

创新 成本 服务

——中小出版社编辑应加强的三种意识

●王扬帆

摘要：在出版社市场化转型不断深入的今天，中小出版社的编辑应加强创新意识、成本意识和服务意识，遵循出版业的本质规律，以市场竞争的需要为标准锤炼业务素质，打造核心竞争能力，实现困境中的突围。

关键词：中小出版社 编辑 创新 成本 服务

我国大多数中小出版社在品牌、资金、规模等方面没有明显的优势，在行业竞争中处于弱势地位。要改变这种状况，到目前为止，无论是理论还是实践都证明，“专、精、特”的发展战略是中小出版社的出路和希望所在。那么，作为图书生产过程中最重要的人的因素，身处中小出版社的编辑应该有什么样的意识，或者说素质，才能配合出版社的发展战略，实现无论是个人还是企业的困境突围呢？本文拟就创新意识、成本意识和服务意识三个方面提些拙见。

一、创新意识

出版是内容产业、创意产业，它必然要与创新紧密相连，也可以这么说，创新就是出版业的灵魂。就编辑个体而言，创新主要体现在具体的编辑工作中，即以先进的出版理念为指导，在市场定位、选题策划、编辑加工乃至市场推广方面，按照出版业的本质规律，在继承的基础上求新、求异、求变。

创新的重要性在编辑工作中再怎么强调都不过分，而对于中小出版社的编辑来说，这点显得尤为重要。首先，中小出版社在资金、规模、品牌等方面不具有竞争优势，要想在市场竞争的“红海”中突出重围，必须在深入分析图书市场和自身优劣势的基础上，通过创新思维找到竞争相对不那么激烈的空间，准确定位后深耕细作，逐渐积累并形成自己在某个领域不可替代的优势地位。其次，虽然许多中小出版社都在努力适应市场竞争以及转企改制

带来的变革，但由于发展速度不快，不少编辑仍习惯依赖书号资源、行政垄断等，这虽然可以暂时获得眼前利益，但也容易因此囿于传统的出版思路和简单的编辑加工活动，抱残守缺，不思进取，选题策划能力、对图书从内容到形式的创新能力、宣传推广乃至市场营销能力等就在这温水煮青蛙的环境中不断被弱化。中小出版社的编辑应当在学习借鉴成功出版案例的基础上，根据自身的条件，将别人的成功因子有机融入自己的编辑实践中。通过创新，中小出版社的编辑才可以在比较短的时间内缩短与竞争者的差距，才能将创新的编辑思想化为行动，落到实处。最后，现代科学技术，尤其是信息技术的快速发展，为中小出版社编辑的创新活动提供了新的可能。图书市场中的领先者占据了大部分的优质出版资源，而且由于在资金和规模上的优势，大社强社往往可以砸重金打造畅销书，这些都是中小出版社可望不可即的。但互联网的普及，为中小出版社编辑提供了海量的信息资源，使他们可以用较低的成本挖掘更多尚未被发现或被重视的出版资源，同时，QQ、微博、微信等社交平台的出现为中小出版社提供了低成本的营销工具，而数字出版的发展更为中小出版社编辑寻找“蓝海”提供了想象空间。简言之，科技在传统图书出版领域中的应用为中小出版社编辑发挥后发优势提供了新的路径。

创新是出版业的生命力之所在，也是中小出版社差异化战略的核心要素。创新意味着突破，因此，创新意识、创新精神和创新能力的培养对于中小出

出版社的编辑而言具有重要的意义。

二、成本意识

对所有的出版单位而言,成本控制都是必要的。既然中小出版社没有“财大气粗”的阔绰,身处其中的编辑就更要考虑如何以最小的投入获取最大的效益。编辑首先要有务实的精神。比如,在选题策划阶段,不仅要考虑资金投入的问题,还要综合考虑自身对书稿的把握能力、需要投入的时间成本、渠道开发成本等等,如果综合投入过大,编辑就应该考虑该选题的产出是否能承担所有这些成本,也就是要考虑整个投入产出比。又如,在装帧上要避免过度的包装,力求在营销效果和印制成本之间寻求一个最佳平衡点。还有,在对读者和作者的服务中,要考虑到中小出版社没有大社那样充裕的资金和人力配置,因此要有所取舍,不可面面俱到,做一些超出自己能力的事情,导致事与愿违,甚至取得相反的效果。

正确的决策也是十分重要的。图书出版的每个环节都会涉及决策的问题,可以说决策无处不在。中小出版社的优势在于它的灵活高效,而要充分发挥这个优势,编辑在每个具体环节上就应该力求做到精准、高效,避免错误的决策带来时间和金钱上的浪费。

除了决策,各种差错,哪怕是细节上的差错都不仅可能会导致印刷成本、运输成本上的浪费,而且还可能招致作者的抱怨、投诉等等,徒耗编辑大量的精力。因此,“精准、高效”还考验着编辑的执行能力。

中小出版社编辑加强成本意识,说到底是和风险意识联系在一起的。中小出版社实力有限,抵御风险的能力就有限,任何的错误和浪费带来的不仅是金钱上的损失,还有可能给整个出版社的发展带来重创。因此,编辑在成本问题上应该慎思笃行,切记“细节决定成败”。和编辑工作有直接关系的成本包括印制成本、开发成本、图书宣传成本、渠道维护成本、作者资源建设和管理成本,牵涉资金问题、时间问题等等,凡此种种都与编辑的业务能力

相关,考验的是编辑的综合能力。可以这么说,中小出版社编辑加强成本意识是其行业地位使然,而提高自身业务能力和综合素质是控制成本的必由之路。

三、服务意识

目前国内的图书市场已经是买方市场,图书品种非常丰富,同类选题的图书数量众多,读者可以选择的余地很大,在这样的情况下,重视和做好出版服务可以形成自己的差异优势,更好地吸引读者的注意力和二次购买的意愿。可以这么说,出版服务贯穿整个出版活动,而与编辑直接相关的出版服务大致可分为对作者的服务和对读者的服务两个方面。

1. 服务作者是争取优质资源,出版优秀图书的重要途径

作者是出版业最重要的资源,有好的作者才有好的图书。许多优秀的作者在考虑将书稿交给哪家出版社时,经常考虑的是出版社的品牌,报酬在他们眼中有时反倒是其次的。因此,在争取作者资源,尤其是优秀的作者资源方面,中小出版社既无打响了的品牌号召力,又无资金规模上的优势。那么,既然不能以“利”动人,就只能以“情”感人,相信“精诚所至,金石为开”。这种建立在精神层面上的友谊有时要比“利益同盟”更可靠,更长久。当然,“以情动人”离不开编辑素养的提高,与作者对话能力的提升,这是为作者服务的根本。

对于中小出版社的编辑来说,在组稿过程中遇冷脸、遭拒绝的情况很多,这时候不仅要放得下面子,还需要有锲而不舍的精神,对于认准的优秀作者要用诚恳的态度、真诚的情感和持续的服务精神去感动他们。一旦获得了好的书稿,则一定要认真地对待。在稿件的加工处理过程中,要经常和作者沟通,征求他们的意见,尊重他们的想法,而不是自以为是、大刀阔斧地对书稿进行任意的增删和改动。这些来自细微处的尊重最终一定能赢得作者的好感,继而让他们认同编辑的劳动和付出,认同编辑所在的并不显赫的出版社,最终成为编辑和出版社长期合作的伙伴,更重要的是,可以给编辑和出版社带来良好的口碑,为后续的组稿营造有利的条件。

引进版图书要善于创造市场需求*

——以环保类图书为例

●李娟

摘要：20世纪70年代以来，我国环保类图书的引进理念发生了根本转变：服务对象日趋大众化、系列化增长趋势明显、出版时间与国际越来越同步。但其中也存在引进国别有限、选题重复与遗漏并存、翻译质量良莠不齐的现象。促进我国引进版环保类图书出版与市场营销的发展，需要引进多语种优秀图书、拓宽选题渠道、提升译著质量、推动本土原创类环保图书走向世界。

关键词：图书市场 引进版 环保类图书 发展特点 市场化

20世纪中期，全球环境问题日益凸显，1973年，我国召开的第一次全国环境保护会议标志着环境保护工作的起步。为了尽快唤醒人们的环保意识，

2. 服务读者是适应市场竞争的必然要求

以读者为本、服务读者的意识是与市场经济的发展共生的，它贯穿于从选题策划、组稿审稿、编辑加工、装帧印制到宣传推广、发行销售的整个过程，不仅包括传统意义上的读者服务，如提供优秀的内容、严格把关编校质量等，还要区分读者的结构、层次，研究读者的阅读心理，以满足读者需求、引导读者需求作为工作的出发点。在数字出版崛起，社会发生转型的时期，读者被分流，读者需求日益多样化、复杂化，在此情形下，以读者为中心，认真研究读者需求显得尤为重要。

当前不少出版企业适应时代需要，通过借助其他行业的营销理论和经验，紧紧围绕读者需求，在图书市场上做得风声水起，比如外研社为教师举办的各种培训活动，在大中学生中组织的各种比赛，为读者提供的阅读水平测试和购书指导以及在网站上提供的书讯等等都是很好的服务形式。与此同时，行业内也出现了明显的分化，无力参与市场竞争的出版社只能更加依赖作者包销、买卖书号、协作出版等手段，以至弱者恒弱。因此，实力不强的中小出版社编辑一定要保持清醒的头脑，切实转变观念，

推动社会关注环境问题，在国内环保类书籍处于出版空白的情况下，我国选择了首先将国外已有的优秀环保书籍翻译引进，1974年我国引进出版第一本

迎难而上，不断学习和掌握新的知识与理论，认真研究市场化条件下和社会转型期的读者需求，将服务读者作为编辑工作的另一个重心，在服务读者的过程中实现编辑素养和编辑能力的提升。

四、结语

在创新意识的指引下，编辑可以发现和策划好的选题，而成本意识和服务意识则有助于实现编辑对图书的设想，这三种意识可谓相辅相成，既是每一个编辑应该不断加强和提高的素质，更是中小出版社编辑不容忽视的自我修炼。如果能够在这三方面加强意识，提高业务能力，在“先天不足”的条件下编辑出版优秀的图书，赢得经济效益和社会效益，那么这种成功对身处中小出版社的编辑来说，其意义将是自不待言的。

参考文献

[1] 周海忠, 杨爱东. 中小出版社应走低成本出版之路[J]. 编辑之友, 2005(6).

[2] 贺圣遂. 编辑的信仰、能力与服务精神——从《编辑力》看如何做一名优秀的现代编辑[J]. 编辑之友, 2007(5).

(作者单位：厦门大学出版社)

* 本文系2013年北京市社科联青年社科人才资助项目“当代生态帝国主义及我国应对策略研究”的阶段性研究成果。