

○ 中央级公益性科研院所基本科研业务费专项资金资助项目

转企改制后 大学出版社发展研究

主 编 张其友 李桂福



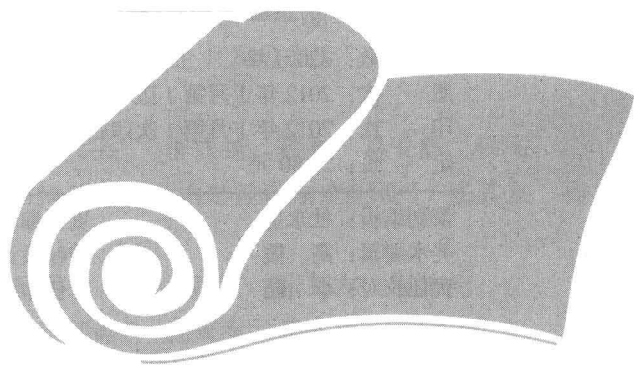
北京师范大学出版集团
BEIJING NORMAL UNIVERSITY PUBLISHING GROUP
北京师范大学出版社

ZHUANQIGAIZHIHOU DAXUECHUBANQIYE
FAZHANYANJIU

● 中央级公益性科研院所基本科研业务费专项资金资助项目

转企改制后 大学出版社发展研究

主 编 张其友 李桂福



北京师范大学出版集团
BEIJING NORMAL UNIVERSITY PUBLISHING GROUP
北京师范大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

转企改制后大学出版企业发展研究 / 张其友, 李桂福
主编. —北京: 北京师范大学出版社, 2012.1

ISBN 978-7-303-13710-7

I. ①转… II. ①张…①李… III. ①高等学校—出版社—企业发展—研究—中国 IV. ①G239.22

中国版本图书馆CIP数据核字 (2011) 第 220817 号

出版发行: 北京师范大学出版社 www.bnup.com.cn

北京新街口外大街 19 号

邮政编码: 100875

印 刷: 北京市易丰印刷有限责任公司

经 销: 全国新华书店

开 本: 170 mm × 230 mm

印 张: 14

字 数: 220 千字

版 次: 2012 年 1 月第 1 版

印 次: 2012 年 1 月第 1 次印刷

定 价: 27.80 元

策划编辑: 杜永生

责任编辑: 杜永生

美术编辑: 高 霞

装帧设计: 高 霞

责任校对: 李 菡

责任印制: 孙文凯

版权所有 侵权必究

反盗版、侵权举报电话: 010—58800697

北京读者服务部电话: 010—58808104

外埠邮购电话: 010—58808083

本书如有印装质量问题, 请与印制管理部联系调换。

印制管理部电话: 010—58800825

前 言

2009年年初,新闻出版总署和教育部关于大学出版社转企改制的文件中明确指出,到2009年年底我国大学出版社转企改制应全部完成。转企后的大学出版社面对诸多的问题,需要认真梳理,转企后的大学出版社如何在激烈的市场竞争环境中谋求新的发展,重塑市场主体,如何更好地为所在大学的教学科研服务,已成为全国大学出版社必须面对和认真研究的问题,也成为全国出版行业中广受关注的一个重要课题。北京师范大学出版科学研究院的教师和研究人员适时提出了“转企改制后大学出版企业发展研究”的课题,并向中国新闻出版研究院申请“中央级公益性科研院所基本科研业务费专项资金资助项目”,该课题的立项得到了中国新闻出版研究院领导和科研部门的大力支持。

该课题自立项以来,课题组认真学习、领会了党和国家文化体制改革的精神,确定了课题的基本思路、时间表、路线图和任务书,在此基础上组织了隆重的开题报告会及第一次全体课题组成员会议,在此次会议上由课题组负责人宣布了草拟的课题分工情况和课题进度表,经课题组全体人员认真讨论后,将“转企改制后大学出版企业发展研究”课题分为五个子课题,分别是:

1. “大学出版企业与大学的关系” 李桂福 曹巍 易安静 杨飞;
2. “大学出版企业组织结构的优化及内部控制制度建设” 张其友 杨莹;
3. “大学出版企业的发展模式与竞争战略” 张其友 温才妃;
4. “大学出版企业资本经营战略” 杜永生 梁志国;
5. “大学出版企业的数字化和网络化建设” 李桂福 高东风 卢金路。

根据课题的内容结构情况,我们将课题组全体人员分为五个小组,同时,对如何落实课题进度时间表的问题也进行了认真的讨论,经讨论大家认为,一定要按任务书的要求在一年时间内(即从2010年5月开始,到2011年5月)完成。接到课题组的分工任务,各子课题组积极认真开展各

项研究活动，课题组在一年内先后召开了六次全体研究人员会议，专门研究课题进展过程中的具体问题。该课题组成员先后采访过新闻出版总署的有关领导、大学出版社的主管部门领导以及数十位大学出版社社长和大学出版社的资深编审，还采访过部分地方出版社的领导和科研人员。同时，课题组成员查阅了大量的资料，对所有的大学出版社都发放了调查问卷，部分课题组成员参加了新闻出版总署举办的有关转企改制的培训班、中国数字出版博览会论坛以及产业发展论坛进行学习。为使课题能顺利进展，所有参与研究的人员都做出了积极的努力。

经过课题组全体成员的艰苦努力，“转企改制后大学出版企业发展研究”的课题今天终于完成了。相信它能为大学出版社的发展提供有益的借鉴和帮助。

《转企改制后大学出版企业发展研究》报告形成后，我们请中国出版集团总裁聂震宁、中国新闻出版科学研究所所长郝振省、中央编译出版社社长和龚三位专家对《转企改制后大学出版企业发展研究》报告进行了审核。专家们就“报告”提出了中肯的意见，课题组认真学习和研究了专家们的意见，对“报告”做了一定的修改。在此我们一并向三位专家的劳动，表示由衷的感谢。

该书是在《转企改制后大学出版企业发展研究》报告的基础上，按着出版的格式及要求对其做了一些局部的调整和修改，最后由该课题组执行组长李桂福审定。

由于我们水平有限，在整个研究过程中可能还会有很多不足，在报告的撰写上也会有不少缺陷，成书后也会有疏漏，希望出版业的同行以及出版行业的研究人员不吝赐教。

作 者

2011 年 10 月

目 录

第一部分 大学出版社与大学关系研究

1.1 我国大学出版社概述	3
1.1.1 我国大学出版社的发展历史回顾	3
1.1.2 我国大学出版社的生长环境探析	7
1.2 大学出版社与大学的关系之一——“文化学术”篇	9
1.2.1 概述	9
1.2.2 为高校教学科研服务的立社宗旨	9
1.2.3 出版社品牌促进大学影响力的提升	12
1.2.4 出版社对学校学术科研的支持——出版学校教师著作， 扶植学术名师	14
1.2.5 出版社积极推动学术研究并展示相关成果	16
1.3 大学出版社与大学的关系之二——“人事管理”篇	17
1.3.1 大学出版社转企改制之前的校社人事关系	17
1.3.2 大学出版社转企改制之后的校社人事关系	21
1.4 大学出版社与大学的关系之三——“资产财务”篇	24
1.4.1 “学术性事业单位”及“事业单位，企业化管理”两阶段的 校社资产财务关系	24
1.4.2 转企改制后的校社资产财务关系	27
1.5 对未来大学出版社与大学关系的研究	30
1.5.1 转企后大学出版社发展应遵循的原则	30
1.5.2 转企后大学出版社与大学关系的发展	34
1.5.3 转企后大学出版社继续坚持为教学科研服务的宗旨	36

第二部分 转制背景下我国大学出版企业发展战略研究

2.1 转制背景下我国大学出版企业面临的机遇与挑战	41
2.1.1 我国大学出版企业发展状况及问题综述	41

2.1.2	转制背景下我国大学出版社的发展定位问题	44
2.1.3	转制背景下我国大学出版社面临的机制问题	47
2.2	我国大学出版社总体发展战略的定位	48
2.2.1	进入战略——异地开拓	49
2.2.2	整合战略	54
2.2.3	多元化战略	57
2.2.4	“走出去”发展战略	62
2.3	我国大学出版社竞争战略的定位	67
2.3.1	成本领先战略	68
2.3.2	利基战略	70
2.3.3	差异化领先战略	72
2.3.4	案例分析：北京大学医学出版社的品牌建设	74
2.4	实施大学出版社发展战略定位的重要措施	75
2.4.1	设立专门的战略管理机构	75
2.4.2	建立完善的法人治理结构	76
2.4.3	建立有力的风险管理机制	77
2.4.4	建立有效的信息沟通机制	78
2.4.5	探索科学的战略评价体系	79

第三部分 大学出版社资本运营研究

3.1	产业环境与大学出版社进行资本运营的必要性	83
3.1.1	出版产业宏观的政策环境和市场环境	83
3.1.2	大学出版社进行资本运营的必要性	86
3.2	大学出版社资本运营现状	89
3.2.1	大学出版社资本运营	89
3.2.2	大学出版社资本运营调查	91
3.2.3	大学出版社的资本运营案例：华中科技大学出版社、 北京师范大学出版社	95
3.3	大学出版社资本运营存在的问题与分析	99
3.3.1	对资本运营缺乏认识	100
3.3.2	缺乏资本运营的制度和人才	101

3.3.3	资本运营的类型比较单一	101
3.4	大学出版企业资本运营的选择	102
3.4.1	资本运营的类型	102
3.4.2	大学出版企业资本运营的选择原则	103
3.4.3	对大学出版企业资本运营的建议	107
3.5	营造有利于大学出版企业资本运营的良好环境	110
3.5.1	国家对大学出版企业资本运营的支持	111
3.5.2	大学对大学出版企业资本运营的支持	114

第四部分 大学出版企业数字化建设的现状及策略研究

4.1	大学出版企业数字化建设的定义	119
4.1.1	大学出版社与大学出版企业	119
4.1.2	出版企业的数字化建设与数字出版	119
4.2	大学出版企业数字化建设的现状分析	121
4.2.1	大学出版企业数字化建设的现状	122
4.2.2	大学出版企业数字化建设存在的问题	126
4.2.3	国外教育类出版集团的数字化现状	128
4.2.4	大学出版企业数字化建设的发展趋势	130
4.3	大学出版企业数字化建设的环境分析	133
4.3.1	外部环境的 PEST 分析	133
4.3.2	内部环境的 SWOT 分析	137
4.4	大学出版企业数字化建设的策略探析	140
4.4.1	对外寻求政府层面的大力支持	141
4.4.2	对内“广积粮、缓称王”的内涵式发展策略	142
4.4.3	明确对自身数字出版的战略定位	144
4.4.4	合纵连横的竞争策略	150
4.4.5	博采众长的人才策略	152

第五部分 我国大学出版企业的组织结构优化建设

5.1	我国大学出版企业的组织结构建设概述	157
5.1.1	大学出版企业组织结构的内涵及作用	157

5.1.2	大学出版企业组织结构建设的现状分析	157
5.1.3	大学出版企业优化组织结构的必要性	158
5.1.4	大学出版企业优化组织结构的原则	159
5.2	大学出版企业的组织结构类型与分析	161
5.2.1	U型出版企业	162
5.2.2	M型出版企业	166
5.2.3	混合型出版企业	171

第六部分 我国集团化大学出版企业内部控制研究

6.1	集团化大学出版企业内部控制概述	175
6.1.1	集团化大学出版企业产生的背景及特点	175
6.1.2	集团化大学出版企业内部控制的作用	177
6.2	集团化大学出版企业的内部控制要素分析	178
6.2.1	集团化大学出版企业内部控制的构成要素	178
6.2.2	与大学出版企业集团内部控制相关的外部环境因素	189
6.3	集团化大学出版企业内部控制建设的案例分析	192
6.3.1	集团化大学出版企业内部控制建设的成功探索	192
6.3.2	国外大学出版社内部控制建设的借鉴	198
6.4	集团化大学出版企业内部控制建设面临的挑战	200
6.4.1	我国集团化大学出版企业内部控制建设的现状分析	200
6.4.2	集团化大学出版企业面临的竞争形势	202
6.4.3	集团化大学出版企业内部控制建设的特殊性	202
6.4.4	集团化大学出版企业内部控制建设的局限性与阻力	203
6.5	加强与规范集团化大学出版企业内部控制建设的措施	205
6.5.1	加强企业内部控制环境建设	205
6.5.2	建立健全企业内部协调、控制机制	206
6.5.3	加强集团内部的信息系统建设	207

参考文献	209
------------	-----

第一部分

大学出版社与大学关系研究

作为大学学术事业的重要组成部分，大学出版社从创立伊始便一直秉持着传播学术文化的使命，始终坚守着推动教育出版、学术出版和专业出版发展的历史重任，为增强我国文化软实力做出了巨大的贡献。经过几十年的逐步发展，如今，大学出版社已成为与中央部委出版社、地方出版社并驾齐驱的三大重要出版力量之一。然而大学出版社最初的发展并不是一帆风顺的，当我们追根溯源，回顾以往时，我们看到的是一番艰辛而曲折的成长历程。

1.1 我国大学出版社概述

1.1.1 我国大学出版社的发展历史回顾

1.1.1.1 我国近现代大学出版活动

作为大学学术事业的重要组成部分，大学出版社从创立伊始便一直秉持着传播学术文化的使命，始终坚守着推动教育出版、学术出版和专业出版发展的历史重任，为增强我国文化软实力做出了巨大的贡献。经过几十年的逐步发展，如今，大学出版社已成为与中央部委出版社、地方出版社并驾齐驱的三大重要出版力量之一。然而大学出版社最初的发展并不是一帆风顺的，当我们追根溯源，回顾以往时，我们看到的是一番艰辛而曲折的成长历程。

我国大学出版的历史可以上溯到成立于1862年的京师同文馆。清政府自鸦片战争后，深感在与帝国主义列强交涉时，由于文字隔阂、语言不通而受到欺蒙，逐步认识到了了解和学习西方的必要性，在此种现实背景下遂成立培养翻译人员的“洋务学堂”——同文馆。该馆隶属于总理衙门，课程设置最初只有英文、法文、俄文，后陆续增加德文、日文、天文、化学、物理、算学、万国公法等。同文馆是清代最早培养译员的洋务学堂，同时也是最早从事出版翻译的机构。1872年拟订的八年课程计划，主要任务有学习西方文理知识和译书两项。该馆附设印书处和翻译处，由教员和优秀学员共同翻译西方各学科著作，曾先后编译、出版了自然科学和国际法、经济学书籍二十余种。1902年，同文馆并入中国第一所现代意义上的大学——京师大学堂，京师大学堂专设有编书处和译书局，专门从事大学教材和学术作品的编写、翻译和出版。这些活动可以算得上是近代以来大学出版事业的雏形。

与此同时，1898年成立的南洋公学译书院也可视为近代以来的早期大学出版机构。1896年，上海交通大学的前身南洋公学在盛宣怀等知识分子疾呼人才匮乏的舆论环境中创建起来。作为我国早期的新式学校之一，南洋公学创建之始就秉持“学习中国传统的经史大义为基本，学习西方各国

的科学技术为指归”的教学理念，这也是当时“中学为体，西学为用”的政治理念在教学领域的实践。但问题是当时国内存有的介绍西方各国科学技术方面的书籍可谓少之又少，因此翻译一批高水准、反映西方先进科技的书籍便迫在眉睫。南洋公学译书院便是在这种教材急缺的教学环境下以及“变法图强”和“师夷长技以自强”的社会背景下应运而生，对此，《南洋公学章程》曾叙叙：“师范院及中上两院学生本有翻译课程，另设译书院一所，选诸生之有学识而能文者，将图书院购藏东西各国新出之书课，另择要翻译，陆续刊行。”南洋公学译书院是南洋公学的附属机构，经费和办公场所均由南洋公学提供，工作人员也由学校任免和支付薪酬。南洋公学译书院具有浓厚的官办性质，它的出现是时代需求的结果。在南洋公学译书院成立之后，其他一些译书院也陆续出现，它们共同支撑起了我国近代史上的大学出版事业。

在新中国成立以前，我国大学出版史上第一家以大学出版社名称命名的出版机构是成立于1929年的南开大学出版社，但于1936年10月因日本侵略华北地区而停办，直到1983年经中华人民共和国国家教委和文化部批准，才恢复重建。

1.1.1.2 我国当代大学出版活动

1. 当代大学出版的涓涓细流

1949年新中国成立后，国内出现的首家大学出版社是1955年成立的中国人民大学出版社。1950年中国人民大学成立出版处，1953年在原出版科、印刷厂、出纳组和油印股的基础上成立中国人民大学教材出版处，作为学校内部出版机构，教材出版处主要负责学校教材的出版、印刷和发行工作，但不能面向社会公开发行教材。1954年在由高等教育部隆重召开的中国人民大学教学经验讨论会上，教育部提出由人民大学推荐一批教材公开出版，但当时的社会出版力量无法及时完成这一任务，而人大教材出版处有足够的出版能力，在此情况下，人民大学出版社应运而生。1966年人民大学出版社受“文化大革命”冲击，1970年被迫停办，职工也被分到北京人民出版社、北京市教育局、北京语言学院、北京师范大学等单位，直到1978年该社才恢复出版业务。

1957年成立的华东师范大学出版社是新中国成立后的第二家大学出版社，但因国民经济调整而于1959年停办，直到1980年才复社。两家大学

出版社的成立都以服务教育与学术为宗旨，在一定程度上缓解了当时教材匮乏、学术著作出版难的局面。

2. 当代大学出版业的逐步形成(20 世纪 80 年代至 90 年代中)

20 世纪 80 年代至 90 年代，是大学出版社成立的高潮时期。除了人民大学出版社和华东师范大学出版社恢复建制外，在 1979 年至 1980 年短短两年的时间内，有七家大学出版社建立，分别是 1979 年成立的北京大学出版社、外语教学与研究出版社、上海外语教育出版社，1980 年成立的清华大学出版社、复旦大学出版社、华中科技大学出版社、北京师范大学出版社。1981 年至 1982 年，武汉大学出版社和中央广播电视大学出版社成立，1986 年年底大学出版社的数目已经达到了 73 家，基本涵盖了综合类、理工科类、师范类等各种类型。1995 年，大学出版社增加到了 100 家，年出书品种也达到了 17000 余种。

这个时期的大学出版社总体处于初步成长的阶段，它们大多数是通过紧紧抓住所背倚的大学资源，依靠教材教辅来支撑出版社的发展，此时教育改革的大背景给它们的成长提供了良好的机遇。同时伴随着改革开放的大浪潮，许多大学出版社从一成立便开始面向市场，因此市场意识较强，这一点让它们在以后的发展中获益良多。

3. 当代大学出版业的迅猛发展(20 世纪 90 年代中至 2007 年)

这个时期的大学出版业，最突出的特点是发展十分迅速。2006 年全国大学出版社的数目增至 102 家，占全国出版社总数的 17.6%；出书总品种达到 50473 种，占当年全国出书总品种的 21.6%；出版总码洋达到 120 亿元，占全国出版总码洋的 18.5%；大学出版实现销售收入 66 亿元，利润 18 亿元，出版社平均销售码洋为 1.5 亿元，销售收入为 8781.96 万元，税前利润为 1702.92 万元。到 2007 年时，全国大学出版社出书总品种已达到 80280 种，占全国出版图书总品种的 27.1%。出版总码洋达到 187.23 亿元，销售总码洋为 168.38 亿元。

在经历了 20 世纪 90 年代的初步发展后，这个时期的大学出版业开始走向成熟。大学出版社内部开始出现分化，一部分依靠自身的努力成为强社大社，如北京大学出版社、中国人民大学出版社、清华大学出版社，2007 年，有将近 10 家大学出版社的出书总码洋超过 5 亿；另一部分大学出版社开始探索“专、精、尖”之路，并逐步形成了自身特色，如北京语言

大学出版社、北京航空航天大学出版社、中国矿业大学出版社等。这时期的大学出版社开始从教材出版逐步转向学术出版，在如何使自身特色与市场顺利接轨的问题上有更多的思考和尝试。

4. 当代大学出版社步入历史发展新阶段——转企改制(2007年—2010年)

大学出版社的体制改革是在国家实施的文化体制改革的时代大背景下开展的。纵观世界，文化作为一种软实力，已成为国家实力和竞争力的有机组成部分，在综合国力竞争中占据着越来越突出的地位，对经济建设、政治建设和社会建设的影响力也越来越大。要发展先进文化、提高文化生产力、增强文化产业和文化事业的整体实力，在我国当前的形势下，推进文化体制改革势在必行。出版业是我国社会主义文化事业的重要组成部分，出版体制改革自然是文化体制改革的重要环节，出版体制改革能否顺利推进并取得成果，关系到文化体制改革的全局。而作为我国出版业重要力量之一的大学出版社，无疑又是出版体制改革的重要对象。大学出版社能否积极地参与体制改革，在实践中探索出适合高校出版单位的发展体制，是关系到出版体制改革和文化体制改革能否顺利完成的重要环节。

除此之外，大学出版社体制改革也是其自身发展的内在要求和必然选择。改革开放以来，我国出版业生存和发展的体制环境、经济基础、社会条件等发生了巨大的变化。高校出版单位与其他出版单位一样，产业特征逐步凸显，以市场为导向，创新体制、转换机制、面向市场、增强活力的要求日益强烈。而高校出版单位长期以来实行“事业单位，企业化管理”的体制，这种体制是特定时代的产物，在当时的历史条件下曾经产生了积极作用，但随着时代的发展变化，这种体制带来了一些新问题，并逐渐阻碍高校出版单位的进一步发展。产权不清晰、责权不明确，缺乏长远的发展规划，“事业单位，企业化管理”使其承担着事业单位的义务，却享受不到事业单位的待遇；承担着企业自负盈亏的责任，却享受不了企业的自主经营权，从而陷入“非企非事”的尴尬。很显然，这种旧体制已经严重影响和制约了高校出版单位的发展和壮大。只有通过体制改革，才能使高校出版单位真正成为市场竞争的主体，才能使其进一步焕发活力，增强竞争力。

在“遵循社会主义精神文明建设的特点和规律，适应社会主义市场经济发展的要求，妥善处理文化的意识形态和产业属性的关系，坚持社会主义先进文化的前进方向，坚持为人民服务、为社会主义服务”的大宗旨下，

2007年,大学出版社拉开了转企改制的序幕。第一批转企试点的高校出版社包括清华大学出版社、外语教学与研究出版社、中国人民大学出版社、中央广播电视大学出版社、北京大学出版社等18所大学出版社。第一批保留事业体制试点的高校出版社为东北林业大学出版社。

2008年在总结第一批试点经验、立足高校出版社单位发展的实际情况下,第二次高校出版体制改革工作会议确定了北京语言大学出版社、南京大学出版社等61所大学出版社为第二批实施高校出版体制改革的单位。此举标志着我国高校出版社转企改制已从试点进入全面推进阶段。

2009年教育部与新闻出版总署联合召开高校出版社体制改革座谈会。在总结前两批高校出版社体制改革经验的基础上,第三批高校出版社体制改革工作全面启动。

时至2009年年底,除保留事业体制的少数几家出版社外,其余高校出版社已基本完成了体制改革工作,改革的成效也逐步显现。首先,转制后的大学出版社增强了经营自主权,建立起了与我国出版产业发展要求相适应的运行体制和管理机制,确立了企业的市场主体地位,在竞争中更富有活力。其次,改制后的大学出版社,产品结构和资本结构不断升级,图书选题更加优化,图书再版重印率提高,经济实力和资产总量显著上升。以第一批试点的19家大学出版社为例,2007年的出书品种较2006年增长了12.28%,重印率达到64.7%,平均总资产增长率在13%以上,平均净资产收益率保持在20%左右。

1.1.2 我国大学出版社的生长环境探析

相较于中央部委出版社和地方出版社,我国大学出版社是在一个特殊环境下成长并迅速发展起来的。

首先,国家对教育事业发展的重视是大学出版社诞生的社会环境。在结束十年的文化浩劫之后,国家逐渐步入正常发展的轨道。提倡教育、培养人才成为党和政府文化建设的重中之重,多层次、多规格、多形式的高等教育事业便蓬勃发展起来,随之而来的是在校师生人数的激增和对教科书、参考书需求量的猛涨,而当时的出版力量显然缺乏满足这一市场的能力。为了解决这一突出矛盾,凭借着丰富的作者资源和深厚的学术积淀,大学出版社的出现便顺理成章了。教育事业既催生了大学出版社的产生,

同时又在持续地滋养着大学出版社的发展。20 世纪 90 年代后期开始的高校扩招为大学出版社提供了一个不断增大的市场，使大学出版社的发展后劲十足。

其次，我国大学出版社很早就面向市场，参与市场的竞争。在大学出版社的早期，母体大学在为其提供了必要的办公场所、机器设备以及少量资金之后，大学出版社便依靠着这份原始资本开始“自谋生路”了。一方面要“自负盈亏”，另一方面还要向学校上缴“利润”，这份沉重的生存压力迫使大学出版社开始直面市场，从市场中找寻出路。然而市场的需求是多样的，而服务教学科研的办社宗旨却限制了它们的出书范围，在这种情况下，大学出版社充分挖掘自身的资源和特色，出版了大量教材教辅，并成为支撑其发展的重要经济支柱。通过教材出版来获取利润，在具备一定的经济基础的前提下，开始出版那些学术价值高而收益低的学术著作，这种“曲线救国”的出版方针使得大学出版社在坚守自身服务宗旨的前提下，还取得了良好的经济效益。凭借着此种出版方向，大学出版社走出了最初的生存困境。

再次，我国大学出版社从一开始创立便享受税收优惠政策，这也是其生长环境的特殊之处。从 1988 年开始，国家规定高校出版社作为校办企业享受国家税收优惠，免征企业所得税。此外，为了支持文教科技事业的发展，对高等学校的教材、科技类图书实行营业税先征后退政策。在转企改制的过程中，国家继续实行针对高校出版社的税收优惠政策。这些优惠税收政策在大学出版社的成长壮大过程中无疑发挥了巨大的扶持作用。

回顾大学出版社发展的漫漫历程，我们会发现，“为高校服务，为社会服务”是其一贯的追求，这一理念萌芽于最初的同文馆，并历经岁月磨砺而愈加坚定。美国约翰·霍布斯金大学的校长吉尔曼曾将大学出版社的设立视为“大学最崇高的职责之一”，原因是它能让象牙塔中的学术文化播撒到更广阔的天地。在 21 世纪的今天，我们充分相信大学出版社将会更好地履行这种职责，“以大气魄、大气派，引领社会的文化潮流”。