的观点，有较切实的思路，有较恳切的建议，有较精辟的意见，有的还洋溢着令人心仪的才情，彰显出逼人的朝气与活力。当然，粗糙在所难免，可以商榷之处也显而易见，但孜孜以求的山西出版人毕竟在学术研究的坎坷路上迈出了探索的脚步。我希望更多的有识之士参与到出版学术的研讨中来，为学术风气的养成摇旗助力。

窗外，夜已阑珊，城市的喧嚣渐渐沉静下来。回首自己的人生经历，感慨良多。我大学毕业后，一直从事宣传思想工作，由县而市到省，经历十余载。自 2000 年始，到山西省新闻出版局工作，至今已逾六年之久，对我省新闻出版事业可以说是有感情的。尤其是近几年，我有机会在一个省级机关的行政领导工作岗位上，以一种独特的视角，去观察一条战线、一个行业在日益开放的市场经济条件下的变革过程，体会和

感受它的痛苦和蜕变。在这条日渐坎坷的路上我省的全体出版人正在孜孜以求地努力着，探索着。正是这种锲而不舍的精神，支撑着我们走过了既往的艰难岁月，它也必将伴随我们开创出一片新的天地来。❸

目 录

前沿视点 *Qianyan Shidian*

- 我省图书出版业实施精品工程的思路与对策 课题组/1
- 发展特色与中部地区出版 张明旺/11
- 发挥自身优势 壮大出版实力 王宇鸿/16
- 贯彻“一二三计划” 谋求希望社发展 琚林勇/24
- 沙漠与石油——山西地图出版报告 谢一兵 段立新 王慷/29
- 试论我省教辅出版的创新困境及其出路 梁平/36
- 出版社改革的若干思路 郭志敏/40
- 关于21世纪初我国中小出版社生存战略的若干思考 王灵善/45
- 山西出版业期待腾飞的几点设想 赵志春/49
- 论山西出版的人才战略 侯天祥/56
- 发挥山西优势 深度开发选题资源 杨丙德/60
- 实施品牌战略 振兴山西出版事业 庞沁文/66

思想频道 *Sixiang Pindao*

- 自觉恪守出版工作者的职业道德 张凤瑞/72
- 实践“三个代表”是出版业发展的灵魂 董高怀/75

出版主张 *Chuban Zhuzhang*

- 试论精品图书的编辑与出版 赵建廷/78
- 古籍出版之路：与时尚贴近 张继红/82
- 立足本省 突出特色 立体开发
——对实用农业科技图书选题开发的思考 张保国/88

论图书成本管理与控制	赵立军/93
更专业些, 以出版的名义	张宝东/98
文艺出版的若干途径	吕晓东/103
图解式科技图书的出版	谢一兵 段立新/109
山西旅游图书漫谈	张文颖/112
强化图书成本管理	骞小丽/114

版贸扫描 *Banmao Saomiao*

版权贸易 前路犹长

——从山西版权贸易现状说开去	吕晓东 康 宏/117
透析山西版权贸易的“冷”与“热”	王 琦/126

书业喁华 *Shuye Juhua*

探索打造品牌图书的基本路径

——山西人民出版社集团部分优秀图书运作分析	荆作栋/132
品牌图书的打造	赵 玉/138
两套图书成功的原因分析和启示	李广浩/142
“四老文集”内文版式设计思路谈片	杜厚勤/146
“吃蛋亲”唱好了也生金	
——由羊信歌王石占明出专辑说开去	余超英 张 熔/150

编辑论坛 *Bianji Luntan*

编辑改稿, 有规律可“寻”	孙 琇 石凌虚/153
站在地上的回应——再谈编辑改稿兼其他	孙 琇 石凌虚/159
试论图书编辑学理论的基本问题	王佩琼/164
原创小说出版借势浅谈	席香妮/169
思想的感染力——书的生命	
——谈思想的编辑与编辑的思想	王晓琬/173
中国卡通的发展与研究	史 河 赵莲娣/177

教辅图书编校质量浅议	张大同/181
低幼图书编辑策划的现代意识	张 蕴/184
图书选题策划应有的四种境界	郭立群/188
出版商业化背景下的汉语文化建设	王嘉晖/195
图书质量的六大要素	谢琛香/201
慎待“前言”“后记”	郝建军/204
对开拓编辑心理学的几点思考	周 红/207
浅议责任编辑在选题论证前应做好的几项工作	王保彦/212
责任编辑的双重责任	武 静/216
“三农”图书出版面临的困难与思考	黄 聪/220

网络传真 *Wangluo Chuanzhen*

以服务为手段 以销售为中心

——简论出版社网站的建设 and 利用	胡晓青/225
网络时代我们如何做编辑	李建华/235
数字网络出版：山西出版业发展的现实选择	莫晓东/241
网络：山西出版业面临的挑战与对策	王瑞瑾/244

……] 3]

我省图书出版业 实施精品工程的思路与对策



课题组

党的十六大要求新闻出版业要为全面建设小康社会提供精神动力、智力支持和思想保证。要完成这项艰巨而光荣的任务，新闻出版业必须认真贯彻“三个代表”重要思想，真正做到“三个贴近”，倡导和实施精品工程。这既是过去十年来我省图书出版的经验，也是今后我省出版业发展的思路。

精品工程的提出与实施

精品及精品工程概念的提出体现了一个历史发展过程。

上世纪80年代起，随着经济建设成为全党全国工作的重心，图书出版业获得了大发展，专业化分社纷纷建立。至90年代中期，全国出版社数量和年出书品种分别增至80年代初的5.2倍和6.9倍。这种快速增长带来了一些负面影响，最明显的是图书质量的下降。提高图书质量，成为各级出版管理部门的当务之急。

1994年，国家新闻出版署在确定出版业由规模数量增长向质量效益增长转移的“阶段性转移”战略目标时，第一次提出了“提高质量、多出精品”的口号。1995年中宣部出版局提出精品应是“思想性、知识性（学术性、艺术性）、可读性高度统一的图书”。在实践中出版界又把它概括为内容精深、编校精当、印制精美，进而提出“精品工程”概念。1996年，中共中央《关于加强社会主义精神文明建设若干重要问题的决议》指出，出版业要“树立精品意识，实施精品战略”，“着力提高出版物质量，多出好作品，不出坏作品”。随后，出版界出现了关于“精品意识”“精品战略”“精品工程”的大讨论。1997年5月，我局出台了《山西省图书精品工程实施办法》，这是我省第一次以条例的形式对精品工程进行了规范。该办法从组织机构、工作流程、重点环节、目标要求、检测评估等方面对精品图书的生产组织、监控管理、考核奖励等提出明确要求。以此为标志，山西图书出版精品工程的实施可分为两个阶段：第一阶段，从90年代初到1997年。这一时期是大发展后的治理整顿期，在实践中认识到必须要抓精品图书，进而提出实施精品工程。在这一阶段，精品意识萌生，但是认识还不深，行动还不够自觉。第二阶段，1998年之后。对精品书的认识逐步深化，精品图书

……} 1]

生产管理与保障机制开始形成，精品图书成批涌现，以精品书为核心带动了全省图书出版的结构优化、质量提高。

综观我省精品工程实施以来的情况，表现出了“高、多、宽、长”的特点。“高”是对精品工程的认识提高了；“多”是精品书大大增多了；“宽”是精品书的面拓宽了，既有学术类的也有通俗类的，既有一般读物也有教辅读物；“长”是运作程序延长了，过去主要集中于编校装帧，现在前至策划、后至营销，都以精品的要求来操作了。可以说，这时精品工程已开始步入自觉阶段。

通过实施精品工程，山西推出了一批有一定影响的优秀图书，如获国家图书奖的《教育哲学通论》《钱学森手稿》，获中国图书奖的《希望童话宝库》《晋商城宅》《清通鉴》，获中宣部“五个一工程”奖的《孤儿泪》《知识经济论》《中国戏曲发展史》等。《中国改革第一人——邓小平》《人生世事来回想》等获全国优秀畅销书奖。晋版图书的总体水平也有了很大提高，以2002年为例，全年共出新书1088种，各类正规评奖中的获奖率达22%，比2001年的19.4%超过2.6%，比2000年的18.2%提高了3.8%，虽然不能以获奖作为优秀图书的唯一标准，但也可以反映出优秀图书的比例在增长。作为衡量图书质量主要标准的编校合格率也有了提高，2002年共抽查图书265种，总字数约3915万字，平均合格率为86.4%，比前两年的78%有了大幅度提高，优秀良好书也从19种增加到42种。抓精品工程直接推动了经济效益的增长，2002年一般图书销售净收入达1.3221亿元，比2001年提高10.8%，比2000年提高24.6%，图书的重版率也从1999年的21.4%、2000年的40%提高到2002年的42.3%。

精品工程的成果和经验

我省精品工程的提出与实施，经历了一个实践——认识——再实践——再认识的过程，实践中的经验为今后的工作思路提供了完善和提升的现实参考。这些经验主要有：

一、抓住主线，始终坚持正确的出版方向。这些年出版业的发展是迅速的，社会主义市场经济的形成，对图书出版不断提出新的课题，出版改革也在不断摸索中前进。但是有一点是决不能改变的，那就是“两为”方针不能变；有一条主线必须时刻牢记，那就是多出书、出好书，不出坏书，在任何复杂多变的情况下，都必须把握这一方向。还有一点，就是多年来我省出版业始终围绕党和政府的中心工作，坚持贴近时代，贴近群众，贴近读者。正是坚持了这一方向，才使这些年来山西没有出现一本有政治错误的图书，才使山西的图书精品工程得以健康发展。

二、实施“剥离”考核，引导上市图书的生产。为了扭转我省出版业长期依赖计划性教材和教辅，一般图书市场参与度和竞争能力低下的被动局面，我局党组于1999

年提出了“抓住计划打基础，面向市场求发展”的“三年自养”的目标和措施，开始对出版社实施计划性教材和教辅的“剥离”考核。将主要考核指标限定在一般图书的销售收入上。实践证明，“三年自养”目标的落实，在一定程度上扭转和改变了各出版社对计划性教材和教辅的过分依赖，一般图书的销售收入从“自养”前1999年的不足1亿元上升到2002年的1.3221亿元，我省出版业的市场竞争能力也有所提高。

三、加强编校质量检查，提高图书质量。我们一直把编校质量检查当做提高图书质量的一个重要措施来抓，经过七轮编校质量检查，效果很明显。这项工作开始初期的1995年，全省各出版社图书编校质量的合格率为50%左右，至1998年第三轮时已上升到73%，到2002年第七轮时已达到86.4%，良好以上品种也从第三轮时的不足10%上升到第七轮的35%。编校质量的检查提高了编辑人员精编精校的意识，图书的整体质量有了一个明显的提高。

四、控制每个生产环节，注重协调，加强配合。精品工程的落实，最终要靠出版社。出版社必须加强对图书生产每个环节的组织和监督。教育社大胆采用项目制组建工作室，人民社将重点选题分别确定为社长工程、总编工程、编辑部工程等等。结合局提出的出版社“三年自养”的目标，各社普遍制定内部的具体目标和考核办法。省新闻出版局则把主要精力放在编、印、发、供各部门和各环节的协调配合上，并根据形势发展的需要，不断修改和补充有关的操作规范和管理制度，不断调整并完善考核指标。这一切都表明，只有严格控制好各生产环节，做到编、印、发各部门通力合作，注重协调，加强配合，才有望使精品迭出，逐步实现精品工程的既定目标。

精品工程实施中存在的问题和不足

在充分肯定成绩的同时，我们也应当看到，我省出版界在精品工程的实施中还存在相当多的问题和不足，比如观念和意识问题、机制和体制问题、人才问题和保障措施不到位等问题，表现来看，主要有：

一、精品工程虽促成了山西图书质量的总体提高，但是还没有达到成系列、成品牌，还未出现山西图书出版业的标志性出版物，优秀图书的出现时多时少，难以形成阵势。优秀图书占取的市场份额，与出版发达地区相比差距还很大。

二、本省内部发展不平衡。各出版单位乃至各编辑室在精品图书策划出版上发展不一，有些较落后的出版社长期处于后进，一直没有什么新的起色。

三、尽管实施了计划性教材的剥离考核，但我省图书出版业目前的主要经济支柱仍是教辅和一批补贴协作图书。1999年，全部出书品种中，计划性半计划性教辅图书占26.4%，补贴性协作图书占35%，两项合计为61.4%；到2001年教辅占15%，协作图书占30%，两项合计仍占45%。到2002年，这些比例也没有发生太大的变化。

四、对精品书的认识尚有偏差，有的把精品书误作为评奖书，或争取资金补贴的学术书，所以有的社在精品上只注意所谓的社会效益，即是否获奖，是否有领导、名人表扬，形成了做精品为评奖，评奖后压库房的现象。

进一步加强精品图书生产的思路和举措

十多年的实践证明，实施精品工程是全面提升山西图书出版业形象、改变我省在全国相对滞后局面的有效措施。在今后的5年内，山西图书出版精品工程的发展目标初步确定为：图书出版的销售码洋达25亿元~30亿元，进入全国中等发达省份行列；上市图书的利润比例要占到50%，获奖图书达30%，其中国家三大奖要达到15种以上；图书重版率保持在45%以上；编校合格率达95%以上，其中精品和重点图书全部达到良好以上。为完成此任务，工作思路如下：

一、坚持正确导向，强化精品意识，创新出版理念，为实施精品工程提供思想保证。

导向问题始终是出版战线必须遵循和坚持的首要问题。当前最主要的是，结合新闻出版实际，认真学习贯彻落实十六大精神和“三个代表”的重要思想，认真学习《“三个代表”重要思想学习纲要》，真正把思想和行动统一到“三个代表”重要思想和十六大精神上来，真正做到“三个贴近”，集中精力抓精品，多出好书，多出精品，不出或少出平庸书，不出坏书。在各种考核和干部任用等重大问题上，要坚持政治素质第一位，并实行一票否决。要坚持社长、总编例会制度，严格选题论证和审批程序，对于有政治、宗教等问题隐患的选题，一律不予审批；要坚持图书审核和审查鉴定制度，把一切可能的事故隐患消灭在萌芽状态。今后，无论哪一层次的评奖活动，我们都要始终树立精品意识，将最优秀的精品图书评选出来，以产生持久的导向效应。在当前和今后相当一段时间内，出版管理机关要加强对市场的规范和监督，采取切实有效的措施，通过选题审批、书号核发和审读监管，将精品意识渗透在管理行为之中，进而渗透给每一位编辑。我们还必须下决心锤炼、打造一批精品，让精品图书产生应有的社会效益和经济效益，并产生很好的示范作用。

我国出版业发展不快，深层次的原因是观念陈旧落后。要进一步实施精品工程，首要的一条是提升我们的出版理念，其中最根本的是要对现阶段中国出版业有一个新的全面的认识。中国现阶段的出版业，具有三种基本属性，这就是意识形态性、文化性和经济性。意识形态属性是魂，文化属性是本，经济属性是纲。2003年全国新闻出版局长会议指出出版业“既是党的宣传思想阵地，又是先进文化的基本载体，也是国民经济的重要产业”。我省出版业要赶上全国先进水平，转变观念、确立正确的出版观尤为重要。

二、实施全方位人才战略，为实施精品工程提供智力保障。

1. 努力培养一支复合型、前瞻型、智慧型的领导层队伍。在未来的事业发展中，我们要逐步采用这样的标准来选人和用人，并建立起相应的用人机制，让优秀人才能够脱颖而出。同时，还必须舍得投入，不断地把具有培养前途的优秀中青年干部送出去，包括送往国外，让他们开阔视野，接受最先进的出版理念和管理方法，也可以让我们的社级领导到商务印书馆、中国出版集团或上海的先进出版社进行挂职锻炼。总之，要采用多种形式提高我省出版社领导层的队伍素质。

2. 对现有骨干编辑不间断地进行专业化培训。尽管我们的编辑队伍在实践中已经积累了大量开发选题、案头制作甚至营销策划的经验，但还远不能适应出版事业市场激烈竞争的需要。今后，我们要在出版社和编辑定位的基础上，引导每一个编辑开发自己的专业化潜能，有针对性地进行专业化培训。要鼓励并引导编辑进行个性化培训，并依靠个性化的编辑优势，开发有个性化的选题，出版有个性化的精品图书，长期而有效地占领图书市场。将出版社建设成真正的学习型组织，要将学习能力、创新能力和开拓精神作为衡量骨干编辑的最重要的标准。

3. 长期地有计划地引进最稀缺的专业人才。目前，我省的出版队伍几乎是清一色的传统的案头编辑型人才，占领出版制高点的高级策划和高级营销人才还显得十分匮乏。实施精品工程就必须有与之相适应的人才和智力支撑，而高级策划和高级营销人才以至可以跨媒体开发出版资源的最稀缺的人才又往往不可能在传统的出版环境中成长起来。对于这样的人才，我们就必须有计划地挖掘和引进。

4. 加快营销队伍的建设步伐。长期以来，我们一直存在着重编辑、轻营销的倾向，将没有文凭、当不了文案编辑的人员安排去搞发行和营销。这种错误思想的长期存在，严重制约和影响了发行和营销队伍的建设。我们要顺应出版事业发展的客观规律，采取一切可能的措施，加快营销队伍的建设步伐，把充满生机和活力、具有创新和开拓精神的人才充实到发行和营销队伍中来，运用现代企业制度来改造我们的营销队伍，使之适应出版事业发展和实施精品工程的需要。

三、营销和策划并举，让精品工程永远占领出版业的制高点。

一是精品工程的选题和制作是最优的，选题和质量是出版社的生命线也正体现在这里。二是精品工程所拥有的资源是最优的，包括单向度选题和选题资源的深度开发，也包括作者资源和作者队伍的构建，同样包括单一品种的精品图书和精品链的打造和形成；三是精品工程的效益含量是最优的，既包括社会效益，也包括经济效益；四是精品工程的宣传方式和造势效果是最优的，它可以真正让精品图书深入人心；五是精品工程所带来的无形资产是最优的，它可以全面提升出版社的形象。而这一切都离不开对精品工程全方位的营销和策划。全程策划就要求我们必须做到，在选题策划中重

在发现特色，在组稿策划中重在当好桥梁，在装帧策划中重在美术编辑与文字编辑的有机结合，在营销策划中重在形式和效果的统一。只有这样，精品工程才有可能占领出版业的制高点。

1. 深入论证，深度开发，努力优化选题结构。现代出版的竞争更多地体现为选题资源的竞争。书稿内容的优劣高下，基本上决定了这部图书的意义、价值、作用和品格。因此，出版社必须将更多的精力投入到选题资源的开发和利用上，将更多的时间投入到对名牌作者的挖掘和培育上。为优化选题结构，提高选题质量，策划和论证就必须做到五到位：一是市场调研要到位；二是作者的选择要到位；三是图书的规模和装帧形式要到位；四是宣传的方式和营销的预案要到位；五是两个效益的预测要到位。选题的深度开发就是选题资源的再利用，也是精品优势的延伸和发展。要善于策划好的选题，更要善于对同一选题资源作深度开发和利用，在开发精品的同时再去打造精品链。

2. 精编细校，精心制作，努力提高图书质量。一部图书是否是精品，要看它的内在质量和外在的表现形式能否达到和谐完美的统一。内在质量包括图书的内容质量和编校质量，外在表现主要是指装帧形式和印装质量。要想达到最优，就必须精编细校，精心制作，对书稿中存在的思想政治、学术质量、结构体例、表达方式、语言文字及标点符号等方面的问题，要本着一丝不苟、严肃求实的态度一一校订。三审三校制度是为几十年的出版实践所证明的确保图书质量的有效措施，必须认真贯彻落实。先进的技术手段在编校方面只能作为补充，而不能成为人工编校的替代。还必须一以贯之地坚持发稿权人制度、编校质量检查制度、精品图书的印前审读制度以及相关的奖惩制度，并在此基础上制定并实施“三审”检查办法，建立错审漏审追查制度，克服和纠正“三审”中个别人和个别审次的敷衍和形式主义倾向，减少图书质量事故隐患。装帧设计要根据图书不同的内容与市场趋向和读者喜好，接受并运用不同的设计理念，选用不同的装帧材质，体现不同的设计风格。同时要采取更加开放、更具竞争力的方式和手段，推进资源优势整合，在竞争和整合中全面提升我省图书的印装水平。对于整个运作过程，各出版社都要从编辑审稿、校对加工、装帧设计、印制工艺等层面对精品图书进行全程监控，发现问题及时处理，真正提高图书质量。

3. 开阔视野，诚信合作，努力开发出版资源。出版资源在这里主要指稿件资源和作者资源。没有好的稿件和优秀的作者，精品工程就只能是空谈。对此我们也要有更清醒的认识，我们既要看到优秀书稿在全国出版界普遍匮乏的一面，又要看到我省的相对优势。我省有五千年的历史文明，有曾经辉煌的晋商文化，有非常广阔的旅游市场，在这些方面可做的文章很多。我们要善于从新的角度去审视和甄别我们拥有的资源。同时还要把选题的触角伸向省外甚至国外让更多的如《学生探索百科全书》《史努

……] 6]