

# 外研社 缔造中国出版业神话

——访外语教学与研究出版社社长于春迟

2009年6月5日,由外研社组织的“国际少儿英语教学趋势与实践研讨会暨《剑桥国际少儿英语》全球同步新书发布会”在郑州隆重举行。提起主办方外研社,可称得上是中国出版业的神话。1979年成立的外研社(外语教学与研究出版社简称)曾创造了中国出版史上的很多“外研奇迹”。今年8月,外研社又将迎来她的30年华诞。在《剑桥国际少儿英语》全球同步新书发布和外研社30华诞到来之际,本报记者采访了外研社年轻而重量级的掌门人——于春迟社长。

晚报记者 唐善普 李正兵



**人物简介:**于春迟,外语教学与研究出版社社长,北京外国语大学校长助理。1990年毕业于北外英语专业;1990年开始在外研社工作,历任国际合作部主任、社长办公室主任和出版部主任、社长助理、总支副书记、副社长;1996年~1997年,英国斯特林大学编辑出版学硕士;2002年任常务副社长;2004~2006年,长江商学院EMBA毕业;2007年5月,任外研社社长;2008年12月,任北京外国语大学校长助理,兼外研社社长。2008年,他被北京新闻出版局、北京市新闻出版版权创意成果奖先进个人”及相关部门颁发的“全国宣传文化系统‘四个一批’经营管理人才”称号。



## 国际化的中国出版社

很多人没到过北京,却对外研社这个品牌耳熟能详。在他们心里,屹立在北京西三环那栋典雅的外研大楼,那抹“外研红”是北京一道美丽的风景。《中国新闻周刊》报道说,在4亿中国人都学英语的中国,80%的英语学习者曾用过外研社的教材,这说明什么?说明外研社这一品牌已扎根在人们的心里,外研社对图书市场拥有绝对的话语权。

同时,外研社30年跨越式发展经验被业界不断地解读、肯定,赢得了一个又一个殊荣:“先进高校出版社”、“全国优秀出版社”、“讲信誉、重服务出版单位”、“全国语言文字工作先进集体”……

6月2日,世界品牌实验室在北京发布了“2008中国500强最具价值品牌”。在这份基于财务分析、消费者行为分析和品牌强度分析而得出的中国品牌“国家队”阵容中,外研社以23.92亿元的品牌价值入选“中国500强最具价值品牌”。首次纳入评选范围的出版企业只有5家,外研社是其中唯一的大学出版社、外语出版社。

外研社,1979年8月成立,从当时的七八个人、两三间办公室、借款30万元,到1990年完成1000万发行码洋,到1995年,发行码洋从1000万元增至1.8亿,再到2008年,发行码洋达到18.5亿,外研社发展成就了中国出版业发展史上的“外研奇迹”,也成就了外研社国内外皆知的“外研品牌”。

外研社的发展轨迹值得借鉴、深究,但外研社的原汁原味却无法复制……就像一千个读者心中有一千个哈姆雷特一样,如今的外研社,正被国内外人士以各种各样的方式解读和铭记。



## 将品牌发展战略不断升华

从1979年8月成立时,外研社就确定了“品牌人、品牌书、品牌社”的发展方略,通过走出去、请进来的国际合作模式,1990年完成1000万发行码洋;1995年,发行码洋从1000万元增至1.8亿;2008年,发行码洋达到18.5亿。当下,外研社正在为2009年实现20个亿的经营目标殚精竭虑。

数字变化的背后是管理、营销、组织机构、人员素质的全面变革,而驱动变革的重要力量,源自正确的“精品战略、以教育出版为中心,规模效益、对外汉语出版工程”四大战略。

外研社社长于春迟说:“外研社能成为我国出版业的奇迹,与一批标志性的品牌作者有

很大关系。”这批品牌作者中,许国璋和路易·乔治·亚历山大是两个具有里程碑意义的标志性品牌人。

而在品牌书的打造上,外研社坚持走“以质量取胜的品牌建设之路”,30年来获奖无数。读者耳熟能详的品牌图书不胜枚举:《走遍美国》、《新编大学英语》、《新视野大学英语》、《英语(新标准)》、《麦克米伦高阶英汉双解词典》、《汉语900句》、《快乐星球》……这些走进广大读者生活中的图书,将外研社这个品牌影响力呈几何倍数地扩散。

多年来,作为国内最大的外语教育图书出版基地和外语图书市场的领军者,秉承“记载



## 在奋进和改革中不断创造奇迹

“1990年至1998年,是外研社的创业期,在夹缝中寻求生存的支点。进而进行调整。”于春迟说,到了1994年,基本上有了一个畅销书的雏形,那时《走遍美国》和《汉英词典》等一系列词典开始畅销。这两本书的畅销,为外研社后来的发展方向打下了良好基础。1996年,外研社将目光瞄向了世界级王牌作者路易·乔治·亚历山大和他的《新概念英语》上。当时的社长李朋义亲自飞往英国去与亚

2007年5月,于春迟接掌帅印。如何让外研社这面旗帜永远高高飘扬,继续光荣与梦想,是所有外研人的重任。于春迟说,他决不能躺在已有的成绩上睡大觉,要加快发展速度,用求真务实的实干精神,实现外研社的可持续发展,建设“百年老店”。

两年时间的验证,我们看到了一串数字:2007年,外研社实现了销售码洋16亿元,比2006年增长27%;2008年,销售码洋18.5亿元,EPR系统正式上线;数字出版、英语教育出版市场强势领跑;少儿出版黑马杀

外研社,在第一个30年,成为了中国出版业的旗舰,今后还将以领跑者的姿态迎来第二个30年,第三个30年,乃至更远。于春迟,这位年轻的掌门人,给外研社的未来规划了怎样一幅宏伟蓝图?于春迟说,在全国100多家大学出版社中,外研社的综合实力居于首位,在全国570多家出版社中,外研社的综合实力排在前五名。未来,我们要将外研社打造成百年名社。这是所有外研人

历山大洽谈,在国内为他安排了一系列的交流、讲座。从此,亚历山大夫妇开始了与外研社长达数十年的愉快合作之旅。

1997年,为国人量身订造的《新概念英语(新版)》被外研社隆重推出,继而在全国铺开大规模推广活动,曾轰动一时。如法炮制的推广还有1998年外研社和浙江大学出版社合作出版的《新编大学英语》以及后来的大规模英语教师培训。同时,外研社启动国际合作战略,从原文引进工具

书语法书;从牛津引进英语文学读物;从剑桥引进英语技能训练、语言测试用书;从西蒙·舒斯特引进商务英语……从此,外研社迈上了高速发展的轨道。

这些年间,于春迟也完成了他职业生涯的“三级跳”:从一个默默无闻悉心学艺的小编辑到社长助理兼国际合作部主任;从英国学成归来后又身兼社长助理和出版部主任二职;成为主管出版、财务、发行、营销的副社长。

的共同理想。

目前,外研社已有10大分社,11个独立的法人企业,还有分布全国的16个信息中心和推广中心,已形成了集团化规模。为实现百年名社这一目标,外研社未来的战略是由传统的出版商向知识服务商转变,在挺拔主业、巩固和发展传统出版业务的同时,全力开拓教育培训和信息服务等辅业,从内容生产转变到资源

集成。目前,外研社已推出面对高校师生群体用户的外研社数字学习资源平台,以及面对个人用户的双语互动网站——悠游网(www.2u4u.com.cn)及数字学习平台FLTRP-Learning。这些平台提供多模态学习方式,以个性化学习方案为线索,为学生提供学习诊断测试、考试题库、多媒体课件、互动电子书刊、音视频等多种学习资源。

于春迟说,这些成绩的背后,还依赖于外研社有一支敢拼、敢闯、敢想的员工队伍,及“以人为本(以员工、作者、读者为本)”独特的外研文化。这一系列正确发展战略的实施,保证了外研社的跨越式发展和持续增长。

外研社还在科学出版、教育培训、测试体系等多个方面进行了有益的探索和尝试,并取得了阶段性成果。对外汉语出版工程战略:2005年初,外研社制定了“对外汉语出版工程”这一具有重要意义的战略规划,并取得了很好的效果。

于春迟说,这些成绩的背后,还依赖于外研社有一支敢拼、敢闯、敢想的员工队伍,及“以人为本(以员工、作者、读者为本)”独特的外研文化。这一系列正确发展战略的实施,保证了外研社的跨越式发展和持续增长。

外研社还在科学出版、教育培训、测试体系等多个方面进行了有益的探索和尝试,并取得了阶段性成果。对外汉语出版工程战略:2005年初,外研社制定了“对外汉语出版工程”这一具有重要意义的战略规划,并取得了很好的效果。

