



让传统的荣光照亮远行的梦想



○陈琳(北京外国语大学教授)
一个学术性教育性和服务性的出版机构

外语教学与研究出版社,今年35岁了。1990年代,我从外语音像出版社的总编辑退下来后,当外研社顾问至今。我引以为荣。之所以说“为荣”,是因为外研社在过去的35年中,为我国的外语出版,尤其是外语教育出版事业立下了汗马功劳,而且是一个开创者。外研社的出版物,其学术水平是高的,是为我国的教育事业服务的。

进入21世纪以来,外研社的业务已经不仅是“出书”,出高度学术性的教育图书,而是以每年几千万的投入,来开展外语教育服务事业。她提出:要为全国的外语学校、广大的外语教师和学生、外语教育行政工作者,需要提高工作人员外语水平的各行各业以及社会上众多的外语学习者和爱好者提供全方位的外语教与学解决方案。

在数字化出版日渐盛行而纸质出版仍会保持其传统价值时,外研社正以中央所要求的“创新”精神大胆规划她新的征程。最近,在“慕课”、“微课”、“移动学习”风起云涌之际,她又提出了“数字化教学共同校园(Unipus)”这一全新的外语教育理念。

外研社正在全力以赴,把自己打造成一个全国乃至世界一流的学术性、教育性、服务性出版机构。

我爱外研社。
作为一个外语教师,我爱她。
作为一个外语学习者,我爱她。
作为一个爱国者,我爱她。

○李行健(语言学家)
与时俱进的外研社

2013年国务院发布了《通用规范汉字表》,这是我国语文生活中的一件大事。外研社闻风而动,立即加快《现代汉语规范词典》第三版的修订工作,全面贯彻《通用规范汉字表》的精神。字表外字是否类推简化,当时学术界有些不同认识,外研社果断决定按教育部和国家语委等部委表外字不再简化的精神修订,受到了有关领导部门的赞扬。

《现代汉语规范词典》出版10年,已有两次大的修订,外研社每次投入大量人力和物力也在所不惜,就是为了补充新词语、新义项和新用法,使词典与时俱进、永葆青春。

可能有读者误以为外研社就是出版外语图书的出版社,事实并不是这样。外研社在十多年前就成立了汉语分社,采取外语和汉语读物出版两条腿走路的方针,受到了当时中央最高主管领导的肯定和鼓励。因为只有民族的才能产生原创的高质量的产品,才会更易将版权输出与世界交流,满足各国人民学习汉语的需要,增强我国的软实力。牛津大学出版社引进《现代汉语规范词典》作为其网上在线图书,以及外研社其他汉语教材和相关图书大量在国外进行版权交易,就是最好的证明!外、汉两语并进的重大决策,需要极大的魄力和勇气,这也是外研人与时俱进的最好表现!

祝愿外研社日新月异,永远与时俱进,创造更精彩的辉煌!

○曹文(北京外国语大学教授)
我和外研社一起变“小”

真正知道外研社的存在是我从北外本科毕业的1988年,毕业季到来后,我发现外研社出现在分配单位的名单中。

等我再和她发生紧密联系的时候,已经是20年后的2008年,我作为北外网院的院长,与外研社全资收购的“北外在线”公司合作,开展网络教育。在这个合作的平台上,我得以接触到了外研社和与孩子英语教育密切相关的项目。

不知不觉,我发现我关注的学生年龄从18岁以上变成了18岁以下,我打交道最多的外研社部门从大英分社变成了基础分社和少儿分社,我在外研社出版的著作从《中国高等英语网络教育多模态学习系统设计的行动研究》变成了《英语,儿子“教”我学——北外教授妈妈的英语教养日记》、《英语,孩子这样学!——4~18岁中国孩子英语成长路线图》和《英语,阅读是金——北外妈妈团家庭英语阅读实录》,我参与的外研社图书策划从后四六级拓展课程变成了少儿英语分级读物,这个过程也就是短短的五年。

这五年,外语教育服务对象年龄的变“小”,不是谁策划出来的,而是这个时代应运而生的需求。外研社的崛起是在大学英语,但我们有理由相信,外研社的未来,青少出版和教育一定会成为它的核心业务之一!

2014年,将留下外研人的背影。

这一年,外研社成为首批“北京市文化创意产业人才培养基地”;这一年,外研社被第三次认定为“国家文化出口重点企业”;

这一年,外研社被评定为“北京市著名商标”;

这一年,外研社跻身“首届首都文化企业三十强”;

这一年,外研社荣获“中国出版政府奖先进单位奖”。

这一切,可谓2380位外研人集体站立在社会的形象。

但是,哪怕再高大的身影,

随着时光消逝,也终将在历史中渐行渐远。

不如,我们把外研社比作一棵树吧。

一棵树,因为成长的宽度,

才会有伸展的高度,才会有存活的长度;

一棵树,因为沉淀的深度,

才会有积累的厚度,才会有成长的宽度。

今年恰逢外研社成立35周年,在这样一个历史时刻,

2014年的收获,

不仅仅只是一棵大树生长的又一圈年轮,

而是根深叶茂的外研社,成长的宽度。

这一宽度,

属于不讲体量、讲胸怀的大社,讲的是“有容乃大”的吸纳力;

这一宽度,

属于不讲虚名、讲风范的名社,讲的是“德高望重”的传播力。

生长,只是个体无意识,无非基因使然;

而成长,则是集体有意识,它是学习,是磨砺,是受难,是抗争,

是精神的发育,是品德品质的真正锻造。

变成熟为成长,从优秀走向卓越;

由创新拉动业务转型,以变革启动二次创业。

这,才是2380位外研人的选择。



外研社领导班子:
前排左起依次为章思英、王芳、蔡剑峰、徐建中、徐秀芝;后排左起依次为谢文辉、范晓虹、王勇、何皓瑜、常小玲、杨小虎。

35年,以四组关键词积淀“外研基因”

35年,白驹过隙。

外研社的35年,从借款30万,到实现30亿码洋,外研社一直在自我超越,同时又在超越别人。

总结35年的发展历史,既往的成功,“外研现象”也好,“外研奇迹”也罢,都可以用四组关键词来概括:战略引导的眼光,自我变革的态度,客户为本的意识,利他精神的文化。35年坚守,这些传统积淀已经成为外研社的企业基因,始终如一、一脉相承。可以说,这就是外研社事业发展、基业长青的四大“传家宝”。

一种战略引领的眼光。35年来,我们能抓住一个个发展机遇,并不是因为它比别人幸运,而是比别人走得快一步。外研社35年最大的经验,在于战略判断与战略引领,在于对业务规律的把握和对市场变幻的洞察,在于几代外研人奋发进取的勇气。

上个世纪90年代,外研社在专业外语领域有着自己的一亩三分地,完全可以像很多大学出版社一样,继续过小富即安的日子。但以李朋义社长为代表的外研人却并不满足,将注意力转向了大学英语教材市场,以精品教材和先进教学理念抢占先机,将外研社提升到一个新的竞争格局和发展阶段,并由此形成了“精品战略”、“以教育出版为中心战略”、“规模效益战略”和“出版·教育培训·信息服务战略”。在前景并不明朗、业务并不成形、市场并不健全的时候,想别人未敢想之事、行别人不敢行之举。外研社正是靠着这种战略眼光,一步一个台阶走到现在。

一种自我变革的态度。乔布斯说过,“与其被别人取代,不如自己取代自己”。在外研社,“改革”远早于整个文化体制改革的行政号召,“改革”的基因内生于血液中,一次次自我超越,一次次自我突破。

计划经济条件下,书卖不出去,他们就自办发行,趟出了一条直击市场的营销血路;信息大潮来袭,管理效率首当其冲,他们提前上马ERP,打破数十年的老习惯,适应新变化;数字化、国际化、资本化势不可挡,外研人逆向而思、顺势而为,推动由

出版向服务转型的综合改革。对外,外研社的35年是一条漂亮的增长曲线,内在却是一条不断反省自新的心路历程。一个企业越成功,固有的舒适区越大。勇于走出舒适区,自我革命,自我突破,自我超越,这才是最为能可贵的外研态度。

一种客户为本的意识。朴素的“客户意识”,始终贯穿在外研社发展的历程中。创业早期,李朋义社长就对全体编辑反复灌输“眼中有关市场,心中有关读者”的理念;40多年前编就的《新概念英语》能够在中国市场延续多年神话,不能不说这是李朋义社长说服作者,专为中国读者进行本土化改造的贡献;大英教师培训,第一年就投入1000多万,避开价格战的陷阱,开创免费教师培训的先河,被英语老师们称为壮举、善举。不断让客户取得成功,这是外研社35年成功经验中最宝贵的一条。

一种利他精神的文化。“外研人”,不只是一个名字,更代表了一种归属感和凝聚力,代表了一种共同的精神力量。

上世纪80年代初,为了让《小小英汉词典》早日与读者见面,时任总编辑林学洪夜以继日、全力以赴,甚至为了不打扰同伴休息,连续十几晚躲在电话亭里改稿。这部电话亭改出的经典辞书,最终销售280万册,成为外研社的经典之作。这份对出版事业的痴迷,这种苦干实干的奉献精神,是老一辈“老黄牛”赋予“外研精神”的内涵。

1990年代以来,以李朋义社长为代表的这一代外研人,又为“外研精神”注入了时代内涵。作为中国出版界出名的“拼命三郎”,李社长的“拼搏”故事更是数不胜数。正是靠着一种不怕输、不服输、迎着困难“拼了”的劲头,他们拼出了一座西三环的“红楼地标”,他们拼出了一座占地150亩的大兴国际会议中心,他们拼出了16亿销售码洋、10个亿的固定资产、两个亿的利润,他们拼出了一个个“外研奇迹”!

进入“十二五”,外研人又为“外研精神”加注了什么?“教育服务提供商”、“解决方案公司”、“外研契约”、“倾听客户的声音,从用户需求出发”——这既是“外研精神”的发展,更是外研社“利他精神”这一企业文化的延伸和创新。

下一个五年:因变而变成就“时代的企业”

人到中年,最容易失去的是理想。企业一旦步入成熟期,最容易错失的是机遇。

面对业内外特色发展、资本撬动、跨界融合、多元布局的“新常态”,外研社的思考是什么?如何应对?

成为广受信赖的教育服务提供者是外研社的战略目标,合作、利他、创新是战略内核,数字化、国际化、资本化是战略路径,业务转型、组织再造、体制突破是战略步骤。

这几年,是外研社的长征,是一种“外研精神”的长征,或者说“核心能力”的战略转移。外研社的长征,不是要放弃出版,而是要放弃传统的产业模式;是要在原来的传统出版上树起“用户价值主张”的维度,把注意力从“产品”转移到“服务”。倾听用户的价值主张,为用户更好地创造价值,传递价值,实现价值,这将是迈向一个“服务公司”最核心的能力建设。

从四肢着地,匍匐前进,到直立行走,解放出双手,最终成为万物之灵,这既是古猿人有意识主动选择的结果,也是一次自我突破和自我超越的艰辛历程。这与当下企业转型多么相像!要直立,要变革,脚会痛,也许还会遭受同类的嘲笑,可谓

身心俱伤;放弃直立,双手着地,肯定舒服,似乎也没什么损失,因为谁也不清楚古猿错失的是一个什么机会。

企业在巅峰状态时选择自我变革,业务转型,其实需要更多的勇气和决心。老子讲“上士闻道,勤而行之;中士闻道,若存若亡;下士闻道,大笑之,不笑不足以道”,这其中“上士”和“下士”的区别,就在于“成长心态”和“固定心态”的差别。

成功的企业会突然死去,时代的企业才是不老的传说。要成为一个时代的企业,首先要敢于直面内外环境的变化,并作出正确的反应。外研社的“变”是“因变而变”,是“应变而变”。改变和变化就是企业转型期的“新常态”。

变革也罢,长征也罢,无论对于机构和个体,有时确实会迷茫,会痛苦,但这是成长和蜕变必须付出的代价。外研社正处在在一个向死而生、凤凰涅槃的关键时刻,能否以传统业务为双足,解放双手,拥抱新业务的明天,不只是看变革的决心有多大,更要看执行变革的能力有多大,要看统一行动的能力有多大!

感恩阳光雨露,为了拥抱天空和大地,深深地呼吸,牢牢地扎根,让传统的荣光照亮远行的梦想,让灿烂的生命长久绽放!

外研社大事记

(1979~2014)

1979年 国家出版局批准成立外语教学与研究出版社,北京外国语学院党委任命熊健为第一任社长。

1983年 与牛津大学出版社签署第一项版权贸易协议,引进《牛津初级英语学习词典》和《牛津英语学习指南》。9月,北京外国语学院出版社成立,王福祥兼任社长。

1986年 北京外国语学院党委任命段世镇为外研社社长。外研社与香港三联书店签署了第一项版权输出协议,将《简明汉语反义词典》的繁体字版版权输出至港澳台地区。

1990年 外研社提出了“在夹缝中求生存,以质量求发展,向特色要效益”的口号,吹响了进军市场的号角。

1992年 获得《许国璋英语》版权,引进《走遍美国》。

1993年 北京外国语学院党委任命李朋义为外研社和北京外国语学院出版社两社的社长。

1994年 被国家教委评委“全国教材管理工作先进集体”。

1995年 外研社与北京外国语学院出版社合并,李朋义任社长兼总编辑。9月,《汉英词典》(修订版)出版。外研社第一次参加法兰克福国际书展。

1996年 与英国朗文公司签订协议共同改编《新概念英语》。

1997年 举办首届“外研社杯”全国英语辩论赛。12月,外研社出版大楼正式落成并投入使用,被誉为“中国出版第一楼”。

1998年 被中宣部、新闻出版总署授予“全国优秀出版社”称号。推出《新编大学英语》,进军大学公共英语市场。举办“全国大学英语教学研讨会”,推动大学英语教学改革。

2001年 出版《新标准英语》。成立北外在线(北京)教育科技有限公司,进军教育培训领域。

2002年 举办首届“CCTV杯全国英语演讲大赛”。

2003年 《现代汉语词典》(汉英双语版)出版,正式实施“双语出版”战略,进军汉语出版领域。

2004年 举办首届“外研社·朗文杯”新概念英语背诵大赛。外研社国际会议中心启用。

2005年 签约国际合作伙伴突破100家。与培生教育集团、麦肯锡教育集团签署“对外汉语出版工程”海外合资公司备忘录,与韩国YBM集团成立合资公司。

2006年 与汤姆森学习集团合作出版《汉语900句》项目。

2007年5月 北京外国语大学党委任命于春迟同志为外研社社长,徐秀芝为党总支书记兼副社长,蔡剑峰为总编辑,聘请李朋义同志为名誉社长。8月,被国家语言文字工作委员会授予“全国语言文字工作先进集体”称号。9月,与IBM签署合约,启动ERP项目。

2008年6月 被新闻出版总署评为国家一级出版社,荣获“全国百佳出版单位”称号。推出“布奇乐乐园”早教品牌,进军早教领域。

2009年《语文》和《英语》通过教育部评审,进军职教出版领域。2U4U网络学习平台搭建,数字出版探索迈出一大步。

2010年 成立“北京外研通教育科技有限公司”,大力开展数码产品业务。

2011年 北京外国语大学党委任命蔡剑峰同志为外研社社长,徐建中同志为总编辑。12月,外研社荣获新闻出版总署授予的“新闻出版走出去先进单位”称号。

2012年 启动“产品族谱工程”,上线“爱洋洋阅读”,成立教辅出版分社。获得“中关村科技园区高新技术企业”认定。12月,北外党委任命王芳同志为外研社党总支书记。

2013年 发布“阅读季”计划,发起设立“中国宋庆龄基金会外研教育基金”,承办“北京家庭阅读季”,与科大讯飞投资设立北京外研讯飞教育科技有限公司。外研社名列国家新闻出版广电总局首批“数字出版转型升级示范单位”,外研社“北京国际文化创意与传播基地”被认定为“海淀区文化创意产业基地”,蔡剑峰社长当选“中国文化创意产业最具网络影响力十大人物”。

2014年 荣获“第三届中国出版政府奖先进出版单位奖