

德国施普林格出版公司及其期刊出版成功经验剖析*

曹菁 王英雪 刘培一

收稿日期 2006-01-27

修回日期 2006-04-04

中国科学院文献情报中心, 100080 北京中关村北四环西路33号, E-mail: caoji@mail.las.ac.cn

摘要 本文通过研究施普林格出版公司的内部管理运行模式及其各时期期刊对出版社发展所起的作用,揭示了该公司期刊发展的主要特点和公司存在至今的原因。通过挖掘第一手内部资料,文章剖析了施普林格出版公司及其期刊出版的成功经验。同时,文章还介绍了 Springer Open Choice 出版模式和施普林格目前与中国出版界的最新合作进展,这都将为我国科技期刊的集团化发展及其相关政策的制定和完善提供参考和借鉴。

关键词 德国 施普林格 科技期刊 出版 政策 国际化研究 经验

1 引言

作为世界 STM 国际组织(成立于 1969 年)最主要的创始人和科学、技术和医学专业期刊出版巨头,施普林格出版公司在 1998 年 5 月被贝塔斯曼(Bertelsmann)出版集团并购,这一出乎意料的举动曾使整个国际出版界所震惊,施普林格也从此失去了其独立地位。通过近几年频繁且又大规模的兼并和变更,已演变为施普林格科技商业媒体公司,如今每年出版期刊 1350 种,图书 5000 余种,总价值达 8.8 亿欧元。

与此同时,中国在经济上取得的成就举世瞩目,科技实力不断展现,科研成果产出量已成为近几年世界上增长最快的国家和地区之一,这无疑都引起了世界科技出版界的极大关注^[1]。世界上各大科技专业出版商也不断通过各种方式积极谋求与中国出版界的合作,中国科技出版界已经从这些专业出版“巨人”的脚步声中意识到了竞争和生存的危机。为了积极应对国际专业出版对中国科技期刊带来的挑战,并为中国的科技期刊提供一个有利的发展环境,国家科技部决定于 2004 年实施“精品科技期刊发展战略”,并于 2005 年 7 月启动了“精品科技期刊发展战略”研究项目。该项目从不同方面、多个角度对国内外科技期刊的运行机制和发展环境进行研究,本文是该项目的阶段性研究成果之一。

2 施普林格的发展历程以及与中国的最新合作

德国施普林格(Springer)出版公司始建于 1842 年,1998 年被贝塔斯曼(Bertelsmann)出版集团兼并后,更名为贝塔斯曼施普林格专业出版公司(BertelsmannSpringer)^[2]。2003 年 5 月,欧洲最大的两家私人投资公司 Candover and Cinven 在

收购了贝塔斯曼施普林格专业出版公司后,将它与同年 1 月被其并购的原荷兰克鲁维尔学术出版公司(Kluwer Academic Publishers)收购前,克鲁维尔科学出版集团是世界第三大科技出版商,其出版主要涉及自然科学、技术、人文和社科类的各种领域,每年出版期刊 650 种、图书 1200 种。)合并为施普林格科技商业媒体公司(Springer Science + Business Media)。2004 年春,该媒体公司正式运作,现任总裁为 Derk Haank。自此,该公司成为世界上仅次于里德-爱思唯尔出版集团(Reed Elsevier)的第二大 STM 专业出版公司^[3-11]。回顾施普林格从出版社发展到出版集团 160 多年的发展历程,我们可粗略地将之划分为四个阶段^[12]。

2.1 施普林格出版社的建立及其专业出版优势的确立 (1842 ~ 1906 年)

施普林格出版社自 1842 年创立到 1906 年,可粗略地将之称为施普林格出版社的建立与其专业出版优势的确立时期。在这一时期,施普林格通过其优秀的作者、高质量的图书和期刊,逐步确立了其在德国农林、医药化学、工程、医学、化学、法律和文学等专业出版领域的领先优势。

2.2 施普林格出版社“兴盛—危机—战后复苏”三部曲 (1907 ~ 1957 年)

这是施普林格发展最为关键的一段时期。20 世纪初,施普林格出版社凭借其作者、编辑和发行人员,使之在数学、物理等科技专业出版领域享誉世界,并于 1917 年成为世界第一大科技出版商。一战后,由于周边国家对德国的抵制,德语在一些国家已不再是必修课程,由此导致 20 世纪 30、40 年代德语科技文献传播的困难。同时,由于纳粹政府采取高压政策,大量科技人才流失,世界的研究中心由德国转移到了美国,英语取而代之成为世界科技出版和交流的语言,施

* 国家社会公益研究专项经费资助项目。项目名称 科技文献资源—精品科技期刊发展战略研究 项目编号 2004DIA5J013

普林格的发展由此进入危机阶段。所幸,由于当时施普林格出版社的书刊出口在整个德国出版贸易中占有重要地位,尽管施普林格家族拥有犹太血统,但公司在战争中依然生存下来,并于二战后较快地进入了复苏阶段。

2.3 再次振兴并向全球发展(1957~1998年)

这段时期,施普林格在近乎“白手起家”的情况下,凭借高质量书刊和德国联邦银行的支持,大力推行国际化出版策略,在短短40年里,分别在德国格廷根、海德堡、慕尼黑和美国纽约、英国伦敦、法国巴黎、日本东京、西班牙巴塞罗那、前苏联和中国香港等十几个国家和地区建立了数十个国内外分支机构,影响力辐射到除南美洲之外的各个大洲。

2.4 进入购并时代(1999~2005年)

1998年,贝塔斯曼集团用10亿马克并购了施普林格^[2],将施普林格与其专业信息出版生产部合并,成立了贝塔斯曼施普林格专业出版集团。2002年以后,通过更加频繁和更大规模的兼并^[13],贝塔斯曼施普林格专业出版公司已发展成为世界上著名的国际化专业出版“巨无霸”公司,每年约出版700种期刊和4000种新书,涉及自然科学、医学、经济、工程、建筑、交通等专业领域。公司员工5000多人分布在16个国家和地区,总价值达7.31亿欧元^[9-11]。2003年5月,Candover and Cinven两公司将其与克鲁维尔公司合并,合并后的施普林格公司重新使用Springer这一标志性名称。到2005年9月,施普林格已分别在奥地利、中国、克罗地亚、捷克、法国、德国、匈牙利、印度、意大利、日本、摩洛哥、荷兰、波兰、俄罗斯、西班牙、瑞士、中国台湾地区、英国和美国等19个国家和地区建立了分支机构^①。

2.5 施普林格与中国的最新合作

在与中国的合作方面,施普林格从20世纪70年代起就与中国进行了多方位的图书出版贸易合作,是建国后最早同中国合作的出版商之一^[3,14]。1988年,施普林格在中国香港建立了办事处,目前也已成立北京办事处。

2005年7月,施普林格科技商业媒体公司同中国科学出版集团签订了合作协议,如今,部分中国期刊,如Science in China等,已可通过SpringerLink查询。同时,它还同高教出版社签订了合作出版合同,目前两家出版社准备合作出版27种英文期刊,这项任务由高教出版社新成立的期刊分社来承担。合作的方式为:高教期刊分社组织稿源并负责中国的销售与发行,施普林格则提供技术帮助,并同时负责这些期刊的海外发行^[15]。

3 施普林格专业期刊的发展和特点

3.1 数量大、类型多样

在施普林格目前所出版的专业期刊中,出版类型、出版方式多种多样,除印本期刊外,该公司还出版网络期刊和网络丛书^[16]。通过SpringerLink,目前已可查询到Springer出版的学术期刊1461种^[17],并有72种Springer网络版图书也可在SpringerLink上查询。

面对电子化、网络化出版趋势,施普林格从一开始就采取了积极的应对态度。施普林格是最早提供开放存取模式出版的商业出版商。2004年7月,它开通了试点项目Springer Open Choice,成为开放存取出版模式的先驱。Springer Open Choice也是对Open Access这种新的出版模式和出版理念的进一步发展,从一开始就受到世界出版界的关注^[18,19],它也与施普林格科技商业媒体公司的发展战略理念和目标相一致^[12]。

Springer Open Choice也是施普林格传统订阅期刊的一种补充出版形式,作者可自由选择将其作品以网刊或订阅型期刊形式发表,网上发表作者需付费3000美元,以弥补网上出版所需费用。但施普林格开放存取的文章也像非开放存取的文章一样,需要经过严格的专家评议。而且,“开放存取”并不意味着“免费获取”,施普林格拥有其开放存取出版物的完全版权,它只允许文章作者将其发表后的文章放在机构数据库中^[20,21]。

3.2 学科涉及范围广

与克鲁维尔公司合并后的施普林格出版的期刊内容涉及更为广泛,主要内容包含行为科学等领域(详见表1)。

表1 施普林格科技商业媒体公司的期刊学科分布

分布学科	期刊数量(种)
行为科学	95
生物医学和生命科学	260
商业与经济	248
计算机科学	150
地球与环境科学	149
工程学	161
人文、社会和法律	245
数学	150
医学	226
物理和天文学科	125
合计	1953*

*注:在SpringerLink上,按照学科分布共检索到施普林格出版的学术期刊1953种,网络刊物和学科交叉可能是期刊数量统计产生出入的原因之一。

需要说明的是,根据ISI网络数据库2005年9月统计数据,在所有施普林格科技商业媒体公司下辖的70个公司中,只有21家公司出版的600种科技期刊被ISI数据库收录,其中有241种属于原Springer德国公司,192种属于原Kluwer荷兰公司,其余的近200种隶属于原施普林格集团的贝克豪森(Birkhaeuser)、维也纳(Wien)等公司以及原Kluwer的Plenum等公司,虽然施普林格所出版的期刊与图书的比例约

① 此处分支机构名称以英文字母的顺序排列,该排序不代表分支机构建立的时间顺序。

为 1:3 ,但其期刊收入占总收入的 70% 以上^[22]。

3.3 一些历史悠久且国际影响广泛的德文学术期刊影响因子偏低

在施普林格早期创办的科技期刊中 ,至今还有一些仍受到各国科学家们的喜爱 ,如创办于 1918 年的《数学杂志》(*Mathematische Zeitschrift*) ,其影响因子在 2005 年达到 0.546。施普林格于 1920 年从 Teubner 出版社购得《数学年鉴》(*Mathematische Annalen*)杂志 ,该期刊在 2005 年的影响因子为 0.79^[23]。

在施普林格原有的期刊中 ,影响因子最高的为医学类期刊《糖尿病学》(*Diabetologia*) ,其影响因子为 5.583。但它早期创办的最著名的期刊之一——《内科医生》(*Der Internist*) ,其影响因子在 2005 年只有 0.314 ,该刊在 1994 年的发行量达到 27500 册 ,是施普林格最赚钱的期刊之一^[14]。由于该刊的出版语言是德语 ,可能因此也影响到了所载文献的引用率。在施普林格的重要期刊中 ,还有一些类似期刊 ,如《皮肤科医生》(*Der Hautarzt*)、《神经科医生》(*Der Nervenarzt*)等 ,虽然学术水平较高、影响较大 ,但其影响因子都偏低。

3.4 专业期刊在施普林格出版社创建初期所起的作用功不可没

继 1860 年创办第一份农业期刊后 ,施普林格在药理学和林业领域的专业期刊出版也取得了极大的成功。通过与当时德国著名的药物学家 Hager 和著名林学家——当时普鲁士林业研究院院长 Bernhard Danckelmann 的合作 ,Julius Springer 还创办了《普鲁士林业与打猎立法与行政管理年刊》(*Jahresbuch der Preussischen Forst und Jagdgesetzgebung und Verwaltung*)。这些不仅为施普林格在德国药物化学和林业学界树立了良好的口碑 ,也为其未来的相关科技出版计划做好了铺垫。施普林格在农林、药学方面的期刊出版 ,更可视作施普林格科学化专业化的开始^[20]。

19 世纪 80 年代 ,施普林格出版了大量工程类期刊 ,其中影响最大的为《德国工程师学会杂志》(*Zeitschrift des Vereines Deutscher Ingenieure*)和《电子工程杂志》(*Electrotechnische Zeitschrift* ,1882 年至 1921 年由施普林格出版社出版) ,最值得提及的医学类期刊有《生化医学杂志》(*Biochemische Zeitschrift*)。施普林格通过出版医学杂志、医学手册和医学评述、文摘类图书 ,很快成为德国著名的医学出版商。1907 年 ,医学和工程两大类出版物已经占到公司出版总量的 63% ,并且 ,此比例一直持续到二战结束 ,为其成为世界上最重要 STM 出版商奠定了基础。

通过与诺贝尔奖得主们的合作以及通过出版《Beinstein 有机化学手册》(*Beilstein Handbuch der Organischen Chemie*) ,施普林格在科技专业出版界的声誉大增 ,通过出版《数学杂志》和《数学年鉴》 ,施普林格在几年内便成为德国第一大数学出版商 ,由此也确立了其科技、工程技术和医学专业出版的国内和国际地位。

4 纳粹时期施普林格的期刊出版及其侥幸生存之因

1933 年 2 月希特勒上台以后 ,相继颁布了《公务员服务法》(*Civil Service Law*)和《强制执行法》(*Forced Conformity*)。通过这两项法律 ,许多犹太科学家被迫离开教学和科研岗位。这项法律后来甚至波及到犹太血统的教员 ,这对施普林格这个拥有相当数量犹太科学家的专业出版商而言 ,是一个不可估量的损失。即使如此 ,在纳粹执政时期 ,施普林格还是在政府各个管理机构的夹缝中生存下来 ,逃脱了被迫停产的厄运。究其原因 ,主要有以下五个方面 :

(1) 跨国合资企业。由于当时的股东之一 Otto Lange 早在 1935 年加入了奥地利国籍 ,他与其兄 Tonjes Lange 在施普林格当时的当家人——Jr. Julius Springer 和 Jr. Ferdinand Springer 两兄弟先后于 1935 年和 1942 年被迫辞职后成为公司的法定拥有人。因此二战期间的施普林格就成了跨国合资企业 ,这对施普林格渡过历史上最困难的时期起到了保护作用。

(2) 出口创汇为德国经济作出贡献。早在 1917 年 ,施普林格已经是欧洲最大的科技专业出版商 ,施普林格的出版物在整个欧洲 ,乃至世界都有很高的声誉。一战期间 ,其每年的图书出口量在整个德国图书贸易总额中所占比例达到 25% ,二战时占 40% ~ 50% ,这对当时的国家外汇收入是一个巨大的支持。而纳粹党人也需要用施普林格高品质的出版物作为旗舰 ,为其军事扩张的目的服务。

(3) 纯自然科学的学术出版。在纳粹执政时期 ,政府对公开出版物进行了严格控制 ,相比之下 ,对自然科学类学术出版物的控制要比社会科学类的出版物宽松得多 ,施普林格受到审查的图书总共只有 50 本 ,只占在此期间所出版书刊比例的千分之三。此外 ,施普林格还将一些在德国不能出版的图书交到维也纳分公司出版发行。

(4) 某些学科出版领域的缩减。在纳粹执政时期 ,施普林格在法律、政治、经济等方面的出书比例有所下降 ,这一方面是因为 Jr. F. Springer 的出版理念与当时的政治思潮相抵触 ,另一方面 ,作者也不愿意将他们的作品交给一个不想在此领域有巨大发展的出版商。但施普林格对医学出版计划的缩减主要是因为当时纳粹政府对生物基因的研究严格控制所致 ,当然 ,优秀作者的流失也是主要原因之一。

(5) 施普林格忠诚员工的支持。施普林格之所以能顺利渡过困难时期 ,同样得益于其忠诚的雇员。在 20 世纪 30、40 年代 ,绝大部分施普林格员工已在公司服务了 10 年以上。这些员工在一战前后就跟随 Jr. F. Springer ,深知其杰出的领导、决策能力和为人处事的原则 ,虽然他们许多都是纳粹党员 ,但在施普林格内部并未建立其“联络处”。

5 施普林格的战后重建与国际化发展的策略

二战结束后 ,国际科技交流与合作更为广泛 ,科技发展也打破了原有的地域界限 ,科学出版不再只局限于国家范围中国科技期刊研究 ,2006 ,17(3)

之内 科学专业出版不断向国际化方向发展。但二战后,柏林被划分为几个区分别归德、英、美、苏等国管辖,这给施普林格的出版重建带来了极大的困难。

同时,战后柏林所处的孤立地位使施普林格很难同西德的作者、印刷商和纸张供应商取得联系。1946年,Jr. F. Springer 决定在德国海德堡和格廷根各建立一个出版基地,并逐步恢复其柏林公司、维也纳分公司和伯格曼(Bergmann)慕尼黑等出版分公司的生产能力。但总体上来说,施普林格对其战后出版工作的恢复采取了稳扎稳打、分步发展的策略:比如(1)通过创建德国格廷根、海德堡分公司和恢复原有基地的生产能力,以及继续出版原有的德语期刊和将其中一些知名德语期刊转为英语出版,使战后的施普林格在短短十几年内便完全恢复了其生产能力和销售渠道(2)通过创建纽约、伦敦等海外公司以及大力发展英文期刊,扩大了施普林格书刊的发行范围,使施普林格的英文期刊从一开始就为其欧洲化和国际化的目标服务。因为当时施普林格的领导人们已经清醒地意识到,科学研究和科技出版只有成为一项全球化的事业时,科技出版才可能有长久的生命力。到目前为止,施普林格的英语出版已经占到集团总出版量的60%以上。

通过建立海外公司,施普林格英语出版和发行渠道更为畅通,通过版权贸易和举办国际书展,使得其出版物在国际上的影响更加广泛;通过不断的技术更新,采用现代出版印刷技术,施普林格出版社在这一时期对印刷型之外的其他出版方式,如缩微型、电子型和网络型出版物进行了尝试,使其书刊出版无论在内容上、还是出版技术方面,始终处于世界领先地位^[14]。

6 施普林格的内部运行机制

被贝塔斯曼集团并购前,施普林格为了适应不断的变化,在1970年将公司分为编辑、生产、市场推广、市场营销以及财务与管理五大区域板块。其中,每个板块都有其独立负责人,财务与管理板块与其他各个部门与板块相联系,起到服务与管理的作用。五大板块的经理构成了经理董事会的核心,经理董事会决定董事会主席任免等事宜。其后,随着发展的需要,施普林格在五大板块的基础上,增设了一些新的部门,并对其原有部门及其职能作了相应的调整^[14 24-27]。

6.1 编辑环节

6.1.1 编辑的角色

编辑板块为公司的整个出版项目负责,是出版过程中的首要环节。但施普林格的编辑通常要独立决定是否接受一个出版计划,因而比其他出版公司的编辑负有更多的责任。同时,施普林格公司的编辑必须对本学科不同领域的新问题有相当的了解,但学科的细化要求他们不断聘请一些科学家做顾问和参谋,专家顾问队伍的选择对施普林格的编辑来说,也是一项需要掌握的基本功。

6.1.2 相关职能部门

随着施普林格越来越多的编辑成为独立的“出版人”,施普林格最高管理层的任务之一就是保证出版活动与公司的出版目标一致。管理本身必须保证编辑活动的主动性,以便编辑能与作者直接联系。

(1) 出版办公室。为了能使公司的出版计划有效实施,1978年施普林格成立出版办公室(Publishing Office)。出版办公室主任直接为公司编辑管理负责,其职能是:为全面负责出版计划、经济预算和利润预算的编辑提出合理建议;对年度所需生产和设备经费预算进行监控和对编辑工作效益进行评估;对出版合同内容进行审核,并对合同的格式,如对付酬形式的规定等负责;是公司版权和许可权等权益的中心管理机构。

(2) 版权部和学术交流部。德国对知识产权的保护非常严格,出版社拥有期刊论文的版权,任何人不得随意转用。企业要想用期刊文章为其产品做宣传,就必须从出版社购买相关文章的使用权^[25]。

施普林格的版权部门是专门负责销售科技期刊论文部门(出售科技期刊论文的使用权,已是增加期刊收入的一个重要源泉)。为了方便企业与作者联系,出版社还成立了一个学术交流部^[25]。出版社利用自己的优势,在作者和编辑乃至与其他公司之间架起了一座桥梁,这种做法很受双方公司的欢迎,也为出版社带来了可观的经济效益。

6.2 生产与营销环节

6.2.1 国际化的生产合作

对一个图书出口贸易占其总收入60%的出版集团来讲,有必要在德国以外建立生产基地并与国外出版商进行国际出版合作。20世纪70年代初,在价格和管理费用还比较便宜时,施普林格同英国的一些印刷商签订了印刷合同,但后来印刷差额在欧洲大陆和英国之间不再存在时,施普林格于1975年同Thomson的新德里公司签订了合作协议。1988年,施普林格在香港地区也进行出版生产,1992年,施普林格同亚洲公司的出版合作业务量已达14万页,如今施普林格也为其他出版商提供生产服务。

6.2.2 装帧设计理念与特点

先进的技术虽然可以使排版方式有更多的变化,但技术本身并不能提高书刊的美学质量。技术的无差错生产和书刊产品美观的外在形式,都有利于施普林格书刊品牌形象的树立。为了适应竞争,施普林格对其书刊的装帧形式也做了一些改变,简洁的风格成为施普林格装帧设计的主要特点,对同类学科采用统一的色调,使人能从图书的外观上看出其“家族相似性”特征,突现了视觉识别效果。整个出版社图书的外观设计遵循个体服从整体的设计理念,使施普林格的图书在书展上达到了较好的宣传效果。

6.2.3 现代技术的使用及出版方式的更新与规范

1989年,在施普林格的生产区域板块成立了“新技术/生产发展部”,以适应现代电子技术发展的需要。在数学、物

中国科技期刊研究,2006,17(3)

理和计算机科学领域,施普林格在20世纪80年代就用TEX软件逐渐代替了传统的排版方式。1983年,施普林格第一个用TEX排版的图书出版,并可以接受软盘投稿。

6.3 国际化市场营销

二战后,施普林格的“促销部”与“宣传部”的职能已经有所改变。随着出版物的大量生产,甚至连专业人员也很难寻找到他们所需的图书,因而,出版商需要给读者提供新的获取信息和技术的途径。鉴于此,有系统、有步骤地发展国际化市场从此成为施普林格营销的一项重要任务,施普林格也因此于1984年成立了发行、服务和生产三个子公司。

6.4 人文管理模式——对员工及管理子公司的管理

值得一提的是,二战后施普林格几乎在白手起家的情况下使其销售额从1950年的798.5万马克增加到1964年的4413.6万马克,到1992年更是增加到4.06亿马克。同时,施普林格还发展成了最著名的国际性科学出版公司,其出版物得到了世界认可。施普林格的国际出版计划之所以取得如此大的成功,与其对人力资源的投入和子公司的管理模式有着直接关系^[15]。概括起来,有以下四点:

(1)有效的沟通。施普林格非常善于通过母子公司人员的相互交流,使子公司的雇员融入施普林格团队,从而使子公司的雇员产生一种认同感。

(2)有效的管理。对分支机构的有效管理是施普林格国际出版的保证。远程管理主要体现在分支机构领导对母公司的忠诚和母子公司之间的双向信息交流方面。

(3)称职的员工。施普林格称职而又优秀的编辑团队对施普林格的编辑出版质量起到了决定性的作用。

(4)相互的理解与尊重。施普林格在管理员工方面采取了人性化的管理方式。因为一个企业的成功与否与员工的工作态度有直接的关系,这就要求管理者设法调动员工性格中积极的一面。公司领导与下层工作人员相互尊重的程度决定着公司工作环境的和谐与公司的最终成功。

7 施普林格的成功经验剖析

7.1 作者的知名度和成就——施普林格书刊的内容保证

由于科技图书与期刊是内容产品,因而它的生产不同于其他工业企业的物质生产。期刊内容是特定领域学者与科学家的科学研究成果,而这些科研成果的内容创新性与科学家们的研究能力及研究水平密切相关。

同时,一个出版社的成功很大程度上取决于作者的知名度。施普林格之所以能够存在160年之久,与其作者队伍有直接的关系。施普林格的作者团队中,至今已有150余人获得诺贝尔奖。从某种意义上说,是施普林格的作者谱写了施普林格的光辉篇章,这也从另一个侧面反映了施普林格对德国乃至世界科学出版的贡献。

7.2 紧扣时代与科技发展脉搏的选题——施普林格书刊生命力长久的保障

在商品社会,出版社生产出版物的目的是为了盈利,获

得利润是出版企业扩大再生产的经济保证。出版物只有迎合时代的变化,才能为出版商带来利润,这就要求出版商在制定出版计划时把握好合适的出版时机。对于致力于科技服务与科技传播的科技出版商来说,就意味着要时刻把握科技发展的最新动态和时代发展的脉搏。科技出版只有与当前最新的科技发展同步或超越科技的发展时,才能使其产品具有竞争力和生命力。因此,能够敏锐捕捉和预见学科发展动态、掌握最佳出版良机,在某种程度上决定了施普林格的成败。

7.3 适合的员工的选择——施普林格取得成功的决定因素之一

任何一个企业的荣辱兴衰都与企业员工有着密不可分的关系。随着出版规模的不断扩大,施普林格的人员由最初的4人增加到目前的5200多人,施普林格出版社也从一个家庭作坊企业变成了世界科技专业出版巨头。施普林格之所以能发展到如今的规模,与其用人和工作模式有很大的关系。由于编辑工作是施普林格出版过程中的首要环节,因而,选择好合适的编辑、丛书与期刊的主编对出版社的发展起着重要作用。

除编辑外,施普林格还聘请了大量的作者作为专业顾问,这些顾问绝大部分都不是法律意义上施普林格出版社的雇员,但他们可以给出版商提供出版选题、作者、主编等方面的选择建议,为出版商出谋划策。这些人虽不是出版社的雇员,但根据不同情况,施普林格有时也给他们支付一定的报酬。当然,除编辑力量外,合适的发行、管理人员也会对出版社的发展作出了不可磨灭的贡献。

7.4 技术手段的更新——施普林格扩大生产规模与提高产品竞争力的技术保障

施普林格出版的书刊能享誉世界的另一个原因在于,它们不但内容精美,装帧设计和印刷质量也均达到了世界一流。20世纪60年代,施普林格将现代化印刷技术和照相排版技术逐渐应用到出版领域之中,新技术的使用使印刷费用减少,生产质量和效率大大提高。1976年,施普林格员工只增加了25%,但它仅在德国生产的图书就翻了三番,期刊则在同期增加了一倍。随着电子文本的提供,作者、出版商和印刷商之间的界限也被逐渐打破,因此,促进了期刊的国际化发展。

7.5 国内与国际间的横向合作——为拓宽销售渠道奠定基础

科技出版和科学研究只有成为一种全球化的事业,才具有持续的生命力。对施普林格来讲,全球化发展是目标,实现利润的最大化是生产目的。施普林格与国内、国外出版商之间的合作和联合扩大了其生产规模,并对其出版内容和人员、机构进行了整合,同时,也扩大了书刊的销售渠道,提高了公司和出版物的竞争力。

施普林格在国内外广泛进行横向合作的基础是其多年来所赢得的国际声望和良好的品牌知名度。横向合作促进了施普林格的国际化发展,造就了施普林格的集团化、规模中国科技期刊研究,2006,17(3)

化发展,同时也使施普林格的出版物得到世界范围内更为广泛的传播和认可。这些因素相辅相成,形成了一种良性循环机制。

7.6 高质量系列书刊的国际化出版和再版——塑造国际品牌形象 赢得巨额利润

20世纪20、30年代以后,施普林格出版了大量的丛书和手册,二战以后,施普林格共挽救和创办了80多种期刊,多卷丛书多次再版重印并出口。1968~1992年,施普林格的近60种重要期刊逐渐转为英文出版,同时,依托一些国际知名期刊,如《物理学杂志》(Zeitschrift fuer Physik)和《应用物理学》(Applied Physics),不断分化出其新的系列期刊产品^[14]。品牌多卷丛书和期刊的不断分化、细化,使施普林格出版物的深度和广度不断提高,这为施普林格扩大了潜在的作者群^[12,23]。

不仅如此,高质量书刊的出版还造就了施普林格的科技出版品牌,促进了其图书贸易发展以及与国际、国内出版商间的合作。系列丛书的再版、重印和期刊自身的孵化,不仅为施普林格赢得了巨额利润,提高了国内外知名度,还为国家赢得了外汇收入和国际声誉,甚至在纳粹时期施普林格都得到了德国有关政府部门的扶持与保护^[20],这或许就是品牌的价值所在。

7.7 掌门人非凡的决策能力

施普林格的辉煌成就,与历代掌门人的非凡决策能力更是息息相关。20世纪20年代,当德国许多大出版商都缩减生产规模的时候,它的第三代掌门人Jr. F. Springer却极力推行快速发展的策略,并预见到,当德国经济再次复苏的时候,其他德国科技出版商将不再有机会赶上他们的发展步伐。同时,Jr. F. Springer对出版事业的追求和为传播德国科技的强烈使命感和责任感,使他分别于1922年与1930年被德国法兰克福大学和格廷根大学授予医学和数学“荣誉博士”称号^[8,14]。

参考文献

- 1 Swan, Alma. Authors and open access: Effective ways to achieve OA in China. 图书情报工作, 2005, 49(12): 17-25
- 2 余敏主编. 出版集团研究. 北京: 中国书籍出版社, 2001
- 3 顾彝. 施普林格出版公司——世界出版巨人的150年的历程. 中国出版, 1992(11): 60-66
- 4 Book Fair: Springer and KAP appear at Frankfurt Book fair for the first time under their joint name. [2005-08-20]. <http://www.springer-sbm.de/index.php?id=291&backPID=132&L=O&xtnc-news=1377>
- 5 贝塔斯曼出售贝塔斯曼斯普林格, 两大欧洲公司 Cinven 和 Candover 接管. [2005-08-20]. <http://www.bertelsmann.com.cn/chinese/bertelsmannchina/news/pressrelease>
- 6 Chronik des Verlages Springer. [2005-07-30]. <http://www.springeronline.com/>

- 7 Chronology. [2005-08-20]. <http://www.springer-smb.de/index.php?id=199&L=0>
- 8 History. [2005-08-20]. <http://www.springer-smb.de/index.php?id=165&L=0>
- 9 Poynder, Richard. BertelsmannSpringer is sold to private equity firms. [2005-09-20]. <http://www.infotoday.com/newsbreaks/nb030527-1.shtml>
- 10 Bertelsmann AG selling BertelsmannSpringer. [2005-09-12]. <http://www.ceic.math.ca/News/index.shtml>
- 11 Merger of Springer Science + Business Media and Kluwer Academic Publishers to begin spring 2004. [2005-07-30]. <http://www.library.yale.edu/>
- 12 Springer timeline. [2005-09-12]. <http://www.niulib.niu.edu/publishers/Springer.htm#table4>
- 13 陆本瑞主编. 外国出版概况. 沈阳: 辽宁教育出版社, 1996
- 14 Goetze, Heinz. Springer-Verlag: History of a Scientific Publishing House. Part 2. 1946~1992: Rebuilding, Opening Frontiers and Securing the Future. Berlin Heidelberg: Springer-Verlag, 1996
- 15 Springer Press Release. [2005-07-30]. http://www.springer-sbm.com/fileadmin/springer_internet/newsletter/newsletter_072005.html
- 16 Springer 网络版丛书. [2005-09-22]. <http://springerlink.com/link.asp?id=110310>
- 17 [2005-09-22]. <http://www.springer.com>
- 18 Springer strengthens its commitment to freely accessible research literature. [2005-09-22]. <https://mx2.arl.org/Lists/SPARC-OAForum/Message/2196.html>
- 19 Springer launches its Open Choice Program. [2005-09-22]. <http://www.springeronline.com/sgw/cda/frontpage/0,10735,1-40359-0-0,00.html>
- 20 Sarkowski, Heinz. Springer-Verlag: History of a Scientific Publishing House. Part 1. 1842~1945: Foundation, Maturation, Adversity. Berlin Heidelberg: Springer-Verlag, 1996
- 21 Velterop Jan. Open Access and the Transformation of Science—The Time is ripe. 图书情报工作, 2005, 49(12): 26-28
- 22 Firmenprofil. [2005-07-30]. <http://www.springeronline.com/sgw/cda/frontpage/011855,1-104-2-69177-0,00.html>
- 23 [2005-09-23]. http://portal.isiknowledge.com/portal.cgi/portal.cgi?DestApp=WOK_HOME&Func=Frame&SID=Y1NDN89N77c0C5626J4
- 24 魏玉山, 杨贵山. 德国的出版管理体制. 世界出版之窗, 2002: 42-47
- 25 董卫国. 德国科技期刊的出版与经营. 出版发行研究, 2000(增刊): 23-24
- 26 [德] 汉斯-赫尔穆特·勒林著, 邓西录等译. 现代图书出版导论. 北京: 商务印书馆, 1998
- 27 大卫·福斯特等著. 国际出版与版权知识. 北京: 外文出版社, 1992