

我国图书出版经营的现状与对策研究

王 体 尹 杰

(武汉理工大学出版社, 武汉, 430070)

[摘要] 本文分析了我国图书出版经营的现状,提出了若干对策。

[关键词] 图书出版经营 现状 对策

[中图分类号] G231 [文献标识码] A [文章编号] 1003-2797(2004)05-0055-02

1 我国图书出版经营的现状

我国现行的图书出版经营模式是从前苏联引进的政府主导型模式,目前存在以下几个问题。

1.1 经营主体地位不明确

(1)身份游离。我国绝大多数图书出版机构至今仍为事业单位性质,而非企业性质,实行“事业单位,企业化管理”,经营主体身份长期游离于事业单位与企业单位之间,经营主体地位长期无法定位,图书出版体系改革,往往摆脱不了事业单位性质的限制与束缚,不能真正实行企业化经营和建立现代企业制度。这种身份的游离性虽然带给图书出版机构一时的好处,却也带给它们长期的困扰。

(2)政企不分。在管办结合的体制下,中国图书出版与生俱来的就是政企不分或局社不分,反映在图书出版体制中,各省地方出版社(如人民社、教育社、少儿社、科技社、美术社等)是隶属于各省新闻出版局的处级单位,理所当然在各方面都会得到省局的照顾和优待。省局既当“裁判员”又当“运动员”的角色错位,使其管理职能错位;地方出版社既当“儿子”又当“长工”的角色错位,使其多了衙门作风、少了企业特性,经常偏离正常的经营方向。

1.2 经营意识淡薄

(1)政策性垄断保护了落后。由于图书的社会属性和图书出版业的社会价值,国家对图书出版业实行政府管制,这种管制形成了图书出版机构的保护经营。主要表现为:①准入限制、政策保护。国家对图书出版机构的成立实行严格的准入限制,并使其免除倒闭破产之虞。②专业分工,各得其所。由于国家新闻出版管理部门对各出版社的出书范围进行专业分工,使其形成所谓的专业特点。这实际上使其形成了绝对的行业垄断,拥有了属于自己的一片天空。③买卖书号,消极经营。在我国,只有得到

国家新闻出版管理部门的审批才能成立出版社,获得一定量的书号,从事图书出版业务。因此,书号就成为具有很高市场价值的稀缺资源。很多从事图书出版业务而未取得出版资格的出版公司、图书工作室或书商对此趋之若鹜,而有些经营意识淡薄、只顾眼前利益的出版社,则往往利用手中的书号资源与其进行交易,造成消极经营。

(2)核心竞争力不强,市场地位不高。核心竞争力是指企业拥有的参与市场竞争所必需的且不易复制的应变能力、创新能力和发展能力。对图书出版机构来说,核心竞争力意味着图书出版生产力要素的获取能力、组织能力和生产力转化与实现能力。然而,中国图书出版业的核心竞争力令人忧虑。在市场应变能力方面,由于经营意识淡薄,市场化进程缓慢,较少主动地、系统地思考并制定、实施图书出版经营战略;在创新能力方面,缺乏产品创新、组织创新和技术创新的机制和动力,个人与组织的创新精神难以张扬,创新能力受到抑制;在发展能力方面,大多数图书出版机构长期采取“作坊式”生产方式,依靠政策吃饭,自我积累、自我发展的能力较差,只能维持出版简单再生产和低水平重复出版,无法进行资本运作和市场并购,难以实现扩张经营和跨越式发展。在一般消费者眼里,出版社的市场地位并不高,还远未形成市场号召力和影响力。

1.3 经营人才匮乏

图书出版人才主要包括具有较强选题策划能力的编辑人才和市场开发能力的营销人才,他们是图书出版业的核心人力资源。当前,我国图书出版人才队伍中的突出问题是:人才总量偏少,人才结构不合理;在专业结构上,除了具有现代意识和专业技能的编辑、管理人员严重不足外,符合产业经营要求的市场营销人才、财务管理人才及组织管理人才更是

匮乏;在学历结构上,现有队伍总体学历较低,这与知识密集型、智力密集型的出版产业极不相称。造成这种现状的原因主要有:

(1)“官本位”思想。由于片面突出图书出版业的社会价值而不重视图书出版经营,在客观上造成从业者中具有一定行政级别的管理人员居多、经营人才较少。

(2)行业封闭。图书出版业享受的特殊政策和待遇,使其行业岗位成为稀缺资源,从业者大多通过上级委派甚至某种关系予以确定,而很少在人才市场上招聘获得。从本质上讲,这种现状的产生是由于图书出版经营范围、方式及利益分配不是按照市场运行规律进行的。

2 我国图书出版经营的对策

2.1 确立图书出版机构的企业身份,培育合格的图书出版经营主体

(1)转变图书出版经营模式,明确其经营主体性质。目前,要实现图书出版机构从事业单位向法人企业的转变,按照产权明晰、责权明确、政企分开、科学管理的现代企业制度要求,明确图书出版机构为法人企业或实行企业化经营的机构,突出经营性质,逐步取消政策保护和行政束缚,还其企业的本来身份。

(2)建立有利于图书出版资源优势配置与重组的产权制度。在明确并理顺图书出版机构产权的基础上,按照产业发展的需要和资产效用原则,鼓励图书出版资源在不同地区、不同出版范围、不同专业分工之间进行优化配置与重组,如以购并、兼并购或重组的手段实现强强联合或优势互补,提升资产经济价值,以促进其不断加强管理,提高经营水平和市场地位。

(3)转换图书出版机构的内部经营机制和管理体制。笔者认为,政府可取消对图书出版机构的专业分工和书号限制,让其在图书市场上摸爬滚打。图书出版机构自主经营、自负盈亏,找准自己的目标市场,形成自己的专业特色、供给规模和市场地位;同时,在内部管理上,改变原有编、印、发的分割运作体系,建立编、印、发一条龙的项目组或事业部。

2.2 实施图书精品战略,促进图书出版业的可持续发展

现实中,粗制滥造的图书、内容同质化的图书层出不穷,这是图书出版机构只顾眼前利益的急功近利、缺乏精品意识的结果。为了实现长期利益和可持续发展,需要在政府和图书出版机构的共同努力下实施精品战略。

(1)政府要建立图书精品运行机构,明确提倡什么、支持什么。通过政策引导,鼓励图书出版机构多出精品,并通过完善评价体系和激励机制,把图书出版资源配置到优质高效的图书出版生产中去。同时,政府应积极致力于培养图书精品消费的社会氛围。

(2)图书出版机构要把出版图书精品作为自身发展的内在需要。要不断增强自身的创新能力,深入研究图书市场和读者心理,把握细分市场,精耕细作,积极开发图书精品,使其成为自身发展的标志性产品和优势品牌,从根本上改变“出版一评奖一书库”的“精品”运作轨道。事实上,图书精品既是图书出版机构的脸面,也是图书出版机构的支撑,更是图书出版业可持续发展的基石。

2.3 重视人力资本价值,培养优秀的图书出版经营人才队伍

人才队伍是图书出版竞争制胜的法宝,更是整个图书出版业发展的核心资源。人才队伍的规模、结构和质量,直接决定图书出版业的经营效率和发展速度。因此,要大力推进出版人才队伍建设。

(1)要以职业发展平台吸纳人才、肯定人才和使用人才。不仅仅要用物质手段,更重要的是要提供个人才智的施展空间。

(2)要具有改造人才、同化人才的能力。要建立一套引进、使用人才的有效机制,使人才能够人尽其才、各得其所、用其所长、避其所短。

(3)促进出版人才个人利益与图书出版机构整体利益的融合。要尊重人才,把人才个人利益捆绑、融合在图书出版机构的整体利益中,使人才的价值真正与其才能、责任、贡献、敬业精神和风险承诺结合起来,从而使图书出版机构成为利益共同体,有效调动人才的工作积极性,增强人才凝聚力。

(4)特别重视图书出版经营大师的培养。目前中国的图书出版业缺少具有感召力和影响力的引领人物与运作大师,因此要通过政府行为尤其是市场力量,造就一批图书出版经营大师,使其成为图书出版业的脊梁。

参考文献

- 1 彭永斌.传媒产业发展的系统理论分析.成都:西南财经大学出版社,2004.

作者简介:王体,男,1963年生,编辑,发表论文数篇;尹杰,男,1974年生,编辑、硕士,发表论文10余篇。

(收稿日期:2004-04-21)