

王关义 等著

中国出版业 体制改革研究



中国财政经济出版社

北京市属市管高等学校人才强教计划资助项目

[PHR (IHLB) 项目编号 :

PXM2007_ 014223_ 044631]

中国出版业体制改革研究

王关义 等著

中国财政经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国出版业体制改革研究 / 王关义等著. —北京: 中国财政经济出版社, 2008. 7

ISBN 978 - 7 - 5095 - 0799 - 5

I. 中… II. 王… III. 出版工作 - 体制改革 - 研究 - 中国 IV. G239.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 098226 号

中国财政经济出版社出版

URL: <http://www.cfeph.cn>

E-mail: cfeph@cfeph.cn

(版权所有 翻印必究)

社址: 北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮政编码: 100142

发行处电话: 88190406 财经书店电话: 64033436

北京财经印刷厂印刷 各地新华书店经销

787 × 960 毫米 16 开 16 印张 236 000 字

2008 年 8 月第 1 版 2008 年 8 月北京第 1 次印刷

定价: 34.00 元

ISBN 978 - 7 - 5095 - 0799 - 5 / F · 0650

(图书出现印装问题, 本社负责调换)

项目承担单位：

北京印刷学院

项目主持人：

王关义：

北京印刷学院院长助理
兼出版传播与管理学院院长，
教授，管理学博士
国家“653 工程”专家委员会委员
中国企业管理研究会常务理事
中国数量经济学会理事
首都企业改革与发展研究会监事
北京市拔尖创新人才

项目组成员：

高海涛 包韞慧 吴玉红
谢 巍 葛存山

目
录

绪 论	(1)
一、中国出版业发展现状	(1)
二、中国出版业面临的挑战与改革思路	(5)
第一章 中国出版业的历史回顾	(12)
第一节 出版业恢复时期：1949 ~ 1977 年	(12)
一、全国出版业的整体情况	(13)
二、全国出版业的特点	(16)
第二节 出版业稳步发展时期：1978 ~ 1990 年	(18)
一、出版单位供给能力逐渐增强	(18)
二、出版物市场逐渐细分	(19)
三、图书市场规模逐步扩大，发行渠道不断完善	(23)
四、出版业改革拉开序幕	(24)
第三节 出版业的转型起步期：1991 ~ 2002 年	(28)
一、1991 ~ 1995 年	(28)
二、1996 ~ 2002 年	(35)
第四节 出版业的全面转型期：2003 年至今	(48)
一、全国出版业整体情况	(48)
二、出版业进入全面转型期	(56)
第二章 中国出版业体制改革的背景	(60)
第一节 出版业的属性	(60)

一、出版物的属性	(61)
二、出版单位的企业性质	(63)
三、出版业的产业属性	(67)
四、出版业的产业化	(69)
第二节 中国出版业体制改革的必要性	(71)
一、社会主义市场经济发展的必然要求	(71)
二、出版产业属性的必然要求	(72)
三、数字化、信息化时代的客观要求	(73)
四、提高国家文化软实力的需要	(74)
五、经济全球化、竞争国际化的迫切需要	(74)
六、破除旧的出版管理体制、解放出版业生产力的需要	(75)
第三节 中国出版业体制改革的可行性	(76)
一、改革观念确立, 改革思路明确	(77)
二、出版业的市场化进程带动出版体制改革	(77)
三、部分市场竞争主体形成	(78)
四、集团化建设为出版体制改革做了有益尝试	(79)
第三章 中国出版业发展环境	(82)
第一节 中国出版业的宏观环境	(82)
一、政治法律环境	(83)
二、经济环境	(86)
三、社会文化环境	(88)
四、人口环境	(90)
五、技术环境	(93)
六、自然环境	(96)
第二节 中国出版业的行业环境	(97)
一、中国图书出版行业的基本状况	(98)
二、图书出版产业内竞争态势	(100)
第三节 中国图书出版业的市场结构、行为和绩效	(107)
一、市场结构	(107)
二、市场行为	(110)
三、市场绩效	(113)
四、政策建议	(115)

第四章 中国出版业体制改革的难点	(117)
第一节 中国出版业体制改革的难点和思路	(117)
一、现有文化体制与现有经济体制之间的矛盾	(118)
二、中国出版业体制改革的难点	(119)
三、中国出版业体制改革的思路	(124)
四、深化出版业改革需要正确把握的几个关系	(125)
第二节 出版社企业化改革	(127)
一、出版社改制中的人员安置	(128)
二、出资人	(130)
三、出版集团的组建	(131)
第三节 出版业产权改革	(132)
一、出版业产权改革的意义	(132)
二、出版业产权制度改革的主要成就与问题	(134)
三、一般出版企业的股份制改造模式	(135)
四、大型出版企业集团的产权多元组合改革模式	(136)
五、“黄金股”：出版业体制改革的新思路	(138)
六、出版业产权改革与制度创新的演进	(139)
第四节 出版市场的培育	(141)
一、出版市场改革	(142)
二、发行体制改革	(143)
第五节 出版企业的上市	(144)
一、出版业融资渠道	(146)
二、出版企业上市的困难	(147)
三、问题的根源	(152)
四、正确处理内生矛盾，稳妥推进出版企业上市	(153)
第五章 中国出版业体制改革的目标设计	(155)
第一节 出版业体制改革的导向	(155)
一、出版单位管理模式的类别	(156)
二、出版业体制改革的四层面	(159)
三、出版产业化趋势	(161)
第二节 出版业体制改革的目标	(162)

一、建立现代企业制度	(162)
二、改革目标：企业化	(165)
三、改革目标：市场化	(171)
四、改革目标：集团化	(175)
第六章 中外出版业管理体制及模式的对比	(179)
第一节 中外出版业管理体制现状概述	(180)
一、出版业管理体制概述	(180)
二、国外出版业管理体制	(182)
三、中国出版业管理体制	(184)
第二节 政府管理	(185)
一、专门主管机构管理	(186)
二、法律管理	(191)
三、经济政策	(197)
四、文化政策	(202)
第三节 行业管理和社会监督	(203)
一、行业协会管理	(203)
二、社会监督机制	(207)
第四节 对中国出版业的启示	(209)
一、政府部门的角色	(209)
二、行业协会的角色	(210)
三、社会群体的角色	(212)
第七章 中国出版业管理体制改革策略	(214)
第一节 指导思想、原则与步骤	(214)
一、指导思想和原则	(215)
二、改革步骤	(216)
第二节 中国出版业管理体制改革措施	(219)
一、宏观管理体制改革措施	(219)
二、微观管理体制改革措施	(236)
参考文献	(240)
后 记	(245)

绪 论



出版业（包括图书、报纸、期刊、音像、电子、网络六大领域）既是文化事业和文化产业的重要组成部分，也是国民经济的重要产业部门之一。出版业是信息、文化、知识传播的主要渠道，是文化产业的核心部分，肩负着传播科学理论、传承优秀文化、引导时代思想潮流、增强文化软实力的重要历史使命。改革开放以来，我国的出版业有了长足进步，已经建立起比较完整和有一定规模的出版产业体系。目前，我国每年出书总品种和新书品种已位居世界第二，成为名副其实的世界出版大国，但我国出版业的总体实力还不够强，与世界出版强国相比还存在着较大的差距。因此，必须坚持科学发展观，加快出版业的改革和发展步伐，实现由出版大国到出版强国的转变。

一、中国出版业发展现状

近年来，我国出版业从业人员认真落实科学发展观和中央关于大力发展文化产业的要求，不断加大结构调整和体制创新的力度，推动增长方式由数量扩张型向质量效益型转变，行业的实力和竞争力进一步增强，结构调整升级步伐加快，若干个新的综合出版实力较强的区域开始出现。同时，一个涵盖图书、期刊、网络出版等各个领域的出版业产业格局也已经形成，出版业规模持续扩大，结构不断优化，已成为一个具有一定规模的产业。经过多年的改革，我国出版业的管理体制发生了显著的变化。辽宁出版传媒股份有限公司被确定为我国出版界第一家企业博士后科研基地。

全国统一开放、竞争有序的出版物市场正在逐步形成，发行集团在连锁经营、物流配送以及跨地区、跨行业、跨所有制经营等方面进展迅速。

自 2003 年 6 月我国启动文化体制改革试点工作和 2006 年全国文化体制改革工作会议召开以来，培育现代文化市场体系取得重要进展，文化产业发展迅速。随着文化市场各个领域全面向国内非公有资本开放，非公有资本进入文化产业领域步伐加快，形成了投资主体多元化的格局。目前，全国共有民营或民营控股的出版物发行网点近 11 万个，占出版物发行网点总数的 78% 以上。一批出版集团发展强劲，发行、印刷等领域多元化投资的格局也已初步形成。在出版领域，23 个集团已经或正在变成企业集团，100 多家图书出版社改制到位，大学出版社的改制迈出了实质性步伐，上千种经营性社刊社转企改制，40 多家报社实现企事分开，面向市场经营。29 个省、市、自治区的新华书店系统完成了转企改制，有些已经完成了股份制改造。出版物全国连锁经营企业已达 29 家，23 个省级新华书店实现了省内或跨省连锁经营。全国建成 5 个 10 万平方米以上的图书物流中心，全国图书物流中心年盈利水平千万元以上的有 10 个。民营及民营控股的出版物总发行单位达到 16 家，全国性民营连锁经营企业 8 家，民营发行网点达 10 万个，中外合资、合作或外商投资书报刊发行企业 40 多家。一批网络发行企业快速成长。“走出去”战略的实施强力推动了我国新闻出版业和中华文明走向世界，开放了印刷业和出版物分销服务市场，创办外商投资、合资、合作印刷发行企业 2400 多家，加快了新闻、出版国际合作的步伐，报刊版权合作 50 多家，每年合作出版图书 600 多种，凡是世界上流通的好书、畅销书在中国市场上都能看到，这说明中国新闻出版制度的开放开明和尊重文化多样性的立场。

我国出版业已有相当规模，出版物的品种和数量都居世界前列。以期刊出版为例，1970 年，中国期刊仅有 21 种，1978 年为 930 种，到 2007 年底，全国期刊总数已经迅速增长到了 9468 种。在数量增长的同时，期刊的品种也得到了极大的丰富，出版运作模式日益成熟，公益性出版事业和经营性出版产业都取得了快速的发展。2006 年，全国期刊年总印数 28.5 亿册，总印张 134.7 亿，定价总金额 140 亿元，期刊广告年收入已经超过 30 亿元，期刊业年产值超过 170 亿元。在促进文化积累与传播、促进国民文化消费、促进经济和社会信息交流等方面都产生了积极的影响。

据中国社会科学院文化研究中心和上海交大国家文化产业创新与发展

研究基地联合编写的《2008年中国文化产业报告》测算,2006年我国文化产业实现增加值5123亿元,占GDP的比重为2.45%,若按可比价格计算,比2005年增长了17.1%,文化产业的年增长速度快于同期GDP年增长速度快6.4个百分点,快于同期第三产业发展速度6.8个百分点。2007年,我国文化消费总需求量达到6500亿元,2008年将突破7000亿元。北京、上海、浙江、广东等地文化产业增加值都占GDP的6%以上,成为国民经济的支柱产业。出版产业作为我国文化产业的重要组成部分,发展迅速。自2002年以来,我国五年累计出版图书100多万种、330多亿册,2007年出版图书达到27万种,总印数66亿册。出版产业集聚化、规模化水平不断提高,产业积聚效应初步显现。通过转企改制,重塑有活力、有竞争力的出版市场主体,培育出一批自主经营、自负盈亏、自我发展、自我约束的文化企业,核心竞争力强、具有较大影响力的大型文化企业和企业集团不断涌现。北青传媒、陕西广电网络、上海新华传媒、四川新华文轩和辽宁出版传媒等多家文化企业先后上市或实现再融资。截至2007年底,文化企业在A股上市的有11家,在香港H股上市的有2家。目前,已组建全国性出版物连锁总部26家、连锁网吧10家、区域性出版物连锁总部49家。珠江三角洲、长江三角洲和环渤海地区初步形成若干个书报刊音像出版、印刷复制、出版物物流、动漫游戏开发、影视生产等文化产业基地和特色文化产业群。

2006年全国共有出版社573家(包括副牌社34家),其中中央级出版社220家(包括副牌14家),地方出版社353家(包括副牌20家)。全国共出版图书233971种,其中新版图书130264种,重版、重印图书103707种,总印数64.08亿册(张),总印张511.96亿,折合用纸量120.37万吨,定价总金额649.13亿元。与上年相比,图书品种增长5.17%,新版图书品种增长1.31%,重版、重印图书品种增长10.45%,总印数下降0.9%,总印张增长3.78%,定价总金额增长2.67%。出版报纸1938种、期刊9468种、录音制品15850种、录像制品17856种、电子出版物7207种,各类印刷企业超过10万家,年产值已超过4000亿元大关,成为世界第三大印刷基地。2006年有关部门设立了中国政府出版奖,标志着中国出版事业发展到一个新的阶段。

2006年,我国图书、音像、新华书店等单位总资产达3576.89亿元,利润总额168.23亿元,一批有实力的市场竞争主体开始初步形成。目前,全国已经建立出版集团23家、发行集团13家、期刊集团2家。其中,中

国出版集团、四川新华发行集团、浙江新华发行集团等已由事业体制整体转制为企业。体制机制的创新,使得我国许多出版集团的实力、竞争力显著增强。如中国出版集团 2005 年总收入比 2004 年增长 16.45%,中国科学出版集团 2006 年销售总额比 2000 年增长 113.6%。参见表 0-1 和表 0-2。

表 0-1 2001~2006 年全国图书出版业主要指标数据

年 份	2001	2002	2003	2004	2005	2006
出书种数(种)	154526	170962	190391	208294	222473	233971
新版图书(种)	91416	100693	110812	121597	128578	130264
重版重印(种)	63110	70269	79579	86697	93895	103707
总印数(亿册)	63.10	68.7	66.7	64.13	64.66	64.08
定价总金额(亿元)	466.82	535.12	561.82	592.89	632.28	649.13

数据来源:《中国新闻出版统计资料汇编》、《中国出版年鉴》2001—2007 年各期。

表 0-2 2001~2006 年全国图书出版业主要指标数据

年度	出书种数 (千种)	新书种数 (千种)	纯销售额 (亿元)	纯销售册数 (亿册)	库存册数 (亿册)	库存册数 增长比率	库存金额 (亿元)	库存金额 增长比率
2001	154.526	91.416	408.49	69.25	35.54	-2.55%	297.58	9.13%
2002	170.962	100.693	434.93	70.27	36.89	3.80%	343.48	15.43%
2003	190.391	110.812	461.64	67.94	38.54	4.45%	401.38	16.86%
2004	208.294	121.597	486.02	67.06	41.64	8.02%	449.13	11.9%
2005	222.473	128.578	493.20	63.36	42.48	2.02%	482.92	7.52%
2006	233.971	130.264	504.33	64.66	44.59	4.98%	524.97	8.71%

数据来源:《中国新闻出版统计资料汇编》、《中国出版年鉴》2001—2007 年各期。

在坚持对外开放的同时,出版业又实现了由“引进来”向“走出去”的转变,参与国际竞争、利用国际资源、国际市场加快发展成了行业的共识,中国出版业国际化程度逐步提高,从单纯的图书贸易发展到越来越多地与国外同行合作。据统计资料,2000 年,中国展团在北京国际图书博览会上共输出版权 452 项,引进版权 840 项;而 2003 年,中国展团共输出版权 5769 项,引进 6295 项;2004 年,中国展团在法兰克福国际书展上输出版权 122 项,引进版权 4400 项,而 2006 年,中国展团输出版权

2060 项,引进 1401 项。^① 图书版权贸易结构逐年改善,进出口贸易逆差从 2002 年的 9:1 缩小到 2007 年的 5:1。2006 年全国共引进图书出版物版权为 10950 种,而全国输出图书出版物版权为 2050 种,版权引进和输出的比例进一步降低,版权进出口逆差进一步缩小。参见表 0-3。

表 0-3 2001~2005 年图书版权贸易情况统计表

年 份	2001	2002	2003	2004	2005	2006
引进量(种)	8250	10235	12516	10040	9832	10950
输出量(种)	653	1297	811	1314	1434	2050
比例	12.6:1	7.9:1	15.4:1	7.6:1	6.5:1	5.3:1

数据来源:《中国新闻出版统计资料汇编》、《中国出版年鉴》2001~2007 年各期。

据专家预测,“十一五”期间,我国新闻出版业增加值预期年均增长 7%。到 2010 年,图书出版预期达到 600 亿印张、70 亿册,种数控制在 25.5 万种,出版重点图书 1370 种;报纸出版预期达到 2030 亿印张、500 亿份;期刊出版预期达到 140 亿印张、30 亿册;音像电子出版物的品种、数量年均增长 5% 以上;大力发展以互联网、通讯网、电视网为基础的电子报纸、电子期刊、网络文学、网络数据库、手机报纸、手机期刊、手机小说等新型数字媒体,开发出版 100 种具有自主知识产权的大型民族网络游戏,明显提高中文内容在国际互联网上的比例和影响力。预期实现国民百万人均年拥有图书 192 种,人均年消费图书 5.3 册,期刊 2.4 册,每千人拥有日报 90 份,报纸普及率每户平均 0.3 份;全国发行网点预期达到 18 万个,具有出版物总发行权的企业达到 100 家以上,具有出版物批发权的企业达到 9000 家;印刷行业工业总产值预期达到 4400 亿元以上。

二、中国出版业面临的挑战与改革思路

(一) 中国出版业面临的挑战

近年来,随着互联网的普及和互联网技术的发展,数字出版成为了一

^① 数据来源: http://news.xinhuanet.com/newscenter/2008-01/28/content_7508634.htm。此处引进与输出为意向数,而非实际签约数(笔者注)。

种新兴的、比较重要的图书出版方式,科技进步带来了出版流程、出版形态和阅读方式上的变革,各种数字形态媒体不断推陈出新,数字出版已经改变了人们对传统出版的认识,扩大了“出版”的原有概念,不仅大大丰富了传统出版物的内容和形式,也改变了传统出版物的生产方式和消费理念,更代表了21世纪世界出版业发展的方向和潮流。随着社会、经济、技术等方面环境的变化,我国出版业面临巨大的挑战:

1. 由于改革未能触及到体制深层,出版领域尚未出现真正意义上的市场竞争主体。从总体上讲,首先,我国图书出版行业还存在着产权不明、政企不分等问题。这些问题的存在不利于图书出版业提高整体竞争力,以应对世界各大出版社的竞争。因此加快图书出版行业体制改革,大力推进集团化建设,是提高我国出版业水平的必由之路。其次,新技术尤其是互联网技术的发展使得数字出版作为新兴的出版方式发挥越来越重要的作用,但我国数字出版业还处于起步阶段,各出版社虽然意识到数字出版的重要性,但真正采取大力推进数字出版措施的却没有几家。数字出版代表着出版业的未来,因此必须高度重视数字出版业。目前,一方面,中国图书出版市场的秩序还比较乱,无序化竞争的现象还比较严重,大量存在着粗制滥造的图书作品,盗版、侵权、翻印层出不穷,一部分出版社只注重短期利益,导致图书的质量滑坡。另一方面,缺乏统一有效的出版产业发展政策支持体系,由于出版法规体系的不完善,特别是管理的法治化程度不高,在客观上增加了出版产业的投资风险。市场在出版资源配置中的基础性作用远未得到充分发挥,多数文化企业尚未成为真正的市场主体,市场竞争能力有限且经验不足,存在垄断限制竞争和无规则竞争的现象。再其次,出版产业结构趋同,集中度低,市场环境不尽如人意,统一、规范、竞争、有序的市场体系尚未真正形成,出版社创新和动力机制还不健全。诸如此类的问题直接影响了出版业的国际竞争力,这也说明了中国图书出版市场潜力还很大。如何加大出版业资源配置加快改革,为出版业可持续发展提供强大动力成为政府职能部门和理论界应当给予重点关注的问题。

2. 国民阅读率持续下降对中国图书出版业发展产生了一定的负面影响。文化消费是人们用于文化、娱乐产品和服务等相关方面的支出和消费。较高的国民素质是和较高的文化消费能力直接关联的,而出版物消费正是文化消费的一个重要组成部分,较低的国民素质通常导致居民用于文化消费的资金较少。出版物消费能力是影响出版物消费的重要因素,这种

消费能力分为两个层次,基本层次是经济消费能力,可用恩格尔系数来考察,恩格尔系数的高低直接反映着居民的消费水平,西方发达国家的恩格尔系数通常较低,而我国的恩格尔系数较高。随着经济水平的不断提高,必然会使得恩格尔系数下降,这样居民能够拥有更多的金钱用于基本生活以外的消费,这其中也包括出版物消费。从国际上看,据韩国广播广告公司(KOBACO)公布的一项调查结果显示,半数以上的韩国国民一个星期也不看一次报。调查显示,在6000名13~64岁的韩国国民中,一个星期看报纸1次以上的韩国人的比率仅为48.5%,首次跌破50%。2005年以来,据国内相关研究机构的调查,我国国民阅读率一直低于50%,处于比较低的水平,这对图书出版业的发展无疑会产生极大的影响。

3. 我国图书质量问题仍比较突出,图书的装帧校对错误还普遍存在,这不利于树立图书出版业的良好形象。出版物质量下滑,主要表现为出版物立意不高,“有书无品”,选题亟待优化;出版物的品种结构失衡,表现最为突出的是教材教辅读物的过度出版。一些出版单位占用大量书号、纸张等资源,粗放型经营和低水平出书,出版总量和利润过分依赖教材和教辅图书,原创图书缺少畅销书和精品力作,单靠品种和规模的扩张,高素质人才明显匮乏。虽然国家采取了很多措施打击盗版,但盗版现象还是十分猖獗,甚至冲击了正规图书出版发行,这也严重阻碍了我国图书出版业的健康发展。

4. 国际强势出版集团的进入,对国内出版社成长构成巨大的挤压态势。经济全球化是当今世界经济发展的重要趋势,它是生产力和国际分工向高级阶段发展的必然结果。进入20世纪90年代以来,伴随着世界经济全球化和一体化进程的推进,知识经济时代的到来及现代信息技术的发展,世界出版业发生了有史以来最为迅速、广泛、深刻的变化。出版经济全球化快速推进,少数跨国集团以并购为手段,将触角延伸到世界的各个角落,通过规模效益,赚取可观的利润。出版产业也是如此,目前的英语出版市场基本上被少数的跨国出版集团所控制,这些大公司除了经营图书、报纸、期刊的出版外,还经营广播、电影、电视、音乐、网络服务等。据澳大利亚统计局的资料,1999~2000年度10个最大的出版商的销售收入约占澳大利亚当年总销售额的70%。美国1999年图书销售额达290亿美元,其中前20名出版公司的销售额占全美的95%。这些跨国出版集团规模巨大,一个集团的年销售额(包括图书和其他传媒产品)就接近或超过整个中国的图书销售额,如贝塔斯曼集团2002年年收入达

183 亿欧元,约合人民币 1800 亿元以上。这些集团不仅规模巨大,而且都是多种经营,而且传媒巨头之间除了纯粹的竞争外,也互相联合,彼此渗透,从而进一步控制世界市场。出版业也面临着竞争全球化的问题,特别是我国加入 WTO 之后,中国出版物分销市场逐步开放,对图书出版业产生了不可低估的长远影响,国际出版集团在国际出版市场竞争中的优势地位主要表现在:一是在资本规模上占有优势,二是在管理经验上占有优势,三是在出版最新科技信息的内容上占有优势。目前,世界核心期刊的 96% 以上与反映科技进展的其他专业出版物几乎被欧美大出版集团所垄断。

(二) 中国出版业改革思路

未来相当长的一段时间内,我国新闻出版业将得到一个极为难得的历史发展机遇:国民经济将继续保持较快的平稳发展势头,人民生活水平不断提高,将为新闻出版业的繁荣发展提供重要的物质基础和更加广阔的消费市场空间;文化建设受到党中央、国务院及全社会的高度重视,成为新闻出版业加快发展的重要契机;文化体制改革,将突破体制、机制障碍,进一步解放和发展新闻出版生产力;网络通讯和数字信息等高科技的迅猛发展,将有力促进新闻出版业产品产业结构的调整、生产方式的转变和产业升级;党的十七大又明确提出“优先发展教育事业,建设人力资源强国”的号召,对新闻出版业服务于教育事业提出了更高的要求。

一个行业的健康发展离不开良好的市场环境。中国出版发展必须在强化管理、提升竞争力上下功夫,着力推动市场秩序建设,为行业健康协调发展提供良好的外部环境。中国出版业发展存在多方面的优势和困难,面临新的机遇和挑战,一定要增强机遇意识和忧患意识,着力提高创新能力,全力抓好重点突破,紧紧把握经济、社会发展的趋势和规律,要针对行业存在的主要矛盾,以转变增长方式、优化产业结构、加强科技开发、拓展市场空间为重点,打破制约产业发展的瓶颈,用战略重点突破带动全行业的发展。具体应采取如下对策。

1. 要转变增长方式,通过改革创新推动出版业发展。要实现从主要依赖数量、规模增长的粗放型模式向提高质量、效益的集约型发展模式转变,推动产业走上持续健康发展的良性轨道,要立足于优化结构,积极推进以资产、资源为纽带,跨地区、跨部门、跨媒体的多种联合,实现产业优化升级,要立足于增强自主创新能力,大力推进数字出版,打造现代内

容产业,提高新闻出版业的核心竞争力。要按照科学发展观的要求,优化出版结构。一个国家出版业成熟和发达的标志,是看这个国家的出版结构是否合理。长期以来,我国的出版结构过分依赖教材,主要依靠教材来维持运行,这是一种粗放型的发展方式。当前,随着我国经济社会的发展和教材招投标改革的推进,出版业赖以生存的以教材为核心的出版运行体系正在发生变化。要树立新的出版观念,改革出版运行机制,在抓好专业出版工作中要创新思路,找到适合专业出版的商业模式,努力实现两个效益的统一。

我国出版产业化尚处于起步阶段,发展的潜力和空间很大。当前推动出版产业发展,要抓紧完善出版产业政策,从市场准入、资金支持、税收优惠、人才培养、出口扶持、产业基地建设、版权保护等方面为出版产业发展提供良好环境;要充分利用高新技术和现代生产经营方式改造、创新出版生产和传播模式,推进出版产业升级;引导和鼓励社会资本进入出版产业领域,形成公有制为主体、多种所有制共同发展的出版产业格局;重点培育和发展一批实力雄厚、具有较强竞争力的大型出版企业 and 企业集团、出版产业的战略投资者和出版中介服务机构,做大做强出版产业的主体,引导和促进出版企业提高规模化和集约化水平。

2. 加强出版人才队伍建设。毋庸置疑,人才是实现出版业大发展大繁荣的关键,出版产业的可持续发展,要依靠高素质人才队伍的支撑,主要包括选题策划人才、编校人才、出版社经营管理人才、营销人才、计算机和软件开发人才、版权贸易人才等。要整合各种资源,做大做强产业,是出版业发展的目标,在产业发展的各种资源中,人力资源被看作第一资源。加强人才队伍建设要形成制度,各出版单位要制定长远的人才队伍建设规划,培养出一批专业人才。要健全人才选拔、评价和激励机制,充分发挥中国出版政府奖的激励作用,加强教育培训工作,提高质量和效果,进一步提升出版队伍的整体素质。目前,出版社专家型人才少,经营型人才少,懂经济、会管理的人才更少。因此,必须采取切实可行的措施,进一步加强人才队伍建设,培养出更多的出版家、管理专家和发行家。

3. 积极推动现代内容产业发展。要大力推动出版产业发展,积极引入创意人才,推进多媒体、数字化、网络化的高科技出版产业建设。随着信息、网络等新技术的不断涌现,各种媒体之间的界限越来越模糊,相互融合的速度越来越快,以高科技为主要手段和特征的现代内容产业的产生和壮大,已成为不可逆转的社会发展趋势。新闻出版业必须打破传统观