

吴海 著

出版社工作简论

首都师范大学出版社

出版社工作简论

吴海 著

工作简论

**(京)新 208 号**

**图书在版编目(CIP)数据**

出版社工作简论/吴海著. —北京:首都师范大学出版社,1998. 5

ISBN 7-81039-970-5

1. 出… Ⅰ. 吴… Ⅱ. 出版社-工作-中国-研究 IV. G239. 22

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (98) 第 11958 号

**ChubanShe Gongzuo Jianlun**

**出版社工作简论**

**首都师范大学出版社**

(北京西三环北路 105 号 邮政编码 100037)

北京园马印刷厂印刷 全国新华书店经销

1998 年 5 月第 1 版 1998 年 5 月第 1 次印刷

开本 850×1168 1/32 印张 6.125

字数 135 千 印数 001~500 册

定价 9.20 元

# 目 录

绪论 .....	( 1 )
明理篇 .....	( 8 )
——政策导向论	
<b>一、我国出版社的特殊性质</b> .....	( 8 )
(一)社会主义的中国,需要社会主义的出版物 .....	( 9 )
(二)建设有中国特色的社会主义,出版社担负着精神 文明建设的重任 .....	( 11 )
<b>二、出版社的特殊性质,决定了出版社必须把社会效益放         在首位</b> .....	( 13 )
<b>三、建立有中国特色的出版体制是当务之急</b> .....	( 19 )
(一)目前出版业存在的问题和改革的艰巨性 .....	( 19 )
1. 出版业存在着相当明显的计划经济成分 .....	( 20 )
2. 出版物的双重属性给出版业带来的困惑 .....	( 21 )
3. 出版业要实行集约化经营,要“造大船”,但体制 问题存在障碍 .....	( 22 )
4. 出版总量并未达到社会需求,出版质量问题突出 .....	( 23 )
(二)建立中国特色出版体制的几点思考 .....	( 24 )
1. 排除杂议,明确导向 .....	( 25 )
2. 转变政府职能,真正实行政企分开 .....	( 26 )
3. 让出版社真正成为企业 .....	( 28 )
4. 出版社分流 .....	( 30 )
5. 组建出版集团 .....	( 31 )

编辑篇.....	(34)
编辑基础论	
一、编辑是出版社生存发展的基础.....	(34)
二、编辑的历史使命决定了编辑工作的基础地位.....	(36)
(一)编辑的一般历史使命 .....	(37)
1.“选择与加工” .....	(37)
2.“制作与传播” .....	(37)
(二)编辑的特殊的使命与任务 .....	(38)
1.关于“选择和加工” .....	(38)
2.关于“以供制作和传播” .....	(39)
三、编辑在人类文化传播中的作用决定了编辑工作的基础地位.....	(40)
(一)编辑在人类文化传播中的中介作用 .....	(41)
1.鉴别作用 .....	(41)
2.转化作用 .....	(42)
3.控制作用 .....	(43)
4.服务作用 .....	(44)
(二)编辑在人类文化传播中的导向作用 .....	(47)
1.编辑对作者的导向 .....	(47)
2.编辑对读者的导向 .....	(49)
四、编辑应具备的素质.....	(51)
(一)政治素质是编辑完成特殊历史使命和任务的前提 .....	(54)
1.科学的世界观 .....	(55)
2.政治理论修养 .....	(55)
3.政策水平 .....	(56)
4.政治敏感性 .....	(57)
5.热爱本职工作的事业心 .....	(58)

(二)业务素质是编辑完成特殊历史使命和任务的保证	(60)
1. 职业意识	(60)
2. 职业道德	(66)
3. 业务能力	(73)
<b>五、关于编辑工作的几点思考</b>	<b>(83)</b>
(一)关于策划编辑	(83)
1. 策划编辑的出现是新形势的需要	(84)
2. 策划编辑内涵的界定与定位上的误区	(85)
3. 策划编辑内涵的界定与定位	(88)
(二)关于策划编辑制	(90)
1. 目前我国实行策划编辑制的几种形式	(90)
2. 策划编辑制的最佳形式	(92)
3. 我国的策划编辑制为何举步维艰	(92)
(三)关于编辑部的改革	(99)
1. 成立策划编辑室	(100)
2. 成立审读加工编辑室	(102)
3. 成立图书宣传编辑室	(104)
(四)关于校对工作的思考	(105)
1. 校对工作的重要性	(106)
2. 目前出版社校对工作的现状	(108)
3. 校对人员应具备的素质	(111)
<b>发行篇</b>	<b>(115)</b>
——发行保证论	
<b>一、发行部门在出版社的地位与作用</b>	<b>(115)</b>
(一)从历史使命看出出版社发行工作的地位与作用	(116)
(二)从图书的商品属性看出出版社发行工作的地位与 作用	(116)

(三)从我国图书市场的实际看出版社发行工作的地位与作用.....	(118)
1. 国外出版大国图书流通体系 .....	(118)
2. 我国图书的流通体系 .....	(121)
3. 我国出版社在图书流通体系中的地位与作用 .....	(124)
4. 出版社发行工作的重要作用及其主要内容 .....	(126)
<b>二、出版社发行人员应具备的素质 .....</b>	<b>(129)</b>
(一)政治素质.....	(129)
1. 较强的政策水平 .....	(130)
2. 清醒的政治头脑 .....	(130)
3. 热爱本职工作的事业心 .....	(131)
(二)业务素质.....	(132)
1. 职业道德 .....	(132)
2. 业务能力 .....	(135)
<b>三、关于出版社发行工作的思考 .....</b>	<b>(140)</b>
(一)关于依靠“主渠道”.....	(140)
1. 关于出版社的自办发行 .....	(140)
2. 关于对“主渠道”的理解与依靠 .....	(142)
(二)关于出版社发行工作的改进.....	(144)
1. 根据自身实力制定发行战略 .....	(145)
2. 提高素质,改进工作 .....	(146)
<b>出版篇 .....</b>	<b>(151)</b>
——出版保障论	
<b>一、出版部门在出版社的地位与作用 .....</b>	<b>(151)</b>
(一)从出版社的使命看出版部门工作的地位与作用 .....	(151)
(二)从出版社的竞争看出版工作的地位与作用.....	(152)
(三)从经营的角度看出版工作的地位与作用.....	(153)

<b>二、出版人员应具备的素质</b> .....	(155)
(一)较高的政治素质 .....	(155)
1. 政策水平和政治敏感性 .....	(155)
2. 强烈的事业心和责任感 .....	(156)
(二)良好的职业道德 .....	(157)
1. 遵纪守法 廉洁自律 .....	(157)
2. 一心为公 不徇私情 .....	(158)
3. 认真负责 一丝不苟 .....	(158)
4. 服务热情 团结协作 .....	(159)
(三)过硬的业务能力 .....	(160)
1. 熟练的计算成本的能力 .....	(161)
2. 节约印制成本的能力 .....	(163)
3. 使谈判成功的能力 .....	(164)
<b>决策篇</b> .....	(167)
——领导关键论	
<b>一、出版社领导的地位与作用</b> .....	(167)
(一)出版社领导决定着出版社的方向 .....	(168)
(二)出版社领导决定着出版社的经营 .....	(169)
1. 有无创双效益的选题 .....	(170)
2. 图书是否达到高质量 .....	(170)
3. 是否有畅通的发行渠道 .....	(170)
4. 是否有节支增效的方法 .....	(170)
5. 是否有合理有利的发行折扣 .....	(170)
6. 全体成员的积极性是否得到最大限度的调动 .....	(171)
7. 全社是否能团结协作 .....	(171)
(三)出版社领导是出版社生存发展的关键 .....	(171)
<b>二、出版社领导应具备的素质</b> .....	(175)
(一)政治素质 .....	(175)



1. 较高的政治理论修养 .....	(175)
2. 较高的政策水平 .....	(176)
3. 突出的政治敏感性 .....	(176)
4. 为出版事业献身的精神 .....	(177)
5. 任人唯贤 知人善任 .....	(178)
6. 身先士卒 以身作则 .....	(179)
(二)业务素质.....	(180)
1. 决策意识 .....	(180)
2. 策划意识 .....	(181)
3. 经营意识 .....	(182)
4. 改革意识 .....	(183)
后记.....	(185)

## 绪 论

党的十一届三中全会以来的 20 年间,我国的出版业发生了前所未有的显著变化。变化之一:出版业空前蓬勃发展;变化之二:图书从规模数量为主要特征向优质高效为主要特征转变;变化之三:随着经济体制的变型转轨,计划经济体制下的出版格局也开始了变型转轨;变化之四:出版社横向联合加强,走向国际市场。

建国以来到党的十一届三中全会的 30 年间,我国的出版界在“党的出版物的原则”<sup>①</sup>指引下,坚持“社会主义的出版工作,首先是宣传教育工作”的原则,出版了不少好书,起到了“宣传人民、教育人民”的作用。但是,由于历史的原因,30 年中,我国的出版业一直处于中央计划的、事业单位管理的模式下运行,只强调“出版阵地”“打击敌人、消灭敌人”的使命和“无产阶级革命事业的一部分,齿轮和螺丝钉”的作用。至于出版业本身也是国民经济的组成部分,出版社生产出的图书也是商品(尽管它是特殊商品)便无人问津或不敢问津。由于对出版社的性质、出版物的属性缺乏两点论的认识,这便决定了几十年内出版界的状况远不如在邓小平同志建设有中国特色社会主义理论指导下的 10 多年中繁荣。

改革开放 20 年来,我国的出版业飞速发展,出版社由 200 余家猛增至 560 多家,年出书量逾 10 万种,年销售码洋达 250 亿元人民币。从出书数量上看,我国已成为世界出书大国;从向国家上缴利税上看,我国出版业已成为国民经济的支柱产业之一。10 多年来,我国的出版界举办了 8 届全国书市,进行了 3 次国家图书奖、9 次中国图书奖以及“五个一工程”奖等评奖活动。涌现出《抗

---

<sup>①</sup> 列宁:《党的组织和党的出版物》。《列宁全集》第 12 卷第 93 页。人民出版社 1987 年 10 月第二版。

日战争史》《学术论著自选集》《中国农村文库》《现代公司企业改革》《中国三峡》《韬奋全集》《中国道教史》《世纪之交：与高科技专家对话》《中国文学批评通史》《敦煌石窟艺术》《小鳄鱼丛书》《医药志》《哈萨克文》《丹珠尔》《藏文》《中国著名特级教师教学思想录》《普通话基础方言基本词汇集》《中国戏曲剧种大辞典》《船山全书》等一大批精品图书。图书市场异常活跃，书市成交额逐年上升，国家新闻出版署提出的由规模数量向优质高效的阶段性转移正在取得明显成果。

20年来，随着我国经济体制由计划经济向市场经济的过渡，我国出版体制的改革也在深入进行。随着对出版业也是国民经济的组成部分，出版物也是商品，也可以运用市场机制的认识，随着国家《转换经营机制条例》和《企业法》的贯彻，新闻出版署提出了出版工作要由事业单位向企业化经营转移，由行政管理向依法管理转移，从而适应市场经济和改革开放的时代要求。于是，出版界的有识之士纷纷行动起来，社长、老总们都在不同程度上进行着出版体制改革的深层思考和尝试。于是，实行目标管理，健全责任制；改革劳动制度和工资制度，实行全员劳动合同制等内部管理改革出现了。一些出版社还参照国际同类先进企业的管理方法，建立了质量标准、管理标准、工作标准的标准化体系，建立起生产均衡、物流有序、设备完好、纪律严明的保证系统，在选题决策、市场预测、经营战略、营销方式等方面都有了新举措，逐步形成了自己独特的管理方式，提高了市场竞争能力。当然，由于出版物既是商品，又是特殊商品，这便决定了出版业转换经营机制、改革内部经营管理体制会遇到诸多实际困难，稍有不慎，还会出偏差。但是，只要明确出版业改革的目标是“适应社会主义市场经济体制，符合社会主义精神文明建设需要，体现出版工作自身规律”<sup>①</sup>，那么，改革就会冲破形形色色的阻力而成功，有

---

<sup>①</sup> 丁友先：《在新闻出版局长会议上的讲话》，见《中国出版》1996年第4期。

“中国特色社会主义的出版体制”<sup>①</sup>就会建立起来。

出版体制的改革,打破了传统计划经济体制下的图书出版、发行模式,按照市场经济规律的要求,建立起新的出版、发行机制,极大地强化了出版界人士的市场意识、宣传意识、服务意识和竞争意识。各出版社都在为自身的生存发展而竭尽心虑,一场空前的出版竞争在中国广袤的土地上激烈地展开。

激烈的竞争由“短平快”式的抢“热点”开始,进而便转向“高大精尖”的争夺。大型出版工程纷纷上马。但做到这一点非有雄厚的资金不可,这便使中小出版社处于被动地位,无法凭自身力量与实力强的出版社争雄。即便是所谓有实力的出版社,虽有上大工程的决心和勇气,但也因投资巨大的而捉襟见肘。因为我国有“实力”的出版社是对中小出版社而言,是“山中无老虎,猴子称大王”。比如,一些教育出版社,年销售码洋达到5亿元人民币,这在我国出版界已属佼佼者,但与国外同行相比,便成了小巫(如德国贝塔斯曼公司年图书销售额达200亿马克,相当于1000亿元人民币)。而我国出版社年销售额达到5亿元人民币的实在没有几个。便是年销售额超过1亿元人民币的也是少数。大部分出版社年销售额也不过在几千万元人民币。更有一些出版社年年亏损,已濒临破产边缘。

在这种情况下,一些个体书商又大搞盗印、盗版活动。由于打击不利,盗印、盗版活动日渐猖獗,使得出版社不是在图书价格上、出书时间上落于下风,便是在折扣大战中一败涂地,其结果,眼见可以赚钱的图书变成亏本。加之行政机关自编自印,“党、政、工、青、妇,出书又卖书”<sup>②</sup>,给出版社的正常出版,带来了冲击。

不仅如此,随着经济改革开放政策的实施,国际出版业已开始踏上中国这块沃土。目前,德国贝塔斯曼读者俱乐部已在上海

---

<sup>①②</sup> 于友先:《在新闻出版局长会议上的讲话》,见《中国出版》1996年第4期。

滩安营扎寨，采用租型印刷图书的方式，采取中国出版界不敢干的以薄利甚至亏损性手段打响了抢占中国图书市场的第一枪。相信，不久，贝塔斯曼第二、贝塔斯曼第三将陆续占领中国的图书阵地。实力真正雄厚的国外图书公司进入中国大陆，固然可以繁荣中国图书市场，但对实力原本贫弱的中国出版界无疑是一个沉重打击。中国的出版社如果在这严峻的形势前面面不警觉，其后果是可想而知的。好在中国出版界的有识之士已经认识到面临的严峻形势，为了自身的生存与发展，为了在竞争中立于不败之地，开始了从粗放型向集约型的转变，认识到“中国的出版物市场终究不可避免地要成为世界出版物市场的有机组成部分”<sup>①</sup>，只有提高自身的管理水平和生产效率，只有增强自身的实力，才能与国际上著名的出版集团抗衡。而要做到这一点，就必须加强横向联合，进而像其它企业那样，“以资本为纽带，通过市场形成具有较强竞争力的跨地区、跨行业、跨所有制和跨国经营的大企业集团”<sup>②</sup>。如果说，西藏人民出版社与浙江人民出版社共同合作搞《西藏历史文化辞典》，新疆美术摄影出版社与江苏教育出版社合作搞《中国新疆历史文化图集：龟兹卷、高昌卷、于阗卷》，中国社会出版社等发起，数十家出版社联合推出“中华万有文库”等社社联合说明出版社为了攻克“高大精尖”项目面临时的合作，那么，江苏省成立出版集团，山东、江西等省成立出版总社，四川科技社、少儿社与省新华书店成立图书发行有限责任公司，便是集结资金、扩充实力，提高竞争能力，与国际图书市场接轨的开始。相信，随着我国出版体制改革的深入，打破地域条块界限的更加适应市场竞争的出版集团必将出现。

我国经济体制的改革带动了出版体制的改革，出版体制的改革带来了以上的可喜变化。但是，并不能说不存在问题。实际上，

① 于友先：《在新闻出版局长会议上的讲话》，见《中国出版》1996年第4期。

② 江泽民：《在中国共产党第十五次全国代表大会上的报告》。

因为出版体制目前仍处于变型转轨的过程中，处在阶段性转移的过程中，整个行业的发展尚处在非常态的发展中，这便决定了问题的出现，而且有的问题还是根本性的。这些问题不解决，我国出版业蓬勃发展的势头便会被遏制，我国的出版社不仅不能发展，不能与已进入中国的国外出版集团抗衡，便是图自存也很困难。这些问题主要是：①高数量，低效益；②盲目抢热点，重复出书；③卖书号现象屡禁不止；④平庸出版物多，精品图书少；⑤图书质量差；⑥“黑书”“黄书”时有出现；⑦盗印、盗版现象严重。第一个问题，也是从规模数量向优质高效阶段性转移中要解决的根本问题。近年来我国出书品种在世界上名列前茅，总印数也属出书大国，但如果除去中小学教材和数学辅导读物，其余图书平均印数也不过在万册左右，所赚利润也不过与存款利息不相上下，应该说，这种低效益的经营是失败的。只不过“由于国家实行的是出版权专有政策，专有所带来的垄断利润在很大程度上掩盖了不少出版单位经营的低水平。”<sup>①</sup>如果我们不看问题的实质，而盲目为出书多而沾沾自喜，生产不出优质图书、高效益图书，那么，我们图书市场的表面繁荣便不会维持多久，一旦国外图书集团大量进入我国，我国的图书市场便会受到致命冲击，不少出版社就会破产、倒闭。第二个问题——第六个问题都是偏离我国出版方向，片面追求经济效益的具体表像。为了度过难关，为了图生存面饮鸩止渴。如果说，抢热点，重复出书，出平庸书尚属经营能力差，图书质量差是不负责任，那么，用书号换钱，不顾党纪国法出黑书、黄书赚钱便是对人民的犯罪，对国家的犯罪。第七个问题较为复杂。一方面是出版社的不会经营，财力有限，给不法书商提供了机会；另一方面是因为我国的法制不健全，图书市场没有规范，行政打击又不利，给不法书商钻了空子。

上述种种问题的出现，原因是很多的，但主要是：①出版体

---

<sup>①</sup> 于友先：《在新闻出版局长会议上的讲话》，见《中国出版》1996年第4期。

制的改革不彻底，还没有形成完整的具有中国特色社会主义的出版体制理论；②出版社的领导对我国出版社的性质、使命认识不清，改革方向不明；③出版社的领导尚属行政型，不懂社会主义的市场经营；④出版社内部管理体制改革不深入，各个部门的任务不明确，领导不得力；⑤出版领导者不重视人才培养，尤其是编辑的培养；⑥任人不善，不是从经营的角度选贤任能，而是从个人好恶延袭过去行政部门的选人方法；⑦学习外国经验有偏差，或不学，或学偏。

要解决这些问题，除了国家（领导机关是新闻出版署）尽快制定法律、法规，使出版体制改革顺利进行外，出版社的领导们提高自身认识、修养、能力是主要途径。而对出版社既是宣传、教育阵地，又是物质生产部门；即要注重社会效益，又要注重经济效益；既是国家重要的宣传教育部门，又是国家支柱产业等等矛盾关系和敏感问题，出版社的领导必须冷静思考，深层思考，反复思考，弄清弄懂上述矛盾关系。这些矛盾关系不弄明白，出版社的生存发展必受影响。忽视了出版社的宣传、教育职能，出版社便会迷失政治方向；忽视了出版业是国民经济的组成部分，出版社便会人不敷出，破产、倒闭（因为现在的出版社已无“皇粮”可吃）。如何把两者有机结合起来，达到矛盾的统一，是摆在出版社领导面前第一要解决的问题。这个问题的根本解决不是一朝一夕的事，因为它牵涉到方方面面、上上下下，作为出版社的领导首先要在认识上解决，思想上解决。这个问题如果认识清楚了，还不能说出版社的生存、发展已然无忧。出版社内部管理体制、机构的改革是必须解决的第二个问题。这里，明确编辑、发行、出版、行政诸部门在图书运作、销售过程中的作用、职能是改革；实行目标管理，健全责任制是改革；健全劳动制度、工资制度、财务制度是改革；建立企业法人制度、完善领导体制是改革……而要解决以上两个问题，又必须进行出版界人事制度的改革。因为既能准确认识出版社性质、使命、任务，又能领导出版

社内部机制的改革，无疑给出版社的领导提出了很高要求。如果仍袭旧制，出版社领导仍由行政任命，仍套用行政级别，仍采取行政管理，那么，今天的出版社与 20 年前的出版社不会有什么根本不同。在市场经济建立的今天，出版社的生存、发展便会出现问题。

以上种种，给出版界每一个人都提出了要求，那就是用邓小平建设有中国特色社会主义理论去解决出版界出现、遇到的种种问题，力争在较短的时间内建立起有中国特色的社会主义出版体制，使中国的出版业蓬勃发展、健康发展，与我国飞速发展的经济协调同步，迎接 21 世纪的到来。

这本小册子写作的目的，是想通过对出版社性质、任务及出版社内部机构的作用、成员应具备的素质等方面的探讨，来寻求出版社生存、发展之路。鉴于我国出版界的改革正在进行过程中，诸多矛盾、问题尚未解决；限于作者本人认识水平，书中所述实不敢说言之中的，但如能成为建设中国特色社会主义出版体制的一块铺路之石、引玉之砖，那便是对作者的极高奖赏。



## 明 理 篇

### ——政策导向论

要旨：只有明确我国出版社的性质、任务与社会职能，出版社才能得以生存和发展。

## 一、我国出版社的特殊性质

改革开放以来，我国的出版业发展迅猛。从年出书量看，已跃居世界首位；出版社的数量也比改革之初增加了近两倍。但是，随着改革的深入，随着经济体制改革的需要，出版界的改革遇到了一系列必须解决的问题。这些问题中，有的是一般性的，有的是根本性的。一般性的问题，在改革的过程中不难解决，即便一时解决了，也不会对出版业的改革伤筋动骨，但根本性的问题不解决，改革就会陷于停顿或走上歧途。这根本的问题就是：出版社如何定位。明确地说，就是我国的出版社是干什么的？性质是什么？

从一般意义上讲，世界上所有国家的出版社（或叫出版公司、出版集团等等）的产品都谓之出版物（不管是图书出版物，音像出版物，还是电子出版物）。这些出版物都是思想理论和科学文化的载体，是一个国家文明发展水平的重要标志之一。这些出版物都是商品，都是通过资金和人力投入，经过加工制作产生出来，然后再拿到市场上去卖，从而产生利润。这些出版物都是特殊的商品，这些商品不同于其它工商企业生产出的飞机、汽车、日用百货、五金交电等商品，那些商品是为了满足人们的物质需要，人们需要它们，是为了可用、实用、好用、耐用，是为了生活方便、