

A

A 参考资料

以下书籍和资料，在本书写作过程中曾经带给我有用的信息。

- 《Word 6.0 的使用艺术》，薛晓岚，资讯人 1995
- 《Word 7.0 的使用艺术》，薛晓岚，资讯人 1996
- 《Word 97 的使用艺术》，薛晓岚，资讯人 1997
- 《Word 巨集设计》，张惠斌，松岗 1996
- 《Word 2000 长文件设计》，侯俊耀，学贯 1999
- 《Word 97 On-line Help》，Microsoft Corp.
- 《Acrobat 4.0 On-line Help》，Adobe Systems Inc.
- 《Word 2000 VBA Programmer's Reference》，Duncan Mackenzie, Wrox 1999

B

B 粗粮的细作

— 邹震 —



这是一篇刊载于 2004/03/03《中华读书报》的书评文章，写得极好。蒙作者邹震先生首肯，我把文章放在这儿以飨读者。《中华读书报》是大陆知名的知性报纸，常有许多书评，包括 IT 技术类书评。邹震先生为大陆人士，可能有些用语对台湾读者不那么熟悉。语气不影响理解，所以我没有做任何用语转换。

※文中所说的币值是人民币。人民币和新台币的汇率目前大约是 1: 4。

※文中所说的出版社都是大陆出版社。

※两岸用语对照：软件↔软体。信息↔资讯。项目管理↔专案管理。程序↔程式。

对生活条件日渐优越的人们来说，粗粮正在愈来愈成为一种高档的食品。粗粮由于富含人体所必需的一些微量元素，从而成为了人们不可缺少的食物，但粗粮糟糕的口感却往往又拒食客于千里之外，因此，粗粮转化为高档食品的前提是厨师能把粗粮也做出好的味道。曾经有一位上了年纪的同事，由于年轻时吃了太多的粗粮，对贴饼子熬小鱼等粗粮做成的所谓“农家菜”实在提不起兴趣，但当厨师把蒸好的窝头用油炸透，再沾以炼乳来食用时，我的这位同事却又开始了大嚼特嚼。世界上相通的事物很多，退回到计算机图书市场，今天办公软件类图书所处的地位就和粗粮的情况相仿。

粗粮式的办公软件

虽然利用 Office 处理办公事务曾经一度成为是否会使用电脑的标志，但到了今天，办公软件类图书已成为了没有细做前的“粗粮”，甚至沦为了不折不扣的“鸡肋”。

说办公软件类图书像粗粮，是因为办公软件同粗粮一样，“口感”往往很差。在人们的印象中，办公软件已得到了大面积的普及，会利用 Office 处理办公事务只

是一项很平常的本领，从而只能成为人们求职的基本条件，而不可能成为提薪或升职的条件，于是人们就开始轻视办公软件的技能。另一方面，人们却都在忽略一个事实：绝大多数人只用到了不超过 Office 套装软件 30% 的功能¹，因此许多高级事务不是 Office 做不了，而是人们没有把 Office 研究透，从而不会用 Office 来做。这样在实际工作中，一方面人们不知道 Office 能做某些事情，于是就想当然地把 Office 归入“低档”的电脑技能，另一方面，人们却面对许多实际问题一筹莫展。造成这对矛盾存在的原因，还要归咎于目前办公软件类图书的写法。

当前办公软件类图书基本上只介绍办公软件基本的操作功能，而没有和实际工作中遇到的问题结合起来²，这样，也就失去了介绍办公类软件其余 70% 功能的必要性。要使一本电脑图书成为畅销书，定价的高低往往也会成为一个决定性的因素，而深入介绍一个软件的应用时，图书的篇幅必然随之增大，定价也会随之增高，编辑这时就会被一个问题所困惑：是否存在肯于花 80 元买办公软件类图书的读者。再说明白一些，这个问题就是粗粮式的办公软件类图书有没有细做的必要。

粗粮是否需要细做

要找到“办公软件类图书是否需要细做”这个问题的答案，我们不妨来研究一下读者的购买目的。以编程类图书来说，华中科技的《深入浅出 MFC》售价达到了 80 元，而电力社的《C++ Primer 中文版》的售价甚至到了 128 元，而这两本的销量却又都达到了一个惊人的数字。类似的例子还有很多，这就说明价格并不是唯一左右读者是否购买的唯一因素，读者同样会考虑图书的实用性等因素。

我们再来看一组数字。从理论上说，信息化是国内多数企业都需要的，然而，面对总投入上百万甚至上千万的大型管理信息系统，能实施大型管理信息系统的企业和不能实施的企业就形成了一个 3:7 的比例。再来看实施得起大型管理信息系统的企业，以 ERP 软件为例，实施成功的企业和实施不成功的企业又形成了一个 3:7 的比例。这样，超过七成的国内企业不是不需要信息化，而是需要以一种更为经济，更为便捷的方式来实现（如暂不需要 BPR），这实际上就给办公软件留

¹ 侯捷眉批：我认为 80% 的用户只用了 Office 软件 20% 的功能[◎]

² 侯捷眉批：大多数 Office 书籍并不是由“实际使用这些软件于实务工作”的行业人士所写（或提供经验），而是由电脑书籍写手所写。行业人士从领域知识切入、从解决问题的角度切入，电脑书籍写手则只能从 menu 切入！

下了巨大的市场空间。在管理软件厂商看来,以办公自动化实现为标志的 OA 系统,是低档次的代表,这种观点使得许多传统企业也耻于谈论 OA。于是,办公软件就处于一个不上不下的地位。然而企业的实际需求却还是实际存在着,如果这种需求得不到满足,产生需求的工作就会以一种病态的方式来运作。

以决策系统而论,国外的企业哪怕规模再小,也会设一个建模师的职位,这个人的职责就是把企业决策时遇到的问题综合成一个数学模型来考虑,进而找出最佳方案,而这在国内中小型企业中则成了一件不可思议的事情。国内许多企业还是延用了“三拍”式的决策方式:事前靠拍脑门决策,如果决策失误则拍大腿后悔,当决策失误造成重大损失时,则拍拍屁股走人。一个小小的决策系统的缺失,给企业带来的损失往往是无法估量的。

再对目前很热的项目管理而言,尽管项目管理已变成了一个炙手可热的名词,但在人们印象里更多的还是认为只有建筑工程和软件开发才会用到项目管理。而所谓项目,不过就是我们只做一次的工作,这样不论是设计一架飞机,还是创作一条企业的宣传标语,只要这项工作有开始和结束,有明确的产出结果,都可以作为项目来对待。因此,从医疗保健到制造行业,从软件设计到矿产资源开发,各行各业无不涉及项目管理。离开了项目管理,会造成所有的项目同时处于资源需求的最高峰或是项目同时结束,而前者会导致企业背负沉重的负担,后者则会使得企业不得不面临裁员的困境。再如项目估算、预算、控制、沟通以至审计等其他方面,企业往往也会因安排不合理而遭遇危机。其实一句中国的老话已经形象地概括了项目管理的功用——吃不穷,花不穷,算计不到就是穷。不知企业的领导者们有没有考虑过因为没有进行项目管理这种“算计”工作,而少赚了多少钱。

值得提到的还有知识管理领域,来自 Gartner 研究机构的报告表明:一家不具备协作性质的公司,只能对仅仅 20% 的企业资源进行真正的优化与管理。而另外 80% 的有用资源则分别残留在电子邮件里、桌面上、内发的文件中、从网络下载的各种页面上,以及由企业应用程序生成的可读报告里。因此,实施与没有实施知识管理的企业在资源利用方面的差距就会非常明显,在信息已成为资产的一部分的今天,没有利用好 80% 的信息资源,就等同于没有管理好同样价值的固定资产。然而,在一个管理完善的公司,没有一个领导会允许下属对 80% 的固定资产管理不善,同时,80% 的领导却不会想到对 80% 的信息资源的管理同样重要。

事实上,企业所遇到的上述问题都可以利用办公软件加上一点管理思想来解

决。特别值得提出的是，许多企业实施 ERP、CRM 系统成功后，往往只有一年的相关数据，这样就会使得系统的许多工作由于没有历史数据的积累而无法完成，ERP、CRM 的使用效果在实施初期也会大打折扣。因此，也并不是说有财力、有计划实施大型管理信息系统的企业就不需要利用办公软件把自己的业务管理进行数字化改造。由此看来，粗粮式的办公软件类图书就实在有细做的必要了，而接下来所要解决的就应该是粗粮如何细做这个问题。

粗粮怎么细做

综合考虑计算机图书市场和 IT 应用市场，我们不难发现办公软件和办公软件类图书正在构成一个恶性的死循环。对于办公软件，人们习惯于通过图书自学。而由于在人们心目中办公软件的低档化，使得办公软件类图书只介绍了软件的基本功能。当人们在实际工作中遇到某些问题时，找不到合适的教材，又会妨碍办公软件的深入使用。因此，粗粮细做的本质就是要打破这个死循环。

实际上，这也不难办到。以决策系统为例，只要具备数据模型决策的相关知识，Excel 就是一个很好的实现软件。而项目管理的实现手段不过就是微软的 Project 软件，项目管理对人们之所以陌生，是因为以实用项目管理操作为内容的 Project 类图书没有出现。看似神秘的知识管理，虽然有 SAP、PeopleSoft 这样的大型厂商介入，其实初级实现手段不过就是 IBM 的 Lotus K-station、微软的 Sharepoint 这样的小软件。由于国内企业会计最先实现了电算化，因此许多企业的 ERP 实施往往是以财务模块为核心展开的。因此，为 ERP、CRM 系统积累资源，利用 Excel 软件同样可以办到。曾经有一段时间，电子社的《Excel 在财会管理中的应用》和《Microsoft Excel 会计信息系统开发》、北京大学出版社的《Excel2002 与财务金融》、科学出版社的《电子会计师：Excel2002 学用 DIY》、清华大学出版社的《中文 Excel2002 及其在财务管理和投资分析中的应用》都曾有过不小的影响。Excel 软件在财务系统的这种应用思路，实在值得策划编辑们仔细研究一番。

可以说，办公软件是体，而用户利用办公软件解决信息化问题是用，体用结合就会产生一片新的市场。这样看来，办公软件类图书沦为“鸡肋”的原因，就在于只见到了体，而没有从用的角度动脑筋。事实上，体是有限的，而用是无限的，粗粮的细做本身就体现了一种以无法为有法，以无限为有限的思想。“用”就在企业用户的需求中，由此再来回答我们前文中提出的是否有人会出 80 元买办公软件类图书，答案就是如果这书给用户带来的价值远远高于这本书的定价，高性价比当然

