

卓越亚航：做书做事如做人

“诚信为本、精品至上”的经营理念和对文化的长期坚守，成就了卓越亚航在民营书业的卓越品牌。

■本报记者 张颖超

北京卓越亚航图书有限公司成立于1998年，其前身为1992年成立的北京卓越文化有限公司。十多年来，公司经历了快速发展期，也度过了2008年民营书业的寒冬期。

纵观公司十多年的发展历程，公司总裁汪海表示，公司的名称中“卓越”二字源于其追求卓越的性格，同时也源于想要将企业打造成亚洲文化航空母舰的理想，而支撑这些理想和信念的就是公司“诚信为本、精品至上”的经营原则。

缘起：偶然与机遇

在汪海看来，自己与出版业结缘20余载或许称得上偶然。汪海出身于知识分子家庭，父母都是西安的大学教授，经常与出版社合作自费出版一些数学、经济方面的图书。当时有个规定，凡是自费出书，作者有5000册的包销任务，这个任务也就落到了年轻的汪海身上。上世纪80年代前期，几乎是国营书业一统天下之时，民营书业方兴未艾，汪海只得背着这些书前往全国各地新华书店，希望新华书店承担这些书的寄销业务。在当时，开展这些业务尤其艰难，有一些账目根本无法收回。不过就是在这个过程中，受过高等教育的汪海发现：做书也是文化人该做的事情，也是自己能做的事情，同时这里也包含着商机。

随着行业的发展，1988年前后，全国各地开始有了第一批民营策划商，也有了第一批民营渠道商，汪海当时成立了名为西安图书资料发行部的机构，专门发行学生教辅，以邮购业务为主，开始进入发行领域。1989年，汪海又成立了西安东方书社，开始从事图书策划，主要做少儿书的策划。

由于当时民营策划市场刚开放不久，竞争较少，汪海和他的东方书社就成了“第一个吃螃蟹”的人，虽然每年只做20-30本书，但每一本

书都能达到两三万的首印量，东方书社策划的少儿产品在全国非常有名，以至于当时在民营渠道，提到西安东方书社，基本都知道汪海这个人。在汪海看来，知名度确实源于入行早，但更重要的是自己策划的产品确实能给合作方带来收益。

壮大：市场与机会

经过多年的打拼，汪海拥有了丰富的图书资源和市场经验，决定将公司重心调整到北京。

1992年，在一次来京推销图书时，汪海结识了同样也在拓展业务的远方出版社的工作人员，双方一拍即合——成立公司进行合作，于是卓越亚航的前身卓越文化艺术有限公司便在甜水园图书批发市场里成立了。之后，公司便开始了新的发展，与许多出版社进行了合作。1998年，卓越文化与同心出版社合作时成立了现在的卓越亚航公司，而在这次组建新公司后，业务达到了高峰，在1996-2006年期间，公司每年策划图书达200本之多。

逐渐地，卓越亚航形成了以计算机、作文、少儿、音乐选题为主的四大板块，并陆续开发了少儿励志方面的选题，并且逐渐形成了自己的特色。

另外，卓越亚航策划出版了大量音乐、西洋乐器方面的图书，尤其是吉他方面的图书，由于市场需求量大，每年策划60本左右的音乐图书。在汪海看来，卓越亚航的优势在于不但专业，而且数量庞大，同时这种图书对多数民营策划商而言，定位较偏，想要跟风就存在一定的困难，要么是编辑力量达不到，要么是数量达不到。

1990年，卓越亚航陆续开始做少儿读物，其中少儿注音读物算是一大发明。汪海介绍，这是通过对市场的敏锐观察发现的，其夫人多年学习汉语言专业，发现家长希望小孩在一、二年级学完拼音之后，能够有适当的阅读能力，因此需要一些

注音的读物来辅导阅读，而以前市场上注音读物基本上很少。为此，卓越亚航做了几个系列的注音读物，没想到一次小小的尝试竟引起了市场的关注，大量其他种类的注音读物开始涌现出来，卓越的这一创新之举在当时引领了一个小小的风潮，以致该读物的盗版也尾随而至。

跟风、盗版或许能够说明正版产品引起的轰动效应，但另一方面也反映出市场的不规范。汪海表示，能从这样的市场中杀出来，也实属不易。

转型：坚守与执着

2008年，书业特别是民营书业遭遇了一场寒流，卓越亚航的业务也面临着挑战。

汪海表示，公司业务遭受的主要挑战在于印刷用纸供求关系的转变。以往印刷厂先供纸，公司三个月到半年后，书款回笼后再付款给印刷厂，印刷厂再付纸厂纸张费用。而2008年供需双方关系发生变化，变为在印刷前公司先行支付纸张费用；而在下游，必须要将书发出至少半年之后，货款才能回笼。这无疑给公司资金链条的运转带来了不小的压力。然而，压力不仅于此，下游市场运作并不规范，渠道商拖欠货款的情况屡屡发生，同时2008年市场并不好，有时应收款达1000-2000万元之多。市场的低迷也给卓越亚航的经营产生了影响，2008年销售额仅为前几年的50%左右。

对此，汪海倒显得并不十分悲观，以他个人二十年的从业经验看，出版也有“大年”、“小年”之分。以前很少出现连续几年市场疲软的现象，目前的情况也是与经济大形势有关的，即便是这样，卓越亚航也没有打算放弃图书策划业务。

然而，市场的情况是客观存在的，“小年”里企业战略调整也在所难免。据介绍，卓越亚航目前采取的是防守型策略。所谓防守，就是将产品做精、做少，看不准的不做，以避免进入滥做、滥发，货款更加难以回



卓越亚航总裁汪海 / 供图 文龙

笼的恶性循环。汪海也坦言，尽管这样，形势还是比较严峻，在这种形势下坚持企业的理想更需要执着与坚守。

据悉，卓越亚航进行过多次转型。从最早的少儿图书策划商到加入计算机、作文、音乐等出版品种的策划者。除图书方面，卓越亚航也开始向当代艺术方面转型，开始承接艺术设计方面的项目，公司虽然主要精力还是在图书方面，但是已经开始进行其他方面的探索。这种探索既是企业发展之路的再开拓，又是企业品牌的再延伸。

启悟：品牌与企业

在图书行业中摸爬滚打二十年之后，汪海通过进行MBA的学习，对企业发展也有了个人启悟：要有眼光，要诚信，做企业就是做人，企业和个人信誉是最重要的。在他看来，无论是卓越亚航，还是卓越文化，以至更早的东方书社，诚信经营和独到的市场眼光给企业树立了品牌，品牌的建设和维护对企业而言更加重要。

汪海表示，品牌分为个人品牌和企业品牌，两者同样重要。所谓企业品牌就是选题和产品，这是区别于其他策划商的杀手锏。在创业之初，民营渠道对品牌的认可还停留在对人的认可上，因此，公司的产品

主要面向民营渠道。因为当时企业的品牌就是汪海的个人品牌，他经常以个人名义代表公司出席各类会议。而在公司做大之后，特别是和更多出版社合作之后，企业自身的品牌变得更加重要。在有了这种品牌意识之后，出席活动时汪海的姓名就前加上了卓越亚航的字样。正因为业界对公司的认可，卓越亚航与出版社的合作逐渐提升了企业的品牌，而图书的质量成为公司的形象代言。因为市场是硬道理，产品好，合作方才会愿意和产品的策划者、制作者打交道。

正是品牌建设成功，才使卓越亚航的业务取得不断的发展，即使在转型期，品牌效应也很大。

由于与客户的关系保持良好，每一次转型都带来了客户的转型，转型做经管书时，客户转型做经管，转型做计算机图书时，客户也转型做计算机图书，这不得不说是其品牌号召力的影响。而在与出版社的合作方面，卓越亚航与多家出版社开展合作，每一次的合作时间都很长，与同心出版社、上海科普出版社的合作都有近十年的历史，这也使卓越亚航的品牌获得了合作方的认可。

对于合作的顺利，汪海表示，卓越亚航做的并非短线投资，而是一种长期的坚守，促使卓越亚航和他本人坚守的就是对文化的信念。

信息速递

上海博库 关爱智障儿童

本报讯(朱兵)日前，上海博库书城迎来了一批特殊的读者，他们就是来自徐汇区董李凤美健康学校的学生们。为了锻炼智障儿童的自主生存能力，董李凤美健康学校特地组织学生到书城开展实践活动，希望通过此次活动能够让孩子们学会独立购买一本书。

上海博库书城为了给孩子们提供一个安全、舒适的购书环境，特地在四楼儿童区域开辟了一块独立的购书场地，不仅为孩子们提供了看书的椅子，还派出了20位党、团员全程陪同。据了解，上海博库书城从成立开始，就鼓励员工积极参加各项公益工作，用爱心感染读者，吸引更多的人走进书城做出

购买行动。看着董李凤美健康学校的这些智障孩子们，员工们都有些动容。

博库书城党组书记何建华告诉记者：“为智障儿童服务是一件非常有意义的事，不仅能奉献爱心，而且还能让孩子们感受到爱，更能让团员青年们提高社会责任感和工作责任心”。

智障孩子都希望能够被社会关心，抱一抱他们或牵着他们的手到处走一走，这种简单的肢体接触，可以让他们感受到自己是被人爱的。

何建华表示：“关爱智障儿童的活动我们会坚持长期做下去，并呼吁更多社会人士来关注这些弱势群体。”

西安将建全国最大出版物物流基地

本报讯(轩轅)11月22日，西北出版物物流基地项目在西安国际港务区正式开工。该项目是西安国际港务区策划引进的一个重大建设项目，由海亚物流控股(新加坡)有限公司与陕西奥达企业集团共同合作运营，总投资10亿元人民币，占地面积1000亩，总建筑面积40万

平方米，预计2012年竣工。依傍西安国际港务区成熟的现代物流平台，建成后该基地将成为全国最大的出版物物流基地，辐射陕西、西北、西南及中原地区。

按照规划，西北出版物物流基地将设置五大区域，分别为出版物展示展销区、物流运营中心区、物流

仓储租赁区、综合服务区和公益文化休闲区。项目建成后，西北出版物物流基地将集展示展销、批发零售、分拣分包、仓储运输、网点配送、综合服务等功能于一体，并提供分拣、包装、仓储、运输及代办运输，代储代运代销，图书后期加工，图书馆装配，信息发布，及后勤等服务。

深圳书城 举办进口图书展销会

本报讯(轩轅)由深圳出版发行集团公司主办的深圳读书月“读全球书，知天下事——进口图书精品展销订货会”于2009年11月19-22日在中心书城举行。

据了解，这次活动是本届深圳

读书月扩大阅读交流的一种尝试。本次订货会共有香港、台湾多家重点出版社参展，其中台湾五南、故宫博物院等专业出版社及天下文化、时报等主流出版社的部分图书也一并参展。美国、英国及亚洲知名出版

社麦格劳-希尔、约翰·威立、兰登书屋、企鹅等知名出版企业的优秀出版物以及美国、日本、欧洲等海外期刊也前来参展。进口图书通过其独特的题材及思想领域，让读者体验到多样化、高品质的阅读。