

序一

出版产业研究的重要成果

刘杲

我和陈昕同志有点文字因缘。1996年11月,北京奥林匹克出版社出版了《中青年编辑论丛》,收了9位中青年编辑同志的自选文集,其中就有陈昕同志的《编匠心集》。中国编辑学会积极支持这件事。学会的同志分工审稿,分给我审稿的正好是陈昕同志的《编匠心集》。丛书出版后,我以《读 编匠心集》为题,在《中国图书评论》杂志上发表了你对书稿的肯定意见。此前在丛书的总序中我是这样写的:“10多年前,中国进入改革开放和社会主义现代化建设的新时期。一批批青年同志陆续进入出版界,踏上编辑工作岗位。他们是新时期出版事业改革和发展的参与者,是伴随着这段历史逐渐成长起来的新一代。……伟大的时代孕育和造就了出版界新一代。……我们以十分喜悦的心情,欢迎出版界新一代。”又过了10年。今天,我们非常高兴地看到,新时期出版界的新一代,已经成为出版界的栋梁。在他们中间,陈昕同志无疑是佼佼者之一。

陈昕同志的《中国出版产业论稿》(以下简称《论稿》)也是文集,不是专著,但是它比较系统地深入地研究了出版产业改革和发展面临的重大问题。可以说,《论稿》是当今出版产业研究的一项重要成果。10年前我在《读 编匠心集》中写过:“这

序一 出版产业研究的重要成果

些年来,我深感需要加强对出版业的经济学的研究。出版业既是精神文明建设的重要部门,又是国民经济的重要产业。对这一点现在没有争议了。因此需要研究出版业改革和发展的经济学的依据,这是在社会主义市场经济条件下推动出版业改革和发展的必不可少的重要的条件。问题是目前能做这种研究的人不多。像陈昕同志这样既熟悉出版、又具有经济学素养、还是热心人,十分难得。”过了10年,《论稿》的内容表明,陈昕同志再接再厉取得了新的成果,没有辜负大家的期望。

我之所以特别看重陈昕同志对出版产业的经济学研究,是因为要做好出版产业必须严格按经济规律办事。严格按经济规律办事,是理性的科学的态度,是成功之路。加强对出版产业的经济学研究,是在出版产业的发展中严格按经济规律办事的前提。现在全国轰轰烈烈发展出版产业,可是如何从经济学上加深对出版产业的理解、进而自觉坚持严格按经济规律办事,不少同志的准备明显不足。认识上有误区、实践上有盲目性,自然都不利于出版产业的健康发展。

对出版产业的经济学研究,首先是研究普遍性。这非常重要。因为出版产业也是产业,具有与其他产业相同的共性。普遍经济规律,对所有产业是适用的,对出版产业也是适用的。比如,价值规律、市场经济规律。其次是研究特殊性。这尤其重要。其中研究出版产业不同于其他产业的特殊性,难度最大。《论稿》上篇《中国出版产业发展阶段研究(1978—2005)》,是本书重要的长篇文章。这篇论文第二章“中国图书出版产业经济学分析”,是论文主要部分“展开叙述的基础”。在这章的“图书商品性质的经济学分析”一节中,给出了若干命题:“图书是一种文化商品”、“图书商品有显著的差异化”(“图书商品的差异化根源于图书的文化属性”、“图书商品的差异化为图书种类的增加提供了足够的空间”)、“图书属于较弱的超必需品”(超必需品“反映的是人类较高层次的需求”)、“图书商品具有正的外部性”(“外部性为正,意味着他人或社会的福利有了增加,但行为人或厂商却没有得到补偿,比如发明、公共绿地、教育,等等”)。在“中国图书出版

产业特性的经济学分析”一节中,也给出了若干命题:“人均国民收入水平对图书市场需求的影响”、“收入结构及人口结构对图书市场需求的影响”、“图书出版产业具有显著的规模经济特性”、“图书出版产业有较高的集中度”、“图书出版产业的数字化发展趋势”。这篇论文第三章“中国图书出版产业发展阶段性分析”开头就说:“本章对中国图书出版产业在改革开放后的发展历程作实证考察,并以第二章得出的一些基本结论为分析工具,对不同阶段的内在成因作经济学分析。”陈昕同志特别重视对出版产业的经济学分析。不仅这篇重要论文如此,《论稿》全书都是如此。这是《论稿》的特点和优点。陈昕同志的结论是不是都正确大家还可以讨论,但是他重视经济学分析的科学态度毫无疑问是值得提倡的。

《论稿》不是坐在书斋里从书本到书本,而是以饱满的热情和勇气面对出版产业的现实。正因为这样,《论稿》有多处闪光的亮点,在初次发表时就引起了广泛关注。比如,关于“中国图书市场从卖方市场转向买方市场”的论述。这对于认识和把握市场竞争态势的变化、从而积极地理性地投入市场竞争、推动市场走向成熟,是极为重要的。比如,关于组建出版集团的论述。明确提出“要从产业发展的角度来看待出版集团的组建问题”,进而提出“符合精神文明建设要求、适应社会主义市场经济发展”的一系列原则性意见,有很强的针对性。比如,关于建立强有力图书发行中盘的论述。“建立与现代市场经济相适应的图书发行中盘”,是关系图书流通产业现代化的一个重大问题。比如,关于抓紧建设中国出版业的现代物流体系的论述。这个对全国来说具有很大前瞻性的论述,“是以上海世纪出版集团目前的实践为蓝本展开的”。比如,关于出版产业数字化发展趋势的论述。加强数字化建设,开发数字化产品,跟上数字融合步伐,是出版产业建设中非常重要的一个方面。这些只是举例。《论稿》提出的许多重要问题,有陈昕同志的深入研究和独到见解,因而得到越来越多的认同。

要说《论稿》闪光的亮点,不能不特别提到关于出版应当勇敢承担文化建设重任的论述。陈昕同志熟悉经济、关注经济、会办经济。他

却大声疾呼出版要“勇敢承担文化建设重任”。他不是离开经济谈文化,而是结合经济谈文化,结合出版产业经济的发展谈出版产业承担的文化建设的职责。这是很可宝贵的。

1994年他写道:“在新的历史条件下,在建立社会主义市场经济的过程中,如何出版一些高质量的、代表国家水准的大型社会科学学术著作,是摆在我们面前的一项重要任务。”“中国的出版家们,让我们在建立与社会主义市场经济相适应的出版新体制的过程中,逆市场的‘短视’而动,坚持不懈、持之以恒地出版好社会科学学术著作,以迎接21世纪中国文化建设高潮的到来。”这番议论很有远见。

2002年他写道:“如果我们依然顺从于市场‘短视’的本性,不从长远发展的高度来看待文化创新对于产业发展的重要性,不花大力气来培养整个民族文化创新的能力,那么就不仅是文化产业长期发展乏力的问题,……更严重的是,我们中华民族也可能因此而无法真正立足于世界民族之林——文化毕竟是一个民族的身份证,没有这个身份证,我们如何通行于世界各地?”“我们强调培养民族文化的创新能力,并不意味着不需要遵循产业发展的规律,也不意味着要把文化创新的成果仅仅置之于书斋;恰恰相反,当我们从产业发展的角度来看待文化创新能力的培养时,当我们把原创文化的成果纳入产业发展的轨道时,那么涌现出的将是何等壮观的生产力啊。”这番议论很有气派。

2005年他写道:“在市场经济的条件下,一般说来企业的目标可以表述为利润的最大化;但是出版企业作为一种特殊的企业,它的目标是二元的,出版企业当然也要创造利润,但更重要的是要向广大人民群众提供丰富多彩的图书,出版企业的利润追求应该通过提供更多更好的图书产品来真正加以实现。”“在出版改革过程中,我们往往容易出现两类偏差,一是片面追逐利润而出版了一些格调低下或违反四项基本原则的图书,忘记了出版企业作为一种特殊的企业它所承担坚持先进文化前进方向的责任。二是片面追逐利润,离开了内容提供和生产的业务领域,热衷于进入股市、楼市、旅游等其他非文化出版产业,忘记了出版企业承担的文化建设的重任。因此,出版单位在由事

业转制为企业的过程中,如何解决好坚持先进文化的前进方向,出版更多更好的精神产品,是一项急需解决的重要问题。”这番议论切中时弊。

在《论稿》之外还有陈昕同志的答记者问可以参照。2006年2月,他在接受《中国图书商报》记者采访时说:“我一直在讲一种世纪出版集团的核心价值观念:成为中国人的文化脊梁。现在我不能说已经成为文化脊梁,但我们正在努力成为中国人的文化脊梁。”此前他在接受《新民晚报》记者采访时说:“出版单位承担着传播先进文化和发展文化产业的职责,世纪集团把自己的使命定为:通过我们的选择,提供能够创造或增加价值的内容和阅读体验;通过我们的整理,传播人类文明的优秀成果;通过我们的服务,与读者形成良性互动,从而努力成为一代又一代中国人的文化脊梁。”可见文化建设这个主题,在陈昕同志的出版理念中,占有特别重要的位置。他的这个观点,前后一贯,旗帜鲜明。现在的出版界,有力争成为“文化脊梁”的有志之士,也有小平同志批评的那种“混迹于”出版界的“唯利是图的商人”。大家都面临着是与非、荣与辱的重大抉择。

《论稿》的问世触动了我。我想借此机会重复我的多次呼吁:高度重视出版产业的理论研究,高度重视出版学和出版经济学的研究。这是出版产业发展的迫切需要。只有不断提高理论水平,才有可能使出版产业的发展上升到自觉的层面。出版学和出版经济学的走向成熟,是出版产业走向成熟的重要条件和重要标志。

序二

出版人论出版的架构



陈昕同志历年所著有关出版研究的文章约有百万字之钜,他从中选出一部分编为《中国出版产业论稿》,交由复旦大学出版社印行,并嘱我为之写一篇序。其实此书已有出版界前辈刘杲同志的序,以年辈与身份而言他的确是一位合适的作序人,我则不然,从哪一方面说都不合惯例。而之所以“知难而进”,因为有两条可说的理由:往年陈昕同志曾有邀我加入世纪出版集团的动议,事虽不果,心意可感,这是私谊;复旦出版社打算从本书开头,组织出版一系列本行业人士研究讨论出版事业的著作,我忝为主事人,有些想法可以借此机会略加表白,这是公义。至于浅陋之言少说为妙,却又顾不到那么周全了。

在一个社会的总体结构中,出版业具有某种特殊性。它既是一种产业,又是一项文化事业;它以产业的经济活力,支撑起自身所承担的文化功能。一个出版从业人如果仅仅以利润最大化为止足,则无论怎样成功,也绝不可能在本行业中受到广泛的尊重。因为出版的内容始终关乎文化的建设与文明的传承,发现、收集、整理、引入、传播人类文明发展史上于当代及后世有益的信息,始终是优秀的出版人投入这一事业的根本动机。而反过来说,如果不能从商品特征上理解图书,循依产

业的规则组织出版,则基本的运作都难以维持,一切宏大的计划徒然束之高阁,文化功能的实现也就成了空话。所以,一个优秀的出版从业者,总是在文化承担与经济运营这两方面都具备足够的能力。

出版业在社会发生重大变革的时期尤其具有特殊的敏感性。19世纪中叶以来,中国面临亘古未有的大变局,在艰难的环境里、巨大的压力下,国人努力“走出中世纪”、“走向世界”(这里借用两种书名)。而具有现代意义的中国出版业从其诞生开始,就成为催化社会进步的重要力量。从译介西方著作引入先进思想,编印新式课本昌明现代教育,到汇辑古典名著清理传统文化,正如王建辉同志在《出版与近代文明》一书中所强调的那样,“近代出版在经济发展和思想文化各个层面如社会参与、价值表达、思想传播、知识扩散、文化阐发等诸多方面,都成为近代文明的重要载体”。而优秀的出版人如商务印书馆的早期主持者张元济,中华书局的创始人陆费逵,都是以成功的产业经营,使出版机构成为沟通学术界、思想界与社会大众的枢纽,成为文化的集散中心。

自20世纪70年代末以来,中国社会进入了一个新的重大变革时期,它的历史意义恐怕怎样评价都不算高。在这一进程中,出版界同样以积极的姿态参与了历史的运行,对于新的中国蓝图的不断展开,甚至常常是起着先导的作用。而一代新的出版工作者也就在这特殊的时代中获得展示他们的意志和智慧的机会。刘杲同志说陈昕乃是今日出版界的栋梁之材中的“佼佼者”,我想同行中对此大多是愿意认可的。

如果用军队中培育将帅的情形作比喻,陈昕同志的一个突出之处是在出版行业中具有完整的履历:他从普通编辑、编辑室主任做起,而后在上海和香港的几家著名出版机构辗转担任副总编辑、总编辑、社长等领导职务,做过上海市新闻出版局副局长,并于1999年负责组建了第一家出版集团——上海世纪出版集团。他熟悉中国出版界的所有层面,深切了解这一行业的快乐与艰辛,弊端与希望。在这一方面,同行中确实是罕有其配。

陈昕同志对出版事业的热情和超常的工作精力,恐怕也是常人难以企及的——至少我自己是如此。领导着规模宏大的出版机构,他的眼光总是盯着发达国家,把了解这个行业最前沿的情况和发展大趋势作为自己的必修课,因此出国调研、考查是经常有的事情。但和一般人出国考查总要顺带观光不同,陈昕把所有时间都用在工作上。《人民日报》曾有一篇报道,引用了上海书店出版社副总编辑李远涛跟随陈昕去美国后的感想,说是“每天两个出版机构,再加上要准备大量材料,喘不过气”;“满脑子都是访问、会谈和一堆堆数字,对美国的感觉却模模糊糊”。我还听说过一桩趣闻:陈昕率团访美,回国那天一盘算,离上飞机还有个把小时的多余时间,于是领着众人又参观了一家就近的书店。当然不仅是出国考查,差不多在任何情况下,陈昕都喜欢以紧张的节奏来工作,“消闲”二字与他全然无干。我想他也不是准备当劳模的,这就是他的风格乃至生活习惯——与人之常情有违,怕也难免。

出版界有以从事实务为主的,也有偏重于理论研究的。前一种类型的人往往不太重视理论,眼光不能放得很远;后一种类型的人往往对实际操作知之不深不细,所论或有迂曲。以我自己的经验,觉得在出版业中负一点责任的人,应该将两方面的知识结合起来才好。而正是在这一点上,我对陈昕尤为佩服。他既是一个实践经验丰富的出版家,又是一位学者。早在1978年,陈昕就写出了《社会主义全民所有制内部存在商品生产》这篇内容超前的论文,投到当时的《社会科学》杂志。此后在从事出版业的20余年中,他撰写了100多篇论文和多部专著,着重用经济学的方法研究出版,因此获得一个“出版经济学家”的雅号,这在中国出版界是很少见的。陈昕的主要论文已经收录在本书中,它的学术价值,刘杲同志在他为本书所作的序中也有较全面的评价,我就不必多说了。我只是想强调一点,陈昕同志的研究,一方面是理论性很强,视野很广阔,从图书的商品性质、出版业的产业特点,到中国图书市场的变化与前景、中外图书出版的比较,都有堪称系统的分析;另一方面,它又不同于“学院派”的书斋里的学问,它有丰富

序二 出版人论出版的架构

的实践经验作基础,始终扣紧当下出版业运作和发展的实际问题,宏大的设想总是和十分具体的操作设计相联系。作为同行,读起来尤其觉得亲切。

要我另外再谈一点读后感的话,那就是常常会想起《老子》所说的“强行者有志”。

出版一向被认为是“为他人作嫁衣裳”的行当;出版人自己写书,特别是关于出版的书,颇为少见。而改革开放以来,中国的出版事业发生了深刻的变化,出版社不再是简单地按照现行政策或领导意图编印图书的机构,它正努力成为文化创新活动的主导者和组织者,成为在市场上的基础上以长远眼光推动民族文化发展的重要力量。这方面有许多经验教训有待总结,有不少问题需要探究。因此,出版一批有价值的“出版人谈出版”的著作,恐怕是有必要的。这不仅有益于同行间彼此沟通、取长补短,说到底出版乃是全社会的重要事业,它也是整个社会关注的对象。在计划编这套书时,想到陈昕同志在很多情况下都是领头的,这一次仍请他领头。

目 录

上编 中国出版产业发展阶段研究(1978—2005)

第一章 绪论 /2

- 一、研究目的、意义、思路和方法 /2
- 二、研究框架 /4
- 三、学术界对出版产业研究的进展情况 /5

第二章 中国图书出版产业经济学分析 /9

- 一、图书商品性质的经济学分析 /9
- 二、中国图书出版产业特性的经济学分析 /15

第三章 中国图书出版产业发展阶段性分析 /24

- 一、中国图书出版产业的超常规增长阶段：
1978—1985 年 /25
- 二、中国图书出版产业的调整与徘徊阶段：
1986—1994 年 /29
- 三、对调整与徘徊阶段的进一步分析 /32
- 四、中国图书出版产业新的增长阶段 :1995 年至今 /46

目 录

第四章 中国图书出版产业发展前景分析 /52

一、关于现阶段中国图书出版产业整体发展的基本判断

——对滞胀论的一种回应 /53

二、中国图书出版产业未来的发展 /61

下编 中国出版产业若干问题研究

开展社会主义出版运行机制问题研究 /78

上海出版税收的现状、问题及对策 /80

中国图书出版业 :从卖方市场转向买方市场 /89

中国图书价格管制 :从严紧趋向宽松 /115

中国图书市场 :短期竞争的展开与长期竞争的不足 /139

中国图书出版业 :信息搜寻费用的转移与潜在图书市场的开发 /163

新华书店 :中国图书出版业发展的瓶颈 /175

中国图书市场发展的背景及国际比较 /190

出版竞争与创新 /212

论图书出版经营的创新 /223

论中国出版业的买方市场及其他——求教于王益同志 /235

勇敢地承担起文化建设的重任 /245

图书市场呼唤中盘雄起 /248

日本出版流通体系考察 /251

中国出版业发展的三个阶段与新的出版组织的培育 /273

论组建出版集团的若干问题 /285

欧洲出版集团考察 /295

目 录

- 创新是出版发展之源 /311
- 中国出版业应积极迎接加入 WTO 后的挑战 /328
- 抓紧建设中国出版业的现代物流体系 /351
- 努力提高民族文化的创新能力——中国入世有感 /356
- 美国传媒集团考察——兼论中国出版业长期发展的若干问题 /363
- 关于中国动画产业的现状及发展路径的探讨 /389
- 21 世纪 :上海有可能成为中国的第二出版中心吗 ?
——论上海出版业的现状、机遇和对策 /398
- 出版改革过程中应该注意的两个问题 /429
- 现代出版组织的建设与党对出版工作的领导 /435
- 后记 /452

上编

中国出版产业发展阶段研究

(1978—2005)

第一章

绪 论

一、研究目的、意义、思路和方法

19 78年至2005年这28年是中国图书出版产业迅速发展并引起世人瞩目的28年。在这28年中,中国图书出版产业的体积增长了几十倍。更重要的是,其间中国图书市场的性质发生了根本的变化,由卖方市场转向买方市场;出版单位的性质发生了根本的变化,由纯事业单位转为事业单位企业化管理,自收自支、自负盈亏;新的出版组织不断涌现,新的出版技术不断被运用;出版企业与国际出版企业的合作越来越频繁,范围越来越大。与此同时,中国图书出版产业也出现了各种各样的问题,甚至陷入过程度不同的困境,中国图书出版产业在解决这些问题、战胜各种困难的过程中不断向前发展。

本文研究的目的有二:其一,对1978年改革开放至今^①这28年中国图书出版产业的发展历程作一个较为全面的梳理,提出中国图书出版产业经历了超常规增长、调整与徘徊、新的增长三个发展阶段的基本观点,并运用现代经济学、管理学的基本理论和分析方法对每个阶段产生和形成的内在机理作深入分析,以求对中国图书出版产业的发展有一个清晰的描述。在上述分析的基础上,对当前中国图书出版产业的现状做进一步的研究,通过各种总量和结构分析证实本文提出的

^① 除非特别说明,本文所用“至今”期至2005年。

一个基本判断,即目前中国图书出版产业仍然处于新的增长阶段,以回应目前出版界普遍存在的一种消极观点,即中国图书出版产业已经进入“滞胀”阶段。其二,进入 21 世纪,中国图书出版产业面临新的发展机遇,一方面在全球化、信息化、数字化浪潮的背景下,全球图书出版产业出现了许多新的变化,面临着深刻的转型,这对中国图书出版产业的发展方向势必产生重要的影响;另一方面,随着国内文化体制改革的进一步推进,中国图书出版产业在运行机制、管理模式、组织结构、企业制度等诸多方面都出现了巨大的改革空间。在这种外部环境和内部机制的双重变化下,出版界对图书出版产业的未来发展前景表现出极高的关注,中国图书出版产业向何处去成了一个亟待研究的重要课题。本文结合笔者在图书出版界多年工作的经验,以上述双重变化为分析背景,提出了中国图书出版产业长期发展需要解决的几个关键问题,并给出了解决问题的路径和办法。

本文的研究思路是问题导向式的,总体而言,回答了如下一些问题:中国图书出版产业为什么划分为三个阶段,每个阶段的内在成因是什么;1985 年中国图书出版产业为什么由卖方市场转向买方市场,其依据何在;为什么在买方市场中图书的价格会出现大幅上涨;卖方市场向买方市场转型的时间为什么如此之长;进入 21 世纪,中国图书出版产业到底是进入“滞胀”阶段还是仍然处在新的增长阶段;中国图书出版产业长期发展需要解决的关键性问题是什么,如何解决,等等。

本文的研究方法是实证分析与理论演绎相结合。具体而言,主要运用了如下的研究方法:(1)经济学分析方法。本文运用了经济学中的价格弹性、收入弹性、集中度、外部性、规模经济以及供求分析等概念和理论,对图书商品和图书出版产业的基本特征做深入的描述。(2)实证分析法。对本文提出的若干观点和相关问题,主要采用实证分析加统计回归分析的方法加以验证。(3)历史分析法。本文对中国图书出版产业的发展历程作了较为全面的描述,运用图书品种、总印数、总印张、总定价以及出版社的数量、出版社的利润水平、出版社职

工数量等不同指标对这一发展历程中的不同发展阶段进行综合分析。(4)抽象演绎法。本文从数字技术的一般特性、中国文化体制改革的基本方向、中国宏观经济发展的基本趋势、产业融合的主要影响等出发,对中国图书出版产业发展的内在逻辑和演化路径进行理论推演,分析中国图书出版产业未来发展的前景。

二、研究框架

全文共分四章。

第一章是绪论。本章简要点出了研究的目的、意义、思路和方法,描述了本文的研究框架,介绍了学术界对出版产业研究的进展情况。

第二章对本文的两个主要研究对象——图书和图书出版产业,进行了经济学的分析,以此作为后面两章分析的基础。本章对图书商品的性质进行了描述,分析了图书商品具有的文化属性、差异化特性、超必需品特性以及正的外部性。对图书出版产业的经济特征做了归纳和概括,研究了人均国民收入水平对图书消费需求的影响,收入结构和人口结构对图书消费需求的影响,图书出版产业的规模经济特性和产业集中度,出版企业功能定位的差异性,以及数字技术对图书出版产业的革命性影响。

第三章对中国图书出版产业的发展历程作了阶段性分析,提出三阶段划分的基本观点:1978—1985年是中国图书出版产业的超常规增长阶段,1986—1994年是中国图书出版产业的调整与徘徊阶段,1995年至今中国图书出版产业处于新的增长阶段。本章运用第二章的基本结论对上述三个阶段的成因进行了分析。在此基础上,提出中国图书市场于1985年由卖方市场转向买方市场的基本观点,并对其内在原因进行了深入分析。本章还对中国图书出版产业调整与徘徊时间为什么如此之长作了理论上的阐述。

第四章对当前中国图书出版产业的阶段性质作了进一步深入分析,作为对当前出版界影响较大的“滞胀”论的一种回应。最后,本章

提出了中国图书出版产业长期发展需要解决的几个关键性问题,包括:出版社的类型选择与企业改制、企业的集团化及其结构安排、内容产业与文化创新、产业链与价值链的打造、数字化建设与数字化产品、区域分工与联合及改善出版生态环境等,并提出了解决问题的路径和办法。

三、学术界对出版产业研究的进展情况

出版产业是整个国民经济体系的一个重要组成部分,它把出版产品和出版服务视为一种经营性的行为,并按照一般的经济规律加以运作。与大多数产业不同的是,出版产业具有一定的特殊性,表现为出版活动和产品具有的意识形态特征。正是由于这一点,在相当长的时期内,我国政府将出版机构归入了事业的范围,把出版产品和出版服务视作是带有公共产品性质的商品。在这种状况下,我国学术界对出版科学的研究主要集中在编辑学和具体出版实务,如出版管理、发行管理和印刷管理等方面,而对出版产业的研究则一直处于空白的状态。

1978年12月,党的十一届三中全会吹响了改革开放的号角,中国出版业也开始驶入了改革的轨道。随着改革的推进,出版业的产业特征开始逐步为中国学术界和出版界认识,由此开始了对中国出版产业的研究。

1986年2月,我在《上海出版》上发表了《开展社会主义出版运行机制问题的研究》一文,这是改革开放以来,中国第一篇以出版产业为研究对象的文章。该文虽不长,但却明确地提出,“从根本上说,对出版运行机制的研究离不开对出版主体行为的研究,从而必须以既定的出版体制为前提,这就是说,应该对我国出版的不同体制作出划分和规定,分别对事业型、事业单位企业化管理型、企业型三种基本模式的出版运行过程进行分析,然后,利用这种分析的结果,对符合现实的理想出版模式的选择涉及的若干理论原则加以讨论,并研究如何使我们