

友谊地久天长

秋天,是饱尝喜悦的季节,是收获的季节,我在这个季节收获了一段难忘的友谊。

那也是一个秋天,高等教育出版社和我们商定准备在年底前推8个整版的宣传专刊。领导带着我不知道往高教社跑了多少趟,终于把宣传方案敲定下来,后面的设计、制作等具体工作就该我上场了。韦玮,是当时高教社品牌办公室主任助理,一个看似瘦弱的姑娘,与我健硕的形体



正好互补。这个项目由我俩对接,每天我俩电话不断,一周几次见面,从稿件处理,确定,到版式设计,核准,她的热情与严谨的工作态度让我钦佩不已。为使报纸印制出来达到最佳效果,同时为了节省工作时间,她提出和我一起跑印厂打印小样。离特刊出报日没几天了,还有改动,时间紧迫,她几乎天天跑到报社来与我们沟通调整,我俩又一次次在晚上约到印厂改样,最终做出让大家满意的8个版的特刊。在这不到半个月的时间里我与韦玮建立了深厚的友谊。现在我们都是电子传版了,大大提高了工作效率。但那时工作中的友情给我留下难忘的记忆。(徐华)

(上接第57版)

出版业股权激励任重道远

在我国,股权激励的尝试首先在云南省新华书店展开。1999年8月,云南省新华书店改制为国有独资的云南新华书店集团有限公司,同时成立了全省新华书店职工持股会,在全国新华书店系统中率先实现了“工者有其股”。同年9月,《中共中央关于国有企业改革和发展若干重大问题的决定》历史性地肯定了经营者“持有股权”的激励方式。2000年11月,商报顺应时势,刊登了《云南书店“工者有其股”》,详细介绍了云南书店“工者有其股”的实践,为各地新华书店的改革提供了可借鉴的经验。“工者有其股”的经营方式开始在国有出版业中实行,并逐步推广到部分民营书企。

2011及2012年,时任新闻出版总署署长柳斌杰多次提出“在已经上市的出版传媒企业中进行股权激励机制的试点,为企业发展增加内在活力”。商报也于2012年重新聚焦民营书业的股权激励尝试,发表《民营股权激励:美好却难兑现》一文。2013年,十八届三中全会通过的《决定》指出,允许混合所有制经济实行企业员工持股,形成资

本所有者和劳动者利益共同体,股权激励再次成为行业热点。商报“趁热打铁”,呈现多篇报道:《项目股权激励机制激活出版》、《出版业探索“股权激励”——不同路径不同期待》、《非上市书业企业股权激励难点待权衡》、《国有文企股权激励等待破冰》等。

然而,无论是国有书企还是民营书企,股权激励都未能如预期取得成效,如何实现股权激励与现有薪酬体系的对接以调动员工的积极性和创造力,成为出版企业必须正视的课题。

免费教材·循环使用·教材价格

教育部、财政部于2001年制定了《免费教科书政府采购工作暂行办法》,为保证农村贫困家庭学生接受义务教育,决定从2001年秋季开始,中央财政设立专项资金,对中西部农村地区义务教育阶段贫困家庭学生免费提供教科书制度。中央财政免费提供教科书的实行政府采购,这项规定在2004年秋季学期试行。商报在2005年4月以头版专稿和4个专题版的篇幅,以“平常心应对政府采购”、“如何打好教材保卫战”为主题对相关出版特别是新化书店建言献策,并在同年不同时段请业者分析“教材出版的文化性、商业性与公共性”。

从2008年春季学期起,中央财政进一步提高国家课程免费教科书的补助标准,并建立部分科目免费教科书的循环使用制度。同时向全国农村义务教育阶段学生免费提供地方课程教科书,所需资金由地方财政承担。教材循环使用经过2008年一年试验,在普遍感

到节约能源、纸张、经费的好处的同时,各种矛盾不断显现,如教材修订与内容更新的矛盾、使用习惯与学习效果之间的矛盾、副科教育与全面发展的矛盾、印刷成本与教材价格的矛盾、政策规定与管理细则的矛盾等等。2009年3月3日两会期间,商报用7个版的篇幅,刊载相关调查报道,反映业界意见和呼声,“教材循环使用应该缓行”成了教育界、出版界代表委员聚焦的话题,代表委员的声音形成影响力,并得到相关部门“教材循环使用可先行试验,暂缓全面推广”的回复。

2015年6月9日,国家发改委联合教育部、司法部与国家新闻出版广电总局发布《关于下放教材及部分服务价格定价权限有关问题的通知》,确定将中小学教材定价下放到省级价格主管部门管理。商报及时发布政策变化以及业界关于“在市场力量驱动下教材价格会有上涨但不会有大幅上涨”的反响性声音。

“伪书”从泛滥到销声匿迹

“伪书”在我国可谓历史悠久,古代人喜好托古传道,假借古人之名写自己的文章,或往古人集中加入自己的文章。《伪书通考》收录1100种,上世纪90年代出版的《中国伪书综考》收录1200种。

2005年2月《人民日报》从美国发回报道,引起业界震动。当时在市场上热卖的冒名顶替的《执行力》等书都标明是引进的原版外文书,而且由美国顶尖管理专家写成,但事实上是作者信息虚假的、未获得美国出版公司授权的书。当年热卖的《执行力》中有多处内容完全抄袭,该书作者也查无此人。另外,《第三只眼看中国》作者其实系“译者”王山。2月18日,原新闻出版总署下发《紧急通知》,展开对“伪书”的专项检查。《通知》要求各省级新闻出版局对所辖所属出版单位所出版的图书进行专项检查。对出版

含有虚假信息图书的出版单位要依法予以查处,对含有虚假信息的图书该销毁的必须销毁。

2005年3月11日在商报举行的专题报道“伪书沙龙”中,与会的十余位来自出版界和法律界的人士最终对“伪书”的定义是:伪书是非法概念,是对出版界涉及图书作者、内容、营销手段含有虚假信息信息的总称。

伪书事件对图书市场的影响巨大,如今,在业界同仁的共同努力下,假冒作者的“伪书”销声匿迹。一方面是版权逐步规范,许多版权书甚至提前授权而能与世界同步发行,另一方面,原创畅销书不断出现在“伪书”风行的财经领域。“伪书”仍在少数地方浮现,如2014年号称引进《气候改变历史》主编等信息与现实不符。2015年,律师高子程起诉《悬崖边的辩护》冒其名出版。

放开总发行权到取消总发行权

2001年加入世贸后,根据我国加入世贸组织的承诺,至2006年底,外资在大陆发行中国的出版物将不再受任何限制。内外形势的“压迫”呼唤出版发行改革。2003年7月《出版物市场管理规定》的出台,无疑是“应时而生”,它预示着具备条件的民营发行企业经批准将可获得出版物总发行权,我国出版发行行业进入全面开放时代。为了全面解读新规定与之前暂行规定相比最大的变化,商报在2003年8月发表《我国出版发行行业进入全面开放时代》一文。同年,在开始实施后的9月,广东白旗旗下文德广运成为首家拿到报刊总发行权的企业。9月26日,商报在头版上发表《首家民营企业吃定螃蟹》,对此重大事件进行报道,并尖锐地表达业内人士对总发行权是否真正放开的疑窦。2003年12月商报再次推出《出版物市场管理规定》:中国发行改革的里程碑,就《规定》出台的背景、意义和执行中可能出现的问题等,分别采访了新华书店、民营书商等重要负责人。此后的

一年内,陆续有10家民营书商、1家合资公司取得图书总发行权。获得出版物总发行权的民营书业纷纷进行了业务重组、网点布局和渠道整合工作,加速了出版物分销的市场化改造制度,长期以来在计划经济体制下形成的发行体系以及地域封锁逐步被打破,出版大市场、大流通格局开始形成。

为推动行业交流和发展,商报于2005年1月刊发《长路漫漫 上下求索——专业人士谈分销变局》、2006年3月发表“新批”总发企业的市场拓展》等报道,整理了总发行权放开后,拥有总发行权书业的有益尝试,遇到的瓶颈及解决方案。

2014年国务院审改办决定“取消出版物总发行单位设立审批”,这意味着存在多年的“出版物总发行单位”说法将走进历史,今后任一出版物批发单位均可与出版单位合作,从事除中小学教材发行外的出版物的总发行。竞争有序、统一开放的出版发行体系正在形成。

中国出版传媒商报记者 蓝有林 孙珏 刘海颖 刘志伟 徐潇然 实习记者 李丽萍 焦翊

从教辅书到助学读物的蜕变

上世纪80年代,随着高考的恢复,教辅图书作为高考备考辅导书出现,商报从多角度追踪了教辅板块的早期发展历程——一批出版社和民营策划公司在这个阶段实现了资本积累,国营出版力量中出现“文教新六家”等教育出版一线力量,众多民营力量崛起并处于教辅策划领域优势地位。

2000年前后,“减负令”出台,教辅出版当时已面临质疑声,甚至成为需要被减掉的“负担”,通过学校教务部门统一征订的各类教辅图书受到很大的影响。时任浙江教育出版社社长的骆丹在那个时候首度提出“助学读物”概念。2001年6月,商报对此概念进行界定,即它从依赖教材大纲、供高考备考使用的图书变为有更能帮助教育和学习的更广泛的读物,利于学生开阔眼界、活跃思路、提高学习能力的书都可归为“助学”;“助

学读物”体现以“助”为主、以学生为学习主体的理念。

概念提出后,面对此类产品品种和营销形式不断丰富以及需求旺盛的市场现状,商报从行业媒体的专业性和提供深度服务出发,于2001推出《助学读物专刊》,并将其作为年度品牌专刊进行持续打造。当时,有读者专门写来感谢信,认为该专刊对选购图书起到了很大的指导作用;更有趣的是,一些出版社有了“助学读物”编辑室,很多书店开设了“助学读物”专柜。随后,该专刊与商报另一品牌专刊《暑期专刊》互补互动,同时关注“助学读物”新发展。

时至今日,商报最初界定的“助学读物”的概念特征仍有很强的适应性,但是其内涵和外延更为丰富,特别是在新一轮高考改革和新技术的影响下,“助学读物”的素质教育理念和多媒体复合出版的特征将得到更强烈的体现,同时也将迎来更深层面的发展增长点。

“资质准入制度”把健康书还给大众

早在2002年,随着著名心血管专家洪昭光连续推出《健康忠告》、《新概念健康手册》等,其中北京出版社的《登上健康快车》上市一个月销量突破38万册,创造了此类图书的销售奇迹。健康养生的概念一下子红火起来。中国图书商报的《四季养生书忌“拆分”卖》《中西医养生书大比拼》都报道了这一市场的火热。

2006年,《人体使用手册》等图书的出版,将养生书的热度再度提升,当时全国共有500余家出版社,其中70%的出版社都在出健康养生图书,同时从这时候开始,对劣质健康养生书的质疑之声也相继出现。2010年,张悟本的神医骗局被拆穿,其“行医”场所悟本堂也被拆除。在这些“养生大师”倒下的背影里,映出的则是数百家出版机构在健康养生图书市场的“混战”。中国图书商报在这一阶段的代表报道如《健康书何日走上健康路?》。

2010年下半年,面对如是现象,当时的主管部门新闻出版总署下发《关于加强养生保健类出版物管理的通知》,出版养生保健类出版物实行

“资质准入制度”。凡出版养生保健类出版物的出版社必须具备相应的编辑出版力量,设立专业的编辑室,室内编辑人员不少于5名。编辑人员须具有正规医学院校本科以上学历,获得图书编辑专业资格中级以上上岗证书,其中具有高级职称的编辑人员不少于两名。同时,出版养生保健类出版物要严格执行选题论证制度、稿件“三审”责任制度和“三校一读”制度。中国商报特别为此撰写了《养生书:恐慌后渐归理性》等报道。

自《通知》出台后,健康养生图书的编校质量方面发生了很多变化。2012年至今,出版社在选择养生书作者时,大都走学院派路线。高学历、名校毕业、大医院的名医、医学院的教授就成了出版社的首选目标了。出版社希望以权威的作者、严谨的内容重新扭转人们对于健康养生图书的印象,不过当下却再也没有出现十多年前的超级畅销书。中国图书商报在这一阶段的代表报道有《学院派名家能否带热养生书市场?》、《“小众健康书”或成新宠》、《打造畅销健康书延伸主导业务》等。

数字出版从概念到融合

数字出版最早可上溯到上世纪末的网络文学和数据库开发。

网络文学这一支力量,除率先试点阅读收费的新浪读书一直不温不火的发展,2008年7月由起点中文网、榕树下等六大原创文学网站,以及华文天下、中智博文和聚石文华三家图书公司整合而成的盛大文学成立,成为数字出版中不可小视的重要力量。后因管理问题分离析,腾讯借机于2013年5月上线创世中文网,2015年1月双方合并成立了阅文集团。出于对IP的重视,百度、阿里也分别于2014年11月、2015年4月成立了百度文学和阿里文学,大有BAT三分天下之势。商报为此2005年1月陆续报道《回顾:网络文学十年志》、《网络文学出版,谁是最大的赢家?》、《网络文学十年盘点:联姻还是招安?》,2014年则有《盛大文学白金作家唐家三少登榜福布斯》。

大众数字化阅读的需求不断增长,阅读器的开发成为新的热点,2008年亚马逊Kindle出现后,市场上兴起汉王、盛大、多看、多看等阅读器,2012年京东、当当等电商也趁机上

马逊Kindle独霸阅读器市场了。商报2008年报道了《亚马逊和索尼引爆2008电子书阅读器市场》,2010年发布《传统出版如何应对屏资源之争》,2012年则总结《一季度市场持续低迷 电子书阅读器何去何从》。

在专业和教育出版领域,前者仍以数据库为主要方式,后者则朝电子书包和在线教育双线发展,不少出版机构也陆续专设数字出版部门。同时,为加快传统出版业向数字出版升级转型步伐,促进数字出版产业快速发展,国家新闻出版广电总局分别于2013年4月、2015年4月确定了首批70家和第二批100家“数字出版转型示范单位”。2014年8月18日,中央深改组审议通过《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》,则被喻为“媒体融合元年”。商报自2014年陆续推出“传统媒体和新兴媒体融合”系列报道,2015年北京图书订货会上还举办了“传统媒体与新兴媒体融合发展”高层论坛,并发布《2014~2015中国出版传媒业融合发展创新报告》,两会也专题报道了“代表委员全方位解读媒体融合”。(下转第59版)