

出版
集团
战略投资论

STRATEGIC
INVESTMENT
OF PUBLISHING
GROUPS

刘伯根◎著

新星出版社 NEW STAR PRESS



出版
集团

STRATEGIC
INVESTMENT
OF PUBLISHING
GROUPS

战略投资论

刘伯根◎著

新星出版社 NEW STAR PRESS

序

打造出版战略投资者

柳斌杰

当代中国正在新的历史起点上向新的目标迈进，文化在建设中国特色社会主义事业中的地位日益凸显，对经济社会发展的影响越来越大，作用愈加突出。胡锦涛总书记在中央政治局第二十二次集体学习时发表的重要讲话，高屋建瓴地指出：“要推进文化产业结构调整，推进传统文化产业提升改造，积极培育发展新兴文化产业，鼓励有实力的文化企业跨地域、跨行业经营和重组，提高文化产业规模化、集约化、专业化水平。要推进文化和科技融合，提高文化企业装备水平和科技含量，培育新的文化业态。要鼓励和引导文化企业面向资本市场融资，促进金融资本、社会资本和文化资源的对接。”这一精辟的论述不仅为我国文化产业的未来道路、发展方式指明了方向，也高度肯定了兼并、重组、上市融资、跨地域跨领域经营等战略投资方式对于发展文化产业的重要作用和现实意义。

经济全球化本质上就是战略投资者的全球选择。有了战略投资者，才有企业扩张行为。企业的兼并、重组、托管、收购、跨国发展，发行股票和债券，资产的剥离、置换、出售等，都是战略投资者在现代市场经济条件下普遍采用的资本经营方式。战略投资者一般具有资金、技术、管理、市场、人才优势，致力于长期投资合作，谋求长期利益回报和企业可持续发展。通过开展一系列战略投资活动，战略投资者可以增强企业核心竞争力和创新能力，提高企业市场占有率，实现规模经济和范围经济，促进产业结构转型升级，带动全行业企业规模化、信息化、国际化发展。从国际出版业发展的历史经验来看，开展战略投资和资本运营是大型国际出版集团迅速壮大、出版业市场规模大幅扩容的必由之路。1950~1980年，美国出版界爆发了企业上市热潮，一大批知名出版企业募得巨额资金做大做强，奠定了美国出版业的新格局。2000~2008年，美国出版传媒业开展了1026次资本并购，年均114次；交易金额达774亿美元，年均86亿美元。近年来，在国际金融危机的震荡之下，国际出版业新一轮的兼并重组更加如火如荼。据美国一家媒体信息服务商报告显示，2010年第一季度，全球媒体跨国并购市场达成交易198宗，总交易额约为45亿美元。可以预见，随着全球经济的逐渐复苏，国际大型出版集团向纵深领域的战略投资活动将更加活跃。他山之石，可以攻玉，培育一批战略投资者，开展多种形式的战略投资活动，壮大我国出版企业的实力，也是我国新闻出版业改革的题中应有之义。

党的十六大以来，在党中央、国务院的正确领导下，新闻出版界认真贯彻落实科学发展观，坚持把发展作为第一要务，大力推进思想观念、体制机制、发展方式、管理模式的转变，极大地解放和发展了新闻出版生产力，全行业成功实现了大改革、大发展、大变化、大跨越。2009年，我国新闻出版业总产出超过1万亿元，图书出版品种和

总量居世界第一，成功跻身于出版大国行列。截至2010年年底，全国经营性出版社完成转企改制的历史任务，实现由事业单位向企业法人的身份转换，按照市场经济的基本法则初步建立了现代企业制度，不仅为经营性文化事业单位规范转制树立了典范，而且为文化体制改革工作确立了标杆，积累了经验。一批出版发行集团、报业集团、期刊集团作为新兴市场主体的地位初步确立，重构了我国出版业的基本格局。一批出版传媒企业进入资本经营层次，45家出版传媒企业在境内外资本市场成功上市，市值超过5700亿元，净融资达到2000亿元，成为行业内实力雄厚的新兴战略投资者，成为国内外证券市场一支引人注目的力量。

改革的目的是加快发展，发展的目标是做大做强。应该看到，我国出版业目前总体上还是大而不强，其中最大的问题是缺乏名牌企业和战略投资者。因此，要选择那些体制机制改革到位、整体实力较强、基础条件较好的出版企业集团，通过上市融资、资本重构、出版资源倾斜等措施重点加以培育，造就一批新闻出版骨干企业和战略投资者，力争在3~5年内，培育出六七家资产、销售超过双百亿的国内一流、国际知名的大型出版传媒企业，成为文化产业的战略投资者，占据中国文化投资和出版市场的主导地位。全力推进新闻出版企业整合资源、联合重组和结构调整，鼓励那些业务相近、性质相同、产业相通的新闻出版企业跨媒体、跨行业、跨地区、跨所有制并购、联营、重组，迅速成长壮大。

在我看来，打造出版传媒战略投资者、加快进军战略投资市场具有十分重要的意义。

第一，有助于增强国家文化实力。文化是一个国家和民族凝聚力和创造力的源泉，是综合国力竞争的重要因素。我们的文化在世界上缺乏影响力，没有足够的话语权，要在新的国际竞争中立于不败之

地，就必须进一步增强文化竞争力和文化软实力。当前，我国出版企业与国际知名出版集团的资产规模相差甚大，企业国际竞争力和产业综合实力都还不够强。通过产业内企业之间的战略投资，培育优秀的战略投资者，大力提高出版企业集团的整体实力和品牌影响力，才能不断扩大主流文化阵地，才能进一步提升中国出版业在世界出版格局中的地位，才能提升中华文化的国际影响力和传播力。

第二，有助于提高出版业市场化水平。由于长期受计划经济体制的影响，我国出版业的市场化程度较低，资源配置方式落后，市场体系建设还有较大差距。通过出版企业的战略投资活动，有利于以市场为基础自由配置出版资源，实现资源配置效率的帕累托最优或次优；有利于打破地方封锁和行政壁垒，进一步完善统一开放、竞争有序、健康繁荣的全国出版物大市场。

第三，有助于转变出版业发展方式。十八届五中全会提出，文化产业将成为国民经济的支柱产业，作为文化产业的中坚力量，出版业具有资源消耗低、环境污染少、科技文化含量高的特点，是典型的“低碳经济”“朝阳产业”，日益成为新的重要的经济增长点。通过战略投资活动，有利于集聚优质出版资源，淘汰落后出版产能，促进出版产业由数量扩张、粗放经营向质量提高、集约经营转变；有利于优化出版产业结构，改变过于倚重教材教辅的传统出版格局，建构教育出版、专业出版和大众出版“三驾马车”并驾齐驱和传统业态、电子业态、数字业态共同发展的新型出版格局。

第四，有助于加快出版业技术进步。数字信息技术作为新型的生产技术，是实现传统出版业转型升级的重要推手和科技支撑。不少国际出版巨头的数字出版收入已经占到其总收入的50%以上。通过上市融资，出版企业可以将募集资金用于数字技术的研发和数字设备的更新上，探索出一条适合中国国情和出版业实际的数字出版道路，形成

成熟的商业模式和盈利模式，实现整个产业的转型升级。

面对鲜活的新闻出版改革发展实践，伯根同志的这本书可谓适逢其时，填补了国内这一领域的研究空白，具有重要的理论创新价值。它体现了伯根同志对创新出版企业战略管理模式、培育大型骨干文化企业和战略投资者的深入思考，凝聚了伯根同志二十多年来为出版事业孜孜矻矻地探索的深厚感情。作者以学术上的慎思明辨和出版实践上的丰富体验立论成书，内涵丰富、视野开阔，值得认真一读。

我们正处于一个伟大的时代，历史呼唤着新的精神创造和文化辉煌。未来十年，我们将要实现由新闻出版大国向新闻出版强国的历史性跨越，目标远大、任务艰巨。新闻出版业必须有更大作为，也必将有更大作为。希望所有出版传媒业界同事，紧紧抓住加快发展方式转变这一主线，科学谋划新闻出版业“十二五”时期发展的新篇章，抓紧培育一批实力雄厚、品牌响亮、享誉世界的大型出版传媒战略投资者，打造更多的中国“出版航母”下水，千帆竞渡，击水中流，参与国际竞争，为实现建设世界新闻出版强国的宏伟目标，为中国特色社会主义文化大发展大繁荣而不懈努力！

目录

序：打造出版战略投资者（柳斌杰）	1
第一章 绪论	
第一节 研究背景及意义	1
1. 研究背景	1
2. 研究意义	5
第二节 研究对象及范围	41
1. 什么是企业集团	41
2. 什么是出版集团	53
3. 战略投资与战略投资者	56
第二章 中国出版产业的基本格局	
第一节 当代中国出版业的历史变迁	58
1. 出版管理机构及其职能转变	59
2. 出版法制体系及特殊制度	66

第二节	改革开放以来出版业现状	78
1.	转企改制：从出版事业到出版企业	79
2.	当前出版产业的市场竞争者	83
3.	当前出版物生产状况	98
第三节	出版产业面临的问题	102
1.	转型期阵痛明显的症候	102
2.	产业环境的法制建设亟待完善	104
3.	产业结构有待进一步优化	106
4.	传播手段亟待创新	108
第三章	出版集团的角色定位及其演变	
第一节	国际出版集团的定位与战略扩张	112
1.	国际出版集团的总体特征	112
2.	国际出版集团的角色类型	116
3.	国际出版集团的扩张经验与启示	125
第二节	我国出版集团的角色演变及战略开展	135
1.	我国出版业集团化建设的当前情势	135
2.	我国出版业集团化建设的“三级变轨”	140
3.	我国出版集团的战略定位	145
4.	我国出版集团的战略运营	152
第四章	出版集团战略投资的准备工作及投资方向	
第一节	战略投资的前期准备工作	159
1.	确立出版集团发展战略	159
2.	明确判断出版市场	164
3.	细化战略投资方案	169

第二节	战略投资的主要方向	170
	1. 管理模式的改造	170
	2. 发展模式的确立	179
	3. 发展战略的实施	203
第五章	出版集团战略投资的基本模式	
第一节	基于项目的战略投资模式	209
	1. 内容资源合作	209
	2. 渠道资源合作	211
	3. 版权贸易合作	212
第二节	基于自然人的战略投资模式	214
	1. 自然人战略投资的定义	214
	2. 出版业自然人战略投资的实践	215
第三节	基于法人实体的战略投资模式	217
	1. 国内法人实体间合作	217
	2. 与国外法人实体合作	223
第四节	基于资本运营的战略投资模式	227
	1. 出版企业资本运营的历史背景	227
	2. 资本运营对于出版企业发展的作用	230
	3. 出版企业资本运营的基本方式	232
第五节	股票上市	241
	1. 股票上市的定义和基本作用	241
	2. 股票上市的基本原则和法定条件	242
	3. 股票上市的基本程序	243
	4. 股票上市的基本方式	246
	5. 我国出版传媒企业股票上市的基本情况	251

	6. 我国出版传媒企业上市中值得关注的几个问题	253
第六节	债券发行	261
	1. 债券发行的定义	261
	2. 债券发行条件	262
	3. 债券发行方式	263
	4. 公司债券上市的基本条件	265
	5. 公司债券发行上市的基本程序	266
	6. 公司债券上市的理论与实践	269
	7. 我国出版企业的债券发行	271
第六章	出版集团战略投资管理	
第一节	出版集团战略投资的风险控制	274
	1. 风险的基本概念	274
	2. 政策风险及其控制	276
	3. 市场风险及其控制	284
	4. 财务风险及其控制	289
	5. 法律风险及其控制	293
	6. 内部治理风险及其控制	297
第二节	战略投资评估	303
	1. 战略投资评估的价值	303
	2. 战略投资评估的基本标准	305
	3. 出版企业的战略投资评估标准	309
	后记	319

第一章 绪论

第一节 研究背景及意义

1. 研究背景

随着文化体制改革的不断推进，我国出版业正经历着建国60多年来未有之变局。通过转企改制建立现代企业制度、塑造市场主体，通过打造和引进战略投资者做大产业规模、增强竞争实力，通过出版产业的大发展、大繁荣促进国家文化软实力的提升，已经成为我国出版改革的重要任务，成为我国出版产业面临的一个重大课题。

胡锦涛总书记在党的十七大报告中指出：“事实雄辩地证明，改革开放是决定当代中国命运的关键抉择，是发展中国特色社会主义、实现中华民族伟大复兴的必由之路。”如果说1978年以来的改革开放对当代中国具有历史性、抉择性的重大意义，那么，出版领域的改革，尤其是党的十六大以来加速推进的出版改革，对中国出版业同样具有历史性、抉择性的重大意义。改革开放30年给出版业带来了多方面的变化，2008年新闻出版总署署长柳斌杰将其总结为六个方面：“一是解放思想

转变了工作思路，二是改革开放发展了文化生产力，三是创新体制营造了新的市场机制，四是实现了政府从办出版向管出版的转变，五是公共文化服务得到了加强，六是中国出版业正在走向世界。”^①通过不断的改革创新，出版业在30年间发生了巨大变化，从数字来看，出版产业的产品规模、利润、机构数量等都较1978年有了大幅提高（见图1-1，图1-2）。

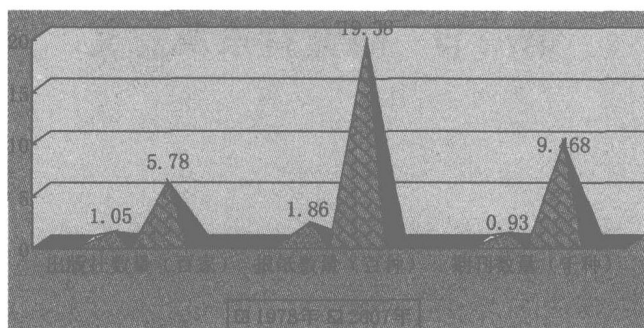


图1-1 我国出版业2007年与1978年情况比较

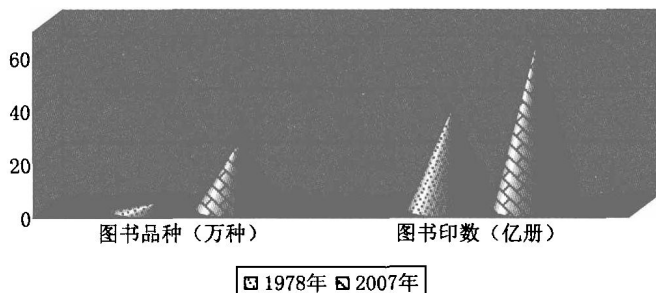


图1-2 我国出版业2007年与1978年情况比较

① 柳斌杰. 改革开放30年给新闻出版业带来什么. 中国图书商报, 2008-1-18.

但与其他领域的改革相比，出版改革还嫌滞后，这主要与出版业的特殊性质密不可分。在中国，出版业自古以来就被视为传播和积累文化的重要事业，商业色彩淡薄，公益性质突出。虽然“坊刻”带有明显的逐利色彩，但“官刻”“私刻”及其所倡导的“出版公益论”却始终是中国古代出版思想的主流，出书被视为一项重要的文化活动而非商业活动。清代张海鹏的一段话颇能代表中国主流社会对出版业的认知：“藏书不如读书，读书不如刻书，读书只以为己，刻书可以泽人。上以寿作者之精神，下以惠后来之沾溉。视区区成就一己之学业者，其道不更广耶？”^①执政者则将出版视为治理国家的重要手段，唐代名臣魏徵就认为：“夫仁义礼智，所以治国也，方技术数，所以治身也；诸子为经籍之鼓吹，文章乃政化之黼黻，皆为治之具也。”^②

随着商务印书馆、中华书局等一批近代出版企业的建立，出版的商业化逐渐完成，并于20世纪三四十年代达到发展高峰。即便如此，张元济、陆费逵等出版家仍以教育为怀，赋予出版企业以深厚的文化氛围与执着的文化追求。

新中国建立后，一批私人出版机构通过公私合营等形式完成了国有化进程，出版事业被确定为国家文化事业的重要组成部分，出版机构的各项经费被列入国家财政支出，出版业在计划经济的框架中运行，出版的商业色彩被完全抹去。改革开放后，出版改革被列上议事日程。1978年以来，出版改革的进程大致可以分为四个阶段：(1)中共十一届三中全会后，重新确立了出版方针、性质、功能和任务，不断

① 肖东发等. 插图本中国图书史. 高雄: 凤仪知识产业股份有限公司, 2006. 140.

② 肖东发等. 插图本中国图书史. 高雄: 凤仪知识产业股份有限公司, 2006. 172.

改进出版管理，迎来了出版事业竞争发展的新时代。当时的出版单位属于事业单位，但是开始实行企业化管理，出版业的重心在于满足国内读者的精神需求。(2)中共十三届四中全会后，强化了管理，健全了规范，促进了出版事业的理性发展和繁荣。(3)中共十五大后，新闻出版业以推进集团化建设为突破口进行产业结构调整。在中央出台的一系列政策的推动下，各地纷纷成立报业、出版、发行集团。至2002年10月，经中宣部、新闻出版总署批准组建的有关集团已有51家，其中出版集团7家，发行集团5家，期刊集团1家，报业集团38家。(4)中共十六大后，特别是全国文化体制改革试点工作会议后，出版改革跃升到以转变体制为主要内容的新阶段。2003年6月，全国文化体制改革试点工作会议召开，随后出台了《中共中央办公厅国务院办公厅转发〈中共中央宣传部、文化部、国家广电总局、新闻出版总署关于文化体制改革试点工作的意见〉的通知》。有26家新闻出版单位被确定为文化体制改革试点单位，其中出版单位9家、发行单位6家、新闻单位11家。转企改制成为这一阶段出版改革的中心工作。至2010年12月，全国已成立出版集团36家，报业集团49家；全国580家图书出版社中，除人民出版社、盲文出版社以及少数民族文字的、军队的等部分出版社保留事业性质外，其余绝大多数出版社都已经或即将转制为出版企业；全国9000多种报刊，已有1069家非时政类报刊出版单位转制为企业法人；49家报业集团全部完成了“两分开”，以发行、印刷、广告为主组建了报业集团公司。

出版业具有意识形态的特殊性，只能在确保正确舆论导向、确保国家文化安全的前提下推进体制改革，这就使改革增加了难度，加大了成本，也无疑在时间上落后于其他领域。在经济领域，早在20世纪80年代中期就已经开始了资本的多元化整合，20世纪90年代就解决了“姓社姓资”“姓公姓私”的问题，社会主义的旗帜上有了市场经济，兼并、重

组、跨地区、跨行业、跨所有制经营成为合法的市场活动。而出版业在这方面则有“滞后”之感，大多数还在计划经济惯性和市场经济模式的双重作用下运行，市场主体、竞争能力尚未完全形成。

因此，如何在出版企业特别是出版企业集团中引入战略投资，培育和打造战略投资者，通过进入资本市场筹集发展资金，通过联合、兼并、重组优化产品结构、形成竞争优势，通过培育新型业态、优化产业结构做大做强我国出版产业，就成为我国出版改革所面临的主要课题。

2. 研究意义

(1) 出版产业战略投资是提高国家文化软实力的需要

20世纪90年代，学者们对冷战后的世界产生了两种不同的著名观点，一个是塞缪尔·亨廷顿提出的“文明的冲突”观点，另一个是约瑟夫·奈提出的“文化软实力”^①观点。两者在结论上虽有不同，却都将文化竞争力纳入国家综合实力的范围中。亨廷顿的理论强调了冲突的不可避免，认为冷战后世界格局的决定因素表现为七大或八大文明，即中华文明、日本文明、印度文明、伊斯兰文明、西方文明、东

① 20世纪90年代初，哈佛大学教授约瑟夫·奈首创“软实力”（Soft Power）概念，从此启动了“软实力”研究与应用的潮流。按照他的观点，软实力是一种能力，它能通过吸引力而非威逼或利诱达到目的，是一国综合实力中除传统的、基于军事和经济实力的硬实力之外的另一重要实力。这一概念的提出，明确了软实力的重要价值，将它提升到与传统的“硬实力”同等甚至更为重要的位置——正如约瑟夫·奈所言，“硬实力和软实力同样重要，但是在信息时代，软实力正变得比以往更为突出。”

正教文明、拉美文明，还有可能存在的非洲文明。冷战后的世界，冲突的基本根源不再是意识形态，而是文化方面的差异，主宰全球的将是“文明的冲突”。约瑟夫·奈的“文化软实力”概念，则强调了不同文明在融合基础之上的相互竞争。

对文化软实力的推崇是我国的传统。中国传统文化向来崇尚“王道”而贬斥“霸道”，主张“文化”而反对“征伐”。所谓“王道”，即以人文化成天下，以文化软实力提高国家竞争力；所谓“霸道”，即以干戈征服异邦，通过军事等硬实力夺取胜利。在人类历史上，曾经存在数以万计的民族，但很多民族都因精神支柱垮塌而消失在历史的长河中，唯有中华民族因其延绵不绝的文化生命力而五千年屹立于世，这其中，记载和传承文化的图书文献发挥了重要作用。

中国历史上，国家文化软实力通过出版实力得到了淋漓尽致的体现。主要体现在两个方面：一是中国古代藏书丰富，是世界四大文明古国中历史文献最为丰富的国家；二是中国图书在周边国家和地区，尤其在日本、越南、朝鲜半岛等地广泛流传，并对这些国家和地区产生了重大影响。

我国历代政府和知识分子都重视藏书。据《古今书录》记载，唐代政府的藏书最盛时达51853卷，另有宗教图书9500多卷。隋代藏书规模达到了9万多卷。私人藏书在万卷以上的，不下20家。不少汉籍流传至日本等地，催生了汉字文化圈。中国政府还通过“赐书”，展现文化软实力。唐开元年间，吐蕃以金城公主名义求《毛诗》《礼记》《左传》《文选》等图书；唐太宗时，政府将《晋书》赐给新罗。1055年，西夏帝遣使向宋朝购买史传和佛经。中国古代图书数量见表1-1。