



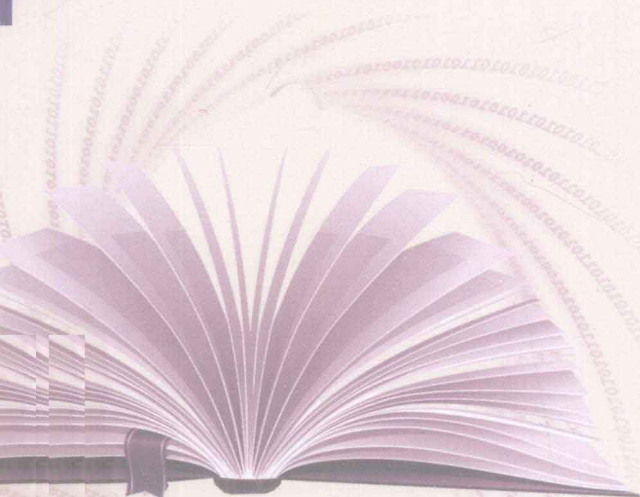
普通高等教育精品规划教材

高等学校出版科学专业系列教材

国际图书与版权贸易

尹章池 张麦青 尹 鸿 编著

PUBLISHING
SCIENCE



WUHAN UNIVERSITY PRESS

武汉大学出版社



普通高等教育精品规划教材

高等学校出版科学专业系列教材

国际图书与版权贸易

尹章池 张麦青 尹 鸿 编著



WUHAN UNIVERSITY PRESS

武汉大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

国际图书与版权贸易/尹章池,张麦青,尹鸿编著. —武汉:武汉大学出版社,2011.3

普通高等教育精品规划教材

高等学校出版科学专业系列教材

ISBN 978-7-307-08523-7

I. 国… II. ①尹… ②张… ③尹… III. ①图书—国际贸易—高等学校—教材 ②版权—国际贸易—高等学校—教材 IV. ①F746.86 ②F746.18

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 015671 号

责任编辑:詹蜜 责任校对:刘欣 版式设计:詹锦玲

出版发行:武汉大学出版社 (430072 武昌 珞珈山)

(电子邮件: cbs22@whu.edu.cn 网址: www.wdp.com.cn)

印刷:湖北金海印务有限公司

开本:720×1000 1/16 印张:22.25 字数:388千字 插页:1

版次:2011年3月第1版 2011年3月第1次印刷

ISBN 978-7-307-08523-7/F·1471 定价:36.00元

版权所有,不得翻印;凡购我社的图书,如有质量问题,请与当地图书销售部门联系调换。

前 言

中国对外图书和版权贸易在加入 WTO 之后呈现出从未有过的深度和广度,“请进来”从改革开放伊始就一直是出版业国际化的主旋律。

而在近几年,国家文化软实力和形象力受到重视,加之我国出版业改制、集团化、股份制、上市等阶段性战略,国有和民营出版单位不同程度上实现了华丽转身,数字出版技术促成新型出版单位异军突起并且角逐出版领域,中国出版业的整体实力和国际竞争力在一定程度上得以提升,一些知名出版单位有意识、有实力、有计划地开始进军国际市场。国家新闻出版“走出去”战略及国内各出版单位紧锣密鼓的实际行动表明,向国外出口出版物、输出版权、合作出版、在国外办图书公司、兼并重组及国际营销渠道整合等已开始成为我国出版业国际化的重要内容。有理由充分相信,国内出版单位借助国际图书与版权贸易这个越来越大的舞台,内练功力,外拓市场,整体提升出版单位和行业的操作规范。出口优秀出版物以及输出优秀出版物的版权永远是出版业国际化的目标,任何新的国际化动态都是它的手段。

从欧美发达国家来看,它的中小出版社都把国际化选题看做自身的生存发展之道;现在国内一些业绩较好的出版工作室,也把国外版权引进作为他们的经营策略和合作出版的重心;国内知名出版社绝大多数是版权引进输出的佼佼者,在一定意义上,外向型出版选题其实是站在了一个更高的高度对全球优秀资源的选择和整合转化,因此规避了一部分试错的成本浪费,同时在制度的移植中,很快地锻炼了人才队伍。编辑出版人才是现代出版最活跃、最重要的变数,国际图书与版权贸易人才其实更多地取决于实战和国际化运作,这类人才必将成为出版单位的中坚力量。

有关这一领域的研究和有关人才的培养等获得了学界和业界的迅速反应。几乎所有高校编辑出版专业开设了“图书与版权贸易”等类似课程。武汉理工大学自从 2004 级学生中开设这门课程,至今历经 7 届。这本教材就是在汇集作者近 7 年的教学研究和学术研究的成果基础上,历经十余次较

大的修改，参考相关领域的最新成果才完成的。

教材《国际图书与版权贸易》本着适应传播学学科建设和出版业复合型人才培需要原则，融合新闻出版学、知识产权、法学、国际贸易学等学科知识，教材内容新颖、独特、先进。教材体系融入可操作性、实践性的国际化内容，突出国际惯例，使得学生就业从事相关领域有一个标准的范本和适用的拓展基础。既要吸取有关研究的最新成果，又要保证教学实习实践过程中的可操作性和可训练性。

尹章池、张麦青、尹鸿负责制定教材的大纲和各章节的主要内容撰写，完成教材的初稿、统稿和定稿。另有几位老师和研究生参与了部分章节的撰写。具体分工如下。第一章，尹章池、罗曼撰写；第二章，尹鸿、黄一撰写；第三章，尹鸿、朱时姝撰写；第四章，张麦青、张天竹撰写；第五章，张麦青、李凯撰写；第六章，张麦青、刘凯撰写；第七章，张麦青、焦阳撰写；第八章，尹章池、刘凯撰写；第九章，尹章池、刘凯撰写；第十章，尹章池、刘凯撰写；第十一章，尹章池、荣苓撰写；第十二章，尹鸿、夏颖撰写。2009级研究生刘凯同学对本教材通读了一遍，更改了个别字句和符号。

本教材编写期间，得到了武汉大学出版社副社长何皓编审、责任编辑詹蜜老师和曾建华编审的热情支持和鼓舞。在此表示由衷的感谢！

如上所述，教材融合了出版学、版权学和贸易学的最新成果，对所付参考文献的作者以及在此领域辛勤耕耘的同仁表示崇高的敬意！

编著者

2010年11月8日于武昌

目 录

第一章 国际图书与版权贸易概述	1
第一节 文化领域中的版权贸易	1
第二节 国际图书与版权贸易基本范畴	2
一、国际图书实物与版权贸易概念.....	2
二、国际图书贸易产生和发展的社会基础.....	4
三、国际图书贸易的性质、特点与作用.....	9
第三节 我国与世界各国图书版权贸易概览	16
一、我国图书进出口贸易情况概览.....	16
二、与其他各国版权贸易情况概览.....	17
第二章 国际图书与版权贸易发展现状与趋势	30
第一节 中国图书贸易发展现状	30
一、中国图书实物进出口贸易的发展现状.....	30
二、中国图书实物进出口贸易中存在的问题.....	39
三、中国图书进出口贸易的发展对策.....	40
四、中国图书版权贸易的发展现状.....	43
五、中国图书版权贸易发展的主要成就与问题.....	50
六、中国图书版权贸易的应对策略.....	53
第二节 当代国际图书贸易的发展趋势	58
一、集团化和国际化趋势.....	58
二、版权贸易和合作出版成为国际图书贸易的重要方式.....	59
三、报刊及新型出版物经营受到重视.....	61
四、服务方式多样,推销花样繁多.....	61
五、加强书业情报信息的搜集管理,争相采用现代化技术.....	62
第三章 国内图书进出口贸易的建立和发展	64

第一节 中国古代图书交流和贸易	64
一、与古代西方各国的图书交流和贸易	64
二、与古代朝鲜、日本的图书交流和贸易	65
第二节 中国近现代图书交流和贸易	66
一、图书贸易的主要内容是西方科学技术	66
二、中国图书流向海外	74
第三节 新中国对外图书贸易	75
一、改革开放前	75
二、改革开放后	76
第四节 国际图书贸易体制	79
一、发达国家对外图书贸易管理体制与运行机制	79
二、我国对外图书贸易体制的改革	86
 第四章 WTO 与中国图书的国际化	91
第一节 入世对中国图书的国际化的影响	91
一、WTO 的基本原则与相关文件	91
二、中国出版业国际化的趋势与困难	99
第二节 中国出版物的海外市场	106
一、地域市场分布	107
二、国外发行网点的分布与构成	109
第三节 图书进出口方式和品种	112
一、进出口方式	112
二、进出口出版物品种	113
第四节 国际出版集团的出口品种	114
 第五章 图书版权贸易的基本理论	118
第一节 版权的基本概念	118
一、知识产权	118
二、工业产权	120
三、版权	121
第二节 版权侵权	128
一、版权侵权行为的含义	128
二、侵权行为构成要件	130

三、侵权行为的种类	131
第三节 版权贸易的主体与客体	135
一、版权贸易的主体	135
二、版权贸易的客体	136
第四节 版权贸易的主要形式	141
一、版权许可	141
二、版权转让	143
 第六章 版权代理与经纪	146
第一节 版权代理	146
一、版权代理的基本概念和特征	146
二、版权代理的源起和作用	147
三、版权代理的现状	148
四、版权代理机构介绍	153
五、版权代理的业务流程	156
第二节 图书外贸中的出版经纪人	157
一、出版经纪人的概念及其产生与发展	157
二、出版经纪人制度的发展与运作	160
 第七章 版权贸易的相关法律与争端解决	171
第一节 版权贸易的相关法律	171
一、国际公约	171
二、版权贸易相关法律制度	176
三、著作权法	181
四、西方各国的版权法律制度	187
第二节 版权贸易的争端解决	192
一、版权贸易的争端类型	192
二、版权贸易争端的解决方式	195
三、典型案例分析	199
 第八章 版权贸易合同与版权价格	203
第一节 版权贸易合同的基本知识	203
一、版权贸易合同的相关概念	203

二、版权贸易合同的种类	203
三、版权贸易合同的基本特征	204
四、版权贸易中的电子合同	206
第二节 版权贸易合同的条款	206
一、一般性条款	206
二、基本条款	207
三、签订版权贸易合同应注意的问题	210
第三节 版权价格的确定和支付	211
一、版权价值的评估	211
二、版权价格的组成	217
三、版权价格的确定	220
四、版权价格的支付方法与工具	226
第九章 引进图书版权的程序与合同	232
第一节 如何获得国外图书信息与申请版权	232
一、版权信息的重要性	232
二、如何获得国外图书信息	232
三、版权引进的原则	238
四、谁是版权的控制者	239
五、如何申请版权	240
第二节 合同条款谈判	243
一、来自外部资源的版权的支付	243
二、印刷软片的提供及价格	244
三、报价及付款	245
四、附加权利	246
五、地域	247
六、许可期限	248
七、货币	248
第三节 影印版权许可和联合出版许可的特殊要点	248
一、影印版权许可的特殊要点	248
二、翻译版权许可合同：联合（合作）出版	249
三、同种语言影印版权许可：一次性付款	258

第十章 销售图书版权的程序与合同	262
第一节 向国外销售的基本程序	262
一、挑选具有版权销售潜力的选题	262
二、熟悉西方出版市场,开始销售版权	263
三、确定合适的买主	265
四、推销的基本途径	265
五、开展版权输出应遵循的原则	270
六、版权输出策略	271
七、合同谈判	271
第二节 向国外销售翻译权许可合同样本	273
一、合同文本	273
二、合同注解	277
第十一章 引进版图书的市场营销	281
第一节 引进版图书的选题	281
一、引进版图书选题的概念	281
二、选题策划	283
第二节 引进版图书的市场细分和市场定位	285
一、引进版图书的市场细分	285
二、目标市场选择	289
三、引进版图书的市场定位	291
第三节 引进版图书的营销组合	293
一、引进版图书营销组合的概念	293
二、引进版图书的产品策略	294
三、引进版图书的定价策略	302
四、引进版图书的分销渠道策略	309
五、引进版图书的促销策略	314
第十二章 网络版权保护与贸易开发	322
第一节 谷歌图书搜索引发网络版权话题	322
第二节 网络版权的获得与归属	325
一、网络版权的获得方式	325
二、网络版权获得方式的改进	326

三、网络版权归属的基本规则	327
四、网络版权侵权行为	328
第三节 网络版权资源增值利用运作研究	330
一、版权内部增值利用的运作	331
二、版权外部增值利用的运作	333
三、版权资源增值利用政策研究	336
参考文献	346

第一章 国际图书与版权贸易概述

第一节 文化领域中的版权贸易

2001年12月11日,中国正式加入WTO,成为世界贸易组织的第143个成员国,从此真正实现了与世界的全面接触与碰撞。这意味着我国的各行各业都应遵循世界贸易组织所倡导的原则,积极进行自我调节和更新,努力与世界接轨,融入到世界经济一体化的浪潮中。以民族文化为单元的多元文化在世界范围内也加快了融合与互动的进程。

近20年来,随着高新技术的发展及其在文化领域的推广和应用,以版权、影视、演出、会展、动漫和游戏等为代表的文化产业已被国际学界公认为朝阳产业,并且在许多发达国家已经从国家经济体系的边缘走向了中心,由文化产业的兴起而引发的世界范围内的文化贸易也蒸蒸日上。图书及版权贸易作为文化产业的主要内容,在国际经济贸易格局中扮演的角色也越来越重要。

美国的图书与版权产业已经超过批发产业和建筑业,其产值大约是制造业的一半。2001年版权产业增加值已经达到了7912亿美元,占美国GDP的7.1%,该产业在1977—2001年产业增加值的年增长率达7%,是美国经济年增长率3%的2倍多。

在英国,以版权产业为主体的文化创意产业是英国发展得最快的产业,1997—2001年年增长率达到8%,是同期英国总体经济增长率2.6%的3倍多,产业增加值占GDP的比例超过8.2%,创意产业值2001年达到1125英镑。在伦敦,创意产业是该市第二大产业,仅次于商业服务业,已超过制造业、零售业等行业,产值达到250~290英镑。

当今文化产业的巨擘贝塔斯曼就是在19世纪以出版起家的,图书出版与版权贸易产业现在仍是其主要利润来源,目前贝塔斯曼在全球60多个国家拥有300多家下属公司和8万多名雇员。

综上所述,在如今复杂的国际环境中,要赢得国际竞争,不仅需要强大的经济实力、科技实力和国防实力,同样需要强大的文化实力。因而,发展文化产业就变成具有战略意义的政策抉择。而国际图书与版权贸易是文化产业的一个重要组成部分。

第二节 国际图书与版权贸易基本范畴

一、国际图书实物与版权贸易概念

国际图书贸易是指各国对外图书贸易的资本总和。国际图书贸易实际上是由两部分组成的,即图书实物贸易与图书版权贸易。

国际图书实物贸易是图书实物的有形贸易,即图书作为商品所进行的贸易活动,包括图书进口和图书出口。图书进口是指一国或地区向其他国家或地区购进图书商品,以满足国内读者生产、科研、教育和文化需要的全部贸易活动。图书出口是指一国或地区向其他国家或地区,输出本国(本地区)编著或者翻译出版的图书产品的全部贸易活动。

图书版权贸易,主要是指在版权许可或者版权转让过程中产生的贸易行为。它属于许可证贸易范畴,也是无形财产贸易。

图书版权贸易包括版权引进和版权输出两个方面。版权引进是指一国或者地区的版权受理者按照一定的交易条件,与另一国的版权所有者或者合法代理人磋商,获得相应的图书的版权使用权的交易行为。版权输出是指一个国家的版权所有者或其合法代理人,按一定的交易条件,将其版权中的经济权利转让给另一个国家的版权受让者或许可另一个国家的版权使用者使用的交易行为。

著作权中的财产权利,对作品而言是一种使用作品的方式,或者说是对作品的一种使用权利。它的前提一是使用要经许可,二是使用要支付报酬。这样就形成了版权贸易的核心。版权贸易既是一种贸易活动,又是实施版权保护的一种手段,即通过正常贸易的方式对所涉及的有关版权权利给予保护,同时通过版权保护又促进版权贸易的发展。依照我国《著作权法》^①第十条第五款及该法实施条例第五条的规定,版权中的经济权利概括起来有以下种类:复制权、发行权、出租权、展览权、表演权、放映权、广播权、

① 中华人民共和国著作权法 [M]. 北京:法律出版社,2010:4.

信息网络传播权、摄制权、改编权、翻译权、汇编权等。此外,欧美等国的著作权法中的著作权保护的客体还规定了同文种地区版权、图书俱乐部授权、平装本版权等,这些和上述权利一起都可以作为版权贸易的客体内容进入版权贸易。

图书实物贸易与版权贸易的区别有以下几点:

(1) 所有权是否转移:图书实物交易一旦发生则所有权转移,即图书的使用、支配和处置权利全部转移,供方失去所有权;而版权贸易的主体(著作权人)对其作品所拥有的权利不会因为作品载体的转移而发生转移。如某作家将其创作的小说授权给某出版社出版,读者购买了该书,拥有了该书的所有权。随着载体的转移,该载体所涉及的物权也随之发生转移。但被授权的出版社并不拥有该作品的著作权,该书的著作人仍享有该书的著作权,可以向第三方再许可。

(2) 贸易主客体:实物贸易的主体从数量上来说,有多少个载体,就可能有多少个物权人。仅从物权使用时间看,只要载体(图书)存在,进行物权交易的权利就存在。版权贸易的主体是文学、艺术和科学技术作品的著作权人和作品使用者。依照我国著作权法的规定,著作权人包括:作者和其他依法享有著作权的公民、法人或者其他组织。一般情况下,著作权人都可以作为版权贸易的主体从事版权贸易活动。著作权人在同一时间里一般是固定不变的(可以是一个人,也可以是几个合著者),其行使贸易权利的时间一般是作者有生之年加死后50年(欧美一些国家目前已增加到70年)。而作品的使用者,即贸易的受让方,目前主要是图书出版者、音像、电子出版物制作者、广播电视组织、广告制作商、信息网络传播者(网站)等。图书实物贸易客体是记录知识信息的载体,即有形的图书;而图书版权贸易客体则是版权贸易的客体,是指版权中的财产权利(也称经济权利)。

(3) 交易价格:图书实物贸易以静态的价值为基础,价格由价值加利润再加其他相关费用构成;而图书版权贸易的价格是以动态的版权作品销售额为基础,价格(即版税)是版权作品销售额与一定比例(通常为6%~10%)的乘积。

(4) 交易履行:图书实物贸易在买卖双方一次性交割完毕之际即是合同履行完成之时;而对版权贸易而言,合同的签订只是交易行为的第一步,版权受理方按版权合同要求出版并发行作品,在销售过程中要如实地将销售情况告知版权授予方,并支付版税。

(5) 报关与非报关:图书实物贸易需要报关手续;版权贸易则不需要。

(6) 贸易统计: 图书实物进出口贸易会对图书的种次、数量和金额等进行统计。由于价格因素, 种次顺差, 金额可能是逆差。图书版权贸易则是对输出品种、引进品种和输出引进比进行统计。

二、国际图书贸易产生和发展的社会基础

国际图书贸易的产生和发展必须具备一定的历史条件, 也只有在一定的历史条件的作用下, 国家图书贸易领域的基本矛盾才能形成, 并不断地发展变化。也就是说, 只有在图书的生产足以提供所交换的产品并且有可能在各自独立和自主的社会实体(国家和地区)之间进行图书交换的时候, 国际图书贸易才能产生。

1. 国际图书贸易产生的历史条件

图书产品的大量生产必须以一定的经济和文化发展水平为前提, 而图书的国际交换只有在各国图书生产存在差异的情况下才有必要。经济、文化的发展和图书生产的社会差异, 是国际图书贸易产生和发展的基本条件。

人类文明发展到一定的历史阶段, 由于传递信息、记录知识、交流思想和积累文化的需要, 创造了文字和图书。但是它出现的早期却为统治阶级所占有, 并为统治阶级的利益服务。“学统王官, 书出于史”, “私门无著述文字”, 在这个时候, 图书贸易, 特别是国际图书贸易是不可能产生的。

到公元前5世纪前后, 社会发生大变动, 劳动、生产的社会分工进一步扩大, 经济和文化也有了发展。在西方, “文字被教士阶层所垄断的局面被打破”。在东方, 教育始及于平民, 私人著述产生了。图书的需求和图书的复制(传抄)有了一定的社会基础。在图书借用和赠送的同时, 有可能出现初级形式的图书交换。

公元前2世纪到公元前1世纪之间, 在东西方几个文明国家里, 图书生产已具备一定的条件和基础。中国早在春秋战国时代, 诸子百家争鸣, 产生了像孔子、庄子、孟子、韩非子这样的思想家、教育家, 留下了宝贵的文化遗产, 大批学术著作传世。此后, 从汉武帝到汉成帝, 曾多次派专使四处高价搜求图书, 以至“百年之间, 书如山丘”。从公元1世纪到公元2世纪, 不论东方还是西方, 图书交易均已出现。

就在这一时期, 中国经中亚通往西亚、欧洲的“丝绸之路”已经开通, 欧洲以及阿拉伯各国的经济、文化交往也日益频繁, 国际图书贸易的条件已经初步具备。从公元3世纪到公元8世纪, 随着纸张的使用和印刷术的发明, 一些国家的对外图书交流活动已经相当普遍。仅中国通过各种渠道流向

日本的图书已有 1 579 种, 16 790 卷。

从公元 10 世纪到公元 11 世纪, 中国的出版业已有相当规模, 北宋布衣毕昇发明了木活字印刷术, 图书生产达到了一个新水平, 无论在生产的数量和速度上都是前所未有的。大都市的书铺鳞次栉比, 拥有固定经营场所的“书商阶层”已经形成。

17 世纪以前, 中国的经济、文化和出版印刷业一直处于世界前列, 与东西方各国的图书贸易日益增多。在西方, 早在 15 世纪, 德国美茵兹金匠古登堡受中国印刷术的影响, 发明了铅活字印刷术(约 1440—1450 年), 不久斯特拉斯堡、科隆、巴塞尔等城市, 成为德国的书业中心。后来纽伦堡的安东·科贝尔很快成为一位杰出的商业出版家。他拥有 24 家印刷厂, 并与巴塞尔、斯特拉斯堡、里昂、巴黎以及欧洲其他许多城市建立了书业联系, 经营着一个庞大的国际图书贸易事业。

公元 1550—1770 年, 荷兰一度在欧洲的出版发行行业中居领先地位, 法国、英国的出版发行行业也在 18 世纪后期崛起。但德国仍处于西方书业的中心地位, 首先是法兰克福, 1650 年以后转移到莱比锡, 成为欧洲图书交易的重要场所。菲利普·艾拉斯莫斯·里希被称为 18 世纪的“德国书业王子”, 他创立了图书实价原则, 并于 1756 年提出了建立书商协会的思想。

19 世纪, 世界各国之间的图书贸易得到加强, 书价和版权成为图书出版与发行行业的一个重大问题。为了协调各出版商与书商之间的关系, 解决非法翻印的问题, 德国出版者里希于 18 世纪中叶就提出了“净价”原则, 直到 1887 年才被德国书业界所采用。“根据这一原则, 书商只有在不低于出版者规定的纯出版价格向公众出售的条件下, 才被允许打批发折扣。”与此同时, 许多国家建立了出版商和书商协会, 并制定了版权法。欧洲大多数国家于 1885 年在伯尔尼签署了统一的国际版权公约, 即《伯尔尼公约》。该公约规定外国作者的作品与本国作家的作品同时受到保护, 从而在迅速发展的国际图书贸易中维护了作者和原出版者的权利。

第一次世界大战的爆发, 使世界书业界遭到极大的破坏。许多国家纸张费迅猛上涨, 为满足士兵们所需要的大量“轻松读物”, 出版商粗制滥造, 图书质量下降。由于中产阶级购买力的急剧下降, 使欧洲书业市场举步维艰。但是, 由于美国教育事业的发展和中产阶级的兴起, 图书出版公司骤然增多, 出版业呈繁荣兴旺景象。然而, 1929 年开始的资本主义世界经济大萧条也使美国图书业迅速衰退, 欧洲国家如英国的图书无法大批向美国倾

销。所以，他们也同样经历了一个困难时期，销售量下降，利润骤减，破产情况屡见不鲜。在这种情况下，1935年由英国企鹅出版社的艾伦·莱恩先生率先推出了一套平装纸皮书，以廉价的纸张、优良的印刷、精美的装帧设计、6便士一册的低价受到广泛欢迎。这种袖珍型的书为其他国家纷纷效仿，被认为是图书出版史上的一个创举。

2. 图书生产的民族特点

国际分工是社会分工向外延伸而形成的各国在劳动上的分工，是国际贸易存在的基础。只有随着生产力的不断发展，国际分工的不断深化，国际市场的不断扩大，以及商品的国际交换日益频繁，国际贸易才能得以不断发展。国际图书贸易是整个国际贸易的一个方面，国家与国家之间图书产品的交换是图书生产社会差异的必然结果。譬如，世界各国在出版图书的文字和内容方面有着明显的不同，这是由历史和现实的客观条件决定的。于是也就有了各国之间不同语言文字和不同内容图书的贸易。同时，由于各国生产力和科学技术发展的不平衡，任何一个国家都不可能完全解决有关图书生产的一切技术、设备和原料。一部书的印刷出版，其纸张、油墨、印刷机械等可能同时来自不同的国家，或者在一个国家编辑而在另外一个国家印刷，甚至某国作者的著作由另一个国家出版。从图书生产的社会化来看，其实就是国际社会分工。

但是，图书的生产毕竟与其他物质产品的生产不同，它是分为两步完成的。第一步，“图书产品就其内容来说，是在非物质生产领域中创立的”。^①马克思曾经指出，非物质生产有两种情况：一种是“产品与生产行为不能分离”，如艺术表演、教师讲课、医生看病、牧师传教等；另一种是创造“使用价值，它们具有离开生产者和消费者而独立的形式，因而能在生产和消费之间的一段时间内存在，并能在这段时间内作为可以出卖的商品而流通，如书、画及一切脱离艺术家的艺术活动而单独存在的艺术作品。”图书的生产属于后一种情况，它可以再细分为两个阶段：首先是精神生产，包括构思设计、文字表述，即脑力劳动及其物化过程；其次是图书的印刷、装帧，即图书的物质生产阶段。也就是说，图书的内容是在非物质生产领域创造的，而图书的物质形态是在物质生产领域创造的。不论是图书内容的生产还是物质形态的生产，都与各个国家和民族的经济、政治、社会、哲学、科学、艺术、道德等，即民族文化有着密切联系。各民族文化的差异，决定了

^① [苏]库兹列佐夫. 图书发行经济学 [M]. 武汉: 武汉大学出版社, 1989: 9.