

第二屆

全國

出版科學

研究

優秀論文

获奖

中国
出版科学
研究所
编

论文集

○ 中国书籍出版社

○中国出版科学研究所编

	第 二 届	全	国
出	版	科	学
研	究		
优	秀	论	文
	获	奖	
	论	文	集

中国书籍出版社

图书在版编目(CIP)数据

第二届全国出版科学研究优秀论文获奖论文集/中国出版科学研究所编. —北京:中国书籍出版社, 1997

ISBN 7-5068-0699-1

I. 第… II. 中…… III. 出版工作-研究-中国-文集
IV. G23-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(97)第 21703 号

责任编辑 吴功伟

封面设计 敬人设计工作室

※

中国书籍出版社出版发行

(北京市西城区西绒线胡同甲 7 号 邮政编码:100031)

北京地质矿产局印刷厂印刷 全国新华书店经销

※

850 毫米 × 1168 毫米 32 开本 23 印张 548 千字

1997 年 10 月第 1 版 1997 年 10 月第 1 次印刷

※

印数:1—1000 册 定价:38.00 元

序

张发

这里集结了第二届全国出版科研优秀论文奖(1991—1995)获奖的全部论文。应该说,这些从全国27个省(市)自治区推荐出来的三百多篇论文中,经过再三遴选,最后由专家评审委员会评定的这66篇获奖论文,内容涵盖了出版业的方方面面,比较集中地代表了从1991年至1995年的5年中,我国出版科研工作的成果。这次获奖论文的集结出版,给我们提供了一次学习、应用、推广这些研究成果的机会,对我国出版界是一件很有意义的事。

党的十一届三中全会以来,随着改革开放的不断深入,随着国民经济的持续增长,我国的出版事业也得到了迅猛地发展。到1996年,我国的出版社已达到564家,出版112813种图书,总册数近72亿册;报纸2163种,平均期印数达17877万份,总印数达274亿份;期刊8135种,平均期印数达19300万册,总印数达23亿

册；音像出版社共 297 家，共出版录音制品 8916 种，发行 1.4 亿盒，录像制品 7306 种，1824 万盒。高新技术在出版业的广泛应用，丰富了出版的载体形式，提高了出版业的工作效率，为出版产业的发展开拓了一个更加广阔的天地。

出版业作为我国国民经济中的一个新兴的产业，在由计划经济向社会主义市场经济转轨过程中同样面临着许许多多的新矛盾、新问题。与许多经济生产部门相比，由于要同时兼顾精神生产与物质生产两种规律，因此，出版产业所面临的新矛盾、新问题就显得更为复杂，解决起来难度更大。为了保证出版事业健康、有序、持续地发展，实现由规模数量的增长向以优质高效为主要特征的阶段性转移，更好地为人民服务，为社会主义服务，为全党全国的工作大局服务，因此必须对实际工作中出现的许多问题，不断地进行调查了解、总结分析，对出版管理、出版生产、出版市场以及读者对象，进行全方位地、系统地、普遍性地研究。这种调查总结，这种分析研究，需要有相当的理论深度和一定的前瞻性。这样，才能为出版管理和出版生产的决策提供有效的支持和服务，以克服盲目性，增强自觉性，把工作做得更好。

出版理论研究的关键是对出版业内在规律的探索 and 把握，对我国各个历史时期出版状况的归纳、总结、分析，以及对外国出版生产、管理情况的比较及借鉴等等，都是有助于我们认识和解决今天现实工作中所遇到

的问题，有助于探索和把握出版业内在规律的。有鉴于此，我们在加强出版应用理论研究的同时，还必须加强而不是削弱对出版基础理论的研究；与此同时我们一定要创造条件，逐步建立出版业自己的学科体系，建立出版学、编辑学、发行学、出版管理学、出版经济学、出版史学、版权学等等，使我们对出版实际的研究，能够得到强有力的理论支撑，为我国出版事业的更大发展奠定坚实基础。

我们党和国家，历来十分重视出版和出版研究工作，特别是在1983年6月，党中央、国务院发布了《关于加强出版工作的决定》，明确指出：“要建立出版发行研究所，充实印刷技术研究所，加强出版、印刷、发行的科研工作。”1985年3月，经国务院批准，我国国家级出版科研的专门机构——中国出版发行科学研究所成立（1989年改名为中国出版科学研究所），并创办了相应的出版理论研究刊物、出版信息刊物和专业出版社；中国社会科学院建立了知识产权研究中心；一些省（市）出版行政管理机关也陆续设立了出版研究机构，一些高等院校也开始设置出版、编辑、发行专业以及相应的研究室（所）；有关出版研究类的报刊，到了1996年，全国已创办了50多种。从国家到地方，出版界各级群众性学术团体纷纷建立，而且积极开展各种学术活动。党的十四届六中全会的决议，对新闻出版工作提出了艰巨而又繁重的任务，也创造了极好的发展机遇。这一切，都为加强我国出版科研工作提供了根本保障。

值得注意的是，近十年来我国出版研究工作本身，已经充分显示出朝着理论的深度和广度不断拓展的态势。基础理论学科的建设，进一步得到重视和加强。编辑学、发行学、出版学和出版史学等基本学科，已初具规模。我们的研究部门涉猎了一系列重大课题的研究，如出版体制框架的研究、出版发展战略的研究、出版改革的研究、出版社专业分工的研究以及图书出版结构的研究等等。我国的出版研究工作正在形成学科相互渗透、融合的新格局，在出版经济学、读者学领域等都有论著面世；有关我国电子出版的发展战略、多媒体技术与电子出版物、网络出版的规范及管理、网上出版物市场、出版社业务网络管理系统等等方面的研究，也已取得初步成果或正在起步。

出版理论研究，直接或间接地支持、影响着出版管理工作的决策，直接或间接地在为出版生产的发展服务。如果我们的出版工作没有理论研究作先导，缺乏把握出版工作基本规律的主动性，对未来缺乏战略性的规划、部署；如果我们的出版政策、法规脱离出版生产的实际，我们的工作长期处于一种盲目的、被动的局面，我们的出版事业怎么能够取得今天这样的成就？

毋庸讳言，目前我们的出版科研工作也还存在不少问题。对科研工作认识不足，就是其中之一。认识不足，有两种表现。或重视不够，或服务意识不强。我们有些领导同志，整天忙于日常事务工作，较少思考或探讨出版工作中那些具有普遍性、规律性的问题，在分析

问题、总结工作时，往往就事论事，没有把它们上升到一定的理性高度来认识；有的在研究工作、安排计划时，往往把科研工作视为一项无关大局的工作，提不到议事日程上来，很少讨论、规划、检查、落实。另一方面，也有些从事出版科研的同志，主要是一些从事应用理论研究的同志，主动地为出版管理和出版生产服务的意识不强，参与不够，深入不够，他们的研究对于出版管理、出版生产、出版市场而言，相对滞后，不能及时有效地为出版管理和出版生产部门出谋划策。这两种情况，都应该引起我们的重视和注意。

出版科研成果的转化和应用，是当前出版科研工作中非常重要也是非常突出的问题。科研工作的最终目的，就是要促进生产力的发展，而不是装门面、图虚名。我们决不能把花费了大量人力、财力，花费了大量时间和心血取得的科研成果束之高阁。从一定意义上讲，没有科研成果的转化和应用，就没有科研工作存在的价值。我们一定要重视出版科研成果的转化和应用，注意最大限度地发挥它们在出版管理和出版生产中的作用，尽管有些作用不如自然科学研究来得那么直接和明显。

随着我国出版事业的不断发展，出版物市场的不断扩大，人民群众对出版物的要求越来越高。出版业不仅需要大量经过专业训练、具有较高素质的各种专门人才，还需要一大批懂政治、通业务、头脑清醒、思维敏捷、眼界开阔、功底扎实的科研人才。就我们目前的科

研人才状况而言，还远远不能满足出版事业、出版科研工作发展的需要。我们要在现有的基础上，不断加强出版学科的建设，不断加强出版科研人才的培养和对外交流学习，并把它列入我们的出版教育规划、人才工程规划之中，有计划、有步骤地培养出自己行业的专门家，改变过去那种“半路出家”、东拼西凑搞科研的局面，改变那种“出版无理论”的片面看法，尽快提高出版科研队伍的整体素质，使我们的出版科研工作，在不长的时间里，能有一个质的飞跃。

衷心期望我国的出版理论研究能够取得更大的成就，再次对《第二届全国出版科学研究优秀论文获奖论文集》的出版表示热烈的祝贺！

目 录

于友先 序

出版工作与出版学类

于国华	图书出版流程与管理三要素	(3)
马 来	论出版业市场化发展中的重复出版	(11)
王久安	开明书店的成功之路	(18)
石 峰	出版战略转移中的十大关系	(27)
李铁屏	两个效益问题的思考	(39)
宋镇铃	关于当前繁荣出版事业的思考	(52)
宋安群	版式出新 12 题	(61)
杜厚勤	论平庸书与平庸书现象	(76)
杨牧之	对社会主义初级阶段出版工作的思考	(91)
杨 荣	转变传统的思维方式	(103)
陆本瑞	出版社的专业分工问题	(107)
范卫平	对发展科技出版生产力的思考	(121)
郑俊琰	论现阶段出版业的八大关系	(128)
周涤尘	社会主义出版文化与价值规律	(139)
谢 珩		
张小影	发挥科技图书市场优势	(152)
张业汉	论少数民族地区以民文为主的出版方针	(160)

张文达	配套改革见成效	(168)
王晓明		
张辉冠	论出版产业	(176)
胡光清	市场经济与图书的文化含量	(192)
高 斯	抓好普及性图书 全面提高出版质量	(200)
顾传菁	特色：成熟的标志	(218)
徐 诚	关于外向型图书的思考	(226)
钱柏年	谈出版业与发展着的政治、经济体制改革 全方位接轨	(232)
黄建斌	十字路口的“孙悟空”	(239)
	——探寻中国儿童读物走向世界之路	
崔元和	重版书：图书出版走向繁荣和成熟的一种标志	(245)
路用元	论市场经济条件下的出版宏观调控	(258)

编辑工作与编辑学类

王华良	试论编辑在出版经营中的地位和作用	(267)
王振铎	编辑学与出版学	(275)
王建辉	编辑策划意识	(286)
孙培镜	校对主体、校对功能和校对者的责任	(294)
吕敬人	书籍形态学探议	(302)
吴道弘	书评论	(313)
陈景春	编辑的基本功能是文化选择	(318)
陈通明	特色：民族地区社会科学学术理论期刊的魅力	(331)
李 苓	文化传媒中的编辑角色	(343)
金常政	百科全书编纂的矛盾论	(352)

张福平	编辑文化战略的历史考察	(363)
张 锋	出版物差错成因与综合防治对策	(375)
罗兰如	编辑的改革开放意识与书刊质量	(385)
赵峰云	编辑与知识积累	(393)
夏永翔	论编辑审稿的思维特征	(402)
夏德元	论图书宣传的层次	(413)
徐成志	论辞书的借鉴和抄袭	(420)
	——兼驳“抄袭有理”论	
曾太贵	论市场经济条件下编辑工作的“固本”与“强基”	(433)
喻 纬	图书生产全过程中的“编辑设计”	(444)
谢新洲	电子出版物的发展及其影响	(453)
阙道隆	市场经济与编辑出版工作	(469)
薛德震	编辑工作在社会中的地位与作用	(482)
薛正昌	高校文科学报与区域文化研究	(504)
缪咏禾	选题构想的思维模式	(512)
	——双效益的选题是怎样诞生的	
戴 俊	图书的个性与编辑的个性	(522)

发行工作与发行学类

王渊如	构筑出版与发行间的信息“桥”和供需“道” ——对省级新华书店加强一般图书发行的思考	(533)
邓 耘	图书发行体制改革中的市场调控	(540)
刘同元	社店关系的总体走向	(548)
吴江江	加快发展连锁经营, 建立优质高效的 出版物流通体制	(555)

陈满之 搞好农村图书发行, 拓展农村图书市场 (566)

——对邵阳市基层新华书店工作的调查与思考

陈章远 试论图书发行企业激励机制与约束机制的耦合
..... (573)

郑士德 理顺图书发行购销差价的探讨 (580)

周立伟 省级新华书店的改革方向 (595)

廖晓勉 跳出旧的轨迹 (602)

——反思社办发行之改革

出版、编辑、发行史类

方厚枢 当代中国出版史上特殊的一页 (609)

白玉岱 敦煌遗书与我国古代的图书翻译及抄写 (630)

李瑞良 福建古代刻书业综述 (641)

李松林 论福建古代刻书业与福建古代印刷业 (642)

薛正昌 高校文科学报与区域文化研究 (504)

缪咏禾 选题构想的思维模式 (512)

——双效益的选题是怎样诞生的

戴俊 图书的个性与编辑的个性 (522)

发行工作与发行学类

王渊如 构筑出版与发行间的信息“桥”和供需“道”

——对省级新华书店加强一般图书发行的思考

..... (533)

邓耘 图书发行体制改革中的市场调控 (540)

刘同元 社店关系的总体走向 (548)

吴江江 加快发展连锁经营, 建立优质高效的

出版物流通体制 (555)

出版工作与出版学类

图书出版流程与管理三要素

本文结合出版社的实际，全面地总结了出版流程，阐述了质量、成本、周期三者之间的辩证关系，强调了出版社领导及中层干部在管理工作中的职责，是一篇有科学见解又有实际经验的论文。

图书的质量、成本、周期是反映图书的社会效益与经济效益的三要素。加强图书的出版经营管理，重点就是加强图书的质量管理、成本管理、周期管理。图书的质量好坏，成本高低，周期长短，取决于图书出版流程的设计是否先进合理，每个工序的质量目标、成本目标、周期目标是否具体，每个工序的责任人对应负的职责和受委托的权限是否清楚，上个工序是否对下个工序负责，是否实行标准化的管理和规范的操作规程，全社从上层领导到所有职工是否树立了质量意识、成本意识、周期意识，是否懂得高质量的、受读者喜欢的图书不是一个乃至几个工序而是所有工序的参与者乃至全社职工通力合作，共同努力的结果。

一、图书出版流程

图书出版流程是图书出版的各个工序按照一定顺序联接而成的。从事出版管理的人员虽然都在按一定的流程（脑子里的或纸

面上的)管理着图书出版,但并不是每个人都清楚出版流程且认识到出版流程对经营管理特别是对加强质量管理、成本管理、周期管理的重要意义。为了提高图书出版经营水平和管理效率,就要认真设计出版流程,使流程中的工序的数量最佳,排序最合理,流线最短,每个工序加工的“工件”的质量、成本、周期的目标明确。根据上述原则,设计绘制的出版流程如图1所示(见第5页)。该流程起始于市场又终止于市场,将市场纳入出版流程,强化了市场(销售)即读者在图书出版中的地位,这对出版社由计划经济下的生产型向市场经济下的经营型转变十分重要。把“选题论证”作为一个工序,强化了策划在出版中的地位。有的工序标明要求,提示责任人应如何去做。出版流程图可以使人领略图书出版的全过程,是出版工作者加强质量管理、成本管理、周期管理,做好经营管理的蓝图。

二、图书的质量管理

在图书出版管理的三要素中,质量是第一要素。日本企业的产品质量和服务质量著称于世,是得益于他们在本世纪50年代从美国引进的质量的新概念、新管理方法以及邀请美国质量专家到日本讲学、培养和提高日本员工的质量意识。质量新概念在出版管理中的应用就是:出版社出书要站在读者立场上,变卖方市场为买方市场,精心策划,出版、推销读者喜欢的质量好、服务好的图书。根据“高质量的产品不是检查出来的,而是设计和制造出来的”理论制定的质量管理方法,在美国称作质量管理,在日本称作全面质量管理或统计质量管理。把这种方法应用于图书的质量管理,可称作全程和全员质量管理。所谓全程质量管理,就是对图书出版流程上的每个工序制定质量标准和检测方法,以保证每个工序传输给下个工序的“工件”的质量都是合乎标准