



学术类书籍成为中国出版“走出去”新亮点

□冯源

《亚纯函数值分布理论》《亚波长直径微纳米光纤》《全球化时代的法哲学》……在“中国图书对外推广计划”的 2010 年已出版图书目录上,学术类书籍正在成为中国出版“走出去”的新亮点。

国务院新闻办和新闻出版总署 2006 年启动的“中国图书对外推广计划”是我国出版“走出去”的“领头羊”工程。这一计划的第七次工作会议 4 月上旬在杭州举行,计划办公室副主任李智慧告诉记者,中国出版“走出去”以往的主打品种是中医药、武术、学汉语,如今越来越多的中国当代学术精品也开始飘洋过海。

浙江大学出版社从 2006 年起与国际科技出版巨头德国斯普林格出版集团合作,先后在德国推出了近 30 种中国学术书籍,书籍的作者是来自中国科学院、浙江大学等高校院所的中国学者。

“德国同行对中国学术书籍的评价很高,而这些学者通过在海外出版学术书籍,也增加了自己在国际学术圈中的分量。”浙大出版社版权经理伍秀

多项政策“给力” 上海数字出版业上“台阶”

□宋懿

《意见》提出用政府采购给数字出版业发展以支持。对数字出版企业拥有自主知识产权的数字产品和技术,经有关部门认定,纳入《上海市自主创新产品目录》和《上海市政府采购自主创新产品目录》的,在参加本市政府采购活动时可享受优惠政策,鼓励财政性资金予以优先采购。

此外,在《意见》当中,共有 5 条为财政激励政策、8 条为税收优惠方面。以税收优惠而言,就明确提出认定为国家高新技术企业的,减按 15% 的税率征收企业所得税,新创办的数字出版企业被认定为软件生产企业后,自获利年度起,第一年和第二年免征企业所得税,第三年到第五年减半征收企业所得税等等。

对于吸引数字产业人才、吸引国内龙头企业来上海落户或把总部移设上海等,《意见》都有一定的政策支持。

近年来,上海市数字出版产业发展迅猛。数据显示,2010 年,上海地区数字出版产业营业收入达 226 亿元,同比增长 22.16%,其中上海张江国家数字出版基地企业合计产值约 110 亿元,增长 22.22%。

金蝶徐少春:企业转型是一种革命

□宗秀倩 高凌云

在本届“转型,中国企业新使命”2011 中国企业领袖高峰论坛上,金蝶董事局主席徐少春表示,企业转型不是等死而是找死,等死只有死路一条,找死还能找生的机会。

借着“转型,中国企业新使命”这个话题,徐少春在致辞时表达了三个观点,第一是企业转型是商业模式的重新设计,第二,企业转型不是等死而是找死。他认为,等死只有死路一条,找死还能找生的机会。

他还表示,转型不是请客吃饭,是要流血牺牲的。他认为,转型是一种革命。

责编:邓梅 编辑:林荫
版式:张彤 校对:阳红
2011 年 4 月 26 日 星期二

JINGYINGCHUANGXIN

经营创新

编者按

30 年,内容上风格如一地坚持,与经营手段、技术手段的不断创新相辅相成,最终奉献给人们一本不变的《读者》。读者出版集团副董事长、读者出版传媒股份有限公司总经理彭长城说:“《读者》能走到今天,在于坚持和创新。”

《读者》:一个文化企业 30 年的坚守与创新

□谢志娟

4 月,《读者》迎来了它的 30 岁生日。当年生逢其时,其后茁壮成长,今天它在期刊林中位居中国和亚洲第一。

4 月,孕育了这一文化品牌的甘肃人民出版社迎来了 60 华诞。今天,它不再是一家单纯的出版社,而成为一个特色鲜明、产业链条日臻完善的出版集团。

滴水穿石

30 年前问世时,《读者》名为《读者文摘》,48 页,定价 3 角。那时它默默无闻,首期印数 3 万份。

当时正值改革开放初期,人们对于优秀精神文化产品的渴求空前高涨,选择以传递真、善、美为主旨的《读者》从一面世,就赢得了人们的好感。

时间见证了一切,从最初的 3 万份,到之后的 6 万、9 万,一年一个台阶。问世 3 年后,发行量猛增至 180 万份。到了 1994 年,已跃升至中国期刊首位。2006 年 4 月,《读者》杂志月份发行量突破千万大关,达到 1003 万份,打破了中国自有期刊以来的发行纪录。

这本看似文弱的、纤细的杂志,用一种持久的、坚韧的、人性的力量创下了“读者”奇迹。中国期刊协会顾问张伯海曾这样说:“我观察《读者》已经多年了。这是一个值得深思的文化现象:它



读者出版传媒股份有限公司董事长吉西平

保持住自己的品位,却不曲高和寡,使上百万读者倾心于它;它对世俗趣味绝不曲意逢迎,但并未因此遭受冷落,发行数量始终坚挺。它诚心诚意地熏陶了读者,被熏陶了的读者诚心诚意地支撑了它的存在……”

作家李书磊说,对一些中国读者来说,《读者》既是导师也是朋友,人们在现实的现实生活中常常会使灵魂蒙上灰尘,而就在这个时候,《读者》为人们提供了一种精神沐浴。

改革前行

《读者》成长的 30 年,中国大地上发生着日新月异的变化。风起云涌的改革浪潮推动着出版领域发生了一系列深刻变化:国家出版产业的整体实力迅

速壮大,一家家大型出版集团纷纷成立……

在甘肃人民出版社内,《读者》虽一枝独秀,但与国内出版界如火如荼的发展形势相比,仍显势单力薄。如何挖掘《读者》这座富矿,做大做强甘肃出版业,成为不得不面对的问题。

2006 年初,借助《读者》品牌优势,甘肃人民出版社转企改制,成立了读者出版集团有限公司。2009 年底,读者出版传媒股份有限公司成立,集团体制机制改革走出了关键的一步,市场化程度实现质的突破,发展步入新阶段。2010 年 5 月,读者新媒体大厦在国家综合改革配套试验区——天津滨海新区开工奠基,这标志着读者集团实施“走出去”战略取得了新进展……

一步步,紧锣密鼓却又深思熟虑。

经济学家与企业家探讨“新使命”

□陈 姝

2011 年 4 月 21 日,以“转型,中国企业新使命”为主题的 2011 中国企业领袖高峰论坛在北京隆重举行。中欧国际工商学院院长朱晓明,著名经济学家许小年,万通投资董事长冯仑,中坤投资黄怒波、奇虎 360 董事长周鸿祎,金蝶国际软件集团董事局主席徐少春、知名战略咨询专家白立新等国内经济领域活跃的经济学家、企业家和管理专家出席本次盛会,为现场 200 余位企业领导者带来了一场关于全球经济形势及中国企业转型之道的巅峰对话。

专家们表示,企业的市场环境逐渐严峻,只能从创新中寻找新的增长动力。企业转型不应面面俱到,而要寻找突破点。

著名经济学家许小年指出,当前国内所面临最紧迫的问题就是刘易斯拐点,他说:“这个问题已经不用争论了,它在中国经济当中已经到来,劳动力成本不可避免地要不断地升高,而且是以高于经济增长的速度在增加。”许小年透露,年初曾在东南沿海一带调研,发现去年东南沿海企业劳动力成本增长

了 20% ~ 30%,今年还会增长 10% ~ 20% 左右。“这样的增长速度即使扣除通货膨胀后都会比 G D P 的实际增长更快,它意味着对企业利润的挤压。由于成本不断上升,企业无法像过去那样依靠增加资源和生产要素的投入来推动扩张”。

许小年认为,像过去两三年那样靠宽松的货币政策和财政政策来拉动经济增长已经不可能了,必须要依靠企业的转型和创新。“我们不可能像过去两三年间那样靠大量的银行贷款拉动经济的增长,随着银根的紧缩,经济增长速度不可避免地要下降,需求不可避免地也应该受到抑制,企业的市场环境会逐渐严峻。”

对于企业如何摆脱当前的困境,许小年认为只能从创新中寻找新的增长的动力。“而创新不仅包括新技术的采用和新产品的开发,还包括新的商业模式、新的组织和管理方式、新的激励机制。”

金蝶董事局主席徐少春认为,企业转型是商业模式的重新设计,他将转型比喻成一场革命,“转型不是请客吃饭,是要流血牺牲的”。

奇虎 360 董事长周鸿祎指出,转型



不是一夜之间发生的,而是一个潜移默化的过程。他认为,对中国企业而言,微软、I B M 的创新很难模仿。他倡导“微创新”,从用户角度出发,改善用户体验。他建议说,企业转型的时候不要面面俱到,而是要找到一个突破点形成专注,即使你的资源有限,“但把力量集中在一个针尖,会把针扎进大象”,通过一个专注的点从而引爆一个专注的市场。

万通投资董事长冯仑认为,企业转型时由于速度降低、业绩阶段性的下挫,可能会遭受到来自于资本市场的压力,出现“拉抽屉”现象,比如最初制造业,然后转向服务业,后来又转回制造业,现在又在提在销售终端做服务业,这样反复“拉抽屉”是转型过程中最大的忌讳。

360 周鸿祎: 微博是最典型的微创新

在 21 日上午举行的“转型,中国企业新使命”2011 中国企业领袖高峰论坛上,奇虎 360 董事长周鸿祎再次谈微创新,他认为,微创新不再从企业角度出发,而是从用户角度出发,改善用户体验,他举例说,微博是最典型的微创新。

在“转型,中国企业新使命”这个主题上,周鸿祎表示,转型不是葵花宝典,不是一夜之间发生的,而是一个潜移默化的过程。

“对于中国创业中的企业以及正在发展中的企业而言,微软、IBM 的创新很难模仿,所以我倡导微创新,不再从企业角度出发,而是从用户角度出发,改善用户体验。消费者其实不关心企业的转型,只关心企业能给他自己带来的价值,而商业利益是建立在用户的利益基础上”。周鸿祎说。

在微创新上,他举例说,微博是最典型的微创新,与博客相比,它只有 140 字,拉低了用户门槛和水平,方便用户使用。

“所有成功的模式都是大道至简,而不是弄弄一个什么很炫的概念。”周鸿祎说。

(宗秀倩)



金蝶董事局主席徐少春

人士冯国华接任新总裁,表明了金蝶转型的决心。

金蝶的努力,已经初见成效。金蝶前不久发布的年报显示,2010 年金蝶业绩再创历史新高,营业额增长高达 44%,主营利润增长 64%。金蝶咨询服务收入增速高达 98%,成功赢得中国东方航空、大连港集团等客户,并进入中国咨询服务行业第一梯队。从收入结构上看,2010 年金蝶的服务收入占营业额比例进一步提升到 42.2%,相比过去 10% 左右的份额,有了大幅提升。

徐少春表示,2011 年金蝶的目标是继续转型,即由软件公司向管理与 IT 整合服务商转型,在转型的同时继

国际软件集团董事会主席徐少春在接受记者专访时表示,转型是金蝶的第二次创业,金蝶将更快速地向服务转型,向互联网转型。

徐少春透露,为了推动转型,今年金蝶将加大并购力度,目标是那些行业内领先的软件服务平台和在核心技术上拥有独到之处的公司,特别是云计算公司。

从 2007 年开始,金蝶就开始在咨询服务领域布局,效仿 IBM,希望借助咨询服务,摆脱 ERP 领域的价格竞争。为此,金蝶还在 2010 年与 IBM 达成战略合作,形成“金蝶软件+IBM 服务”模式,来提升金蝶的咨询服务业务。今年初,金蝶更是引进 IT 咨询服务业知名

此前 3 月,金蝶在香港发布了 2010 年的业绩,2010 年金蝶主营利润增长 63.8%,对于这样的成绩,徐少春曾对新浪科技表示,“从去年开始,我们就开始服务的转型,转型是我们的第二次创业,所以去年我们取得了高速度地增长,“管理咨询+解决方案+管理软件”的服务转型战略模式已见成效。”

经过持续几年的投入,本土管理软件商向服务转型的努力,终于初见成效。随着金蝶策略的转变,更多投资者开始称之为服务型企业。刚刚公布的金蝶 2010 年财报显示,金蝶咨询服务收入相比 2009 年实现翻番,正逐渐成为金蝶最可靠的成长发动机。金蝶