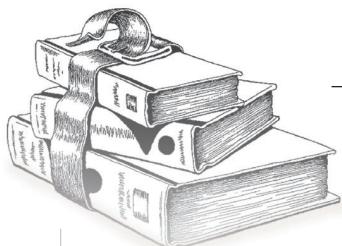




# 以「教材優先、學術為本」的 北京大學出版社



## ——大學出版社系列報導之八

◎ 臺灣大學醫學圖書分館組員／徐怡華

### ◆ 歷史沿革

北京大學出版社（以下簡稱北大出版社）可謂中國最早成立的大學出版社。早在西元1889年京師大學堂（北京大學初名）尚在籌備階段，即設置譯書局，主要業務在於翻譯國外教科書。1898年7月，清光緒皇帝下令由梁啟超掌理譯書局事務。（注1）（注2）1902年，京師大學堂設立編書處，編輯出版國學方面的教材，此即北大出版社的前身。（注3）著名翻譯家、思想家嚴復曾任譯書局總辦，文學翻譯家林紓為副總辦。（注4）

西元1917年，蔡元培擔任北京大學校長後，曾於校內行政委員會下設置出版委員會，專職教材與書刊的審查，並將原講義室改為出版部，負責出版發行。（注5）1952年，中國官方對於出版社實施統一管理，北大出版部遂遭裁撤，及至1978年12月，中國共產黨第十一屆中央委員會第三次全體會議中，北京大學始提出恢復出版社的設立，業經國家出版事業管理局同意，乃於1979年9月5日教育部批准之下，恢復北大出版社的編制。（注6）

北大出版社曾經出版一系列具廣泛影響力的刊物，如《北京大學日刊》、《國學季刊》、中國社會主義青年團中央機關刊物《先驅》等，此外，還出版著名學者專家編寫的教材與學術專書，包括李大釗和張潤之的《中國國際法論》、楊昌濟的《西洋倫理學史》、黃節的《詩學》、錢玄同的《文字學音篇》、以及梁漱溟的《印度哲學概論》等。（注7）憑藉其對於出版品質的要求，北大出版社曾於1993年獲中宣部及新聞出版署評選為全國十五家優秀出版社之一，且連續三屆獲此殊榮；1994年，獲國家教委表彰為「先進高校出版社」。（注8）

### ◆ 組織與經營概況

北大出版社的部門組織與經營管理歷經多次的改變與革新，1998年曾進行一次規模較大的調整，並實施部門主管的職務輪調；1999年，再度推出一系列的改革措施，內容包括：（注9）



- (一) 發揮各個編輯部、音像電子部與發行經營部的經營職能，共同參與出版品編印數量與推廣銷售之規劃。
- (二) 針對編輯工作實施項目管理辦法，由出版策畫人員就出版品之選題項目立項，待核准後，各項目主持人得選擇對於項目的出版發行全權負責，或僅就該項目的編輯出版工作負責，並於繳納風險抵押金後即可實行。
- (三) 選題分「公田」與「私田」，前者乃由上級指定出版的重要選題，並承擔風險；後者則是各編輯部自主選題，風險亦自行擔負。
- (四) 實行部門主管之准年薪制，確保主管能有足夠能力掌理部門管理工作。
- (五) 發行部和經營部聯合成立發行公司，採公司制。
- (六) 語言編輯部與音像電子部合併為音像出版社，試行獨立核算，獨立經營，自負盈虧。

目前，北大出版社之組織編制除辦公室與總編室的設置之外，尚有政經法、文史哲、語言、理科、資訊與技術等五個圖書編輯部，以及對外合作部、美術編輯室、音像部、電子網路部、出版部、發行部、市場部、經營管理部和財務部等。（注10）

自1995年至1997年，北大出版社新出版圖書涵蓋150多個學科領域，其中教材專著達427種，占新書總數的72%。（注11）現階段，北大出版社年印製總產值達3億人民幣，發行總額達2.8億人民幣，出版圖書超過1,000多種次。（注12）堪稱中國最具規模的大學出版社之一。

## ◆ 出版特色

### 一、出版方針

大學出版社的首要任務在於服務大學之教學與研究，出版質量兼備的教材與教學參考書，同時也要為高水準、高質量的學術著作提供出版機會，這是大學出版社有別於一般出版社的一項顯著特徵。（注13）對於北大出版社而言亦然。其結合北京大學所具備之學術與師資優勢，轉化為出版優勢，並於出書特色方面強調學術創新，務求達到吸收國際先進的學術成果、弘揚中華優秀文化、繁榮學術、促進學科建設等目標。（注14）作為大學出版社，北大出版社以優先安排大學教材與學術著作的出版為主，（注15）並明確規定教材與學術著作的出版必須達出書品種的80%。（注16）此外，亦以出版適合於一般大眾充實科學文化知識的普及讀物作為職志。（注17）

### 二、選書計畫

北大出版社對於出版品的選題規劃，主要由社長及總編輯掌控決定權，對於經核准且符合選題計畫的書稿，編輯人員須做到三個「三」，亦即「三嚴」、三級審查制度及三項重點內容審查。其中，「三嚴」乃指編輯人員要堅持嚴肅的態度、嚴格的要求與嚴謹的作風；三級審查制度則要求責任編輯、複審人和終審人都要本著認真負責的態度以審查書稿；至於三項重點內容審查，則指編輯人員必須從政治性、學術性及保



密等三方面進行書稿的審查。(注18)對於書刊的選題方向，北大出版社堅持其「一優先三著重」的具體方針，其內涵除了優先出版以馬列主義、毛澤東思想等社會主義理論為主題的教材及學術著作之外，尚須著重反映「五新（新學科、新課題、新觀點、新方法、新材料）三高（高層次、高水平、高質量）」、弘揚中華優秀傳統文化與中外皆宜的外向型圖書選題。(注19)

自1991年起，北大出版社建立其圖書評審制度，聘請離職、退休之正副編審等專業人才對於已出版過的圖書進行檢查，並提出評審意見，以針對編輯工作的改進、圖書質量的提昇等，提出建議。(注20)此外，為確實替出版品的質量把關，北大出版社一方面由校對員與編輯部人員進行書稿的校對，以確保出版品付印前的檢查能審慎而為之，另一方面，亦於每年5月、11月針對所有圖書進行兩次全社性的質量檢查。

### 三、出版品的類型與特色

秉持著「立足北大，面向全國，走向世界」之經營理念與方針的北大出版社，其出版品範圍包括自然科學、技術科學、哲學、社會學、人文科學、管理科學等方面的教科書、教學參考書、學術著作、工具書、館藏珍本及善本古籍等。其中，為配合宣揚社會主義的本質與改革開放經驗，北大出版社出版了《現代化新論》、《中國經濟改革與股份制》、《一國兩制與香港基本法律制度》等書籍。為支援校內外教學研究，遂有《北京大學數學叢書》、《北京大學物理學叢書》、《比較法學叢書》等30多種系列叢書及學術會議文集的出版發行。至於弘揚中華傳統文化方面，則出版了《國學研究》、《全宋詩》、《中華文化講座》等。此外，北大出版社亦先後與微軟、博彥、宏博等公司合作，推出電腦技術類圖書近300種，既有針對初學者適用的入門書籍，也有水準很高的專業書籍。(注21)

### 四、電子/網路出版概況

北大出版社亦致力於新型出版物的編輯發行。目前，多媒體製品已達300多種，電子出版品約270種。(注22)此外，北大出版社與北大方正電子公司、北大圖書館以「北大三強」之姿，共同推出「e-book北大行」的活動，由北大方正提供新開發的Apabi網路出版解決方案、北京大學出版社提供電子書，藉由北大校園網，提供北大師生自北大圖書館網站上免費下載具有版權的電子圖書。據統計，該活動自2000年12月28日至2001年1月5日期間，共計下載了4,196份電子書。(注23)

北大出版社社長、兼任中國大學出版社協會理事長的彭松建指出，現階段阻礙中國電子書發展的主要因素包括網路頻寬、讀者群體、網上付費方式和版權保護等。(注24)也因此，多數出版社至今仍質疑網路出版可能帶來的效益。如今，Apabi網路出版解決方案將作者(Author)、出版社(Publisher)、通路(Artery)、消費者(Buyer)與網路(Internet)等五方結合在一起，並解決網路出版的三大關鍵技術問題，即數位版權管理(Digital Rights Management, DRM)、電子書安全分發和數量統計技術、圖書資源數位化技術等，妥善還原了傳統圖書從出版社到發行者、書店，再到讀者的流



程，（注25）無不促使樂觀者看好大陸地區的網路出版市場。

### 五、最具代表性或得獎圖書

北大出版社所出版且榮獲國家級圖書獎項者，包括余慶所著《東晉門閥政治》獲1993年首屆國家圖書獎、林庚所著《中國文學簡史》獲1997年國家圖書獎提名獎、《全宋詩》榮獲1996年中國圖書獎和1999年國家圖書榮譽獎、《比較法研究》獲1999年國家圖書獎、《國際標準漢字大字典》獲2000年首屆國家電子出版物獎提名獎、《十三經注疏》獲2001年國家圖書獎提名獎、《電腦學校4》獲2002年第二屆國家電子出版品獎。

其中，《東晉門閥政治》為一部東晉政治史，經由作者余慶巨細靡遺的筆觸，描繪出東晉一代政治的發展與演變。《中國文學簡史》則是透過作者林庚的詩人銳眼看中國文學史，以詩人的筆寫書。（注26）至於由北大古文獻研究所編輯的《全宋詩》，歷經1986年至1999年長達13年的編纂，全書共計72冊，3,785卷，4,000萬字，彙萃兩宋三百年間全部詩作，網羅詩人八千九百家，為一部大型詩歌總集，不僅提供一般民眾閱讀、欣賞文學，亦是研究宋代歷史、文學和文化的重要參考書。

### ◆ 推廣策略

歷經一世紀以來的成長與茁壯，北大出版社已是家喻戶曉的大型出版社，且具備圖書出版的品質保證，究其原因，除了因為隸屬北京大學這個全國首屈一指的學府外，更要歸功於該社對於出版品品質的要求、發行通路的建立及各項推廣策略的落實。彭松建指出，北大出版社精品迭出的重要因素在於兩項重要觀念，其一，出版實際上是將知識流量「加工」為知識存量的過程，出版社具有物質生產與精神生產的雙重功能，而出版品則是精神產品和物質產品的結合體，也因此，出版品在契合人們精神需求的同時亦必須面對市場；其二，在面向市場的同時，必須注重出版品的原創性和前瞻性，唯有這樣才能真正立足於市場並領先於市場。（注27）

有了符合市場需求的出版品，尚須行銷策略的相互配合，方能將出版訊息及出版品傳遞給潛在的讀者群。為此，北大出版社採取專向發行與區域發行相結合的策略，前者乃將專業性的出版品，直接向讀者作專向的發行，或依不同學科制定不同的行銷方案；後者則結合橫向的學科類型及縱向的讀者層級，進行市場區隔後，方予發行。（注28）此外，北大出版社在全國八個業務區內，皆有專人負責管理，並進行市場考核，考核的指標則包括回款率、折扣率、退貨率、呆賬率、以及顯示市場佔有情況的上架率等。

中國大學出版社協會副理事長張天蔚即指出，行銷是一項系統工程，要因書而異；彭松建亦說明行銷的重點在於品牌的營造和培育，現在的市場競爭是產品的競爭，而產品的競爭在很大程度上是品牌的競爭。（注29）有鑑於此，北大出版社為打造北大出版社成為繼清華、郵電、電子工業、機械工業等4家出版社之後，又一電腦



圖書出版與銷售的主流，於2000年7月10日至8月10日間在全國80餘家書店舉辦「北京大學出版社電腦圖書全國展銷月」活動，展售期間，並在全國十多個城市舉辦相應的講座及諮詢活動。另外，北大與清華、人大、外語教學與研究等四家大學出版社首次於2001年8月20日至9月20日以合作關係，在全國40家大型書城展開為期1個月的首屆「名校名社名店」精品圖書全國聯展。展售圖書品種達8,000種左右，包括《十三經注疏（繁體字本）》、《北京大學院士文庫》、《21世紀法學系列》、《電腦小院士》、《隨意學英語叢書》等。

除了開發國內市場，北大出版社亦積極拓展對外合作關係，其具體的實施策略包括：（注30）

- （一）努力開發外向型選題：注重得以弘揚中國傳統文化、向國外介紹國內各方面建設與發展等為主旨之著作，以及漢語教材的出版。
- （二）開展版權貿易工作：北大出版社買進版權的圖書具備三項標準，第一，必須是有較高學術價值或新科技的圖書；第二，必須是國內迫切需要的圖書；第三，必須是與北大出版社選題配套的圖書。截至2002年底，北大出版社對外轉讓和引進版權皆超過500種，是向外轉讓版權最多的出版社。（注31）
- （三）參加國際書展：除了針對舉辦國家或地區的不同情況，事先做好參展準備，包括選擇合適的樣書、編選中英文書目、確定談判的圖書選題並準備好英文樣章與合同的中英文草案等，並於參展前和有關出版社約定談判時間。另外，參展人員亦應具備外語、獨立工作的能力，以及有關版權和圖書貿易方面的知識與談判經驗。
- （四）圖書貿易是對外公作的窗口：出版社必須積極做好對外宣傳工作，除了主動依據客戶的需求提供相關出版訊息之外，對外發行工作特別要重質量、講信譽，唯有如此，方能走出一條適合出版社對外發行的道路。
- （五）建立一支高素質高水平的隊伍：除了定期舉辦研討會、鼓勵工作人員參加校內外的課程外，並有計劃、有步驟地安排年輕同仁自實務中學習與鍛鍊，另一方面，積極向校方爭取福利。

#### ◆ 展望未來

2001年11月10日，大陸獲准加入世界貿易組織（WTO），可謂21世紀國家大事之一，而對於出版界來說，則以「狼來了」比喻之，究竟伴隨WTO公平、自由的貿易原則在大陸出版市場運行的結果，是危機？抑或轉機？此時此刻，無人能下斷語。唯一肯定的是，未來亦將是適者生存的世界。

許多專家學者即針對未來出版社應有的體認與發展，提出其個人見解。重慶大學出版社社長張鶴盛認為，加入WTO乃大學出版社的一大機遇，且伴隨而來的外商和外資將使出版業長期存在的頑症，如地方保護主義和行業封鎖等，得到解決。也因此，



應善用二種資源，一為校內外資源；二為國內外資源，並發展兩個市場，一為教材市場，二為一般圖書市場，以拓寬自己的生存空間。（注32）彭松建亦指出，首先要轉變觀念，與國際接軌，走向出版大生產；其次是體制問題，即人、才、物等管理上的改革；此外，應加強創造品牌出版品和品牌出版社，才能與外國出版公司一較高低；而市場的競爭首先是人才的競爭，是故，亦應培養專業的出版家。（注33）也因此，北大出版社透過定期培訓、組織編輯人員深入實際，特別是經濟特區和沿海開放地區參觀學習、開闊眼界，派遣編輯人員出國進修和參加有關國際會議，以及注意吸收出國留學人員到出版社工作等方式，（注34）積極延攬與強化工作團隊的建設。

為能永續經營，北大出版社亦積極規劃其發展藍圖，將於未來廿年內組建出版社集團，年出書品種達2,000種，年印製總產值達10—20億人民幣，年發行金額達8—10億人民幣，年出版世界級一流出版物5—8種，各級各類獲獎的優質出版物占總出版品種的5%至8%，而為了達此目標，北大出版社擬實施五項工程：（見右圖）

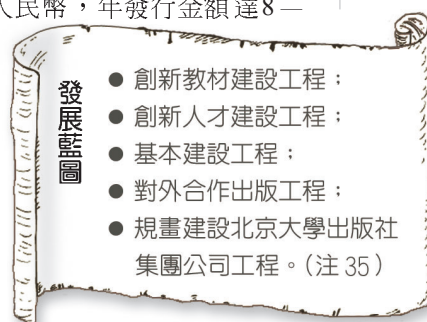
出版集團化是大陸出版事業近年來形成的一股風潮，亦是北大出版社未來的目標之一。其目的乃是為達精簡組織、縮減冗員人力、避免重複浪費，並可於宏觀調控的大原則下，統一指揮和領導，提升各出版單位的凝聚力 and 向心力。（注36）2000年4月3日，北京大學與北京醫科大學正式合併。2002年8月，北京醫科大學出版社經新聞出版總署批准，更名為北京大學醫學出版社。至此，北大出版社與北大醫學出版社即成為北大所屬且獨立經營的出版社，亦是該校組建北大出版集團的第一步。

然而，誠如林訓民所言，出版集團化未必是解決所有問題的一劑「萬靈丹」。（注37）有的出版社因為改革而成功；有的則因此導致內部體制的不良，是以，其未來走向如何？仍是個有待觀察的未知數。

#### ◆ 他山之石

大陸教育部社政司司長閻延河表示，中國高等教育事業的發展是離不開大學出版社的支撐的，大學出版社對高等教育的發展，特別是對高校教學水平的提高、學術的繁榮、優秀人才的培養乃至整個學校的精神文明建設都發揮了重要的作用。（注38）而臺灣地區大學出版社之發展，各大學依據大學法第11條第一款及大學規程第9條，於教務處下設置出版組，目前，除了成立較早的文化大學華岡出版部之外，已有不少大學如臺大、輔大、淡江、師大、南華、空大等，紛紛設置出版部門，然而，這些大學出版社是否彰顯其應扮演的角色與功能？

為促進臺灣地區大學出版社未來之發展，以下即以北大出版社的營運為借鏡，提出幾項建議：





首先，大學出版社於母機構中的定位尚待釐清。國內大學出版社的成立受制於所依據之法源，僅得於教務處下設置出版組，即使是單獨成立出版中心，也往往立場不夠明確而淪為校內的印刷廠；反觀北大出版社，乃北京大學下獨立設置的單位，其各項業務由專人各司其職，獨立經營，方能真正落實為校內外教學、為學術研究服務的精神。

其次，大學出版社與其它出版社相較而言，內部資源十分豐富，出版社可茲善用的資源包括人才資源、資訊資源、選題資源、設備資源、環境資源和名牌效應等。(注39) 北大出版社經營的致勝因素之一，即有賴其校內各項資源的妥善運用。國內大學出版社如能配合各校重點發展學科，對於校內資源運籌維幄，建立個別出版特色，將使其出版事業與學校教學研究相得益彰。同時，在各校普遍經費有限的情況下，出版事業的經營有朝一日或可成為校方開闢財源的一個途徑。

此外，北大出版社對於出版品嚴謹的選題與質量控制，是其出版圖書資料得以獲致市場肯定的基礎。這樣的經營理念與態度，實為國內大學出版社應積極學習之處，一方面致力於輔助校內教學研究，另一方面，亦不忘向外拓展出版的主題與類型，視一般民眾為服務對象，多方面滿足不同類型讀者的閱讀需求。

#### ◆ 結語

國內大學出版社的發展尚處於起步階段，不論是組織編制、出版刊物的類型，乃至於整體的營運等，皆有很大的改善空間。諸如北大出版社這樣發展時間較長、運作上軌道且別具特色與規模的出版社，其編輯、選題、審稿、發行、推廣行銷及對外合作等各方面的運行，都可作為國內同業仿效學習的目標。然而，真正要落實改革，還須要母機構與主事者對於出版事業的重視。期望在不久的將來，國內大學出版社能同北大出版社一般，真正達到大學出版社以教材優先、學術為本的服務理念。

#### 參考書目

##### 期刊

- 李東，〈我們在發行工作上的總體思路〉，大學出版2000年2期，頁39。
- 林訓民，〈從大陸出版集團形成談台灣出版業因應之道〉，出版人（1998年8月），頁40-4。
- 周月梅、田秀玲，〈我們是怎樣開展對外合作的〉，大學出版2期（1995），頁46-7。
- 莊耀輝，〈臺灣地區大學出版概況研究〉，出版界60期（2000年11月），頁8-15。
- 陳素娥、邱炯友，〈臺灣地區大學出版社之問題與展望〉，教育資料與圖書館學



- 33卷4期(1996),頁426-453。
- 賀聖遂,〈中國大陸大學出版社經營模式〉,出版界60期(2000年11月),頁16。
  - 張鵠盛,〈大學出版社的機遇與發展〉,中國出版1期(2001年),頁140。
  - 彭松建,〈精心出好書全力育英才〉,大學出版1期(1994),頁10-1。
  - 彭松建,〈強化精品意識,實施精品戰略〉,大學出版2期(1997),頁4-5。
  - 彭松建,〈穩中求進,在開拓中發展〉,大學出版1期(1998),頁4。
  - 彭松建,〈堅持黨的出版方針,為創辦一流大學出版社而努力〉,大學出版1期(1995),頁47-9。
  - 彭松建,〈大陸地區大學出版社概況—中國大學出版社展現廣闊的發展前景〉,出版界60期(2000年11月),頁6-8。
  - 賓長初,〈關於大學出版社辦社宗旨的思考〉,廣西師範大學學報36卷2期(2000年6月),頁99-100。
  - 劉樂堅,〈北京大學出版社喜慶恢復建制廿年〉,大學出版4期(1999),頁11-13。
  - 劉樂堅,〈競爭,創新,求發展,創一流—北大出版社恢復建制20年的回顧與展望〉,大學出版3期(1999),頁5-7。

#### 網路資源

- 中國高校教材圖書網,「積極出版創新教材,為教育大發展服務—北京大學出版社教材建設」,<http://www.sinobook.com.cn/press/newsdetail.cfm?iCntno=105> (19 Feb 2003)。
- 中國高校教材圖書網,「爭創第一,質量一流—北大出版社質量管理體系」,<http://www.sinobook.com.cn/press/newsdetail.cfm?iCntno=128> (19 Feb 2003)。
- 北大出版社,「出版社簡介」,<http://cbs.pku.edu.cn/survey.htm> (19 Feb 2003)。
- 曹培紅,「把創新進行到底」,<http://www.gmdaily.com.cn/ds/dshomepage.nsf/documentview/2001-11-07-19-E0FE8E8F2DB2987A48256AFD00031DB2?OpenDocument> (28 Dec 2001)。
- 舒晉瑜,「大學出版社開打“入世”牌」,<http://202.130.245.40/gate/big5/www.china.org.cn/firbry/2001-11-9/2001-11-9-5.htm> (18 Dec 2001)。
- 張九紅,「評論: EBOOK—出版業的網絡延伸」,<http://www.cgan.com/scence/publish/netpub/ebookp.htm> (7 Dec 2001)。
- 彭松建,「『卓越』彭松建:創建世界一流的大學出版社」,<http://www.7cworld.com/k&d/big5/2001/0913/newsfile/20010913101440.htm> (21 Dec 2001)。
- 劉江華,「未名湖畔書香飄——校慶前夕訪北京大學出版社社長彭松建」,[http://www.gmdaily.com.cn/0\\_ds/1998/19980429/GB/196^DS1308.htm](http://www.gmdaily.com.cn/0_ds/1998/19980429/GB/196^DS1308.htm) (20 Dec 2001)。





注釋

- 注 1：劉樂堅，〈競爭，創新，求發展，創一流——北大出版社恢復建制20年的回顧與展望〉，大學出版3期（1999），頁5。
- 注 2：中國出版網，出版50年，出版單位，「北京大學出版社」，<http://www.china-publish.com.cn/CHUBAN50/chuban-danwei/cbdw001.htm>（20 Dec 2001）。
- 注 3：同注1，頁5。
- 注 4：同注2。
- 注 5：同注2。
- 注 6：同注2。
- 注 7：北京大學出版社，「北京大學出版社概況」，<http://cbs.pku.edu.cn/gaikn.htm>（21 Dec 2001）。
- 注 8：同注7。
- 注 9：同注1，頁7。
- 注10：同注7。
- 注11：劉江華，「未名湖畔書香飄——校慶前夕訪北京大學出版社社長彭松建」[http://www.gmdaily.com.cn/0\\_ds/1998/19980429/GB/196^DS1308.htm](http://www.gmdaily.com.cn/0_ds/1998/19980429/GB/196^DS1308.htm)（20 Dec 2001）。
- 注12：北大出版社，「出版社簡介」，<http://cbs.pku.edu.cn/survey.htm>（19 Feb 2003）。
- 注13：彭松建，「『卓越』彭松建：創建世界一流的大學出版社」，[http://www.7cworld.com/k&d/big5/2001/0913/new\\_sfile/20010913101440.htm](http://www.7cworld.com/k&d/big5/2001/0913/new_sfile/20010913101440.htm)（21 Dec 2001）。
- 注14：同注2。
- 注15：同注2。
- 注16：彭松建，「堅持黨的出版方針，為創辦一流大學出版社而努力」，大學出版1期（1995），頁47。
- 注17：謝震南，「2000年兩岸大學出版交流研討今天閉幕」，中央通訊社新聞（2000.6.22）。
- 注18：同注16，頁49。
- 注19：同注16，頁48。
- 注20：同注16，頁49。
- 注21：電子商務@中國應用平台，「北大出版社舉辦圖書展銷」，<http://www.8848.net/fjnews/200007/0709/200007091992454.htm>（3 Jan 2002）。
- 注22：同注12。
- 注23：阿帕比，「“北大三強”聯手推動ebook」，<http://www.apabi.com/market.htm>（3 Jan 2002）。
- 注24：張九紅，「評論：EBOOK——出版業的網絡延伸」，<http://www.cgan.com/science/publish/netpub/ebookp.htm>（7 Dec 2001）。
- 注25：同注24。
- 注26：漢林書城，「漢林網上書城圖書選介·歷史類」，<http://www.xys.org/hanlin/selection/history.html>（3 Jan 2002）。
- 注27：同注13。
- 注28：李東，〈我們在發行工作上的總體思路〉，大學出版2期（2000），頁39。
- 注29：曹培紅，「把創新進行到底」，[http://www.gmdaily.com.cn/ds/dshomepage.nsf/documentview/2001-11-07-19-E0FE8E8F2DB2987A48256AFD\\_00031](http://www.gmdaily.com.cn/ds/dshomepage.nsf/documentview/2001-11-07-19-E0FE8E8F2DB2987A48256AFD_00031)



DB2?OpenDocument (28 Dec 2001)。

注30：周月梅、田秀玲，〈我們是怎樣開展對外合作的〉，大學出版2期(1995)，頁46-7。

注31：同注12。

注32：張鶴盛，〈大學出版社的機遇與發展〉，中國出版1期(2001年)，頁140。

注33：舒晉瑜，「大學出版社開打“入世”牌」，<http://202.130.245.40/gate/big5/www.china.org.cn/firbry/2001-11-9/2001-11-9-5.htm> (18 Dec 2001)。

注34：彭松建，〈精心出好書，全力育英才〉，大學出版1期(1994)，頁11。

注35：劉樂堅，「北京大學出版社喜慶恢復建制廿年」，大學出版4期(1999)，頁13。

注36：林訓民，「從大陸出版集團形成談臺灣出版業因應之道」，出版人(1998年8月)，頁40。

注37：同注36，頁40。

注38：同注35，頁12。

注39：同注32，頁140。