



出版是一个古老的职业，也是一个献身的职业。关于我们职业的谱系，可以追溯到孔子删改《春秋》。出版是一种文化承载物的生产，是作者文化创造的继续，图书留下了人类社会发展历程中的每一个脚印，记录了人类认识的总和，积累了无所不包的人类认识的成果，是有史以来一切民族伟大智慧的结晶。

书业观澜

ATTITUDES AND VIEWPOINTS
OF PUBLISHING

齐峰 著

PEOPLES PUBLISHING HOUSE



人民出版社

责任编辑:陈鹏鸣

特约编辑:姚 军 高 雷

装帧设计:王春声

图书在版编目(CIP)数据

书业观澜/齐峰 著. —北京:人民出版社,2013

ISBN 978-7-01-009546-2

I. ①书… II. ①齐… III. ①出版工作—研究—中国 IV. ①G239.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第251984号

书业观澜

Attitudes and Viewpoints of Publishing

齐 峰 著

人民出版社 出版发行

(100706 北京市东城区隆福寺街99号)

北京今日风景印刷有限公司印刷 新华书店经销

2013年1月第1版 2013年1月北京第1次印刷

开本:787毫米×1092毫米 1/16 印张:12.5

字数:180千字 印数:5000册

ISBN 978-7-01-009546-2 定价:48.00元

邮购地址 100706 北京市东城区隆福寺街99号

人民东方图书销售中心 电话 (010)65250042 65289539

版权所有·侵权必究

凡购买本社图书,如有印制质量问题,我社负责调换。

服务电话:(010)65250042



作者介绍

齐峰，1957年生，山西临猗人。山西出版传媒集团公司董事长、党委书记，中共山西省第九、十次党代会代表，政协第十届山西省委员会委员，山西大学兼职教授、研究生导师。曾任语文报社社长、总编辑，山西师范大学副校长，山西大学副校长等职。先后被评为“全国报业经营管理先进工作者”“山西省十大杰出青年”；2000年接受中央电视台《东方之子》栏目专访；2006年入选山西省“新世纪学术技术带头人333人才工程”；系享受国务院特殊津贴专家。2008年被中宣部确定为全国宣传文化系统“四个一批”人才。2012年荣获“全国文化体制改革工作先进个人”荣誉称号。主持国家社科基金项目“山西出版史研究”“少儿报刊研究”等国家级科研项目3项、省级社科项目6项，出版有《纵论出版产业的科学发展》《山西革命根据地出版史》《山西国统区出版史》《报告文学百题》等著作6部。

序



齐峰同志继《纵论出版产业的科学发展》一书出版之后，又成一书，名曰《书业观澜》。《纵论》一书即由我为之作序，本书再邀我为之提笔，我乐见其成，欣然应允。

齐峰同志是位学者型老总，在领军山西出版传媒集团的实践中，融产学研为一体，学与术兼并，颇有创见。齐峰同志重视理论研究的做法，与他曾在大学工作的经历有关，更与他所从事的事业有关。作为文化的出版，须以文化的方式为之，理论的支持必不可少。遗憾的是，目前这一风气在出版界尚不浓烈。

本书分五辑，收文19篇，涉及出版工作当前最为关注的一些问题，包括科学出版研究、出版产业化和集团化的建设探索、出版体制机制改革、出版经营与管理、出版品牌和出版战略的对策研究、文化产业与文化担当、时代呼唤“大出版观”及绿色出版等等。从这一系列文章中可以看出，齐峰同志对于当前大变革中的中国出版业的认识和思考是较为系统而深刻的。正因为他能将自己涉足的实践工作与所承担的理论课题很好地结合起来，所以取得引人注目的成果自然也就不足为奇了。

本书研究的对象虽是出版，但又能将与出版密切相关的各环节、各领域均纳入研究的视野与范围，并对之作出既深细又广博、既分化又综合、既有深度又有广度的分析研究，且在具体实践方面提供了值得借鉴的内容。

齐峰同志结合组建山西出版传媒集团的现实，以科学发展观为指导，将改革难点和产业发展瓶颈作为研究的重心，将调查、归纳、比较、综合、分析、推演等具体手段作为研究方法，基于自我的认识，在体制变革、机制创新、资源配置、结构调整、文化建设等方面提出了诸多改进和发展的建议，提出了中国出版产业化建设需要大力实施的战略工程。其重点在于加强出版产业集约化经营和资源整合力度，从数量规模型向质量效益型的绿色出版转变。无论建言还是献策，都不回避矛盾，不绕开难点，不因经验性妨碍实践性。

齐峰同志以高度的职业敏锐性，探索了出版业发展的方法论。与整个国民经济发展的要求相比，出版业有其自身发展的特殊性，更有发展方式转变的紧迫性。当前，我国出版业的改革已进入后改革阶段，但由于缺乏成熟的理论指导和更多的成功范例，其改革实践仍处于探索阶段。本书旨在通过具体实践，解决出版业发展中遇到的问题；通过自身的良性运行，推动出版业科学繁荣发展，促进文化普及进步，满足人民精神文化需求。通过发挥市场机制对出版资源进行合理配置的重要作用，把市场经

济中的经营意识、经营机制和经营方式等运用到出版产业建设和管理中，最大限度地盘活资本存量、吸引增量、扩大总量，实现出版资源配置容量和效益的最大化、最优化，促进出版发展方式的转变。

正如改革是为了发展，发展为改革提供了更加强大的物质保证一样，理论来源于实践，同时指导实践。科学理论指导伟大实践，掌握科学的理论武器，才能认识出版规律，并以理论指导各项工作。齐峰同志紧跟时代节拍，创新出版理念，适时提出了“大出版观”、绿色出版、出版战略营销等观点。显示了一个躬身出版实践人士对我国出版业发展的强烈责任意识、忧患意识和宽广的国际视野、人文情怀。他还基于山西出版的实际，探究了经济欠发达地区出版产业化发展的战略问题。从这些文章中，能看到山西出版发展的坎坷与艰辛。山西出版传媒集团自成立以来，制定了科学发展战略，理清了发展思路，进行了管理创新，提高了管理效益，实现了分类管理，激发了内部活力，实施了人才兴业战略，提升了发展潜力，取得了令人满意的成绩。山西出版传媒集团的发展之路，就是中国出版业发展的缩影。

这些文章有的发表后得到了中央领导同志的肯定，大多被《新华文

摘》全文转载，有的被评为中华优秀出版物论文奖，总之，引起了不小的反响。从这一点，也可推测出它们的价值所在。

齐峰同志作为一名资深的出版工作者，一名出版传媒集团的领军人物，其孜孜以求的探索精神，其坚持理论与实践结合的工作方法，为国内出版界提供了一种现象。希望业内更多的有识之士也能在改革发展中开拓创新，并积极参与到学术理论的研究中来，为出版界学习风气的培育和理论研究的深入添薪加油。作为一个集团的负责人，公务缠身、文山会海是很自然的事，为自己找一个“没时间”的推脱，心安理得，仰不愧天，但齐峰同志没有，业余时间多钻研于此。齐峰同志多年来一腔热情，守制敬业，加之倦舞闻鸡，点鬓星星，笔耕不辍于学术，与他人合作的《山西革命根据地出版史》也已推出，且列入国家社科基金项目。做事须恒心，学术尤如此，功夫第一，天然次之。博学而笃志，切问而近思，靡不有初，鲜克有终。其意虽旧，道理皆知，却能弥久不竭，常说常新，何以然？廉不言贫，勤不言劳，古之美德也。辛弃疾言：“人生在勤，当以力田为先，故以稼轩。”看似释名所居，实则砥砺自勉。如今，一本厚厚的《书业观澜》又一次验证了这一点。

第一编 出版观

- 绿色出版：出版产业发展的必由之路 — 002
- 大出版观：出版产业发展的时代趋势 — 014
- “后改制”时代：中国出版业从“新”开始 — 026

第二编 产业论

- 公司创造奇迹 转型成就未来 — 038
- 分类管理：出版集团机制改革的新探索 — 048
- 出版集团多元化经营问题与战略 — 056
- 资源整合推动出版产业迈向新高度 — 070
- 出版品牌的战略营销 — 081

第三编 区域道

- 文化产业：山西转型发展的选择与路径 — 094
- 以正确理念引领山西文化产业发展 — 104
- 高度重视山西城镇化进程中的文化建设 — 111
- 全面推进山西出版业转型发展 — 118

第四编 问题辩

- 淡定自如 谋定而动 后来居上 — 130
- 畅谈集团化十年变化 — 143
- 出版人：国人对你的期许没有变 — 148

第五编 序跋集

红色出版的价值所在 — 154

出版人的文化焦虑 — 159

重视公司力量 实现强国梦想 — 163

向“伟大的出版公司”迈进 — 174

后记 — 178

THE VIEWPOINTS OF PUBLISHING

第一编

出版观

绿色出版： 出版产业发展的必由之路

十

如果说改革开放的30年实现了由出版小国向出版大国的转变，完成了规模数量的积累，出版生产力水平和产业发展规模都已达到了这一阶段的高峰，那么改革开放30年后的发展，应着力完成由数量规模向质量效益的转变。实现这一转变，旧的粗放式的发展方式已难以为继，必须从根本上改变我国出版业的发展水平与国家的整体发展水平和经济发展实力不相适应、与人民群众多元化的文化需求不相适应的现状，必须改变产业集中度低、分散经营、竞争能力不强、图书出版品种效益不高、市场化程度不高、抗风险能力较弱的事实，实现发展规模、发展实力、发展方式、发展质量的均衡，推进出版内容、出版业态、出版手段、出版形式的创新，实现净资产的增长快于总资产的增长、重版图书品种量

高于新版图书品种量、发货码洋高于造货码洋、利润率增长高于产值率增长的良性运作机制，倡导集约式、质量效益型的代表未来发展方向的新型绿色出版理念。

一 绿色出版的内涵

从本质上讲，绿色出版探讨的是出版产业的可持续发展问题，也就是出版产业当前乃至今后的发展理念、发展走向和发展方式问题。自1987年世界环境与发展委员会在《我们共同的未来》报告中，将可持续发展定义为“既能满足当代人的需要，又不对后代人满足其需要的能力构成危害的发展”以来，可持续发展就包含两个基本要素或两个关键性内容：“需要”和对需要的“限制”。一方面要满足人类生存的需要，另一方面要对“需要”所造成的对未来环境的危害加以限制。对于出版业来讲，这种“需要”指的是产业发展的需要，“限制”则是指对于支持发展的资源、环境所构成的浪费或破坏的限制。这里需要特别指出的是，出版所指向的“资源”除了有形的物质、文化资源，还有无形的精神、文化资源，所指向的“环境”除了显在的自然环境，还有潜在的人文环境。未来出版产业发展需要的能力一旦被突破，将不仅对自然环境造成危害，更主要的则是对构成人文环境的道德体系和价值观念产生直接影响。

因此，从可持续发展的深层意义上探究绿色出版的内涵，应包括以下几个主要内容：

一 绿色出版的主要内容

1 出版资源的绿色利用

出版资源是指与书、报、刊的编辑出版活动有着密切联系的各种信息和选题资源。从生产的角度讲，出版业直接利用的资源就是文化资源。出版生产就是借助于开发，使文化资源所包含的价值被当代社会认识和了解的过程，出版效益通过对文化资源的开掘而产

生。因此,出版业的发展必须充分考虑文化资源的承载力和文化生态环境的适应性,这不仅包括对有形文化资源的保护,更重要的还在于对文化所蕴涵的内在思想观念、价值取向的正确挖掘。所谓“绿色利用”,就是有效避免“伪文化”的泛滥所导致的对文化资源的廉价侵蚀和肤浅损害,还原文化本身的真实性和深刻性,将之加以传承并发扬光大。

2 出版产品的绿色生产

出版产品的生产是指综合运用生产资料,对文化资源进行采集、开发,进而形成满足人类精神文化需要的物质产品与服务的全过程。出版产品是出版产业存在与发展的载体,出版产品的生产是出版产业发展壮大的核心环节。所谓“绿色生产”,包括两方面的内容,一是指出版的专业化,即通过持续内容创新,打造精品,实现出版产品由品种数量向品牌质量的转变;二是指技术的现代化,即通过运用科学技术,实现生产方式由高消耗、低效益向低消耗、高效益的转变。

3 出版市场的绿色培育

出版市场是指提供出版产品的有形和无形服务体系,是出版效益实现的主阵地。所谓“绿色培育”,是指通过合理利用出版资源,实现出版物内容由适应市场向与引导市场并重的方向转变;通过规范行业市场行为,打破不正当竞争,实现出版物市场由无序竞争到有序健康发展的转变。

二 廓清绿色出版认识的两个误区

1 绿色出版不等于环保出版

作为文化产业重要组成部分的出版产业,具有鲜明的意识形态特

征。与传统制造业不同，出版业属内容服务产业，其所生产的产品，除了具有物质产品的特性之外，其价值更多地体现在产品所承载的内容对人精神世界所产生的影响。作为一个传播人类文明、播散智慧的行业，内容是出版发展壮大的根本，也是出版存在的前提。绿色出版是立足于行业未来发展，使出版各环节达成一种与资源开发与利用互相适应的良性发展状态，是对产品生产、产品质量、生产方式、传播渠道等全部出版活动的整体性观照。它蕴含两方面的内容，首先是对人文环境的妥善维护，其次是对自然资源的合理利用和保护。因此，作为维护文化生态的核心环节，绿色内容是绿色出版的主体。环保出版则重点强调在产品生产过程中环保材料的应用和技术手段的提升，其主旨在于降低出版的资源和能源消耗。它既是绿色出版的重要方式之一，也是绿色出版的有机组成部分。

2 绿色出版不等于数字出版

数字出版是建立在计算机技术、通讯技术、网络技术、流媒体技术、存储技术、显示技术等高新技术基础上，融合并超越了传统出版内容而发展起来的新兴出版产业。与传统出版相比，数字出版具有快速查询、海量存储、成本低廉、传播迅速等特点，由于其内容承载形式的数字化，其产品表现完全不同于传统形态，生产过程也没有纸张、油墨等资源消耗，因而被视为当前最为环保的出版方式。

从本质上讲，数字出版是新兴科学技术对传统出版方式的革命，无论是产品形态还是传播形态的变化，显示的均是技术手段之于出版方式的巨大影响力，对于出版内容本身并没有产生显在的作用力，相反，对于内容的依赖变得更为直接。它所改变的是出版物的产品形式、传播形式、服务形式，而并没有改变出版物产品价值本身。因此，数字出版说到底还是技术型的出版方式，属于环保出版的范畴。

那么，何为绿色出版？绿色出版是针对传统粗放式出版提出的，即运用现代科技手段，立足文化生态可持续发展的健康文明型、节约环保型、数字集约型的大出版形

态。绿色出版包含的内容很多，它是对传统粗放式出版的纠正和改善，其核心理念是以经济、社会、文化和环境的和谐为目标而发展起来的一种新的出版理念，是出版产业为适应文化生态、现代科技与健康节约需要而产生出来的一种新型出版方式。

二 非绿色出版的主要特征

一 资源经营粗放

中国出版业的发展正处于战略机遇期，前景看好。但应看到出版繁荣的背后，资源粗放经营的现象严重，突出表现为以下四个特征：

1 出版资源条块分割、低效率开发

出版单位长期以来的区域性特性，使得进入市场经济后的出版企业呈现分散、弱小、专业化程度不高、低水平重复等弊端；而几十年单打独斗的经营方式仍然制约着集团资源的有效整合，集团规模的扩大还仍然停留在低水平的数量累加层面上，原先的初级联合的特征和粗放经营的色彩并未完全褪去。同时，多年来过分强调图书的特殊性和行业的特殊性，成为我国出版单位左右逢源的护身符，从中央到地方的各级出版单位在喊着冲出“围城”的口号时，往往却在实践中从既得者利益考虑，唯恐失去自己的地盘，失去自己的地域“霸主”地位。

一个显在的事例是当前由多种因素引发的“物流建设热”。有行业人士指出，如果出版物信息交换标准的统一问题得不到有效解决，地方性物流的纷纷上马，将不仅造成资源浪费，而且也给物流配送现代化带

来巨大障碍。地域性、条块性状况，使出版业难以在短期内对资源进行有效整合，实现综合开发和多次利用，资源的封闭现象较为突出，与大出版、大市场、大流通的格局，与低消耗、高效益、节约型的绿色发展战略要求，相去甚远。

2 科学技术落后，专业人才缺乏

出版业历来是以技术进步为发展引擎的。从国际上看，发达国家已进入信息化时代，科学技术的发展使可回收纸近乎完美，环保的大豆油墨已在欧美日韩等地普及。西蒙·舒斯特出版公司、阿歇特出版集团、沃克图书出版集团、迪士尼全球出版集团等国际大型出版社早些年已开始致力于出版的可持续发展之路。21世纪初，我国签署了“以信息化带动工业化”的发展战略，实行工业化和信息化并行发展的态势，虽然“绿色出版”已被纳入战略，但实际操作力度远远滞后于发达国家，对于绿色出版，出版单位仍在成本核算、技术投入和市场地位上顾虑重重，绝大多数出版单位仍习惯于旧业态的生产方式。

与此同时，出版业人才质量与数量的矛盾日益突出，人才结构面临诸多缺陷：一是缺少大师级的作者和出版家；二是缺少既懂得出版专业知识，又懂得经营管理的复合型高端人才；三是缺少掌握数字出版工程技术的专业性人才；四是缺少懂得出版生产规律和资本市场运作的金融人才。这些都影响着出版产业整体水平的提高。而相对专业人才的缺乏，人才竞争的形势更加严峻：由于民族语言、民族文化、民族心理上的局限，外商在进入我国出版业时势必会在当地物色代理人，很多国外企业在香港举办中国经纪人训练班就是在为抢滩登陆做准备。吴培华先生曾断言，未来的中国图书市场上参与搏杀的将是香港、台湾、大陆及外资的中方代表四类清一色的中国人，届时将会上演一出“同室操戈”的活报剧。出版的可持续发展是以人为本的发展，如果出版人才因素受到制约，出版业也很难出现良性发展的态势。