

童健，這位從浙江省委副秘書長轉身成為出版人的浙江出版集團掌舵人，初見時看不出他擁有歷經浙江四任省委書記的辦公廳豐富工作經歷，一談出版，卻直言快語，「搞出版要克服浮躁」、「實事求是做出版」，言語平和而有力，思想敏銳而鮮明，動作利落而沉穩，綿延3個多小時的專訪，讓人蕩氣迴腸，猶如精神體操，一個充滿自由思想和浙商企業家精神的出版人躍然而出，一個讓文化人怦然心動的浙江出版未來恣意綻放。

■香港文匯報記者 章子峰、茅建興 杭州報道

浙商精神做出版 中華文化走出去

■浙江出版聯合集團董事長童健。

—訪浙江出版聯合集團董事長



■童健向德國古登堡印刷博物館贈送中國印刷史英文版。



「現在到新華書店去買書的人少了，未來的新華書店要成為文化消費綜合體，成為城市的一個文化標誌性建築，成為城市文化的約會地。『十二五』期間我們將改建新建10個文化消費綜合體，適應人們的文化消費需求，特別是年輕人的文化消費需求，這一塊市場潛力會很大。」童健提出了富有想像力的發展。

網絡計劃開拓新購書平台

如今浙江聯合出版集團旗下的新華博庫已在紐約開設了北美第一家連鎖店，「博庫」是浙江新華書店的品牌，近兩年網上書店發展快、博庫書城也有完備的網絡銷售體系。2010年，博庫書城網絡書店與當當、卓越網一起被列入新聞出版總署「中國出版物海外營銷渠道拓展工程」網絡渠道重點扶持網站。集團已計劃將博庫書城網上銷售發展為5億的規模，成為新增長點。未來5年，集團還將主動參與行業數字出版技術標準建設，加快取得數字出版的各種資源，到2015年，在教育出版和大眾出版領域，基本形成完整的數字出版產業鏈，數字出版產業鏈的經濟效益在集團整體經濟效益中的份額超過10%。「浙江出版集團的『博庫』電子商務一定要打造成世界一流、國內領先的中文購書平台。」童健說。



■博庫書城紐約曼哈頓連鎖店開業。



■納米比亞《熱帶疾病的預防與治療》首發式。

把新華書店打造成文化約會地



■中國外文局與浙江出版聯合集團簽署戰略合作儀式。

「十二·五」

文化產業看浙江(之四)

2011年3月12日(星期六)



香港文匯報
WEN WEI PO



■童健在羅馬尼亞克魯熱大學出版社新書首發式上講話。

童 健

關文化產業的投資，拓展投資新領域，投資收益和物業開發經營收益將逐步成為集團新的利潤版塊。」

浙江出版怎麼走，曾供職政府20多年的童健體會深刻，他指出，浙江是地域小省，卻是文化大省，出版要做好就要有地域特色、文化特點。童健指出：「浙江出版要保持自己的特色。浙江市場經濟發育比較早，相對而言，行政推動和行政干預不如外省，其它行業發展上政府不宜干預太多，但在文化產業上尤其是出版業，政府是要干預並給予有力支持的。」

少干預市場化運作 更多注重社會責任

「出版企業不能一味講市場經濟，還要講社會責任，上市公司和擬上市公司，都要有社會責任。對有社會責任的企業，政府要有更多的支持。浙江出版集團順應改革發展大勢，堅持走符合自身實際的道路。」童健說。對於當前政府推動的出版企業上市工程，童健清醒地指出，現在有比較浮躁的現象，一股風爭着上市。從已上市出版企業看，市值狀況不容樂觀。「我們不反對上市，但不跟風上市，條件成熟了，水到渠成我們上市。」

出版競爭力 關鍵在作品

童健認為，浙江出版人要有浙商的精神，實事求是做出版。當下出版界出現的某些浮躁，不是一種主流行為。出版要有競爭力，就要出好的作品，要有暢銷圖書、常銷圖書作保障。發行強則出版強，反過來，發行的好不好，內容又是關鍵，核心還在作品。童健表示，每年要保證出2,000種以上的優秀圖書，以此提升集團的出版影響力。

人性化管理效益最大

中國出版政府獎是中國新聞出版領域的最高獎，每三年評選一次。2010年浙江出版聯合集團旗下浙江科學技術出版社的《杭州灣跨海大橋技術創新與應用》、《張金哲小兒腹部外科學》奪得大獎。

童健同時指出，今後出版企業競爭力，更體

現在管理方面。「我們人才不僅要引得進，還要留得住，企業發展的最終目的是企業效益的最大化，員工幸福度的最大化。」

他解釋說：「企業的自主權應體現於內部機制改革，這個機制包括用人機制、分配機制等。要把人性放到物質層面來研究，而不僅僅是精神教育，我們要做到的是通過合理的追求，把人自我的天性合法地激發出來，為企業為社會所用。我們加強精細管理，就縮小核算單位，現在很多書就印千冊，有了需求再印。浙江出版人有抗風險的意識和能力，但缺乏冒風險的膽略。要培養冒風險的膽略，怕冒風險說到底是怕承擔責任，沒有冒風險的膽略就是沒有責任意識，在這方面我們要自加壓力，沒有壓力就沒有突破。」

兩岸四地共推

中國出版業的對外貿易一直存在着很大的逆差，「走出去」難度很大，對地方出版社更是存在着資源、渠道和人才種種短缺和瓶頸。求真務實，多渠道探索「走出去」的創新模式，是浙江出版聯合集團近年來走出去的經驗和體會。

童健認為，傳統出版業不能定位在新經濟增長點上，就如教育一般，整個出版什麼都搞市場化了，就會影響中國文化的傳播力。「浙江出版『走出去』，有着得天獨厚的優勢，浙江籍的華僑很多人士在西歐，有些進入了主流社會，浙商在海外有經濟影響力，也帶來了文化影響力。」

推兩岸合作共贏

浙江出版聯合集團與港台出版界有密切的交流和合作，童健表示，港台出版業在海外渠道、外向型人才、選題貼近國際市場等方面，仍然比大陸出版社佔有優勢，在推動中國文化走向世界，提升中國出版國際影響力，兩岸四地出版業應該齊心協力。

出版走向世界

力，優勢互補，共謀大業，不但要在交流層面上繼續深入，還可以在資本合作方面有更多的舉措和動作。今後，集團計劃繼續加強與港台出版社界的合規合作，並正在醞釀進一步的合作，為兩岸四地共同推動中國圖書「走出去」盡一份力量和責任。

第一個走進非洲

童健說，出版「走出去」已成為集團重要發展戰略，並將與省商務廳合作共推「中國圖書海外拓展工程」，進一步拓展博庫書城海外連鎖、博庫書城網絡書店海外落地。浙商是在非洲最大的華商群體，浙江出版集團也在全國出版界最早走進非洲。我們正在開拓東歐圖書市場，我們還將努力把國內發行連鎖物流的優勢轉移到海外中文圖書的傳播和發行上去，而出版「走出去」，則將重點着力於本土化戰略，在「十二·五」期間形成一個國際化出版傳媒集團的雛形。

浙江聯合出版集團「十二·五」重點項目

- ★每年出版包括各類重點書、暢銷書在內的2,000種優秀圖書；
- ★《浙江文叢》計劃出版500種（冊）；
- ★形成3種以上全國同類期刊期發數前三位的期刊，其中1種期發數超過50萬冊，廣告收入突破1億元；
- ★成立東方智趣少兒文化傳媒有限公司和建設中國原創兒童文學出版基地；
- ★海外建立20個博庫書城連鎖網點以及配套的銷售網點，建立5個海外出版機構，圖書和相關文化產品出口位列全國地方出版集團三強；
- ★加快建設博庫網，博庫網站電子商務交易額達到5億元；
- ★成立博庫廣告傳媒有限公司，利用省店400個連鎖賣場，開展LED、平面媒體廣告業務；
- ★在省外建設20家，總營業面積10萬平方米，在省內建設文化消費綜合體10個，繼續推進「小連鎖」網點建設，到2015年，建成各種「小連鎖」網點350家；
- ★浙江數字出版傳媒中心工程項目。