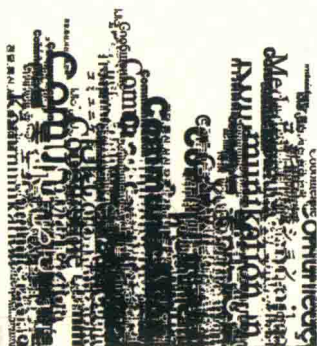


Woguo Chuban Jituan Jingzhengli
Zonghe Pingjia Tixi Yanjiu



我国出版集团竞争力 综合评价体系研究

刘畅 著

图书在版编目 (CIP) 数据

我国出版集团竞争力综合评价体系研究 / 刘畅著.
— 杭州 : 浙江大学出版社, 2016. 9
ISBN 978-7-308-15518-2

I. ①我… II. ①刘… III. ①出版发行—企业集团—
竞争力—研究—中国 IV. ①G239.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第00204号

我国出版集团竞争力综合评价体系研究

刘 畅 著

责任编辑 葛 娟
责任校对 陈 翩
封面设计 春天书装
出版发行 浙江大学出版社
(杭州市天目山路148号 邮政编码 310007)
(网址: <http://www.zjupress.com>)
排 版 杭州林智广告有限公司
印 刷 杭州钱江彩色印务有限公司
开 本 710mm×1000mm 1/16
印 张 13.5
字 数 240千
版 次 2016年9月第1版 2016年9月第1次印刷
书 号 ISBN 978-7-308-15518-2
定 价 42.00元

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江大学出版社发行中心联系方式: 0571-88925591; <http://zjdxcs.tmall.com>

进入 21 世纪，中国出版业加大出版产业结构性调整的力度，大力构建以出版企业集团化建设为主要特征的产业格局，集团化建设可谓风起云涌。十余年来，全国大多数省份成立了出版集团。一个时期里，大有“开讲不谈集团化，虽做出版亦枉然”之势。各家出版集团争锋斗艳，新招频出：或高调挺拔主业，或标榜做大规模，全产业链发展、多元化发展或反对多元化发展，坚持两级法人治理或高度集中管理，主动进军数字出版或不以数字出版为意，主张按经济规模排名或坚决反对按经济规模排名，以双百亿为目标或认为双百亿目标是一种信口开河，寻求国际化发展或者不以国际化发展为目标，以至于股改上市或抱定决心不股改上市，如此等等。思路无论异同，只要稍有新意，无论效果如何，均能引起出版业内外媒体强烈兴趣，均可能得到某种程度的喝彩。国家要实现文化强国建设的战略，必定要推动出版产业发展，而要实现出版产业发展，必定要推动若干国际一流出版集团做强做大。这是文化发展的必然。可问题是，怎样才能实现国际一流出版集团做强做大，国际一流出版集团究竟应当如何评价，出版业无论从高层领导到企业领军人，并没有为此做好理论思考和实务评价的准备，还真正应了改革是“摸石头过河”的说法。

然而，无论如何，近十年来，我国出版业规模毕竟

出现几何级数的增长，经营规模大幅扩张，出版集团在出版市场的骨干地位也进一步突出。仅以2013年为例。2014年7月新闻出版研究院发布的《2013年新闻出版产业分析报告》称：全国图书出版、报刊出版和发行集团主营业务收入增长13.3%，在全国书报刊出版与出版物发行主营业务收入中所占比重提高3.7个百分点；资产总额增长14.1%，提高3.4个百分点；所有者权益增长11.6%，提高2.5个百分点；利润总额增长16.2%，提高4.9个百分点。我国2013年主营业务收入、资产总额均超过100亿元的“双百亿”集团由4家增到6家；2014年度全球出版业50强榜单中，中国出版集团和中国教育出版传媒集团又以年收入14.99亿美元和11.52亿美元列在榜单的第14位和第21位，分别前进了8位和9位，国际竞争力终归有所提升。尽管这只是就出版产业的经济属性所做出的统计，毕竟从产业角度证明改革取得了阶段性成效。

出版业集团化建设实践毕竟已经长达十余年，成绩是人所公认的。然而，对出版业集团化建设至今仍然缺乏科学而切实可行的综合评价体系，这也是人所公认。一些议论，诸如实践先行，缺乏理论支撑；体制不顺，发展活力不强；转型升级迟缓，创新能力欠缺；发展同质化，市场竞争力雷同等等，这也是业内许多人士的共同看法。尤其是出版产业文化属性价值评价的缺失，更是业内有识之士共同的焦虑。究其原因，缺乏科学的评价体系是造成这些问题的主要原因之一。早在2009年初，本人还在中国出版集团公司任总裁，就深感行业评价缺失之虞，决定组织开展“国际一流出版传媒集团研究”的科研项目，邀约若干专业院校和研究机构参与其事，取得了一些阶段性成果，后因本人去职也就无疾而终。在那之后，新闻出版总署发布《关于加快出版传媒集团改革发展的指导意见》，指出要“建立健全科学的评价和激励机制。科学设置评价指标，探索建立有利于出版传媒集团可持续发展的科学统计和业绩考核体系。”但到底如何建立，谁来建立，如何推动，并不得而知。为此，建立出版集团综合评价体系的呼声一直未曾停歇过。特别是每当年度十大出版集团排行榜发布时，诸如此

类的呼声显得尤其急迫。

现在，摆在我面前的这本刘畅博士的专著，正是针对出版集团建设中的这一热点问题——“出版集团竞争力综合评价体系”做出的研究。此书出版可谓正当其时。

这部专著研究思路比较清晰，具体构架为“理论构建—实证分析—应用机制研究”，共分三个阶段六个步骤。其中理论构建阶段分为三个步骤：我国出版集团竞争力评价基本理论问题研究、出版集团竞争力结构模型的构建和评价体系构建的基本范式研究；实证分析阶段主要为我国出版集团竞争力现状分析；应用机制研究阶段分为两个步骤：提出并验证我国出版集团竞争力评价体系，设计促进我国出版集团竞争力培育和提升的相关机制。而其中最有价值的是出版集团竞争力结构模型的构建和评价体系构建的基本范式研究。

关于出版集团竞争力结构模型构建的研究，专著重点解决了以下三个关键问题：第一，从资源规模维度，分析出版集团对资源的识别、获取和隔离能力，为出版集团寻求范围经济、规模经济提供可操作性方案；第二，从机制维度，分析出版集团的公司治理与经营管理情况对竞争力的影响，服务于出版集团的战略管理和现代公司治理需求；第三，从社会责任维度，分析出版集团应承担的文化责任与公益慈善责任，从而促使出版集团必须将社会效益放在首位，保障人民的精神文化需求。在上述分项研究的基础上，构建出版集团竞争力结构模型。从操作程序上看，专著对出版集团竞争力评价体系的构建遵循着一个基本的范式，即“环境—目标—程序”范式。主要涉及以下三个方面的核心内容：第一，出版集团竞争力评价体系构建的环境分析。从宏观层面、产业层面和企业层面，分析出版集团竞争力评价体系建设的制度、政策与现实需求。第二，出版集团竞争力评价体系的目标设定。围绕建立统一、开放、竞争、有序、繁荣、健康的社会主义文化市场体系的总体目标，从政府、行业与集团层面逐一设定分层目标体系。第三，出版集团竞争力评价体系构建的程序设计。基于上述环境分

析与目标设定成果，依据竞争力构成分步选取资源规模维度、机制维度及社会责任维度的评价指标，并完成评价体系构建。专著最后完成的出版集团竞争力综合评价体系不仅考察出版集团的能力、机制，还考评了出版集团的社会责任，这一点尤其难能可贵。

刘畅博士曾留学法国，获得传播学硕士学位，回国后在浙江传媒学院新闻与传播学院任教，从事出版学教育，并就读于武汉大学信息管理学院，攻读管理学博士学位，师从朱静雯教授，潜心于出版集团竞争力研究。她自身聪慧，视野开阔，又接受过良好的学术训练，在朱静雯教授的严格要求下能做出一些成绩也是意料中事。这部专著《我国出版集团竞争力综合评价体系研究》，就是在她博士论文基础上修改而成的。全书深入分析我国出版集团竞争力的形成及演化机理，并选取科学健全的评价指标，形成了一套具有可操作性的出版集团竞争力评价体系，显然具有相当的理论价值和强烈的现实意义。

当然，由于出版集团的科学评价涉及面十分广泛，内容纷繁复杂，属于一个崭新的综合性专题领域，而我国出版业改革也还在进行中，因而本书的研究不可避免地存在一些着力所不逮的无奈和难以概全的局限。即便书中已有的一些研究成果也有待实践的检验。古人云“学无涯”，我希望刘畅博士能将自已的研究持续不懈地进行下去，为我国出版业的繁荣发展做出新的贡献，也希望有更多的像她一样有志于出版学的年轻学人共同携手，为中国出版业改革发展的学术研究做出辉煌的成绩。

聂震宁

(全国政协委员、中国出版集团公司
原总裁、韬奋基金会理事长)

改革开放以来，特别是党的十六大以来，党中央、国务院高度重视出版集团的建设，各地区、各部门在出版集团建设中做了许多积极探索。经营性新闻出版单位转企改制，加快资源整合和结构调整，组建了一批出版集团。出版集团作为新闻出版体制改革的排头兵和出版产业发展的主力军，在引领社会主义文化前进方向、建设社会主义核心价值体系、传播知识和传承文明等各方面发挥着重要作用。

但是比照“打造具有国际竞争力的跨国出版集团”、“推进文化产业大发展大繁荣”的要求，我国出版集团还存在着许多不足，如体制不顺，发展活力不强；转型升级迟缓，创新能力不强；发展同质化，市场竞争力不强等等。科学的评价体系是企业发展的支持和保障机制，通过科学的评价体系来调控企业的发展方向是评价机制作用于企业发展的立足点，出版集团的发展也必须依托科学的竞争力评价体系。科学的竞争力评价体系既可对出版集团当前的竞争力状况与水平做出评估，又能对出版集团未来的发展起到指引方向的作用，是推动出版集团持续、健康发展的重要抓手。

没有科学的评价，就没有科学的管理与决策。建立健全科学的出版集团评价体系，能进一步深化出版集团体制改革，推动出版产业升级，切实提升出版集团的国

际竞争力。但出版集团相对于一般企业而言，具有自身的特殊性。除一般的企业特性外，还具有一定的意识形态属性，因而其外部性特征更为明显。此种特殊性必然对竞争力评价体系构建产生影响。因此，出版集团竞争力评价与一般企业竞争力评价有着完全不同的要求。

本书在深入分析出版集团竞争力形成及演化机理以及出版集团竞争力与一般企业竞争力共性与差异的基础上，探讨我国出版集团竞争力评价体系设计的目标定位、指标及方法选择，构建出版集团竞争力的结构模型，选取科学健全的评价指标及形成一套具有可操作性的出版集团竞争力评价体系，并以我国上市出版集团为样本进行实证研究，最终为出版集团设计提升竞争力的路径与策略，直接服务于当前我国出版集团建设实践。

第一部分是绪论。从分析本书的研究背景与研究意义出发，指出本书能起到的实践应用作用与学术理论价值，进而简要回顾国内外一般企业竞争力评价体系，着重梳理出版集团竞争力评价体系的研究成果，之后扼要地描述了本书的研究思路及几种研究方法，并以框架形式说明了本书的基本结构。

第二部分侧重于介绍出版集团竞争力评价研究的理论基础。首先对出版集团竞争力的相关概念及内涵进行界定，其次介绍了经济学界与管理学界关于竞争力研究的几种基本范式，即“结构—行为—绩效”范式、资源基础理论范式与生态位理论范式，并着力论述这几种理论范式对于出版集团竞争力研究的适用性与存在的不足。

第三部分研究我国出版集团竞争力的形成机理与演化。从竞争环境变化、出版集团路径依赖特征与出版产业特征等三个角度入手，逐一分析能力、机制与社会责任等三大出版集团竞争力要素影响力的形成，探讨各构成因素的相互关系，并构建出版集团竞争力产生机理示意图，最后得出出版集团竞争力的函数关系式。

第四、第五部分主要是根据我国出版集团发展要求，选择科学的评价指标，建立一套具有导向性和可操作性的出版集团竞争力综合评价体系，

同时以我国部分上市出版集团公司为样本，进行相关实证研究，对我国出版集团竞争力的现状、问题等做出科学评价，并选择有代表性的出版集团为个案进行深入研究，总结其竞争力形成与提升的成功经验。

第六部分主要对我国出版集团竞争力提升机制提出意见和建议。指出我国出版集团可以从提升内部资源整合利用能力、加强外部资源获取整合能力、优化股权结构与治理模式、完善战略管理协同与构建基于知识网络的学习型组织等五个方面来提升自身竞争力，为我国出版集团竞争力的发展提供理论依据与策略指导。

作者

2016年1月

本书同时具有理论创新与应用对策研究的双重属性，其创新之处也主要体现在这两个方面。

理论创新层面。将在深入分析出版产业环境变化对出版集团竞争力影响机理以及出版集团竞争力与一般企业竞争力共性与差异的基础上，探讨出版集团竞争力的形成机理与发展规律，构建出版集团竞争力的结构模型，形成关于出版集团竞争力构建的基本范式，选取科学健全的评价指标，构建出版集团竞争力评价体系，创新出版集团竞争力评价理论。重点在以下三个方面形成理论突破：第一，出版集团竞争力评价与一般企业竞争力评价的关系研究，重点解决出版产品的意识形态属性及外部性对出版集团竞争力评价产生影响的机制与机理问题，掌握出版集团竞争力评价体系的特殊性；第二，分析出版集团竞争力的构成要素、结构、功能及其相互关系，构建出版集团竞争力的评价模型；第三，分析出版集团竞争力评价体系构建的原则、目标与程序，建立科学健全的出版集团竞争力评价体系构建的基本范式。基于以上三个方面的理论突破，形成现代出版集团竞争力评价体系构建的理论体系，创新出版集团竞争力理论，从理论上解决缺乏科学健全的竞争力评价体系影响出版集团科学发展的矛盾，服务于我国文化大发展大繁荣。

应用对策层面。分析我国出版集团竞争力评价体系

设计的现状、存在问题及其成因，探讨我国出版集团竞争力评价体系设计的目标定位、设计内容以及实现目标的路径选择，形成一套具有可操作性的出版集团竞争力综合评价体系，并围绕该评价体系对我国出版集团的竞争力提升提出相关意见与建议。具体而言，主要基于上述理论研究成果重点解决两方面问题：第一，根据我国出版集团发展要求，构建出具有导向性和可操作性的出版集团竞争力评价体系，该评价体系将对我国出版集团竞争力的现状、问题、出版集团之间的差距等做出科学评价。第二，围绕出版集团竞争力评价体系，开展我国出版集团竞争力的提升机制研究，从我国出版集团的机制、能力、社会责任等维度提出相关意见与建议，为各类出版集团提供有效提升竞争力的路径与策略选择方案。通过以上两个方面的应用对策研究，直接服务于当前我国出版集团建设实践。

目 录

CONTENTS

0 绪 论

- 0.1 研究背景及其价值 / 002
 - 0.1.1 研究背景分析 / 002
 - 0.1.2 研究意义探究 / 010
- 0.2 文献研究综述 / 012
 - 0.2.1 一般集团竞争力评价体系研究 / 013
 - 0.2.2 出版企业竞争力评价体系研究 / 020
- 0.3 研究思路及研究方法 / 037
 - 0.3.1 研究思路 / 037
 - 0.3.2 研究方法 / 038

1 出版集团竞争力的科学内涵与理论基础

- 1.1 出版集团竞争力及其相关概念 / 040
 - 1.1.1 出版集团竞争力的界定 / 040
 - 1.1.2 出版集团竞争力的特征 / 042
- 1.2 出版集团竞争力研究的范式理论 / 045
 - 1.2.1 “结构—行为—绩效”(structure—conduct—performance) 范式 / 046
 - 1.2.2 资源基础(resource-based)理论 / 047

- 1.2.3 生态位 (ecological niche) 理论范式 / 048
- 1.3 出版集团竞争力研究的相关理论述评 / 050
 - 1.3.1 传媒经济学理论 / 050
 - 1.3.2 竞争优势定位理论 / 052
 - 1.3.3 协同学理论 / 054
 - 1.3.4 知识学理论 / 056
- 2 出版集团竞争力形成机理与演化分析
 - 2.1 竞争环境变化对竞争力演化的影响 / 059
 - 2.1.1 出版集团外部竞争环境的变化 / 059
 - 2.1.2 能力要素影响力的生成 / 065
 - 2.2 路径依赖对出版集团竞争力演化的影响 / 067
 - 2.2.1 路径依赖的一般理论 / 068
 - 2.2.2 出版集团的路径依赖特征 / 069
 - 2.2.3 机制要素影响力的生成 / 070
 - 2.3 产业特征对出版集团竞争力演化的影响 / 073
 - 2.3.1 出版产业的内涵与属性 / 073
 - 2.3.2 出版产业的产业特征 / 075
 - 2.3.3 社会责任要素影响力的生成 / 076
 - 2.4 出版集团竞争力的产生机理与函数表达 / 078
- 3 出版集团竞争力评价指标体系构建
 - 3.1 出版集团竞争力综合评价目标与原则 / 081
 - 3.1.1 综合评价目标 / 082
 - 3.1.2 综合评价原则 / 083
 - 3.2 出版集团竞争力综合评价指标体系 / 084
 - 3.2.1 综合评价指标体系设计思路 / 085
 - 3.2.2 评价要素选择 / 085
 - 3.2.3 综合评价指标体系构建 / 087

3.2.4 出版集团竞争力评价指标体系分析 / 090

4 出版集团竞争力评价模型构建及实证研究

4.1 层次分析法的基本原理 / 101

4.2 出版集团竞争力递阶层次结构模型构建 / 103

4.3 出版集团竞争力两两判断矩阵构造 / 106

4.4 竞争力各级指标权重确定 / 107

4.5 层次排序及一致性检验 / 109

4.6 综合评价出版集团竞争力 / 110

4.6.1 数据信息来源 / 110

4.6.2 上市出版集团公司竞争力排名 / 111

4.7 上市出版集团公司竞争力部分排名结果分析 / 114

4.7.1 一级指标排名结果分析 / 115

4.7.2 二级指标排名结果分析 / 116

4.7.3 部分三级指标排名结果分析 / 122

4.7.4 部分四级指标排名结果分析 / 124

4.8 案例分析 / 127

4.8.1 凤凰出版传媒集团发展现状 / 127

4.8.2 凤凰出版传媒集团竞争力提升路径 / 128

4.9 实证研究结论 / 134

5 出版集团竞争力的提升策略

5.1 提升内部资源整合利用能力 / 136

5.1.1 出版集团内部资源现状分析 / 136

5.1.2 战略资源识别 / 138

5.1.3 内部资源整合方式与策略 / 142

5.2 加强外部资源获取整合能力 / 147

5.2.1 出版集团战略联盟类型 / 147

5.2.2 战略联盟中的资源组合 / 149

- 5.2.3 外部资源整合路径 / 151
- 5.3 优化股权结构与治理模式 / 157
 - 5.3.1 构建合理的股权结构 / 157
 - 5.3.2 完善集团公司治理结构 / 159
- 5.4 完善战略管理协同 / 160
 - 5.4.1 国家战略层面 / 161
 - 5.4.2 资源配置层面 / 162
 - 5.4.3 技术平台层面 / 163
- 5.5 构建基于知识网络的学习型组织 / 164
 - 5.5.1 学习型组织结构 / 165
 - 5.5.2 学习型组织文化 / 166
 - 5.5.3 知识共享网络组织 / 168
 - 5.5.4 集体学习创新保障机制 / 170

6 结 语

- 6.1 本书的主要工作 / 172
- 6.2 存在不足与展望 / 174

参考文献 / 175

附 录 / 188

后 记 / 199

0 绪论

出版业是文化发展繁荣的重要载体之一，也是文化的基础产业。随着中国进入改革开放的时代，国民经济整体腾飞，文化建设的重要性凸显，出版业也迎来了自身的大改革与大发展。中共十一届三中全会启动我国改革开放历程，也拉开了出版业改革的序幕。随后，出版业开始由生产型向生产经营型转变，进入市场运作，实行事业单位企业化管理。党的十六大和十六届三中全会进一步对深化文化体制改革、加强产权制度建设的相关工作进行了部署，出版业的体制改革大步推进，出版企业纷纷进行股份制改革、构筑新型出版生产关系和建立现代企业制度的大胆尝试，获得不少宝贵的经验。

2010年中共十七届五中全会通过的《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十二个五年规划的建议》指出，要“推动文化产业成为国民经济支柱性产业”，将文化发展繁荣提升到国家发展的战略地位，这势必带来出版业的全面创新与产业规模的大幅度扩张。为了深入贯彻落实科学发展观，增强中国出版业的核心竞争力，国家新闻出版总署于2010年1月1日出台《关于进一步推动新闻出版产业发展的指导意见》后简称《指导意见》，并召开全国新闻出版工作会议，提出建设新闻出版强国的战略目标，明确我国由新闻出版大国向新闻出版强国转变的发展路径。

但和世界出版强国相比，我国出版企业目前的发展规模普遍偏小，导致企业竞争力不强，只有加快出版集团建设，培育出版集团竞争力，才能适应国际出版集团专业化发展的大趋势，提升国家文化软实力。因此《指导意见》中明确提出要“形成一批导向正确、主业突出、实力雄厚、管理规范、运行高效、核心竞争力强的区域性综合集团和行业性专业集团。鼓励和支持新闻出版骨干企业跨媒体、跨行业、跨地区、跨国界和跨所有制重组，在三到五年内，重点培育六七家资产超过百亿、销售超过百亿的国内一流、国际知名