

## 目 录

## 卷首语

- 出版业要立足科学发展 / 宗 诚

## 专论·特约稿

- 中国的图书市场 / 巢 峰
- 审读中的编辑心理分析 / 赵 航
- 巴金的编辑思想 / 罗晓华
- 论图书质量管理体系的完善 / 沈东山
- 民营出版企业策划人的角色定位 / 郭静
- 解读现代编辑的服务理念 / 夏登武 刘庆颖

## 编辑学·编辑工作

- 《狼图腾》编辑策划的经验和体会 / 安波舜
- 学术期刊面临的困境和抉择 / 梁海滨 刘华鲁

## 出版学·出版工作

- 出版物市场结构与有效竞争 / 杨红卫
- 论出版泡沫 / 贺剑锋
- 《现代出版: 理论与实务》(第三辑) 出版 /
- 大学出版社改革的思考 / 牛太臣 杨小岩
- 课标教材出版招标的理性思考 / 米加德
- 外国出版机构在华业务分析 / 王立平
- 出版社的商标与品牌 / 杨玉岭 赵中伟
- 学习决定命运 / 许士杰

## 首届数字时代出版产业发展与人才培养国际学术研讨会专稿

- 我国网上科技文献出版情况调查 / 郭敏

## 书苑掇英

- 呼唤知识产权价值的理性回归 / 郑德新
- 图书营销观念及其误区 / 陈崇华
- 在图书营销活动中充分发挥网络优势 / 潘锦晖
- 出版集团财务信息控制策略 / 吕 蓬

## 编辑史·出版史

- 文学的助产士 / 陈雪飞
- 《编辑大手笔》出版 /
- 方志敏狱中文稿的传送及出版 / 陈家鹦

## 港澳台出版·国外出版

- 浅阅读的危害及出版人的责任 / 刘 艺
- 出版业对高学历的关注 / 牛 存

## 论图书质量管理体系的完善

沈东山

摘 要: 要完善图书质量管理体系, 首先要充分认识图书质量与品牌、效益之间的关系; 第二要建立以预防为主的图书质量事前控制机制; 第三要改进图书质量事后监管机制。

关键词: 图书质量 管理系统

第1共2页 >> [1页](#) [2页](#)

我国出版业发展到今天, 无论是新闻出版行政管理部门还是出版单位, 都已经建立了较为完整的图书质量管理体系, 但从新闻出版总署对图书质量抽查结果来看, 现有的图书质量管理体系还存在缺陷, 需要进一步完善。据《中国新闻出版报》报道, 新闻出版总署曾多次组织过图书编校质量检查, 但检查结果不尽如人意。1997年8月, 对23家出版社的26种工具书进行了编校质量检查, 其中13种图书不合格, 不合格率为50%; 2002年4月, 对33家良好出版社送检的33种图书进行了编校质量检查, 结果: 优质图书5种, 良好图书2种, 合格图书15种, 不合格图书11种, 不合格率为33.3%; 2003年10月, 对19种辞书进行了编校质量检查, 结果: 19种辞书全部不合格, 差错率超过5/10000的有12种, 差错率超过10/10000的有7种, 《多功能学生字典》的差错率竟高达37.57/10000。这组数据至少说明三个问题: 一是出版业的一些从业人员对图书质量与品牌、效益之间的关系没有足够的认识, 对图书质量重视不够; 二是现有的质量管理体系没有充分发挥作用; 三是现有的质量管理体系存在缺陷, 尚不够完善。所以提高出版从业人员对图书质量重要性的认识, 进一步完善图书质量管理体系, 具有重要的现实意义。

### 一、充分认识图书质量与品牌、效益之间的关系

1. 重视图书质量的重要性。现代管理大师彼得·德鲁克认为: “工商企业并不是为着自己的目的, 而是为着实现某种特别的社会目的并满足社会、社区或个人的某种特别需要而存在的。”社会责任成为现代企业的本质属性。根据这种理论, 出版单位的社会责任, 就其产业特点而言, 就是服务于物质文明、政治文明和精神文明, 促进社会进步和人的全面发展。出版单位的社会责任, 落实到实际工作中就是对图书质量负责。提供优质图书是出版人应尽的社会责任。

图书质量是出版单位生存和发展的基础。图书质量出现问题, 一方面会给读者带来精神和物质上的损失, 图书内容方面的差错甚至会影响一个人的一生, 乃至社会的进步; 另一方面对出版单位自身的影响也是深远的, 轻则损害企业形象, 减少经济收入, 重则阻碍社会发展, 被社会淘汰。所以出版单位和出版从业人员都要十分重视图书质量, 要向老一辈出版家学习。我国老一辈出版家对图书质量历来都很重视, 叶圣陶先生为此曾撰写过《希望大家用心提高出版物的质量》一文, 文中指出: “认真检查书籍的内容, 提高出版物的质量, 要集合大伙儿的力量来干……你不发觉我发觉, 我见不到他见到, 各方面的同志都能这么做, 我们出的书, 质量就可以逐步提高了。”

2. 图书质量是品牌的物质基础和价值基础。目前出版业的竞争已经进入品牌竞争的时代, 没有品牌图书的出版单位就没有竞争优势。这里所说的品牌图书不是指所有的图书,

## ◆ 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

而是指那些质量优良、信誉度高、市场覆盖率大的优质图书。它是优质图书的代名词,是读者优先选购的目标。

质量上乘的图书才能形成品牌图书,进而成为出版单位的标志性图书。美国的兰登书屋曾一度靠《现代文库》《人人文库》两套文学丛书跻身世界大出版集团之列;《汉译世界学术名著》《现代汉语词典》《新华字典》是商务印书馆的标志性图书,几乎成为商务印书馆的代名词。

3. 培育优质品牌图书是出版单位创造社会效益和经济效益的主要途径。第一,品牌图书可以提高出版单位的知名度。美国著名出版家小赫伯特·S·贝利在《图书出版的艺术和科学》中指出:“出版社并不因它经营管理的才能出名,而是因它所出版的书出名。”使出版单位出名的书,就是出版单位出版的能够代表出版单位形象和品牌的图书。品牌图书就是一个现代出版单位的标志和出版品牌的象征。它通过给出版单位造成形象效应而为其带来巨大的效益。现实生活中,我们只要一提到这些品牌图书,就会立刻想到出版它们的出版单位。品牌图书还可以为出版单位赢得各种图书奖项,为其带来良好的社会效益。第二,品牌图书以卓越的信誉长期赢得读者的信任,提高读者的忠诚度。读者的信任和忠诚,是出版单位的一项重要的无形资产,不仅可以提升出版单位的品牌形象,而且可以增加出版单位的利润。美国商业研究报告指出:固定消费者数目每增加5%,企业的利润就会增加25%。第三,品牌图书直接扩大图书销量,提高出版单位的经济效益。在出版单位开拓市场的过程中,品牌图书是其营销推广的领军产品,直接带动整个出版单位图书产品的销售,并在销售份额中占有较高的比重。品牌图书在出版单位发展过程中发挥的拉动作用不容忽视。同时,品牌图书都是出版单位长盛不衰的重版重印图书。低成本、低费用,畅销、热销,是品牌图书一个明显的特点。现实当中很多出版单位的大部分收益都来自其品牌图书。

出版单位及其从业人员,只有充分认识到图书质量的重要性,才会自觉地重视图书质量;只有充分认识图书质量与品牌、效益之间的关系,才会自觉地提高图书质量,培养图书品牌,以此获得社会效益和经济效益。

## 二、建立以预防为主的

### 图书质量事前控制机制

1. 选题立项环节的预防性控制。这一环节控制的主要内容:第一,确定选题方向。选题方向的确定是出版单位的重大决策,选题方向确定之后,就必须根据既定的选题方向取舍选题,不能什么书都出。第二,论证选题的可行性。一是三级论证,通过三级论证,淘汰背离选题方向的选题,去掉仿制、雷同等低水平重复的选题以及伪书选题;二是专家论证,重要选题和重大选题可以聘请相关领域的专家进行论证,以保证选题的切实可行。第三,优化选题结构。一是优化选题的品种结构,一个时期的选题要适当集中,以形成规模。一般选题、重点选题和重大选题三者之间要保持合理的比例关系;二是优化选题的期间结构,要保持中长期选题和年度选题之间合理的比例关系。中长期选题太少甚至没有中长期选题,年度选题就容易失去明确的方向,甚至导致出现短期行为。第四,物色目标作者。策划人策划选题的同时还要物色目标作者,物色的作者应当是相关领域的专家学者,学有专长,且写作水平高,责任心强。作者的素质直接决定书稿的质量。没有合适的作者,这个选题就不能立项。第五,评估营销能力。图书出版后只有销售出去才有价值。

在宏观调控方面,针对选题控制问题,新闻出版总署已建立了两项制度:一是年度选题计划审批和备案制度。新闻出版总署对不符合国家法规、规定的选题可以进行调整或通知撤销;二是重大选题备案制度。列入备案范围的重大选题,未申报备案或上报后未得到备案答复的,不得出版。

2. 组稿环节的预防性控制。这一环节控制的主要内容:第一,策划编辑设计出书稿的总体构想。策划编辑在组稿前,对于书稿特别是丛书和套书书稿,应当有明确的构想,对书稿体例结构、表现手法、切入的角度、内容的规范和取舍原则、书稿字数、整体设计等都应有明确的思路。第二,加强与作者的沟通。一是向作者传达自己的总体构想,让作者充分理解自己的思路;二是就写作体例等与作者进行磋商,达成共识,并确定写作提纲、写作进度和质量要求;三是向作者分发《作者须知》,向作者介绍一些国家规范和标准,以及具体的写作要求;四是及时了解书稿的撰写质量和写作进度。第三,审读样稿。

审读样稿是把握书稿质量的重要环节。审读样稿的形式有两种，一是对作者已发表的文章和著作进行阅读，以确定作者可否试写样稿；二是对作者试写的样稿进行审读，通过样稿审读，对书稿总体质量进行把关，避免书稿偏离事先的构想。第四，交稿时严格把关。作者送交的书稿，应当由责任编辑抽审一部分，检查其是否符合既定的写作体例和编辑的构想。不合格的书稿总编室不能进行来稿登记，更不能进入编辑加工程序，而应退给作者修改。

3. 编辑审稿和加工环节的预防性控制。这一环节控制的主要内容：第一，建立编辑持证上岗制度。没有取得编辑资格证书的，不能编辑书稿。第二，强调编辑的专业分工。编辑不是全能人才，不可能精通所有的学科，不是什么书稿都可以编。编辑超过自己所学专业的书稿，成书后不合格的几率就比较大。应当限制编辑人员编辑与所学专业不相关的书稿。第三，落实现有的三审制度。初审、复审、终审都要认真审读书稿。如今有些出版单位，三审制变成了“三签制”，书稿处理的草率和流于形式，势必导致图书质量的不合格。第四，编辑对书稿内容质量严格把关。三审人员不仅要从事编校角度和政治质量方面对书稿进行把关，还应从书稿的学术创新程度、学术含量等角度对书稿进行审查把关。这就要求编辑不断学习，成为某一方面的专家学者。编辑学者化是现代出版的要求，也是我国出版业的优良传统。王韬、鲁迅、张元济、郑振铎、叶圣陶、王云五等先贤都是集学者、教育家、思想家等于一身的编辑名家、大家。第五，建立专家审稿制度。编辑可以是某一方面的专家学者，但不可能是某学科所有领域的专家。所以对于一些学术性强的书稿，应当聘请相关领域的专家审稿，对书稿的内容质量进行把关。第六，完善编辑质量考核制度。一是具体规定各审稿环节的任务和考核指标。比如，出版单位可以规定，责任编辑负责加工全部书稿，文字错误控制在1/1000以内；下一审稿环节对上一审稿环节进行监督，复审发现书稿文字错误超过1/10000的，应将书稿退给责任编辑重审书稿。二是在书稿发稿前，由内部质检部门对书稿质量进行抽检，差错超过1/10000的，不得发稿。

(ID:849)

© 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](mailto:cgz@163.com)

【您是第位访客】