

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
- 出版业出版商层的关注 / 牛 存

课标教材出版招标的理性思考

米加德

摘 要: 探讨了课标教材出版招标的法律依据、非理性成分、负面影响, 回答了业内外关心的问题。

关键词: 课标教材 出版 招标

第2共2页 >> [1页](#) [2页](#)

新课程确实实改变了学生的学习方式和教师的教育教学方式, 对教学评价和管理也带来了历史性的变化, 是我国基础教育课程改革影响最大、参与实验人数最多、教材种类最多、推进速度最快、编写队伍最强、高校科研院所专家参与最多、成果最显著的一次, 也是我国基础教育课程改革面向新世纪做出的具有战略意义的重要部署。几年的全国性实验取得了举世瞩目的成绩。新课改应该按照既定的方向继续向前推进。

2. 关于课标教材的利润问题。近几年一些媒体纷纷报道称: 当前中小学教材出版发行业务仍由少数出版发行商垄断, 教材的出版发行成为该行业最后的“暴利堡垒”。教材和教辅类书籍的销售利润, 为全行业平均利润的520%! 该数据的披露, 在业内外引起轩然大波。究竟出版是“暴利堡垒”, 还是发行是“暴利堡垒”? 或出版和发行都是“暴利堡垒”? 该说法鱼目混珠, 混淆视听。把“垄断”放在出版身上, 说明发布消息的人对课标教材的运行机制一无所知; “暴利堡垒”套在出版头上是极不负责任的, 只要了解一下国家的有关规定, 情况就会一目了然。按计价格[2001]945号《国家计委、教育部、新闻出版总署关于印发中小学教材价格管理暂行办法的通知》和《国家计委、财政部、新闻出版总署关于中小学教材印张中准价等有关事项的通知》(计价格[2001]1775号)的规定, 教材出版的利润为5%, 对租型教材租型费也有明确规定。“教材租型费仅限于著作权使用费和型版制作费两部分。其中, 美术、音乐、外语类教材的著作权使用费标准为教材销售码洋的4%, 其他类3%。”

另外, 出版单位投入的编写费、稿费、教师培训费等不得进入教材成本。而一本教材从立项开始到审定通过, 一般要投入40万至50万元; 教师培训费、指导费、资料费(含音像产品)、市场维护费等一般要占教材码洋的10%左右, 个别实验区学生人数少, 使用教材的码洋总额还不够培训等费用; 个别省级教育行政部门要按一定的比例收教师培训费; 出版社在开发配套的音像课程资源方面还要投入巨资。实际上, 不少出版社在教材出版上是亏损。“垄断”和“暴利堡垒”放在出版头上, 真是太冤枉出版社了。

3. 关于教材的定价问题。招投标的目的之二是降低教材成本。国家颁布了价格标准, 教材定价均经过省级物价局批准, 教材上印有举报电话。应该说教材定价已经基本上趋于合理。现在的教材越印越精美, 价格越来越低。学生和家已经实实在在得到了实惠。主管部门应该到学校去看看。看看孩子们读的是什么样的教材, 教材的定价是多少。社会对中小学教材出版应有正确的认识。对义务教育来说, 出版社作为文化企业为政府承担了太多太多的义务, 做出了相当的利益奉献, 理应得到政府和社会的认同和赞誉。相反, 却被认为教材出版利润高, 甚至是“暴利”, 于是采取各种措施限制和打压出版业。难道是四五元钱一本的教材(中学的教材内容多, 价格也就七八元钱一本)成了孩子们读不起书的原因吗? 近几年来, 学生教材费越来越低, 而其他费用越来越高。原因何在, 大家心知肚明。责任肯定不是教材价格高吧。

◆ 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

4. 对教材出版招标的理性思考。通过以上分析,采取教材出版招标来降低教材价格的空间极其有限,将给正在出版教材的出版社加重经济负担。有限的降价空间对实施招标实际意义不大,即使出版社把国家规定的出版利润5%全部让出来,每个小学生一学期可以少支付一元钱左右的教材费,初中生每学期可以少负担二元钱左右。如此做值得吗?实施出版招标,如果教材原创单位失去教材出版权,其前期编写投入谁来补偿?没有编写或修改完成的教材,由谁继续编写或修改?相应的教师培训工作由谁做……太多的问题告诉我们,教材出版招标不宜提倡。 5. 教材合理的降价办法。既然主管部门对教材定价有了规定,何不组织出版、教育、印刷、物价等部门的专业人士,对出版各个环节进行科学调查分析,重新制定教材定价标准,既降低了教材价格,又避免了很多负面影响。政府实施的免费教材工程,采取的竞争性谈判,也达到了降价的目的,不失为一种有效而便捷的途径。教材发行实行招标也可以降低价格。目前教材发行由新华书店专营,黑白版和彩色版分别有30%和28%的折扣。可以通过加强管理、提高工作效率来降低运营成本,从而让利给学校或学生。

(作者单位:西南师范大学出版社)

(ID:857)

© 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

技术支持: cgz@163.com

【您是第位访客】