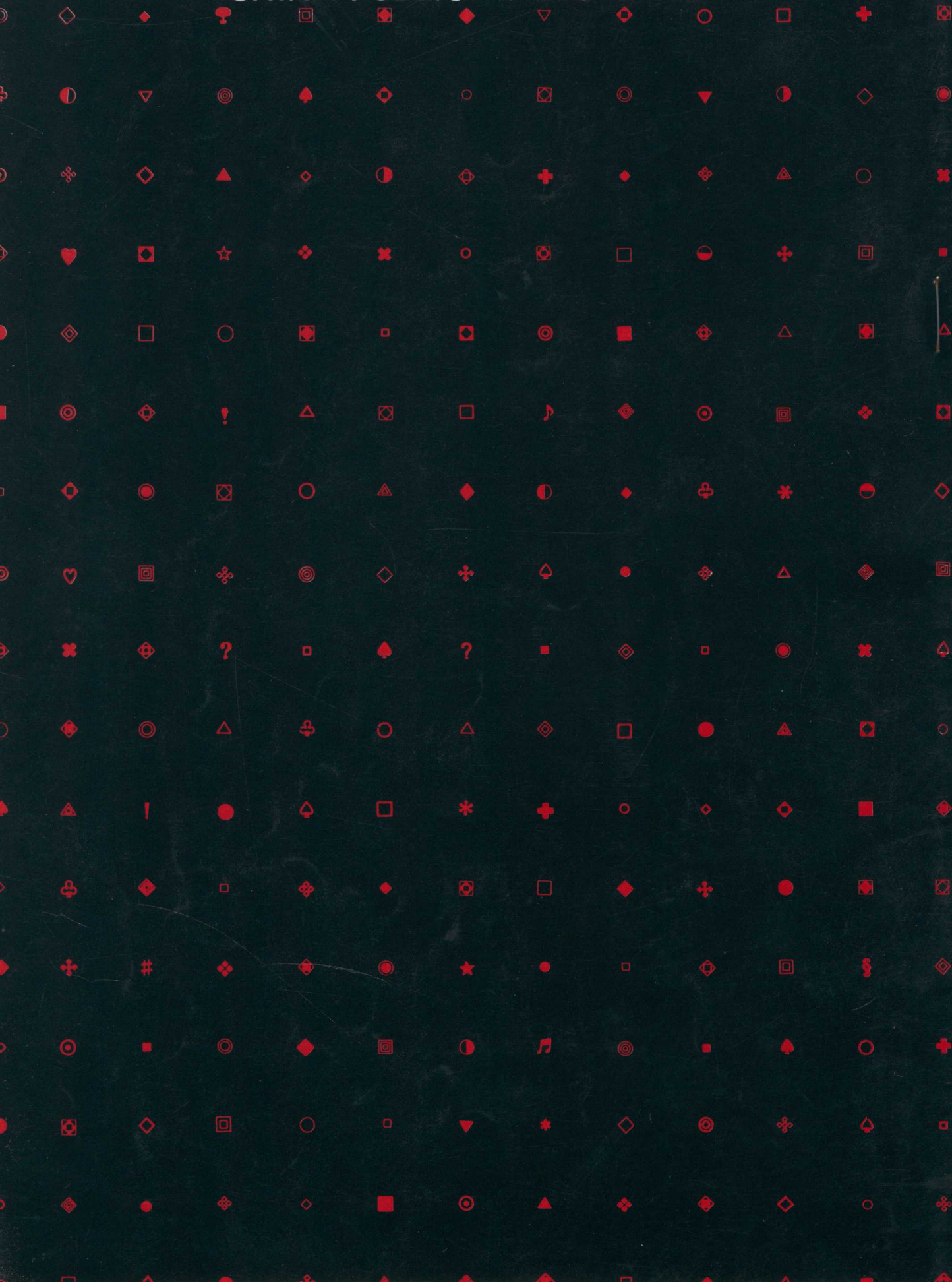
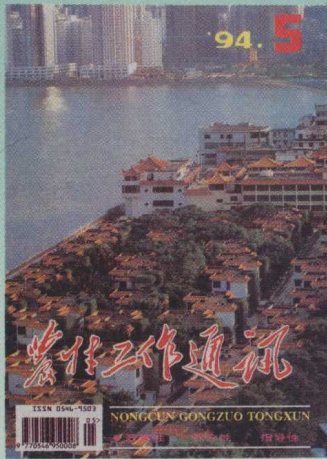


CHINA PUBLISHING UPDATE



中国农村杂志社向各界致意!



农村工作通讯

《农村工作通讯》坚持为农村改革与发展服务、为广大农村干部服务的办刊宗旨，面向全国农村干部，宣传党的政策，交流工作经验，传播政策信息，回答现实问题。

《农村工作通讯》集政策性、思想性、综合性、可读性于各个版面，鲜明生动，丰富多彩，帮助读者解难释疑，做好工作。

《农村工作通讯》每月一期，16开本，每本定价：1.50元，公开发行，国内统一刊号：CN11—1617/F ISSN：0546—9503

农民文摘

《农民文摘》办刊十年如一日，面向全国农村读者，精选新知识、新技术、新信息，突出实用性、综合性、可读性，以它独有的魅力，跻身于优秀期刊之林，成为中国发行量最大的农村期刊。老订户受益匪浅，新订户爱不释手。

《农民文摘》每月一期，32开本，每本定价1.00元，公开发行，国内统一刊号：CN11—1411/C ISSN1000—7741



中国农村

《中国农村》是中国第一家农村外向型期刊，是海外了解中国农村、中国农村了解世界的窗口，是沟通内外交流与合作的纽带和桥梁。《中国农村》介绍农村改革的新趋势，介绍农村丰富的自然资源名优特新产品，介绍海外世界的经济、技术和市场信息及发展趋势，为中国农民走向世界提供咨询服务。

《中国农村》为16开本，双月刊，每本3.00元，公开发行，国内统一刊号：CN11—3170/D，ISSN1004—8111，国外发行代号：BM4434，NT21001。

《农村工作通讯》、《农民文摘》、《中国农村》自办发行。欢迎广大读者到当地发行点订阅，如当地暂无发行点，可直接向中国农村杂志社发行部订阅。有愿代销者，也请与该部联系。

中国农村杂志社地址：北京复兴路61号 邮编：100036



《医学科普》杂志，图文并茂，通俗易懂，融科学性、知识性、趣味性于一体，具有“健康、科学、实用”的特色。本刊设有：老年保健、科学育儿、黄金时代、女性世界、男性天地、社会广角、婚姻与家庭、食品与营养、中医中药、乡医园地、医海拾贝等栏目，内容充实，可读性强。它的读者对象包括广大工人、农民、战士、干部、大中学生、教师、医药卫生人员及医学爱好者。《医学科普》是中老年人的保健顾问、年轻夫妇优生优育的指南，青少年健康成长的良师益友。



1987年被省卫生厅授予“山东省文明卫生先进集体”，1988年在山东省期刊评比中，被省委宣传部、省新闻出版局、省科委评为优秀期刊；1990年在全国卫生报刊评比中，被卫生部、全国爱卫会、中国健康教育协会评为优秀期刊；1991年被全国爱国卫生运动委员会授予“全国卫生先进单位”的光荣称号。1994年被山东省委宣传部、省新闻出版局评为优秀期刊二等奖。

编辑部地址：山东省济南市经十路72号 邮政编码：250014
电话：(0531) 2963624 邮发代号：24—26
全国各地邮局（所）均可订阅。



《医学科普》杂志在山东大学召开的读者、作者座谈会。（右起第三人为杂志社主编）

中国出版

(月刊)

1994年 12

1994年12月5日出版

卷首语 (1)

供您参考 山石 (4)

· 本刊特稿 ·

上海——深化改革 加强管理

切实抓好图书质量..... 申建中 (5)

· 出版改革 ·

关于深化发行体制改革的思考..... 马宝亮 (9)

建立现代出版企业制度..... 杨威海 (12)

· 经营与管理 ·

激励≠物质刺激

——试谈出版社激励机制..... 周奇 (14)

建立保证出好书的机制..... 祝国华 (17)

加强基础管理 促进内部协作

——改善省级出版系统管理之管见..... 李润海 (19)

· 出版广角 ·

建国以来重大的文化出版工程

——新型类书《中华大典》的编纂..... 赵含坤 (20)

江苏与台港出版业的交流..... 凌朝栋 (23)

· 著作权谭 ·

强化版权保护的有力武器

——王化鹏谈《关于惩治侵犯

著作权的犯罪的决定》..... 黄韦 (26)

文艺作品出版中的版权问题..... 辛广伟 (28)

· 期刊纵横 ·

期刊的组稿工程 朱晓军 (30)

编辑出版:《中国出版》杂志社(地址:北京西城区阜成门北大街17号 邮政编码:100037)

激光照排:中国建筑工业出版社印刷厂

印刷装订:中国建筑工业出版社印刷厂

刊号: ISSN1002-4166 (国际标准刊号)
CN11-2807/G2 (国内统一刊号)

中国出版

(月刊)

中华人民共和国新闻出版署主办

主编：谢宏

· 书刊发行 ·

- 落实总发行责任.....张有能(33)
- 下伸网点 开发潜力——增强主渠道
- 农村发行能力探索.....崔家寿(36)

✓ · 出版科技 ·

- 抓住机遇 迎接挑战——电子出版
- 技术发展提出的新课题.....刘渝民(39)

· 大市场 ·

- 年画市场的现状与前景.....介子平(42)

· 校对工作 ·

- 校对工作横竖谈(二).....陈 鹰(44)

· 书林之旅 ·

- 于友著《胡愈之传》校读记.....朱 希(46)

· 编辑实务 ·

- 词语中的同音字通用.....高本辉(49)
- “证”、“症”、“征”三字的区分.....胡升华(50)
- 如何编好图书征订目录.....黄 侃(51)

· 海外出版 ·

- 美国图书出版业经营概况.....魏龙泉(52)

· 质量万里行 ·

- 古籍今译图书的质量检查情况.....吴 琼(54)
- 《伟人与“西方山洞”的秘密》质疑.....陈福季(56)

· 出版纪事 ·

- 1994年10月.....(57)
- 《中国出版》1994年总目录.....(58)

定 价：3.00 元

广告经营许可证：京西工商广字 095 号

版式设计：叶 静

责任校对：南 柏

卷首语

国有资产的流失，已成为计划经济向市场经济转化过程中引人关注的问题。出版领域也不例外，不管是有形资产还是无形资产。“收费约稿”可谓令人深思的一个小小的典型例证。

某省某部领导的某报告见了报，几家出版单位竞相约稿，争出报告文集，不约而同地索要约稿费，六百八百不等。是为“收费约稿”之典型。

出书付酬，欠债还钱，怎么能倒过来？既然倒过来了，就有倒过来的文章——“化公为私出效益”，于出版者有利，于出名者有光。当然，关键还在那位领导，在于那位领导是否真的去掏自己的腰包，或是公家的腰包，抑或是不掏腰包。关键在于那位领导的手或其部下的手帮助他伸向何方。于名，于利，于人，于己，于公，于私，大概是伸向公家的阻力最小，“概率”最大。正是有了这个“概率”，才有了“不约而同的收费约稿”；正是这一类的“概率”，吸引了某些人的眼光，形成了一种特殊的社会心理，出现了一系列化公为私的方案、窍门和作法。幸好，作为我们例证的那位部长，拒绝“化钱买名声”，拒绝化公家的钱买个人的名声，这是共产党人不易被打倒的根据。这一例外，却又很难改变“堵”在我们心坎上的那个“概率”。

“收费约稿”，只是化公为私的一个小小例证，可以此类推者，不在少数。诸如，出版企业家词典，企业出钱，企业家出名；诸如，领着国家的工资，住着国家的房子，享受着国家的福利，为其他书、报、刊社编稿，为其他发行部门发行，为自己捞“外快”；且不讲为不法书商效力者！

出版界的人在献身，大部分都在献身；出版界的人也有的在化公为私，在不同的环节上化公为私。经过几十年的积累，国有资产像座大山。如何防止这座山水土流失，保证这座山增值，不只是出版界的事，但是，出版界也有责任。

中国出版

(月刊)

1994年

12

1994年12月5日出版

卷首语 (1)

供您参考 山石 (4)

· 本刊特稿 ·

上海——深化改革 加强管理

切实抓好图书质量..... 申建中 (5)

· 出版改革 ·

关于深化发行体制改革的思考..... 马宝亮 (9)

建立现代出版企业制度..... 杨威海 (12)

· 经营与管理 ·

激励≠物质刺激

——试谈出版社激励机制..... 周奇 (14)

建立保证出好书的机制..... 祝国华 (17)

加强基础管理 促进内部协作

——改善省级出版系统管理之管见..... 李润海 (19)

· 出版广角 ·

建国以来重大的文化出版工程

——新型类书《中华大典》的编纂..... 赵含坤 (20)

江苏与台港出版业的交流..... 凌朝栋 (23)

· 著作权谭 ·

强化版权保护的有力武器

——王化鹏谈《关于惩治侵犯

著作权的犯罪的决定》..... 黄韦 (26)

文艺作品出版中的版权问题..... 辛广伟 (28)

· 期刊纵横 ·

期刊的组稿工程 朱晓军 (30)

编辑出版:《中国出版》杂志社(地址:北京西城区阜成门北大街17号 邮政编码:100037)

激光照排:中国建筑工业出版社印刷厂

印刷装订:中国建筑工业出版社印刷厂

刊号: ISSN1002-4166 (国际标准刊号)
CN11-2807/G2 (国内统一刊号)

· 书刊发行 ·

落实总发行责任……………张有能(33)

下伸网点 开发潜力——增强主渠道

农村发行能力探索……………崔家寿(36)

✓ · 出版科技 ·

抓住机遇 迎接挑战——电子出版

技术发展提出的新课题……………刘渝民(39)

· 大市场 ·

年画市场的现状与前景……………介子平(42)

· 校对工作 ·

校对工作横竖谈(二)……………陈 鹰(44)

· 书林之旅 ·

于友著《胡愈之传》校读记……………朱 希(46)

· 编辑实务 ·

词语中的同音字通用……………高本辉(49)

“证”、“症”、“征”三字的区分……………胡升华(50)

如何编好图书征订目录……………黄 侃(51)

· 海外出版 ·

美国图书出版业经营概况……………魏龙泉(52)

· 质量万里行 ·

古籍今译图书的质量检查情况……………吴 琼(54)

《伟人与“西方山洞”的秘密》质疑……………陈福季(56)

· 出版纪事 ·

1994年10月……………(57)

《中国出版》1994年总目录……………(58)

主编：
谢宏

中华人民共和国新闻出版署主办

定 价：3.00 元

广告经营许可证：京西工商广字 095 号

版式设计：叶 静

责任校对：南 柏

供您参考

★中央宣传部、新闻出版署于1994年11月7日联合发出通知,决定表彰第二批优秀出版单位。这些出版单位是:人民文学出版社、文物出版社、机械工业出版社、金盾出版社、清华大学出版社、人民邮电出版社、天津人民美术出版社、百花文艺出版社、上海辞书出版社、浙江少年儿童出版社、广东科技出版社、岳麓书社、辽宁人民出版社、山东教育出版社、江苏教育出版社共15家。

★为加强对出版工作的管理,新闻出版署近期除研究提出加强管理的措施外,拟定于1995年开始,每本书必须印有出版社社长、总编、责编的名字,以利于加强对出版物的检查。

★为加强对书刊流通领域的管理,新闻出版署拟近期会同铁道部起草“关于加强书刊铁路运输管理的规定”。

★为加强对书刊市场的管理,新闻出版署拟提出对集、个体、私营书店(摊)进行压缩整顿。

★北京市新闻出版局根据全国“扫黄、打非”工作会议的精神和新闻出版署的要求,决定于1994年12月至1995年1月对所辖书刊印刷定点企业进行年检。

★新华书店受新闻出版署委托,决定于1994年11月底在北京召开全国省级新华书店经理研讨会,重点研讨发行体制改革问题。

★上海市新闻出版局1994年10月27日召开局属出版社经济工作会议。根据全国新闻出版局长会议关于新闻出版业向优质高效阶段转移的要求,分析了1993年度财务决算和会计报表中反映出的问题并提出了加强管理的意见。孙颢副局长就有关出版社经营管理模式和出版社基本经营思想等问题发表了意见。他还要求各单位要认真执行国家财税经济政策,完善健全内部规章制度,杜绝不规范的经营行为。

★为配合国务院知识产权办公会议的工作,进一步加强上海市知识产权保护的宏观管理和统筹协调,上海市人民政府最近决定建立上海市知识产权联席会议制度。

★四川省新闻出版局为积极配合“扫黄”、“打非”

斗争,于1994年10月22日开始整顿出版物二级批发市场。

★“十四大”以来新闻出版署单独或与其他部委联合发布的法规性文件(续完):

42、关于加强内部报纸期刊审批管理的通知(1994年2月25日新闻出版署发布)

43、关于禁止在我境内与外资合办报纸、期刊和出版社的通知(1994年3月3日新闻出版署发布)

44、关于海外报刊不得在内地自行征订发行的通知(1994年3月11日新闻出版署发布)

45、关于防止在出版物中泄露国家机密的通知(1994年3月12日新闻出版署发布)

46、关于加强管理进一步办好报纸“周末版”的意见(1994年4月12日中宣部、新闻出版署联合发布)

47、关于加强激光光盘、激光视盘复制管理的紧急通知(1994年4月12日中宣部、新闻出版署、国家计划委员会、外贸部、海关总署、国家工商局、国家版权局联合发布)

48、关于出版企业转换经营机制加强经营管理的意见(1994年5月10日新闻出版署发布)

49、关于对书号使用总量进行宏观控制的通知(1994年5月23日新闻出版署发布)

50、对台出版交流管理暂行规定(1994年6月6日新闻出版署发布)

51、关于加强图书审读工作的通知(1994年6月7日新闻出版署发布)

52、对侵犯著作权行为行政处罚的实施办法(1994年6月21日国家版权局发布)

53、关于加强书刊产品印刷质量管理的意见(1994年6月22日新闻出版署发布)

54、关于禁止“收费约稿”的通知(1994年7月21日新闻出版署发布)

55、关于加强内部报刊管理的通知(1994年7月12日中宣部、新闻出版署、邮电部、国家工商局联合发布)

56、关于禁止以报纸形式印送广告宣传及对印刷品广告加强管理的通知(1994年8月15日新闻出版署、国家工商局联合发布) (王隐)

上海 深化改革 加强管理 切实抓好图书质量

● 申建中

编者按:年初召开的全国新闻出版局长会议,提出了出版工作“阶段性转移”的战略任务。为了反映这一战略部署的落实和进展情况,本刊拟从本期始,对全国各省市新闻出版局落实“转移”方针的战略构想和实施情况进行专题报道。

上海是我国最大的出版基地之一,图书质量也名列前茅。相信上海切实抓好图书质量的管理措施和改革方略,值得出版界研究借鉴。

上海是我国现代出版事业的发祥地,迄今仍是我国最重要的出版基地之一。虽然由于近年来图书市场竞争激烈,上海出版界在经济上也面临不少困难,但是上海新闻出版局所属的各个出版社和各大学出版社,不为此起彼伏的“武侠小说热”、“港台爱情小说热”、“人体热”、“西方社会暴露小说热”所动,坚持了正确的出书方向,所出版的图书在总体上保持了高质量、高品位的特色,出版了一大批以《汉语大词典》、《辞海》、《英汉大词典》、《中国共产党七十年图集》、《365夜故事》等为代表的优秀图书。自1990年以来,上海版图书的重版率一直保持在45%左右,集中体现了上海版图书的质量和生命力。1993年,中共中央宣传部和新闻出版署在全国范围内表彰15家出版社,上海有3家局属出版社获此殊荣,这是党和国家对整个上海出版界的肯定和鼓励。

不断提高对抓图书质量重要性的认识,牢固树立质量意识,是抓好图书质量的一项

根本性举措;拥有一支有着牢固的质量意识的高素质队伍,是上海版图书始终保持高质量、高品位特色的基本原因之一。但是,认识的提高和质量意识的确立,并不仅仅表现为教育或学习的结果,它是与制定成龙配套的、切实可行的措施以及严格执行这些措施相辅相成的。在抓提高图书质量方面,除各社都有各自的经验和具体措施外,从政府主管部门的角度来说,多年来上海新闻出版局抓图书质量的主要做法可以归纳为:“一、二、三、四、五、六”。

“一”,就是一项基金,即上海市 学术著作出版基金

早在1988年,上海市新闻出版局为了缓解学术著作出版难的矛盾,在经济并不宽裕的情况下,毅然决定拨款建立学术著作出版基金,用以扶持资助高质量学术著作的出版。截止1993年,以亏损补贴等形式,共投入200万元左右,以无息、低息贷款资助的金额

更大,共资助了 400 多种学术著作的出版,受到社会各界的赞扬,其中《中国新文学大系》、《当代经济学文库》、《中国近代建筑图录》、《哲学大辞典》等相当一部分在省以上图书评比中获奖。

设立学术著作出版基金,其意义不仅在于使一部分学术著作得以问世,更重要的是它体现了党和政府的导向:对出版社出版行为的导向,对广大教学科研工作者教学科研行为的导向,乃至对整个社会价值取向的导向。

为了进一步强化学术著作出版基金的这种导向作用,1994年,上海新闻出版局决定对基金的使用方法作进一步的修改。总起来说,就是第一,改事后补亏为事先申报;第二,组建权威性的机构,对申报的选题进行论证筛选,使选择更具科学性和权威性,确保第一流的书稿得到资助;第三,对受资助的学术著作的出版过程强化管理,并在该书的显著位置印上标识;第四,基金单列帐册,滚动使用,不断扩大盘子。

“二”就是对出版社进行两个效益(社会效益和经济效益)评估考核。这是上海新闻出版局探索政府对出版社管理体制改革的主要内容。

随着我国社会主义市场经济体制的逐步确立和完善,原有的政府对出版社的管理体制已不适应形势的发展,亟待改革。上海新闻出版局在充分调查研究和吸取了一些出版社比较成熟的改革经验的基础上,于1992年底正式实施了对出版社实行两个效益评估考核的制度。此举的目的,在于客观地、科学地评价出版社的办社方向和出书质量,强化出版社坚持以社会效益为最高准则的自觉性,建立社会效益实现的激励机制,同时不断提高

经营管理水平,走稳定可靠的发展道路。

对出版社图书出版社会效益的考核,分出书结构、图书内容质量和图书编校质量三个方面,具体的评估考核指标如下表:

	一级指标	二级指标	满分值	标准要求说明
基础分 100	1. 出书结构 35	(1) 重点书比例及完成情况	10	占出书品种5%以上,完成率达90%以上 由局根据各社出书特点确定比例 同上
		(2) 合理的初版书框架	15	
		(3) 重印品种比例	10	
	2. 内容和编校质量 65	(1) 各门类优秀读物	35	以系统内横向比较和各社纵向比较打分在出版社自查基础上以局随机抽查的办法评定
(2) 优秀装帧设计		10		
(3) 无编校严重错误		10		
(4) 编校的一般性错误的一般差错较少		10		
附加分 值		(1) 在国内乃至国际上产生重大影响的读物		视情况加5-20分
		(2) 装帧设计获国际和全国重大评奖		视情况加2-10分
		(3) 对外合作出版取得重要成果		视情况加5-10分

对出版社经济效益的考核,也不是简单地看一个出版社赚了多少钱,而是设计了销售利润率、人均利润、存货及应收帐款占销售收入的比率和投资回报率等4个指标,进行综合考核。考核的方法采取横向比较和纵向比较两种,以纵向(本单位本年与上年比)比较为主,占70%;横向比较为辅,占30%。

然后,综合一个出版社社会效益考核得分和经济效益考核得分情况,即为该出版社

年终考核的结果。

对出版社进行两个效益评估考核,已成为上海新闻出版局对出版社进行宏观管理的主要办法,虽然实施时间不长,但对保持和提高上海图书出版的质量起了很好的作用。随着此项制度的长期坚持,其效果将更为显著。

“三”,就是做好三个规划,即图书出版的长期规划、中期规划和年度计划

要在一个较长时期内,从宏观的态势上提高图书质量,关键在于搞好出书规划。长期规划时间跨度一般为10年或10年以上,主要是分析国民经济和社会发展的基本态势,以及这种基本态势必然对出版工作提出的客观要求,然后根据这种要求和自身的定位,设定图书出版的总量目标、结构比例目标和质量目标。中期规划时间跨度一般为3—5年,主要是根据长期规划所设定的目标,比较具体地策划将在3—5年内完成的、具有重大科学技术文化积累价值的各个门类的出版项目,并定出完成这些项目的主要措施,以及与之相辅相成的事业发展项目。年度计划则是实实在在的中期规划的实施计划,详细设定发稿计划和出书计划。年度计划中的主干,是中期规划中重点出版项目的分步完成计划,另外辅之以其他各类图书的出版计划。

上海新闻出版局十分重视出书规划工作。“六五”和“七五”期间,都曾制定过较详细的出书规划,并在实践中坚定不移地贯彻实施,取得了较好的成效。目前正在执行的“八五”出书规划和10年发展规划,也在几年前编制完成。在“八五”出书规划中,比较具体地策划了包括社会科学、自然科学技术、文化教育、文学、艺术、少儿、古籍、工具书等门类的130多个重点出版项目。目前,这些重点出版

项目的进展情况良好,从根本上奠定了上海出书质量的基础。

要使规划发挥提高图书质量的基础性作用,关键在于不断修订和完善,即滚动前进。在三个规划之间关系的把握上,上海的做法是:从长期发展规划着眼,把制订中期出书规划作为关键,将主要精力扎扎实实地用在年度计划的实施上。在每年对出版社进行工作检查时,上海新闻出版局都把各出版社对中期出书规划的不断补充,即重大出版项目的不断策划列选作为一个重要内容来抓,以此保持出书的后劲,确保出书质量的提高。目前,上海新闻出版局正要求各出版社以“跨世纪”为中长期目标,规划新的重大出版项目,同时落实分年分期实施的措施。

“四”,就是四项改革

改革是为了解放生产力,最大限度地调动干部和员工的积极性,这是不断提高图书质量的一项充分必要条件。近年来,上海新闻出版局对出版社领导班子的任用制度和出版社内部用人、职称评聘、分配等四项制度进行了改革。

在出版社领导班子的任用制度上,首先是强化和完善社长负责制,同时改与经济承包同步的任期制为任命制,不作任期规定;领导干部年龄过线离岗,但班子相对稳定。此举对改革出版社的短期行为,促使出版社主要负责人注重本社长期建设目标和提高图书质量,起了相当重要的作用。

在出版社内部的用人制度上,下放用人权。为保证优秀人才的流入,招聘的人员可不受所有制、干部身份和专业等方面的限制。大力倡导出版社建立考核制度,实行聘用制,各类管理人员和专业技术人员实行竞争上岗。

在出版社职称评聘制度上,逐步实行评聘分开。趋势为各出版社在核定的专业技术

职务结构比例内,可自主决定聘用与否、高评低聘或低评高聘;中级技术职称的评定权下放至出版社,局的评审机构主要承担高级职称的社会化评价任务;允许出版社在不突破专业技术职务结构比例高限的前提下,不受原规定名额的限制,对确属优秀称职的人员,高聘一级。

在出版社内部分配制度上,鼓励各出版社制订切实可行的以双效益考核为基础的改革方案,拉大分配差距,调动员工的积极性。

“五”,就是五个坚持。上海新闻出版局明确规定,经过长期实践证明是行之有效的,反映了优秀图书出版规律的五种制度,必须坚持,不允许以任何借口拒不执行。这五种制度是:选题论证审批制,专题报批制,出书专业分工制,书稿三审制,目标责任制

1. 严格选题论证的科学程序。选题的列选必须经过责任编辑、编辑室和出版社三级论证。责任编辑应对提出的选题作基本评价,其中包括与同类书的比较、学术地位、著译者水平、社会需求等。选题论证应形成书面材料,与书稿一起归档。各出版社一般在第三季度到第四季度集中组织力量对第二年的选题进行广泛调查论证。

2. 严格选题报批制度。凡新闻出版署明确规定必须专题报批的选题,必须事先报批;对违反者,一律按制度查处,决不搞“下不为例”。

3. 坚持完善三级审稿制。决不能以任何借口取消必要的审稿程序,切实有效地加强复审和终审工作。

4. 坚持按规定的出书范围组稿出书。允

许各出版社在5%的幅度内组织出版与本社出书范围相邻相关的书稿,但此类书稿必须逐一报局审批。

5. 坚持实行目标责任制。坚决反对将利润分解承包到个人。实践证明,把利润分解承包到个人的做法,对坚持出书方向,提高图书质量害大利小。这个口子一开,什么选题论证、书稿三审、出书分工都将被冲垮,最终名存实亡。

正是由于坚定不移地实行“五个坚持”,“买卖书号”的歪风没有在上海形成。针对少数不规范的出版行为,上海新闻出版局在着重端正出版指导思想的同时,依据有关规定,明确划清了自费出版、补贴出版、委托出版与协作出版的政策界限,同时坚决贯彻中央的有关精神,一律暂停协作出版。

“六”,就是六条具体措施

这六条措施是:1. 每两年举行一次“上海市优秀图书”评奖;2. 每两年举行一次上海版图书优秀装帧设计和校对质量评奖;3. 恢复图书成品质量检查、抽查;4. 大力推进计算机管理和联网(目前已实现图书出版流程的电脑管理和出书计划软盘报送,正在开发出版财务电脑管理和实施整个局系统的电脑联网);5. 出版社工资总额与两个效益考核挂钩浮动;6. 出版社主要负责人的年收入总额与两个效益考核结果挂钩。

图书出版是我国社会主义精神文明建设的重要方面之一,肩负着“以科学的思想武装人,以正确的舆论引导人,以高尚的精神塑造人,以优秀的作品鼓舞人”的光荣使命。从这个意义上来讲,不断提高图书质量的意义,怎样强调都不会过分。上海将一如既往地提高图书质量作为一项中心工作来抓,不断地有新的追求。

关于深化发行体制改革的思考

● 马宝亮

党的十一届三中全会以来,我国的图书发行体制改革取得了较大进展。随着“独家经营”到“一主三多一少”和“三放一联”格局的演变,传统的计划经济模式的图书发行体制发生了根本性的变化,图书发行新格局逐步形成。改革的不断深化,促进了图书发行事业的发展,图书流通更加快捷,图书市场日趋繁荣。

改革促进了图书销售的大幅度增长。1993年全行业销售图书65.9亿册,125.4亿元,比改革前的1978年分别增长2倍和13.5倍。从1978年至1993年的15年间,图书销售额年平均增幅为19.3%,全国人均购书达10.5元,达到了历史最好水平。

多渠道并举,缓解了原有单一渠道发展缓慢而不能适应出版迅速发展的矛盾。国有、集体、个体多种经济成分的发行网点互为补充,互为促进,有效地调动了各方面的积极性。以新华书店、出版社自办发行为主体和以集个体为补充的发行网点配置,构成了遍布城乡、纵横交错的图书流通网络。目前全国已拥有各类图书销售点98275处,比改革前增加10148处。发行网点的增加,适应了图书出版快速发展与市场机制逐步达到高速运行的客观要求,便利了读者购书,活跃了图书市场。

购销体制的改革,改变了过去单一购销形式的弊端,促进了传统征订方式、征订手段的变革,加快了供求信息的传递与交换,扩大了图书市场的占有率与覆盖率。与购销形式改革相配套的图书发行折扣的放开,在一定程度上缓解了出版系统内部经济利益分配上的矛盾。经济规律的巨大拉力促进了发行企业经营机制的转变,增强了市场意识和竞争意识。

新华书店主渠道得到了巩固和发展。改革15年来,新华书店不论从发行数量和经营规模上都始终保持主导地位,其年平均发行数量占全行业的90%以上。与改革前相比,新华书店系统的固定资值增长4倍,发行利润增长了1.7倍,图书销售点增长了1.3倍,增长速度更快。在新技术推广与应用方面也取得长足进展。目前全国大部分城市新华书店均使用了计算机管理。现代管理手段和先进管理方式的引进,极大地改善了企业的经营管理,经济效益逐年提高,经济实力不断增强。

目前,发行体制改革仍处在探索与逐步发展阶段,特别在新旧体制交替阶段,改革在运作过程中,也出现了一些值得重视和研究的问题,主要是:

1、国有新华书店转换经营机制力度不够,步伐缓慢,

基层书店并未真正搞活,新华书店未能在市场竞争中形成强大的系统优势,主渠道的作用未得到充分发挥。

2. 经济政策不宽松及有关优惠政策不落实,造成发行部门经营困难,经济负担沉重,使企业发展后劲不足,经营条件难以改善,网点建设和改造大大滞后,无法形成规模经营。近年来,城市新华书店销售点不断减少,问题尤为严重。

3. 农村发行薄弱,渠道不畅。农村发行中重课本,轻一般图书的倾向没有得到有效的解决,一般图书销售增长长期以来低于销售总体增长幅度。由于宏观指导力度不够,农村图书市场未能得到充分开发。加之近年来供销社售书点逐年减少,图书难以向下辐射,读者买书难的问题仍然十分突出。

4. 图书市场发育不良,发行秩序出现混乱。利用权力分割图书市场的现象日益严重,突出表现为党政机关及其他非图书经营单位利用职权参与图书经营;非法出版活动屡禁不止,主要是集个体书商从事“买卖书号”、“包印包发”以及不法分子从事非法出版活动;一些地区的地方保护主义十分严重等等。严重扰乱了图书市场的正常秩序,妨碍了发行改革的健康发展。

图书发行体制改革和发行工作面临的这些困难和问

题,要采取有力措施去治理,应通过深化改革去解决。当前我国出版业正经历着一个重大转折,即从总量增长为主要特征的阶段向以优质高效为主要特征的阶段性转移。对于发行环节来说,培育和形成全国统一的、开放的图书大市场是其中的一项重要内容。要抓住这一主要矛盾,通过加大改革力度和步伐,认真加以解决。

一、加强图书批发管理,强化国有书店总批发功能

市场经济规律要求全面开放市场,而大市场大流通格局是建立在统一、有序的基础之上。因此要强化国有批发机构的总批发功能,形成以省级店(发行所)为主体的市场调控机制。首先,将省级店(发行所)办理出版物总发行的业务范围扩大至全国。其次,允许省会城市新华书店办理本省出版物的总发行,增强国有图书总批发机构的实力。另外,严格禁止其他集体发行单位和个人办理总发行业务,严禁转让和变向转让总发行权,以保证总发行权掌握在国有批发企业手中。同时,提倡出版社和发货店双向选择,以利于打破地区封锁,促进出版和发行之间的联合和行业、系统间的公平竞争。

建立新型的图书进销机制,积极试行和推广图书发行代理制。出版社和发货店应通过经济契约来确定和调整彼

此间的合作关系。图书发行代理可采取多种形式,如总代理、分级代理、专项代理等。实行总代理的图书,应允许发货店租型造货。

鼓励和提倡出版社、发货店在本地或外地建立图书批发分支机构和专业书店,弥补现有图书销售网点的不足,促进图书流通。

要进一步整顿社会办二级批发单位,严格控制数量,保证质量。对于假集体、真个体的二级批发单位,要认真清理,坚决取缔。对于已建成的各类图书批发市场要加强监督与指导,完善管理措施,强化管理手段,保证它的健康发展。

二、继续推进购销形式改革,放开图书进销折扣和销售价格

要积极试行符合经营要求的新型的购销形式,并在实践中总结完善。当前,要大力推广寄销,抓好试点,认真总结,逐步扩大范围。实行寄销要从我国的国情和出版发行单位的实际出发,具体做法可灵活多样,方式也可多种多样。

利用价值规律调整产销之间的经济利益关系,是市场机制的内在要求,可有效地促进购销,活跃市场。因此,今后国家不宜再对图书进销折扣作统一规定,而改由产销双方根据不同品种、不同区域、不同范围、不同收益关系协商确定。

全国图书统一销售价格,掩盖了地区差价的矛盾,不利于调动基层书店销售一般图书的积极性。因此,对国家规定的包销类以外的图书,图书零售价格应允许适当上浮,售价上浮幅度及具体办法可以由当地省级新闻出版局会同省级物价部门制定,或由各省发行行业协会协调。在购销体制改革的实践过程中,要特别注意发挥发行行业协会的组织协调与指导作用。

三、加快国有书店经营机制的转换

国有书店要在三项制度改革的基础上,逐步深化企业的产权制度改革,建立现代企业制度,使其以独立企业形态进入市场,成为自主经营、自负盈亏、自我发展、自我约束的市场主体。要发展和扩大各种形式的联合,特别是新华书店系统的紧密配合,有利于更好地发挥主渠道的整体优势。要采取经济手段逐步建立和发展连锁店,实行连锁经营。在城市形成以中心店为心脏,专业店为躯干,小型门市部为腿脚的图书销售网络;在农村形成以县级店为中心,下伸门市部为骨干,供销社售书点为基础的销售渠道。有条件的大中型书店还可以成立跨地区、跨系统的企业集团,形成集团经营优势。

国有书店必须强化竞争意识,当前要加快图书信息系统的建立与改善,加快信息处

理,努力缩短图书流转周期;在扩大图书批发业务上要制定措施,增强手段,有条件的应建立起适当规模的图书批发中心,加大幅度能力,提高市场占有率;要重视图书的宣传推广,建立强有力的图书推销机构,积极创造条件,制定措施,实行推销员制度。

四、巩固和发展新华书店图书销售网点

各级出版主管部门在落实新闻出版署、国家计委、建设部《关于图书发行网点建设的若干问题的通知》过程中,要把新华书店网点的建设和改造作为保护和扶持主渠道的具体措施。要设法多方筹集资金对投资较大的重点项目给予必要的支持,特别是在城市规划中需要改造的中心门市部,应进行重点投资,将其建成设施、服务一流的文化窗口。

大中城市新华书店要在千方百计扩大销售的基础上,充分发挥人力、物力和地理位置优势,开展多种经营,形成多元化的经营格局。当然,要正确处理好在主业与多种经营的关系,做到以副补主,以副促主。把多种经营的收入主要投入于网点建设与改造当中。

农村发行网点建设不仅要有规划、有目标,更要有措施、有保证。要争取在近几年内逐步做到在较大乡镇都建有下伸门市部。如资金暂时不足或一时难于筹集,可采取合建或

租赁等办法,分期分批地建立。同时,要继续重视利用供销社售书点销售图书。注意帮助他们解决困难,采取有力措施调动他们的积极性。

五、进一步加强农村图书发行工作

加强和改进农村图书发行工作是当前新闻出版管理部门的重要任务,必须下力量抓出成效。同时,推进农村图书发行,也是国有主渠道一项十分重要的任务。中宣部、新闻出版署等五部委《关于加强农村图书发行工作的意见》,针对当前农村图书发行工作的实际,提出了若干有效的具体措施,应继续认真贯彻执行。农村的网点建设要根据农村图书发行工作的特点加以实施,在抓紧国有下伸网点建设的同时,要充分利用社会力量大力发展图书销售点,如文化站办书店,乡镇企业代销点,个体销售点,农村图书发行专业户等。要改变农村物品种单调,不适应农村多层次、多行业读者需要的现状,鼓励的支持出版社多面向农村市场的图书。发行单位要保证农村的订货和发货,各类适合农村需要的目录及订单都要及时发往农村。对农村店的订货要积极组织,及时运送,保证供应。出版发行单位还应定期组织优秀图书集中下乡,并在发行数量及折扣等方面给予优惠。

国家对农村发行要继续给予优惠经济政策,以保持农村发行有足够的发展后劲。

建立现代出版企业制度

●杨威海

建立现代出版企业制度,是我 国出版社改革的方向

改革出版企业的领导体制,建立 和完善出版社社长负责制

出版社是精神产品的生产部门,是社会主义的思想宣传阵地,但在市场经济条件下,同时又是图书商品的生产经营者,是生产经营型企业。现代出版业与现代工业一样,都是社会化大生产,其区别仅仅在于,出版业生产的不是物质产品而是具有物质形式的精神产品。因此,从市场经济的观点看,建立适应社会主义市场经济要求、产权明晰、权责明确、政企分开、管理科学的现代企业制度,同样是出版社的改革方向。不过,为了同一般企业相区别,出版社要建立的现代企业制度,可以称之为现代出版企业制度或现代文化企业制度。其基本特征与一般意义上的现代企业制度相比,在产权关系明晰、企业权责明确、政企分开、管理科学诸方面,并无区别。所不同的仅仅在于,出版企业的生产经营目标,不仅仅在于提高劳动生产率和经济效益,而且要把社会效益放在首位。在这个前提下,坚持经济效益与社会效益的统一;在政府对企业宏观调控的力度上,对出版企业的调控力度应该比一般企业要强一些。但是这些区别,并不影响出版企业改革的取向。

现代出版企业的领导体制,应该是实行社长(经理)负责制,发挥企业党组织的政治核心作用和监督保证作用,职工参与民主管理的新型领导体制。必须坚持和完善社长(经理)负责制,保证社长(经理)依法行使职权。

实行社长(经理)负责制,建立以社长(经理)为中心的强有力的生产经营系统,是为了适应现代企业管理的需要,有利于增强社长(经理)的责任心,发挥其工作积极性和主动性;有利于提高决策效率和工作效率;以适应市场竞争的需要。要建立和完善对社长(经理)任期目标的考核制度,从社会效益、经济效益和国有资产保值增值等方面,对社长(经理)的工作实绩作出科学的评价。

加强党的领导是坚持社会主义出版方向的根本保证。出版企业中的党组织应该成为出版社的政治核心。在党政职能分开的情况下,党组织在出版企业中的领导作用,主要是保证出版企业的社会主义方向,保证和监督党和国家的方针政策的贯彻,坚持正确的出版导向,并通过思想政治工作和党员的先锋模范作用,带动全体职工实现出版企业的“两