

2014, 扬帆远航——

精于研发、做足营销,走“引领式”道路; 永葆品质、加快速度,谋“跨越式”发展!

东方有一句古话,“当变革之风吹起的时候,有的人筑起高墙,有的人造风车。”

回想起去年的这个时候,外研社成立了教辅分社,在2011年一系列新政策出台的宏观背景下进军全学科教辅出版。

390天后,我们看到教辅分社交出了一份漂亮的答卷:1.78亿的码洋表现不俗,工作机制和团队建设颇有成效,合作伙伴纷至沓来:大学英语四六级响当当的王长喜教授、资深的策划人杨文彬老师、宽高集团的王金战老师、沸腾英语的蔡晔老师,信任并携手外研,共同建设起了完整的、专业的、覆盖全学科的教辅产品线,感谢他们对外研社的信任和爱护!

成绩总是代表着过去,新业务的外促和内生,需要更多的布局谋篇。教辅出版,是外研社向全学科出版延伸,向教育出版全面发展的必由之路,要去做全面解决方案公司和教育服务提供商的外研社,这一板块不可或缺。而熟稔于教材出版运作的外研社,她的教辅产品有两个“基本要求”绝不松懈。

它一定要具有外研品质。以往教辅出版市场中的粗制滥造和良莠不齐,倒逼出了教辅新政。未来的教育,是从功能教育向全人教育转变;未来的学习,是从阶段学习向终身学习转变。我们把符合素质教育理念、精益求精的外研社产品推向教辅市场,每一本摆在读者面前的外研社教辅书,要对得起“外研社”这个“金字招牌”,并具有深刻理解教育、充分了解学生、符合素质教育规律的、有别于其他产品的“外研特色”。

它一定要充分吸收民营的力量和智慧。少儿和教辅是图书市场上竞争最为激烈的两个板块。民营力量对教辅一线的把控力、对产品的研发力、对营销发行的抓地力,非常值得我们虚心、用心学习。鸡蛋向内打破,是食物;向外打破,是生命。长远来看,和民营力量的合作,一定要为外研社培育一批深谙现代市场化运作之道的精英队伍。

教辅分社是外研社最年轻的一个分社,也是我社十二五时期增长的最大生力军之一。和其他业务板块不同,教辅图书出版节奏更快,流程更紧凑,市场竞争更加白热化,这片“试验田”,可能需要多一点“浇灌”,多一丝“耕耘”。我们已经走过未知的、迷惘的、不适的第一个年头,相信在未来的1年、3年、5年,展现在出版界和读者面前的,一定是在外研社转型中实现跨越的外研教辅。



■蔡剑峰(北京外国语大学校长助理、外研社社长)

——写在
外研社教辅分社成立一周年之际

做「外研品质」教辅
合「民营出版」之力