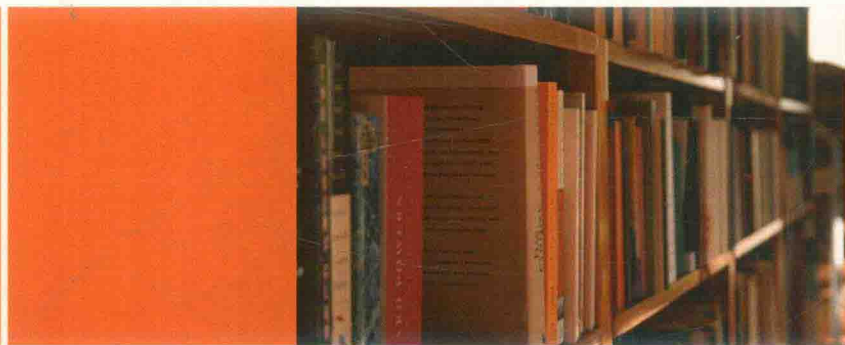


国外出版产业研究论丛

图书价格管理制度研究

▶ 张养志 叶文芳◎著



知识产权出版社

全国百佳图书出版单位

国外出版产业研究论丛

图书价格管理制度研究

张养志 叶文芳 著



知识产权出版社

全国百佳图书出版单位

内容提要

本书以两种不同的价格管理制度的典型代表国家为例,对其价格管理制度的方式以及对图书出版业的影响做深入的剖析,结合我国图书出版业发展的现状及存在的问题,探讨自由价格制度对我国出版业之现实影响,以及固定价格制度对我国出版业的预期影响。

责任编辑:于晓菲

责任出版:刘译文

图书在版编目(CIP)数据

图书价格管理制度研究/张养志,叶文芳著.

—北京:知识产权出版社,2013.11

ISBN 978-7-5130-2457-0

I. ①图… II. ①张… ②叶… III. ①图书—价格制度—研究—中国

IV. ①G239.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 280641 号

图书价格管理制度研究

TUSHU JIAGE GUANLI ZHIDU YANJIU

张养志 叶文芳 著

出版发行:知识产权出版社有限责任公司

社址:北京市海淀区马甸南村1号

网 址: <http://www.ipph.cn>

发行电话:010-82000860 转 8104/8102

责编电话:010-82000860 转 8363

印 刷:北京中献拓方科技发展有限公司

开 本:720mm×960mm 1/16

版 次:2014年3月第1版

字 数:180千字

邮 编:100088

邮 箱:rqyuxiaofei@163.com

传 真:010-82005070/82000893

责编邮箱:yuxiaofei@cnipr.com

经 销:新华书店及相关销售网点

印 张:10.5

印 次:2014年3月第1次印刷

定 价:42.00元

ISBN 978-7-5130-2457-0

出版权专有 侵权必究

如有印装质量问题,本社负责调换。

序 言

随着社会经济和科学技术水平的发展，出版产业已经成为全球发展最快的产业之一。以图书经营为重点的跨媒介、跨地区经营的大型出版集团在国际市场上市场占有率不断提高，尤其是欧美发达国家，以图书市场总价值计算，美国、德国和日本作为世界前3大图书市场占据了世界50%以上的市场份额，全球最大的10个图书市场占据了世界出版发行业81%的份额。美、英、法、德、日等出版业强国图书出版业的特征和趋势基本一致，但是对图书价格的管理方式却存在着巨大差异，英国、美国采取自由定价制度，而法国、德国、日本却采用固定价格制度，两种制度的差别蕴含着各国对待图书所代表的各国文化的不同认同。

我国图书价格定价制度的演进经历了自我定价时期、印张定价时期、自由定价时期等几个不同的阶段，但是现阶段的自由定价制度使得我国存在图书定价虚高、实体书店快速倒闭、网络零售商的恶性竞争等很多不利于出版业长期稳定发展的因素。面对这些问题，我国的图书定价是否还应遵循自由定价方式？是否可以借鉴法国、德国、日本及韩国的固定定价方式来稳定我国的图书发行市场，保证小众图书得以出版、实现文化多样性呢？带着一系列的问题，我们展开了系列调研，并主持了原新闻出版总署的项目“图书价格制度研究”，本书在项目研究报告的基础上整理而成。

本书以两种不同的价格管理制度的典型代表国家为例，采用对比分析的方法以及不同的定价制度对图书出版业的影响作深入的剖析，并应用实证分析方法系统论述我国图书出版业发展的现状及存在的问题，探讨自由价格制度对我国出版业之现实影响，以及固定价格制度对我国出版业的预期影响。

本书的创新之处在于不仅对传统图书的价格管理制度进行了系统的梳理，还引入了电子书价格管理的探讨，并构建了我国电子书价格管理的模式。另外，在我国图书出版业发展现状研究过程中，创新性开展图书出版与 GDP 的关联性研究并采取实证分析法得出我国所处的人均 GDP 1000 ~ 3000 美元的阶段恰好是出版业发展的黄金阶段，我国应抓住机遇，创造良好的国内环境，为出版业的发展保驾护航。

在本书的写作过程中，北京印刷学院新闻传播学研究生郑中翔、李慕、史文慧、付春晓发挥了重要的作用，他们深入出版发行单位调研，提供了一手数据，参与了第三章、第六章的编写。

由于作者水平有限、数据资料有限，研究中还有很多不足，希望读者批评指正。

作者序

2013 年 11 月 19 日

目 次

第一章 绪 论	1
第一节 研究背景	1
第二节 研究目的与研究内容	2
第三节 研究的创新与不足	3
第二章 图书与图书定价	4
第一节 图书与图书属性	4
一、图书的概念与特征	4
二、图书的公共属性分析	4
三、图书的经济属性分析	6
第二节 图书价格与定价方式	9
一、图书价格	9
二、出版业发达国家的图书定价法	10
三、我国的图书定价法	11
四、图书定价水平比较	11
五、图书定价构成比较	12
第三章 国际图书出版业与国际图书价格管理	14
第一节 国际图书出版业的特征	14
一、出版产业迅速发展、利润收入显著增加	14
二、图书出版品种稳定增长	15
三、国内出版市场规模庞大	15
四、法律环境健全	16



五、以并购为主要途径的国际化、全球化的发展战略·····	17
六、高新技术将更多地运用于传统出版业·····	19
第二节 国际图书价格管理制度·····	20
一、国际图书价格管理模式·····	20
二、国际图书价格管理情况·····	21
三、自由价格制度·····	23
四、图书固定价格制度·····	25
 第四章 出版业发达国家图书价格管理概况·····	28
第一节 英国图书价格管理制度·····	28
一、英国图书定价制度的历史·····	28
二、英国图书定价制度的变更·····	29
三、英国自由价格制度对图书出版业的影响·····	30
第二节 美国图书价格管理制度·····	31
一、美国的图书市场管理方式·····	31
二、经典案例·····	32
三、自由定价对美国图书出版业的影响·····	33
第三节 欧盟图书价格管理制度·····	34
一、法国·····	36
二、德国·····	43
三、西班牙·····	48
第四节 瑞士图书定价制度·····	49
第五节 墨西哥图书定价制度·····	50
第六节 韩国图书定价制度·····	51
一、韩国图书定价制度的历史·····	51
二、两部法律具体规定及修改·····	53
三、韩国图书定价制度所面临的问题·····	55
第七节 日本图书定价制度·····	55
一、日本图书定价制度的历史·····	55
二、日本图书定价制度的发展·····	57

三、日本图书定价制度的影响·····	58
第八节 对两种价格管理制度的正反面认知·····	59
第五章 出版业发达国家电子书的价格管理 ·····	61
第一节 美国电子书定价·····	61
第二节 法国电子书固定价格制·····	64
第三节 日本电子书定价·····	64
第四节 德国电子书定价·····	67
第五节 电子书固定价格制度的利弊分析·····	68
第六章 我国图书价格管理制度的变迁及图书出版业的发展与现状 ·····	69
第一节 我国图书价格制度的历史演变·····	69
第二节 我国图书定价制度的发展·····	70
第三节 我国图书出版业的发展历程·····	72
第四节 我国图书出版业发展现状与特征·····	74
一、我国图书出版业现状分析·····	74
二、我国图书出版业的特征·····	75
第五节 我国图书发行业现状分析·····	78
一、我国图书发行业现状分析·····	78
二、我国图书发行业的特征·····	81
三、我国图书发行商的具体运营模式分析·····	84
第六节 我国图书出版业存在的主要问题·····	89
一、实体书店举步维艰·····	89
二、出版社的高定价低折扣现象·····	90
三、图书销售市场的混乱局面·····	92
四、电子书付费阅读模式还没形成·····	93
第七节 自由定价制度在我国图书出版业发展过程中的正反面辨析·····	93



第七章 我国图书价格管理制度改革分析	95
第一节 我国确立图书定价制度的必要性分析	95
一、出版业发展的黄金阶段亟须制度保证	95
二、固定价格制度是保证图书出版持续增长的有效途径	104
三、固定价格制度是现阶段建立有秩序的图书市场必需的选择	108
四、定价销售制是实体书店可持续发展的根本保证	108
第二节 我国确立图书定价制度的可行性分析	109
一、行业协会图书定价制度的有益实践	109
二、图书发行领域的大力支持	110
三、图书出版者	111
四、图书消费者的态度	113
第八章 我国图书固定价格制度的构建及其影响	114
第一节 我国图书固定价格制度的构建	114
一、传统图书固定价格制度	114
二、电子书固定价格制度的构建	120
第二节 图书固定价格制度对我国出版业正反面影响的认知	121
一、图书固定价格制度对我国出版业的正面影响	121
二、图书固定价格制度对我国出版业的负面影响	122
第九章 研究结论	126
附录 1 欧共体转售价格维持的相关立法及解析	127
附录 2 图书公平交易规则	137
附录 3 反不正当竞争法	142
附录 4 中华人民共和国反垄断法	148
参考文献	159

第一章 绪 论

第一节 研究背景

从世界图书出版业来看，图书定价采取自由价格体系和固定价格体系两种不同的模式。自由价格体系是指图书以自由价格在市场销售的价格制度，出版社通过周密的成本核算后，以一定的折扣批发给中间商，只要能保证正常运营，零售商可以自由定价销售。英国和美国是典型的自由价格体系国家。固定价格体系是指对图书价格实行统一定价的制度，即规定图书价格由出版社定价，并在固定位置明确标示，任何图书销售机构都不得擅自加价或减价销售图书。图书固定价格体系以德国、法国、西班牙为代表。这两种模式都有国家层面和行业层面的理念及规则的支撑。即使在同一定价模式下，由于不同国家的历史、文化和法律制度有所区别，定价模式的应用和认可程度也各有特色，并且在不断地发展和演变。

这两种截然不同的图书价格管理制度各具特色，在图书出版业发展的不同阶段都起到了非常重要的作用，出版业也一直存在着对这两种图书价格管理制度优劣的争论，尤其是自由定价制度的拥护者常常抨击固定价格制度，认为固定价格制度不适应现代市场经济，有悖自由竞争的本质。当然，也有大量固定价格制度的拥护者强调固定价格制度的优点在于保护文化多样性，保护中小型书店。归根到底，争议的焦点在于图书的属性，即图书是否具有不同于一般商品的属性，图书是否要从其他商品中独立出来，只有在这样的前提下，才能赋予图书独特的经济地位。图书的公共属性和图书价格管理制



度的采用逐步成为出版业发展过程中的一种攸关国家文化政策与经济发展之思辩。

第二节 研究目的与研究内容

不同图书价格管理制度的适用背后表现出国家对本国文化、经济自由化的辩证态度，尤其是采用固定价格制度的国家都经历过正反面意见的争辩和冲击，因此，探讨自由价格制度和固定价格制度利弊攸关国家文化出版事业的发展与经济思潮辩证议题的延展，能促进图书出版业的价格管理制度共识的达成、决策的形成。在形成共识、决策的过程里，会涉及法规的确立、业界的态度、民众的支持等诸多方面的问题，所以，本书研究过程中需充分了解国外图书价格管理制度的发展过程 and 变化以及国内图书价格管理制度的现状，探索符合我国国情的图书价格管理制度。本书的研究将有利于出版产业的纵深发展，将为我国创造出良好的文化氛围。

本书以两种不同的价格管理制度的典型代表国家为例，对其价格管理制度的方式以及对图书出版业的影响作深入的剖析，结合我国图书出版业发展的现状及存在的问题，探讨自由价格制度对我国出版业之现实影响以及固定价格制度对我国出版业的预期影响。本书将从以下几个方面展开研究：

- (1) 图书与图书定价；
- (2) 国际图书出版业的特征与国际图书价格管理；
- (3) 出版业发达国家的图书价格管理概况；
- (4) 出版业发达国家电子书的价格管理；
- (6) 我国图书价格管理制度的变迁及图书出版业的发展与现状；
- (7) 我国图书价格管理制度改革分析；
- (8) 我国图书固定价格制度的构建及其影响。



第三节 研究的创新与不足

本书的创新之处在于：在对我国出版业现状进行分析的过程中，应用了经济学原理，全面分析了出版业发达国家的图书价格管理制度，并通过纵向研究英、美、法、德、日、韩等国家的出版业发展的历史和现状，总结出“人均 GDP 在 1000~3000 美元阶段是出版业发展的黄金阶段”的结论。我国正处在出版业发展的黄金阶段，为了减少出版业中存在的问题，政府应出台相应的图书固定价格、税收减免等措施保障出版业的健康发展；通过出版业与 GDP 的相关性研究，提出我国出版业的发展与 GDP 的增速不一致的观点。这一点与出版业发达国家的出版业与 GDP 增长同速的状况形成反差。本书认为我国出版业的发展应抓住转型期价格改革的机遇，采取有效措施提高出版业的竞争力。在构建我国的图书固定价格制度的内容过程中，创新性地引入图书固定价格制度的配套措施，即营业税和增值税的减免。同时，在对传统图书固定价格制度的研究过程中，加入了电子书固定价格制度的可行性探讨，构建我国电子书领域“先低后高”的固定价格制度。

但是，在本书的撰写过程中发现我们的研究方法还过于传统、研究路线相对简单、实证分析方法应用不够全面。国内出版业数据资料的搜集以 2010 年、2011 年的较多，缺少 2013 年的一手数据资料，尤其缺少国外出版业发展过程中的图书种类、图书总印数、中小型书店的数量等最新数据资料。在对电子书固定价格制度的探讨中对经济学原理的应用不足。

第二章 图书与图书定价

第一节 图书与图书属性

一、图书的概念与特征

联合国教科文组织对图书的定义是：“凡由出版社（商）出版的不包括封面和封底在内 49 页以上的印刷品，具有特定的书名和著者名，编有国际标准书号，有定价并取得版权保护的出版物称为图书。”图书是以传播知识为目的，用文字或其他信息符号记录于一定形式的材料之上的著作物，图书是人类社会实践的产物，是一种特定的不断发展着的知识传播工具。所以，图书是一种区别于普通商品的特殊商品，一方面具有传播知识、丰富人民文化生活的作用，是一种特殊的精神消费品，具有公共产品的特征；另一方面，图书也是一种用于满足购买者欲望和需求的产品，也就是说，图书同时具备公共产品的属性和一般商品的属性，既有一般商品的经济特征，又有公共产品的特性。

二、图书的公共属性分析

（一）图书的精神文明属性

从图书的选题策划、作者写稿，到编辑的加工、校对、定稿都体现了对知识的创作和再现，图书的生产过程不是简单意义上的商品的生产过程，而是知识产品的生产过程，在这一阶段，图书并不具备普通商品的性质，而是

一种精神产品。

另外,图书在使用过程中,其使用价值也主要体现在精神领域和意识形态领域,图书对人们的影响不会像普通商品一样立竿见影,它对人们的影响是长期的、潜移默化的、渗透的、多维的影响,是一种超时空的精神世界的影响。

(二) 图书的文化性

图书是用文字或其他信息符号传播知识、信息的载体,是人类文化传承最重要的工具,不论是最初的甲骨文,还是现代意义的电子书都是知识、信息的集成,供世代共享。

(三) 图书的媒体性

在人类文明发展史上,图书是最早的传媒,是其他媒体之源。只是随着社会的进步,科学技术的发展,信息传递手段的丰富,原来属于图书的功能——信息传播,渐渐被报刊、广播、电视、互联网等媒体所分担,但这并不意味着图书的信息传播功能已经消失。相反,只要我们比较现代社会和前现代社会的图书属性及功能就会发现,图书原有的信息传播功能在今天仍然存在。

图书传播信息的功能是从它产生之初就具有的。那个时候,图书这一最早的信息载体是经由人们以步行、骑马、坐船等途径交流传递的,它是一种极为缓慢的传播过程。直到有了蒸汽机车,有了火车,有了轮船,有了飞机,图书借助先进的交通工具和印刷技术才得以很快地传播。尽管如此,人们还是忽略了在数千年人类文明史中,图书(包括树皮书、羊皮书、竹简等)也曾记录了很多今天在报刊、电视、广播、互联网上常出现的内容,如陨石、地震、水灾以及战争等。

早在夏代,人们就用符号或者文字来记录新闻事件了,记录下来是给后人看的,传播的内容已经包含了新闻因素。殷商时期的王亥被杀事件是古书中提到的最早的新闻事件,记录这个新闻事件的就是《尚书》。《春秋》《左传》《国语》等多是记录口口相传的重大事件。只不过记录这些事件的不是



记者,而是史官。现代报刊出现以后,就形式上来说,早期报刊都采用书册式装帧,保留着图书形式的痕迹;就内容来说,近现代中国报刊也主要是用来立言,执行着图书的功能。

就传媒出现的先后顺序来说,首先出现的是图书,其次是报纸和期刊,继而出现的是广播和电视,随后出现的是互联网。当然,就时效性来说,媒体出现得越晚,时效性就越强。新的媒体出现以后,人们忘记了图书作为最早的媒体所承载的媒体功能。事实上,进入信息社会以后,图书作为媒体的一种,继续担负着传递与人们生产、生活相关的方方面面的资讯的功能,并且与其他媒体并肩而行。

三、图书的经济属性分析

(一) 图书的需求弹性

根据宏观经济学的总供给与总需求理论,价格上升必然导致需求量的下降,高价商品不一定能获得高额利润。商品价格的确定必须考虑价格的变动对需求量的影响,也就是需求弹性的影响。对于图书而言,其需求价格弹性和需求收入弹性两个方面表现出图书作为商品的特殊性。

1. 图书的需求价格弹性

需求定理表明,一种物品的价格下降将使其需求量上升。需求价格弹性是衡量一种物品需求量对其价格变动反应程度的指标。或者说,表示在一定时期内当一种商品的价格变化百分之一时所引起的该商品的需求量变化的百分比。计算公式为:

$$\text{需求的价格弹性系数} = - \frac{\text{需求量变动率}}{\text{价格变动率}}$$

需求的价格弹性可以分为弧弹性和点弹性两种。假定需求函数为 $Q = f(P)$, ΔQ 和 ΔP 分别表示需求量的变动量和价格的变动量,以 ed 表示需求的价格弹性系数。当价格变动量较大时,图书商品的需求曲线上两点之间的弹性可以用弧弹性公式表述:



$$ed = -\frac{\frac{\Delta Q}{Q}}{\frac{\Delta P}{P}} = -\frac{\Delta Q}{\Delta P} \cdot \frac{P}{Q}$$

假设需求是连续、可导的函数，则用需求的价格点弹性公式表示为：

$$ed = \lim_{\Delta P \rightarrow 0} -\frac{\Delta Q}{\Delta P} \cdot \frac{P}{Q} = -\frac{dQ}{dP} \cdot \frac{P}{Q}$$

对一种商品来说，并不一定价格越高，收益就越大，这要看这种商品在这一时期的价格弹性的绝对值是大于1还是小于1。简单地说，如果一种商品的价格弹性的绝对值远大于1，则价格稍有上升，其市场需求量就会有很大下降，那么它的总收益就会下降。图书作为商品，同样也遵循这一市场规律。如果一种物品的需求量对价格变动的反应很大，就说这种物品的需求是富有弹性的。如果一种物品的需求量对价格变动的反应很小，就说这种物品的需求是缺乏弹性的。传统观点认为，读者对图书的需求缺乏弹性。但随着经济社会的发展，图书市场的逐步细分使得需求价格弹性因图书种类和图书价格而有所差异。

例如，我国教育类图书的需求价格弹性小于1，缺乏弹性，且弹性值具有一定的波动性，呈现出递减趋势。究其原因是由我国教育类图书特殊性决定的，包括产品的特殊性、消费者的特殊性以及政府管制的特殊性等；而与职业和行业相关的专业类图书，却有逐渐增加的趋势，需求价格富有弹性，且呈现波动性。这种波动性的出现，与社会上学术思潮或政策的影响，我国人才结构、知识结构的变化密不可分；大众类图书与群众的日常生活联系最为紧密。据统计，近年来大众类图书需求价格弹性保持在0.5~1.1，也就是在缺乏弹性和富有弹性之间变动，相对于教育类图书和专业类图书来讲弹性趋于稳定，且要大于教育类和专业类图书的最小弹性值。即价格的变动容易引起需求量的变化，可以看出，消费者对大众类图书的价格变化比较敏感。这与大众类图书的构成有关。大众类图书的主要作用是休闲阅读和增加读者的文化体验，消费者阅读这类图书主要是为了休闲，因为休闲的方式还有很多，所以大众类图书具有较强的可替代性，需求价格弹性也比其他类图书相



对要高。

2. 图书的需求收入弹性

需求收入弹性是衡量一种物品需求量对消费者收入变动反应程度的指标,用需求量变动百分比除以收入变动百分比来计算。即

$$\text{需求收入弹性} = \frac{\text{需求量变动百分比}}{\text{收入变动百分比}}$$

一般来说,大多数物品属于正常物品:收入提高,需求量增加。由于需求量与收入同方向变动,所以正常物品的收入弹性为正数。国内的研究表明,中国图书市场在近年来的收入弹性为 1.03 ~ 1.49。虽然不同类别图书的收入弹性存在差异,但一般而言,可以认为图书需求的收入弹性较高,属于一种需求较弱的必需品。

(二) 图书的外部性

微观经济学认为,一个人从事一种影响旁观者福利,而对这种影响既不付报酬也得不到报酬的活动时,就产生了外部性。如果对旁观者的影响是不利的,就称为负外部性;如果影响是有利的,就称为正外部性。也就是说,在存在外部性时,社会对市场结果的关注扩大到参与市场的买者与卖者之外,以包括那些间接受影响的旁观者的福利。由于参与交易的双方在决定其需求量时忽略了其行为的外部效应,在存在外部性时,市场均衡并不是有效的。也就是说,存在着市场失灵的现象,这就需要政府施行针对外部性的公共政策,弥补市场无效率现象。

就图书来说,它是一种同时具有正外部性和负外部性的产品。在相当大的程度上,购买图书的利益是私人的。但是图书同时作为文化和知识载体,主要承担传递和普及知识与信息的功能。因此,它是一种典型的正外部性产品。一本书的价值是其售价所不能体现的。越多的人读书,对于社会而言,产生的整体收益也越大。也就是说,销售一本书的同时,出版社的收益与社会整体收益是不对等的,后者要远高于前者。政府也应该采取措施,使图书的正外部性得到进一步的发挥,促进全社会知识文化的繁荣。另外,图书也