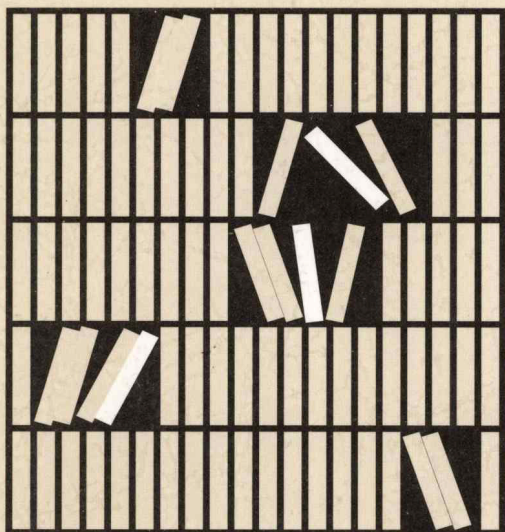


出版产业

周蔚华

著

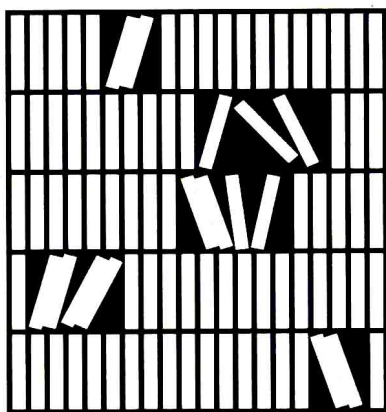
散论



周蔚华 著

出版产业

散论



复旦大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

出版产业散论 / 周蔚华著. —上海: 复旦大学出版社,
2009. 1

ISBN 978-7-309-06443-8

I. 出… II. 周… III. 出版工作 - 研究 IV. G23

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 210031 号

出版产业散论

周蔚华 著

出版发行 复旦大学出版社 上海市国权路 579 号 邮编:200433
86-21-65642857(门市零售)
86-21-65100562(团体订购) 86-21-65109143(外埠邮购)
fupnet@fudanpress.com http://www.fudanpress.com

责任编辑 孙 晶

出品人 贺圣遂

印	刷	句容市排印厂
开	本	787×960 1/16
印	张	30
字	数	522 千
版	次	2009 年 1 月第一版第一次印刷

书	号	ISBN 978 - 7 - 309 - 06443 - 8 / G · 808
定	价	48.00 元

如有印装质量问题, 请向复旦大学出版社发行部调换。

版权所有 侵权必究

出版研究要在理论与 实践结合上下功夫

——《出版产业散论》序

柳斌杰

我国出版界有一批既从事出版实际工作又对出版理论研究有一定兴趣的“两栖”出版人,他们以自己的理论研究支撑和推动着出版实践,反过来又以自己的出版实践不断丰富和发展出版理论,使两者达到有机统一。周蔚华同志就属于这种“两栖”出版人,他近年来在自身从事出版实践工作的同时,还就出版产业改革和发展中的一些重要问题进行了较为系统而深入的研究,发表了一些在业界有一定影响的研究文章。近日他将自己有代表性的文章以《出版产业散论》为题结集由复旦大学出版社出版,在付梓前,他邀我作序。粗看了该书,我认为把理论与出版实践紧密结合是本书的一大特点,因此,我想借此机会就出版研究理论与实践的结合问题谈点个人的看法。

一、出版研究必须联系出版改革和发展的实践

理论联系实际是党的思想路线的根本要求,是我们各项工作不断取得胜利的一大法宝。理论联系实际,一方面要求我们把马克思主义普遍真理同中国具体实践相结合,在研究新情况、解决新问题中作出新的理论概括,丰富和发展既有的理论;另一方面还要求我们要把理论研究和所面对的现实问题紧密结合,指导和解决我们工作中所面对的现实问题。理论与实践能否结合,结合的效果如何,首先取决于理论本身的科学性,如果不从实际出发,不是从实践中总结和提炼的理论,就是空洞的理论,它对实践的指导性就很值得怀疑,它的解释力也就存在很大的局限性,用这样的“理论”去指导实践,往往会导致实践的失败。反过来,如果缺乏科学理论的指导,不

懂得普遍规律,单纯靠经验主义,这样的实践就具有很大的盲目性,就会走很多弯路。理论脱离实践则空,实践离开理论则盲。理论来源于实践,又反作用于实践,科学的理论对实践有指导作用,能通过人们的实践活动转化为巨大的物质力量。

中国出版业已经发展成为一个具有影响力的实体产业,急需出版理论研究工作为之服务,促进出版产业又好又快发展。多年来,出版理论研究在这方面发挥了很好的作用,为出版业的改革和发展提供了理论支撑。但毋庸讳言,在当前的出版界也存在两方面的问题:一方面是很多出版实践工作者陷入繁琐的具体事务中,缺乏对理论研究的兴趣,更不善于对实践中形成的经验进行总结和提升;而另一方面,高校、科研机构的研究人员所关注的是一些“纯理论”问题,对出版产业发展进程中面临的需要回答的紧迫问题缺乏深入研究,往往有纸上谈兵之嫌,更缺乏对出版规律的认识和把握。因此,在出版教学、理论研究和出版产业实务界都存在理论与实践相脱节的现象,这种弊病需要加以克服。

在出版业界坚持理论联系实际,不仅需要理论工作者深入到出版实际工作中去,从出版实践和出版产业的运行中寻找规律,也需要我们从事出版实践的同志不断提升自己的理论水平,善于从实践工作中总结经验,认识和把握出版规律。当前国际出版产业正处于大变革时期,我国出版业也正处在改革发展的攻坚阶段,新情况、新问题、新经验层出不穷,只有贯彻理论联系实际的原则,从出版产业改革和发展的丰富实践中汲取有益的经验,创新传统理论,才能对产业发展提供理论指导,也才能进一步丰富和发展出版实践。

二、出版研究必须着眼于解决出版业发展的实际问题

实践品格是科学理论的根本特征。马克思主义经典作家曾经把自己的理论称为“实践的唯物主义”,并一再强调理论来源于实践,服务于实践。对于出版理论研究同样如此,一切研究都以出版业发展中的实际问题为出发点和落脚点,着眼于对实际问题的理论思考,着眼于解决现实问题,着眼于新的实践和新的发展。当前,我们出版产业面临的实际问题很多,都需要出版研究工作者认真研究并给予科学回答。

(1) 文化正在成为综合国力竞争的重要组成部分,成为软实力的重要标志,出版业的双重功能更加凸显。

一个国家的综合国力,既包括由经济、科技、军事实力等所体现出来的“硬实力”,也包括以文化、意识形态和对外政策等体现出来的“软实力”,文

化软实力是综合国力和国际竞争力的重要组成部分。在我国全面建设小康社会,实现社会主义现代化建设的战略目标中,文化的全局性、战略性地位以及文化的凝聚力、创造力、生命力的作用越来越突出。文化产业作为新兴产业正突飞猛进,在现代社会发挥着越来越重要的作用,这已经是一个不争的现实。我国要在激烈的国际竞争中赢得主动,就必须在壮大经济实力、科技实力和国防实力的同时,使国家文化软实力有一个大的提升。党的十七大提出要激发全民族文化创造力,推动社会主义文化大发展大繁荣,要提高国家文化软实力,其战略意义就在于此。

作为我国文化产业重要组成部分的出版业,在社会主义市场经济条件下具有意识形态与产业的双重属性。从出版产品的性质和功能来看,不论是图书、报刊,还是音像、电子、数字出版物,所刊载的内容都是政治、经济、文化、科技、艺术、社会生活等方面的信息和知识,是人类各种社会活动反映和精神活动的成果,是精神产品,具有较强的意识形态属性。而从社会主义市场经济的角度来审视,出版业生产是物质化的劳动,它所生产的产品归根到底是商品,它的生产和流通属于经济行为,具有明显的产业属性。因而,在重视出版的意识形态属性的同时,重视出版业的产业属性,探索产业发展的道路是进一步解放思想、深化出版体制改革的关键。只有这样,才能正确认识和全面把握出版业的双重属性,真正实现二者的辩证统一。

(2) 随着经济全球化,文化的国际化多样化趋势也很明显,我们必须在全球化背景下以国际视野研究出版产业发展。

当今世界正在发生广泛而深刻的变化,正处在大变革大调整之中,机遇前所未有,挑战也前所未有,机遇大于挑战。所以,必须面向世界,科学认识当前的国际形势及其发展趋势,顺应潮流谋发展,这是我们进行理论创新的一个基本前提。

在经济全球化的背景下,世界文化交流日益频繁,特别是互联网技术的应用,使文化的边界已经突破了国界,文化发展呈现出多元化、多样性的特点。从世界范围来看,文化与政治、经济、社会已经相互交融,文化的作用也愈发凸显。这就要求我们出版工作者以全新的视野来审视我们的文化,审视我们的出版工作。不能就文化谈文化,就出版谈出版,出版研究必须放到一个更为广阔背景下加以思考。比如,出版工作在物质文明建设、政治文明、精神文明建设和社会和谐建设中的作用到底如何体现?出版工作如何参与国际竞争、在国际文化舞台上发挥更大的作用,在世界多元文化中怎样才能更好地传播和弘扬中华文化、扩大中华文化的世界影响?如何在新的形势下既维护世界文化的多样性又能够弘扬我国的主流

价值观? 出版业在开放格局中如何有效保护和传承我国优秀文化、维护我国的文化安全? 等等,这些都是出版业面临的新问题,也是需要出版研究加以分析和解决的理论问题。

(3) 以信息技术为主要内容的信息化浪潮给传统出版提出了新挑战,也对出版理论研究提出了新要求。

近年来,以数字网络技术为核心的信息传播技术革命,给出版业带来发展的无限生机,同时也带来了巨大的挑战。随着世界范围内数字时代的到来,大众的阅读方式已经从传统纸介质开始向新兴媒体转移,电子书、手机等各种移动阅读终端正悄然兴起,且发展日新月异。数字化、信息化不仅改变了受众的阅读方式和信息获取途径,也使得整个出版产业的价值链和经营模式发生根本变革,产业升级换代迫在眉睫,这也对出版理论研究提出了新的要求。

长期以来,出版研究本身一直被认为从属于社会科学领域,而随着网络和信息技术的发展,出版科研工作越来越多地涉及传播技术,已经不能脱离科学技术而独立进行。出版理论的研究正朝着“软科学”与“硬科学”相结合的方向发展,今后必须要将社会科学研究与技术科学研究结合起来。目前,整个出版业改革发展需要解决两大问题:一是体制问题和机制问题,这是社会科学研究领域;二是内容的数字存储、网络化传播、数字化阅读等技术问题,这涉及高新技术问题,属于科学技术研究的范围。出版的产业化、市场化与技术的网络化、信息化是紧密联系的,两者在实践中难以分开,这就要求我们要面向新的实际,运用全新的思维方式,吸纳新的研究方式,使我们的理论研究与时俱进,不断创新。

(4) 出版业的改革已经进入攻坚阶段,社会主义市场经济对出版业的市场主体、市场秩序等提出了新的更高的要求。

自2003年6月文化体制改革试点工作开展以来,在党中央的统一部署下,出版业积极开拓创新,改革取得了令人瞩目的成绩,在转企改制、跨地区发展和上市融资等方面都取得一系列重大突破。但随着改革的不断深化,出版作为具有意识形态属性的行业,其特殊性、复杂性逐渐显现,改革出现了一些新情况、新问题和矛盾,改革的难度在不断加大。

今年适值改革开放30周年,出版改革也迈出了新步伐,进入了新阶段。加大力度,加快进度,两年完成转企改制,形成市场主体,是中央对出版体制改革的要求。加快推动出版发行体制改革,如何在解放思想上下功夫,把思想进一步统一到十七大精神和党中央关于深化出版改革的一系列部署上来,切实增强深化改革、加快发展的积极性、主动性和创造性,都是

值得我们深入研究和探讨的课题。

改革的实质是要通过体制和机制的转变和创新,调整产业布局 and 结构,激发微观出版主体的生机和活力,提升我国出版业的整体实力和核心竞争能力。改革的根本任务就是要大力推进出版业由传统的计划经济体制向适应不断完善的社会主义市场经济体制的根本性转变,为出版业的更大发展扫除障碍,开辟道路。当前,社会主义市场经济对出版业建立新型的市场主体、确立良好的市场秩序等都提出了新的要求。转企改制、塑造新的市场主体,是我们出版体制改革的重点和难点。针对这些重点、难点问题,如何进一步完善深化改革的配套政策和措施,继续加大改革力度,使改革不断取得实质性进展;出版业的资本运作已经如火如荼地展开,出版企业兼并、重组、融资、上市等新情况也在不断出现,如何及时研究这些新现象,提出前瞻性的意见和建议,使出版改革向着健康方向发展等等。只有及时深入研究改革所面临的新问题,出版理论研究才能有强大的生命力,也才能为坚定不移地推进改革提供理论支撑。

周蔚华同志的《出版产业散论》一书,恰恰紧紧围绕出版产业的实际问题展开出版理论研究,这正是我所希望的。他在该书中所涉及的“六论”:出版产业论、出版改革论、大学出版论、网络出版论、选题策划论及热点问题论,都是从解决现实问题出发的,因此有很强的针对性。由于他身处出版产业第一线,因而他的思考也是围绕如何解决这些问题而展开的,对实践中面临的问题抓得很准;也由于他本身具有深厚的理论功底和受过系统而良好的专业训练,他对问题的分析和思考不是人云亦云,而是具有一定的理论独创性和深刻性。他的很多文章都能较好体现理论和实践的紧密结合,有针对性地回答出版工作中面临的实际问题,因而能够在出版业引起共鸣并产生一定影响。

三、出版研究必须要善于深化规律性认识

邓小平同志曾经指出:“改革开放中许许多多的东西,都是由群众在实践中提出来的”。科学研究的任务就在于把群众的实践经验总结出来,升华为科学理论,揭示事物运动的规律性,并用这种规律性的认识进一步指导人们的实践,推动社会的进步和发展。出版产业研究只有深入出版工作的实际,善于调查研究,善于在实践中发现问题、分析问题、解决问题,捕捉出版工作实践中反映事物本质与带规律性的东西,并不断加以总结和升华,才能从纷繁复杂的客观事物中概括出一般性的规律和结论,形成中国特色的出版理论,才能更好地为出版事业和出版产业发展服务,走出一条

中国特色的出版发展道路。

出版研究要帮助人们认识出版发展规律。出版业是一个历史性、世界性的行业,纵贯几千年,遍及五大洲,必然的有其自身发展的特点和发展规律。我国出版业在发展过程中也有很多带有规律性的东西需要我们认真加以总结,比如:从客观层面讲,研究出版业与政治经济、文化、科技、社会等之间的关系,包括出版业在构建文化软实力的作用,出版业对于文化传承、文化发展和文明进程的贡献,出版业文化功能和经济功能的关系;技术与出版互动规律;从微观层面讲,要研究出版业精神生产与物质生产的关系、产业链内各环节的关系,包括出版业的双重属性、双重功能、双重价值问题,出版业作为文化企业的运行与一般企业的运行的异同问题;出版业改革、发展、创新和管理之间的关系;出版业发展的速度、规模、质量、效益的关系;各个国家出版走出去的共同性和差异性等等。出版研究必须对这些问题加以探索,并对其规律性的东西加以提炼和概括,用以指导我们的出版实践。

出版研究要帮助人们认识市场规律。建立统一开放、竞争有序、健康繁荣的出版物市场体系,既是完善我国社会主义市场经济体制的迫切要求,也是我国出版业可持续发展的基本条件。从目前情况看,我国出版市场中条款分割、地区封锁、垄断经营、无序竞争的状况还没有得到根本解决,其结果造成了市场规范失效,低水平重复建设、出版资源浪费、市场流通受阻、全国出版物市场容量受到限制、交易成本过高,这已成了制约我国新闻出版业发展的“瓶颈”,必须加大改革力度,切实加以改变。但出版产业如何更好地建立大流通、大市场的现代市场体系,如何形成良好的市场秩序,建立诚信竞争的市场规范,都需要我们认真加以研究和努力地实践。

出版研究要帮助人们认识中国特色的出版学。从1984年在一些高校设置编辑专业以来,编辑出版教育取得了长足的发展,但关于“出版是否有论”、“出版是否有学”的争论却一直存在。我曾经多次讲过“有学无论”和“有论无学”的认识是片面的,一些模糊观念在很多人那里还根深蒂固。不少人认为,出版只有经验,没有理论,只能是一门“术”,而不能算是一门“学”。我最近看了一些中国图书出版业发展史和新中国近60年出版业发展史,受益颇多。我以为这为我们认识中国出版业的规律提供了丰富的历史经验和实践基础。改革开放以来,随着出版业市场化和产业化进程的加快,出版理论研究的范围也在不断拓展,不少高校、研究所积聚力量,开展出版教学和研究,这为出版学科建设提供了更为广泛的理论和实践支撑,可以说出版学的建立已经具备了良好的理论框架和实践基础。我们要继

承和发扬编辑出版发行理论已有的成果,在系统把握出版产业发展规律、出版市场规律和出版企业运行规律的基础上,构建起中国特色的出版学科学体系,为出版产业发展提供更好的服务。建立中国特色出版学是一项具有战略意义的任务,需要出版理论界和出版产业界携起手来,共同努力。周蔚华同志的《出版产业散论》可以看作这项工作的一块铺路石,是一个有益的尝试。我期待有更多的人参与到这项伟大的工程中来,用大家的智慧把“散论”变成“概论”、“统论”,在推动中国特色社会主义出版实践中开出璀璨的出版理论之花,在中国特色社会主义出版理论的指导下,结出丰硕的出版实践之果。

是为序。

目 录

序

一、出版产业论

新规则新需求下的出版业 /2

中国出版 5 年产业背景 /12

知识经济与出版产业 /17

出版的产业定位和经济功能 /20

出版发展的历程与出版功能转换 /31

中国图书出版产业的结构分析 /37

中国图书出版产业的供求分析 /45

中国图书出版的产业关联分析 /54

中国图书出版产业的集中度和规模经济分析 /63

出版企业核心竞争力分析 /72

从出版物的双重属性看出版者的社会责任 /79

中国出版业发展的历程、现状和趋势 /89

2005—2006 年图书出版业发展报告 /102

二、出版改革论

试论深化出版改革 /130

我国出版业的改革:回顾、经验和当前的重点 /135

从产业组织理论的视角看出版改革的症结所在 /144

建立有效的出版竞争机制 /159

中国图书出版产业的垄断分析 /167

中国出版产业集团化:问题、对策和发展趋势 /173

事业部制打造高效的流程模式 /181

维护出版生态平衡 促进书业和谐发展 /188

出版转型条件下总编辑的职责 /198

三、大学出版论

中国大学出版激荡 30 年 /206

积极探索大学出版规律,走出一条有中国特色的大学

出版社发展道路 /220

树立科学出版发展观,深化高校出版业改革 /224

市场化转型过程中中国大学出版社的战略选择 /232

高校出版社改革不能搞“一刀切” /242

考察美国大学出版社后的思考 /247

围绕“大学”“出版”,办好《大学出版》 /256

四、网络出版论

- 加快信息化网络化步伐,促进出版转型 /260
- 网络出版的兴起及其影响 /262
- 现代网络出版的兴起与出版的范式转换 /268
- 书业电子商务及图书营销 /278
- 大学出版社学术出版的数字化模式 /285
- 后现代阅读方式的兴起与出版转型 /290
- 盈利模式创新是当前出版转型所面临的紧迫问题 /302

五、选题策划论

- 选题环境分析论 /308
- 选题策划关系论 /316
- 选题策划意识论 /325
- 选题策划创新论 /331
- 整合营销策划论 /340
- 选题策划方法论 /346
- 策划编辑修养论 /349
- 选题策划实践论(上) /351
- 选题策划实践论(下) /360
- 选题策划陷阱论 /368

六、出版热点论

- 当代中国出版的“灵”与“肉” /380
- 论中国出版物走向世界的可能性及途径 /384
- 我国教育出版的现状、问题及对策 /388
- 借鉴大众出版,创新教育读物 /398
- 关于发行工作中几个热点问题的思考 /402
- 关于出版学本科专业教学改革思考 /409
- 环境分析法在出版管理中的应用 /416
- 学习型组织理论及在出版产业的运用 /420
- 朱兰质量管理理论对我国出版业的启示 /431
- 中美学术期刊评审机制之比较 /437
- 美国的 EMBA 教育及对我们的启示 /444

附录

- 关于高校出版社体制改革的政策建议 /448
- 关于加大对高校出版社财政支持和税收优惠的建议 /451
- 关于通过组建专业出版集团进一步深化出版体制改革的建议 /453
- 转制大背景下的大学出版社(访谈录) /457

后记 /462

一、出版产业论

新规则新需求下的出版业

——近年中国出版业经济环境述评

环境分析法是产业分析的一个重要方法。环境分析是要把产业的发展放到一个更加宏观的社会、经济、政治和文化背景下来考量。只有正确分析产业发展所处的政治、经济、社会和文化环境,才能有正确科学的产业定位,也才能找到这一产业发展的方向。这里仅就当前我国出版产业发展的经济环境做一些简要分析。

一、变革的时代:新变化形成新规则

这是一个急剧变革的时代。20 世纪 80 年代以后,中国和世界经济都发生着前所未有的变化,使得我们必须以一种全新的眼光去分析我们所处的出版环境。在我看来,从大的经济环境方面,有四个方面的变化对中国的出版产生了革命性影响。

1. 经济全球化及其对出版的影响

现代生产力的进步、市场经济的发展、资本的扩张本性以及交往的普遍化等,使得人类历史从“民族历史”向“世界历史”转化。随着科学技术飞速发展,通讯和信息交流手段日新月异,交通状况、支付手段有了质的变化,使劳动力、资本、物资以及信息的流动可以跨越种种空间障碍。人的交往能力和交往空间也有了极大提高,经济交往的规模和频率大为提高,促进了经济组织的革新,以跨国公司为代表的经济力量对生产要素和世界市场进行新的整合。这一切都使得“世界历史”的进程加快,全球化成了一股不可阻挡的趋势,它已从经济领域,扩展到政治和文化等各个领域。经济的全球化必然导致文化的全球化。发达国家必然利用其经济上的优势把它转化为文化上的强势,以自身的资本、信息资源、运作手段和人才等方面的优势来输出其生活方式、消费方式,并使其他国家的消费者形成对这种

消费方式的依赖性,进而形成有利于他们文化扩张的消费文化。在现有的国际分工格局下,一方面,发达国家的文化产品高度商品化,已经变成“文化工业”,可以“大规模定制”,可以成批量生产;另一方面,发达国家又利用其经济的优势,垄断世界的“话语权”,并把这种话语权变成文化霸权,他们大批量生产“快餐文化”,进而通过国际贸易谈判,要求其他国家必须消费这种快餐(例如,要求中国每年进口至少 20 部电影“大片”)。这样,他们就以经济优势制造“文化优势”,又从这种所谓的“文化优势”中获得超额利润,反过来进一步强化了它们的经济优势。在这种情况下,各个国家如何保护本民族的文化,避免使其边缘化甚至被完全消解就不仅仅是一个文化问题,而且是巨大的经济利益问题,更是严肃的政治问题。全球化使得“文化主权”和“文化安全”问题变得比以前任何时候都要突出。出版领域是文化产品生产、流通、传播和消费的重要领域。中国加入世界贸易组织之后,国外大的出版公司利用其出版内容信息的优势和强势通过版权输出的形式对我国的出版内容方面产生影响,在中国出版界不断掀起波浪;更重要的是,绝大多数出版物是渠道依赖很强的产品,随着分销领域的完全开放,国外发行公司渠道和网点的建立和完善,我们的出版领域必然存在上游对下游、出版对渠道的依赖,或者受制于渠道。虽然编辑出版领域不会对外放开,但由于这种“反制作用”,我们必须提出“阵地能够坚守多久”的问题。这是每一个有责任的出版者不得不思考的最严肃的问题。

2. 经济与政治、文化的一体化和相互促进

当今世界发展的一个明显的趋势是,文化的产业功能越来越强,文化在经济发展中的作用越来越突出。从微观角度看,企业文化已成为企业核心竞争力的一个重要组成部分,著名管理学家科特(J. P. Kotter)在《企业文化与经营业绩》中认为,企业文化对企业长期经营业绩有着重大影响,在他对许多公司 11 年的考察中,他发现,重视企业文化的公司总收入平均增长为 682%,而不重视企业文化的企业收入增长仅为 166%,公司净收入增长前者为 756%,后者仅为 1%,公司股票上涨前者为 901%,后者仅为 74%。有的管理学家甚至认为,过去几十年企业文化是企业发展的主题,文化不仅仅决定商业的成败,而且积极的企业文化可以是超越其他竞争对手的巨大优势。从宏观的角度看,各国都意识到了文化产业的特殊性,文化产品不是单纯的消费品,它反映着一个社会的生活方式,反映着社会价值观和价值导向,在某种意义上引导着社会的走向。当今世界各国政府都把文化产业看作与国防、教育和司法同等重要,看作维护民族认同的关键因素。因此各主要发达国家都把文化作为具有战略意义的产业大力扶持,例如加