

## 目录

## 卷首语

- 重视出版业人力资源的持续开发利用

## 专论·特约稿

- 韬奋精神与“入世”
- 在中国韬奋出版奖颁奖大会上的发言

## 编辑学·编辑工作

- 编辑基本规律新探
- 还是要重视方法论的研究
- 普通编辑学理论体系的雏形
- 关于编辑活动的优化问题
- 图书出版的舆论引导
- 新闻出版类部分核心期刊编辑格式的调查研究
- 科普图书出版的困惑与思考
- 论编辑的市场意识

## 出版学·出版工作

- 组建出版集团五题
- 加入WTO形势下出版行业协会职能浅析
- “入世”后我国图书市场竞争的八大特征
- 外向型出版离我们有多远
- “编辑为中心”与“发行为龙头”
- 书籍设计原则简论
- 书装设计的文化理念和艺术风格
- 第一批异形词整理表
- 出版集团的优势
- 中央部门出版社校对岗位培训班结业考试参考答案

## 多媒体·网络出版

- 技术进步与新时代出版

## 书苑掇英

- 知识经济条件下的编辑文化素质
- 有关出版集团的断想
- 考核出版企业经济效益应注重的三个指标

## 编辑史·出版史

- 商务印书馆与东方图书馆
- 湖北省编辑学会召开二届三次常务理事会议

## 域外出版

- 出版研究在欧美

## 编辑随笔

## 有关出版集团的断想

袁玉琦

## 大船与小船

我国加入WTO, 对于出版界来说, 就好比面对一条从未涉足的大江, 更有人把它形容成汪洋大海。如果没有作好足够的准备, 如果缺乏应对这种挑战的诸多条件, 就很容易被这汪洋大海所淹没。而我们要想顺利地渡过这大江大海, 最好的办法, 毫无疑问是拥有一条大船, 一条足以让我们乘风破浪前进的大船。这是我们目前最常见到的有关组建出版集团的极其生动的比喻。

我认为, 所谓“造大船”的比喻是有一定的道理的。大船确实比小船更能抗御风浪的袭击, 更有可能驶向遥远的彼岸。但是, 一位哲人曾经说过: 任何比喻对于丰富的理论和实践来说, 都是蹩脚的, 或者说不完全的。

同样用比喻, 一叶扁舟也能飘江过海, 万舟齐发也是一种壮观的景象; 专美于万吨巨轮, 总脱不了视野上的狭窄、理论上的偏颇。我们去大西北看一看, 那成片的防风林, 却是由无数小树组成的, 其效果却远远为一棵大树所不及。我在这里想说的是: 世界上的万事万物都是极具个性的, 都有其存在的依据, 很难说哪一种形态最好, 哪一项事物独尊。就国外出版行业而言, 固然有规模巨大和影响广泛的出版企业, 决定着出版界的走向, 引领着出版界的风骚, 但也存在着更多的、无以数计的中小出版企业, 它们不同样是出版百花园中的一枝一叶、一草一木吗! 它们不也时时展现着一流成果吗!

组建出版集团固然是大势所趋, 但如果不加分析地一味追求“大”, 其结果可能会带来始料不及的负面效应, 对于我国出版业的发展来说, 这未必就是一件好事情。

## 捏合与放开

出版集团的产生必须遵循竞争和优胜劣汰的原则, 还要有一个自然发展的过程。没有这样一个过程, 而是采取某种行政命令的方式去组建集团, 这就好比把小船简单地捆绑在一起, 那是不可能造就出能抗拒风浪的大船的。

强强可以联合, 强弱可以联合, 弱弱也并非不能联合。但是, 这样的联合就必须具有一定的条件, 而不能随心所欲。民间有一种说法, 叫做“强扭的瓜不甜”, 也叫“捆绑不能成夫妻”, 讲的都是这个道理。

出版界造大船, 从目前情况来看, 基本上都是以现有的地域格局或行政隶属关系为依据。这是一种最为省事的办法, 操作也很简便, 然而用这种方法组建的出版集团, 是不是都有坚实的基础, 是不是都有实质性的提升呢? 总的感觉是没把握, 不好说。

我倒是想, 与其捆绑、硬捏, 实在还不如放开展, 顺其自然, 以收水到渠成、瓜熟蒂落之效。这样的范例, 自然界很多, 社会界也很多。放开才能生长, 放开才能活跃, 放开才有勃勃的生机。在这样的自由环境中, 大的将会更大, 强的将会更强, 弱的可能在竞争中变强, 也可能在竞争中继续弱下去, 甚至被吞并、消亡。这其实并不是坏事, 因为这就是竞争带来的进步和发展。在这个基础上造成的大船, 才是真正能够抵御风浪的大船。

● 难忘曾卓的编辑工作

● 毕竟是编辑

## 编者·作者·读者

● 填补历史研究的断层

● 关于历史小说《张居正》的对话

● 高屋建瓴 通观微不至

## 品书录

● 为清代考据学辩护

● 地苑巨擘 为国增辉

● 评《中国货币思想史》

●

## 科研信息

● 首届湖北图书奖评奖揭晓

## ◆ 各期杂志

2000: 第3期 第4期

2001: 第2期 第3期 第4期

2002: 第1期 第2期 第3期 第4期 增刊

2003: 第1期 第2期 第3期 第4期

2004: 第1期 第2期 第3期 第4期 第5期 第6期

2005: 第1期 第2期 第3期 第4期 第5期 第6期

2006: 第1期 第2期 第3期 第4期 第5期 第6期

2007: 第1期 第2期 第3期 第4期 第5期

## 有效出版资源的扩张

美国CISCO公司是Internet行业霸王，其总裁钱伯斯在谈到网络时代一个公司的扩张时说：“我们现在面临着一个改革整个世界的机会……CISCO所犯的误差是速度不够快。尽管我们已经是世界发展最快的公司之一，但我们还不够快，还应该更快。”

求得更快的发展，对于出版界来说，具有同样重要的意义。然而怎样才能做到快，怎样才能做到又快又好，我在这里提出一个有效出版资源扩张的问题。

有效出版资源的扩张，指的是依托那些基础好、人才多、出版资源丰富、管理水平高和效益突出的出版单位，进行某种意义上的复制、衍生和连锁的发展。它的依托是有条件的，用数学语言讲叫做优选，用遗传学语言讲叫做优生。由于这种复制、衍生和发展是缘于其内在发展的需要，所以它具有自然的勃勃生机。

仍以自然界为例，根深叶茂的参天大树，是由一根主干和无数的枝叶所组成，出版业的主干即是“有效的出版资源”，枝叶即是主干的复制、衍生和连锁的发展。大树还可以选种，可以移植，可以嫁接，也可以成片生长。总之，只要是“有效的出版资源”，只要有其内在的发展需要，就可以在这个基础上大做文章，就可以在这个基础上翻出新意，就可以依托这棵大树繁衍、新生、发展、壮大。

我觉得出版界的集团之路，应该更多地沿着这样一个方向去发展。而现在我所忧虑的，是这样的“有效的出版资源”在人为的合并和捆绑中将会被消耗、被削弱，其结果是大的不复大，强的不复强，最终说不定又会回到“合久必分”的老路上去。

## 另一种意义的大船

在新形势下，中国出版产业既需要强强联合形成的大型集团，也需要若干个机制灵活、小而精、小而优、特点鲜明的出版单位，后者即是另一种意义的“大船”。

有人认为，我们现有的出版社都太“小”，无法参与竞争。我认为，如果仅从规模的角度说，我们现有的出版社并不小。一般出版社都拥有员工近百名，每年出书一百多种，这和国外许多小出版社相比，倒是算得上大社了。

如果是用实力来衡量，那就很难说了。应该承认，我国为数不少的出版社，基本上还是靠政策吃饭，靠垄断地位来维持生存，管理粗放，图书产品的知识含量很低，员工的素质也不高。从这个意义上讲，我国大量的出版社确实“小”，小到无法与先进的国际出版业抗衡、竞争。

那么，小船就应该被淘汰吗？显然不行。对于出版界来说，我们面临的问题不是大与小的矛盾，而是强与弱的矛盾，我们所要解决的不仅是出版规模的问题，更是出版效益的问题。所以，当务之急是在造大船的同时，也要注意造就更多的小船，这些小船应该不是过去那种弱不禁风的小船，它们是在自由竞争的过程中发展和成熟的。相比“大”而言，这样的“小”可能更注重灵活，更强调效率，更注意规避风险。这样的小船多起来，不仅可以为大船的制造提供坚实广泛的基础，而且可以在市场经济的汪洋大海中形成千帆竞渡、万舟齐发的局面。这千帆万舟，我们完全可以把它看作是另一种意义的大船。

这样说来，在组建出版集团的问题上，切忌急功近利，一哄而起，也不要单向思维，简单行事。面对国际出版业的严峻挑战，我们更需要谨严、求实与创新。

（作者单位：湖北少年儿童出版社）

(ID:240)

© 2001-2003 出版科学杂志 版权所有

报刊转载必须征得同意并支付稿酬，网络转载必须注明作者及本刊网址

武汉大学信息管理学院4楼403室 邮政编码430072 电话：027 68753799 传真：68753799 E-mail: [cbkx@163.com](mailto:cbkx@163.com)

技术支持：[cgz@163.com](http://cgz@163.com)

