

向往飞翔

——广东省出版科研论文集

广东省出版业协会 编

XIANG WANG FEI XIANG
GUANG DONG SHENG CHU BAN KE YAN LUN WEN JI



广东教育出版社

向往飞翔

——广东省出版科研论文集

广东省出版业协会 编

图书在版编目(CIP)数据

向往飞翔: 广东省出版科研论文集/广东省出版业协会编. —广州: 广东教育出版社, 2006.8

ISBN 7-5406-6414-2

I. 向… II. 广… III. 出版工作—文集
IV .G23.53

中国版本图书馆CIP数据核字(2006)第084610号

广东教育出版社出版发行

(广州市环市东路472号12-15楼)

邮政编码: 510075

网址: <http://www.gjs.cn>

广东新华发行集团股份有限公司经销

佛山市浩文彩色印刷有限公司印刷

(南海区狮山科技工业园A区)

850毫米×1168毫米 32开本 13.875印张 280 000字

2006年8月第1版 2006年8月第1次印刷

ISBN 7-5406-6414-2/G·5700

定价: 28.00元

质量监督电话: 020-87613102 购书咨询电话: 020-34120440

向往飞翔

——编者的话

感谢广东教育出版社资深编辑杨向群，给这本广东省出版科研论文集起了个好名字——向往飞翔。

飞翔，无论现时工作岗位起点的高与低，这都是论文集写作者的共同心愿。

因为科技的发展，因为体制的改革，因为肩负的重任，使论文集写作者都明白，面对激烈的竞争，需要全面提升自己，包括综合素质和能力。

立足本职，研究问题，寻找规律，尝试创新，力求突破……这一切，也都成为论文集许多写作者经历的轨迹。同时，也催生出一篇篇出版科研论文。

虽然这本论文集中的部分论文，文字还有些粗糙，架构还欠缺推敲，甚至个别提法还有待商榷……然而，也正像一棵棵破土的新苗，虽然幼嫩，却充满生机；也正像一只只试飞的雏鸟，虽然弱小，却充满朝气。

是啊，当年改革开放先行一步，今日，建设文化大省喜报频传，我们身处的广东是一块干事业的沃土。论文集的写作者，身处这么好的氛围，一定能展翅飞翔！

感谢广东教育出版社和曾宪志社长、曾大力总编辑，给论文集出版的机会！也热切地盼望广东其他的图书出版单位，能陆续地给广东出版业从业人员，提供发表出版科研论文的园地！

2006年6月26日



责任编辑◆杨向群

◆黎雷

责任技编◆袁佟

装帧设计◆陈国梁

目录

1	注重体制机制自主创新,大力发展广东出版产业 ——读《继续出好广东这部大书》 (访谈录)的思考	杨荣
10	广东出版现状与未来发展刍议	朱仲庆
15	出版业集团化后信息管理面临的挑战与对策	陈伟平
20	对高校出版社走出“自留地”、拓展大市场 途径的探讨	雷良波
41	跨媒体经营与报业集团出版社的发展	赵泓
48	浅谈中小出版社竞争优势管理	周畅
53	论出版社的整体品牌建设	张晓兰
58	市场导向与选题的策划和论证 ——对目前出版社选题论证制度的 一点思考	倪腊松
67	谈谈出版社转制中的文化资源积累	梁振邦
72	浅谈作者市场	曾莹
76	以人为本是年鉴创新的核心	韩松
84	从《话说中国》到话说广东、话说出版 ——出版观念更新录	曹磊
89	“神话”的起点 ——从《话说中国》看市场细分和产品定位	邱仲军

96	谈图书编辑的现代主体意识	吴曼华
108	论市场经济条件下编辑策划职能的转变	王亚芳
114	浅谈编辑做好选题策划应具备的素质	陈川
119	市场经济条件下编辑要增强服务意识	冯少贞
125	大众读物的“必修课”	陈鸿瑶
130	赢得读者才能赢得市场	熊晓慧
133	掘金“图书核心销售日”	周畅
137	21世纪少儿图书出版前景刍议	黄玉雯
142	时尚低龄化	
	——少儿图书出版的市场法宝	吴郑宏
149	大学出版社高校教材“三点”营销模式的 分析与实践	庄严
154	论现代图书编辑的视野拓展	温键键
159	试论教材编辑人才的培养	陈国健
163	浅谈新时期编辑的选题策划能力	陈日轩
166	新挑战,新编辑	
	——浅议现代图书编辑应具备的职业意识	
		杨志军
172	“静得下来,走得出去”	
	——浅谈青年编辑素质的修炼与提高	
		钟凌翊
178	青年编辑素质的建设	罗卫谊
183	浅论编辑素质与选题策划能力	程翔
187	编辑修养浅议	黎雷
191	谈编辑应具备的素质	欧阳慧玲
196	浅论编辑的“编”与“做”	姜蓓
200	浅议“文责自负”与“编辑把关”	李蔚
204	论少儿图书编辑艺术的创新	黄玉雯
208	从《睡眠忠告》一书谈对编辑工作的认识	谢海宁

4

注重体制机制自主创新， 大力发展广东出版产业

——读《继续出好广东这部大书》
(访谈录)的思考

杨 荣

2004年年底，胡锦涛总书记先后发表了三次讲话，讲话的核心内容是提出了“坚持把提高自主创新能力作为推进结构调整和提高国家竞争力的中心环节”的要求。广东省委、省政府再三强调：提高全省人民自主创新能力，是以人为本，建设和谐广东、创新型广东的需要。由此，我们应该认识到，落实科学发展观，注重体制机制自主创新，是处于改革的关键时刻的广东出版业从业人员，破除束缚性障碍，激发活力、竞争力，大力发展广东出版产业的需要。

细读《继续出好广东这部大书》(访谈录)，边读边叫好！这是一篇十分精彩，很有胆识的文章。精彩之处不仅在于访问者羊城晚报记者提出的问题，均是读者以及出版业从业人员都普遍关注的问题，能吸引人们的眼球；精彩之处更在于被访者广东省新闻出版局陈俊年局长的回答，准确地抓住问题的关键，作出颇有理据的论述。其中部分论述敢为人先，确实很有胆识。试略举几例如下：

如认识广东出版业的不足时，抓住了问题的关键：

广东出版业存在的不足，不是某本书的文化含量问题，而是文化人的使命感要普遍加强，整体影响力有待提高，品

牌群还没有形成，顶尖级的人才还十分匮乏。

如为广东大众文化类图书出版鼓劲撑腰时，三个层次，颇有理据：

出大众的通俗的图书既是广东出版的特长，也是它的优势，而且按照“三贴近”的原则，我认为这个方向是对的，不仅无可厚非，而且还应大力提倡。

“短”、“平”、“快”也不失为一种策略，也是一种方法论。

编辑和作者都既要坚持学术操守和职业道德，又不要以为出版通俗图书就低人一等。中国古典四大名著，没有哪一本不是通俗作品，又都是经典作品，真教人深思。

如关于对改革的关键的论述，十分中肯，讲到点子上：

改革的关键在于两条。一条是讲大原则，要切实加强和改进党管意识形态的方式、方法。二是要大力推进社会主义市场经济的规律、体制、机制在出版业得以运用，包括出版从业人员及经营管理部门都要面向市场，要促进走市场之路。

如关于对个体书商、图书工作室的评论，敢为人先，很有胆识：

我从来就不赞成轻视或歧视个体书商，不要唯成分论，要重在表现，现在要提倡调动一切积极因素，包括方方面面的资本，形成合力，共促出版业的发展。

对于图书工作室，也要实事求是，不要听到名字就摇头，要看他编的什么书，关键看图书的内容，创作有创作的自由，出版有出版的纪律。我很希望广东继续通过多种渠道不断开拓稿源，积极策划选题，包括外国的好选题，也可以学学韩信点兵嘛。

细读《继续出好广东这部大书》（访谈录），边读边思考。这篇十分精彩、很有胆识的文章，给广东出版业从业人员提出了一个很大的题目：如何继续出好广东这部大书，即如何注重体制机制自主创新，大力发展广东出版产业。

我到广东省出版业协会（原广东省出版工作者协会）工

作后，先后到省内一些图书、音像电子、互联网出版单位调研，感触良多。我认识到，广东出版产业困难与希望共存，挑战与机遇共存，只有努力提高自主创新的能力，不断锐意改革，才能再上新台阶，获得新发展。现将如何注重体制机制自主创新的几点不大成熟的思考提出来，与广东出版业从业人员共同研究，实属“抛砖引玉”。

一、政府部门管治模式创新

实行政企分开，将原来主管主办的企事业单位划出，以隶属关系脱钩而实现“从管脚下到管天下”，是政府部门管治模式转变的第一步。需要不停顿地朝着目标推进转型工作：由单一的经济建设型逐步向公共治理型转变；由管制型逐步向服务型转变。

目前要解决的难题是政府部门行政编制“瘦身”，与附属中心事业编制“膨胀”的矛盾，即政府财政负担始终降不下来的问题。而解决问题的出路，在于政府部门把不应当由政府承担的工作交出去。确保法律公平而且可靠地执行，确保公民和企业和谐环境中发展，是政府部门应当做的事情。

广东省新闻出版局推动政府部门管治模式的改革,取得的成绩是有目共睹的。这里不再阐述。2006年2月16日全文公开发表的《中共广东省委、广东省人民政府关于发挥行业协会、商会作用的决定》的第四部分提出建立发挥行业协会、商会作用的有效机制,明确提出建立委托授权机制、合作联动机制、咨询机制、监督指导机制、考评奖惩机制等5个机制的要求。广东省新闻出版局在如何发挥局管行业协会的作用方面,还有许多工作要做:如以行政许可法为依据,加快政府职能转变;如加强对协会的指导,积极推进有关合作,如构建长期稳定的联系对话平台,支持协会依法维护行业合理权益;如协助指导协会制定完善行规行约,报登记管理部门备案并公布,接受社会监督,树立协会权威,规范会员企业的生产和经营行为等等。

二、出版企业产权制度创新

除少数出版单位仍确定为事业单位外,大多数出版单位都会转制为企业,这应是目前中国出版业没有争议的事情。那么,出版企业产权制度是怎么样的呢?转制,并不仅仅是在工商部门变更名称时,在某某出版社后面加上“有限公司”四个字,还应该尽快推进企业产权制度、治理架构、运营方式等方面的转变。

选择什么样的产权制度，可能是转制出版单位碰到的一个必须回答的问题。从党的十四届三中全会提出国有企业要建立“产权清晰，权责明确，政企分开，管理科学”的现代企业制度，到十六届三中全会提出建立“归属清晰，权责明确，保护严格，流转顺畅”的产权制度，说明改革正在实践的经验总结基础上，推进了理论的创新。改革如果没有涉及到产权制度，就不是真正意义上的改革，也不会是成功的改革。

目前正在转制,或已转制的出版企业,产权绝大多数仍是国有独资。虽然直到现在,对事业单位转制为企业,国家有关部门尚未有具体的产权制度改革的实施细则出台,但是改革不宜停顿,“摸着石头过河”,边探索,边请示,边实践,可属权宜之计。较为稳妥的办法是将国有独资改为国有控股,在确保国有股占51%的情况下,将其余股份按一定的比例由经营班子、在职员工、退休(含退养)员工持有。前提一是国有股出资人到位方式已解决;前提二是国有股出资人对国有股收益方式已解决;前提三是企业的清产核资已完成,并获得国家有关部门的确认;前提四是单位实行转制,员工置换身份如何从国有净资产中划出补偿金问题已经落实。这四个前提,缺一不可。如果51%国有股权,由两个或

两个以上产业性质相同或类似的国有单位持有，将更有利于“制衡、监督”，以规避可能出现“内部人”犯错误事件的发生。

49%的股权，是否经营班子持19%，在职员工持20%，退休（含退养）员工持10%？上述比例，是考虑到一些历史较长的单位，退休人员比例较大，或这次内部改革动作较大的情况。经营班子、在职员工，退休（含退养）员工持股交纳的资金，可优先将身份置换获得的补偿金抵扣。为体现“流转顺畅”，可考虑先从退休（含退养）员工所持股的自由转换开始。但试点期间，应只允许在原出版企业自然人之间流转，即内部流转。

国家将国有股的49%出让给经营者和在职员工，以及退休（含退养）员工的方式有三个好处：一是国家可将49%股权折现回收，或作为国家资本金充实企业的现金流（如果是新增国家资本金，则可能要调整每股的价格），增强企业发展后劲；二是调动经营班子和在职员工的积极性；三是保障退休（含退养）员工共享改革成果的权益。其实，这种国有控股的产权模式，比较符合“归属清晰，权责明确，保护严格，流转顺畅”的现代产权制度的要求。

让经营班子持一定的股权，其意义不但是调动积极性，还在于有利于推进职业经理人队伍制度的建立。国有控股的出版企业，更应该早日建立职业经理人队伍。

三、出版企业治理架构创新

我国目前仍未建立起规范、完善的公司治理架构，出版集团公司的治理架构更是没有先例可以遵循。广东省有出版权的出版单位，部分归属出版集团或报业集团，部分归属拥有其国有资产的其他集团公司，或资产经营公司，或学校企业办公室等等。它们的主办单位，有些还是主管主办单位，大多获得授权，行使管人、管事和管资产的权责。

如果上述第二部分“出版企业产权制度创新”中，有关

好的体制机制要发挥作用，关键是要靠人去实现。行使出资人权责的单位要选好管委会成员，管委会要选好经营班子成员。在法规尚未配备完善的情况下，人的品格、魅力、精神如何，对企业成长的影响是很大的。

四、出版企业运营方式创新

有出版业从业人员在文章里提到“大多数出版社还不是严格意义上的生产单位”，认为主要问题在于，现在大多数出版社做营销的很少，有的出版社即使已经增设了营销部，但也还算不上真正意义上的营销，有营销水平的就更少了。

我认为，出版企业的运营要经历产品推销阶段、计划营销阶段和品牌营销阶段。目前，部分出版企业还处于产品推销阶段，部分出版企业正迈向计划营销阶段。要使我们的出版社成为真正意义上的出版企业，在推进产权制度创新、治理架构创新的同时，应致力于企业运营方式的创新。出版产业发展的本质，是不断提升出版产业经济结构、创造能力和出版产业从业人员素质。出版产业发展的过程，就是谋求自主创新能力和提升比较优势层次的过程。因此，出版企业运营方式的创新，是否可以从以下三个主要方面予以考虑：

一是资金筹集方式创新。

产业的发展离不开资金的支持。以自有资金为主，或靠银行贷款，靠集团（出版、报业、期刊集团）结算中心内部借款等进行筹集资金，是目前出版企业常用的两种方式。

然而，有一种一直以来都有出版企业在尝试，但因尚未取得突破，而得不到业内认同的方式，即共同合作开发某种出版物项目，让参与方根据协议，按项目股份投入资金的方式。其好处不但能够解决出版企业资金的短缺，还能让参与方共担风险、共享收益，发挥参与方的积极性。这应是不突破现行国家政策规定，能筹集到发展资金的又一种较稳妥的方式。那种变相买卖书号、版号的所谓“合作出版”，不属于这种筹集资金方式的范畴。

上述方式确实需要认真地试行，一个一个项目地实践，一个一个项目地总结和完善。如果筹集资金的方式，能上升到出让品牌出版物的署名权，给由品牌出版物名称衍生的其他商品的生产企业，如玩具厂、服装厂、酒家等等，资金筹

集方式创新，又会跃上一个更新的水平。那就是企业已开始进入品牌营销阶段了。

二是出版物营销方式创新。

时代的发展，科技的进步，网络、手机、网络电话、博客技术、手持视频技术、游戏及FLASH等等不断的涌现，正呼唤出版企业推进出版物营销方式创新。

《两只蝴蝶》等一批网络歌曲，通过提供下载而使网络运营商等机构获得丰厚收益的事例，给了出版企业一个可贵的启示：出版形式要与时俱进的同时，出版物营销方式必须不断创新。二十一世纪出版社2005年出版的短信诗集《你在我的眼睛里》，便策划了多种媒体的样式进行营销推广。

图书、音像制品、电子出版物、游戏软件、期刊、报纸等，均属知识载体。如何吸引读者阅读，提高出版物收益，真是一个值得好好研究的课题。出版企业应该认真地做这方面的功课，得分越高，企业的发展前景越大。当然，前提是出版企业根据市场的需求，不断地推出优秀的原创作品，打造自己的核心竞争力。

三是内部组织方式创新。

发展出版产业，需要政府部门管治模式创新、出版企业产权制度创新、出版企业治理架构创新、出版企业运营方式创新。在出版企业运营方式创新中，既要重视资金筹集方式创新、出版物营销方式创新，更要重视出版企业内部组织方式创新。因为内部组织是一个企业的“细胞”，细胞健康、有活力，排列合理，即企业内部组织适当，企业才能成长、发展。

综观相当数量的出版企业，其科室（部）的内部组织形式，带有浓厚的计划经济体制和行政等级色彩及痕迹。二十多年虽经历了一些小修小补，但没有质的突破和飞跃。曾风行一时，目前仍有一些出版企业“固守”的目标管理责任制，也没能使科室（部）这种内部组织形式发生质的变化。

两年前，湖南出版信息中心“兄弟文化”出版公司诞