



中国出版产业发展研究丛书（第二辑）

总主编 蔡翔

出版是什么

于殿利 著



中国传媒大学出版社

出版是什么

于殿利 著

中国传媒大学出版社

·北京·

图书在版编目(CIP)数据

出版是什么 / 于殿利著. —北京: 中国传媒大学出版社, 2018.7

(中国出版产业发展研究丛书 / 蔡翔主编. 第二辑)

ISBN 978-7-5657-2337-7

I. ①出… II. ①于… 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(2018) 第 097796 号

出版是什么

CHUBAN SHI SHENME

著 者 于殿利

策划编辑 赵丽华 唐 颖

责任编辑 刘广东

特约编辑 芦世玲

封面设计 李杨桦

责任印制 曹 辉

出版发行 中国传媒大学出版社

社 址 北京市朝阳区定福庄东街1号 邮编: 100024

电 话 86-10-65450528 65450532 传真: 65779405

网 址 <http://www.cucp.com.cn>

经 销 全国新华书店

印 刷 三河市东方印刷有限公司

开 本 710mm×1000mm 1/16

印 张 28

字 数 326 千字

版 次 2018 年 7 月第 1 版 2018 年 7 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-5657-2337-7/G · 2337 定 价 98.00 元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

向知识和道德进化，
是人类的方向，
出版有如方向盘。





于殿利，1964年生，黑龙江五常人。

历史学博士。商务印书馆总经理，编审。北京师范大学、中国传媒大学等兼职教授，博士生导师。文化名家暨全国宣传文化系统“四个一批”人才。享受国务院政府特殊津贴专家。

致力于亚述学、出版与文化研究。出版《巴比伦法的人本观——一个关于人本主义思想起源的研究》《巴比伦与亚述文明》《人性的启蒙时代——古代美索不达米亚的艺术和思想》等著作、译作多部；在《人民日报》《光明日报》《中国社会科学》等报刊发表论文百余篇。

文化名家暨“四个一批”人才工程项目

出版说明

中国出版产业发展研究丛书是中国传媒大学编辑出版研究中心策划并主持的出版项目，由中心主任蔡翔教授主编。丛书直面深化出版体制改革、出版产业政策调整、当代出版文化等重大问题，多视角、全方位地为中国出版产业的发展提供理论支持和实践参考。丛书有幸被列为国家出版资金资助项目，目前已陆续推出第一辑和第二辑。

当前，中国特色社会主义进入了新时代。这是我国发展新的历史方位，也是我国新闻出版业发展的重要契机。要推动新闻出版实现高质量发展，必须进一步深化文化体制改革、完善文化管理体制，健全现代文化产业体系 and 市场体系，重视传播手段建设和创新，提高国际传播能力。在这个新时代，我们的中国出版产业发展研究丛书有志成为一个开放性平台，聚合起更多同行者，跟进、反思并推动中国新闻出版业的改革和发展，为此进程不断地贡献力量。

德不孤，必有邻。感谢为丛书贡献智慧和力量的各位作者，这是中国出版人、出版研究者共有的平台。我们坚信，中国出版产业改革一直在“在路上”，我们的研究和行业观察也一直“在路上”。祝愿丛书不断延续，日益精进。

目 录

自序

出版是我问学的路径	1
-----------------	---

第一编 出版与出版产业

出版是个万花筒，每人每次都会看到不同的景象；出版是个多棱镜，每个角度都会折射出无数难以辨别的光影；出版是指南针，它指引着人类文明发展的方向，指引着人们生活的方向。出版活动关乎人类的存在，关乎社会的秩序，关乎民族国家的文化根基。

出版活动与人类的存在	9
出版活动与人类秩序的毁与立	21
出版构筑民族国家的文化根基	38
论出版经济的文化性	69
以供给侧改革促进出版产业市场化现代化	94
主题出版与时代之需	106
出版制度与产业规划	112

第二编 编辑与出版

编辑是出版活动的主体,其价值本毋庸置疑。但在数字化和市场化的新形势下,却出现了“编辑是一门正在消逝的艺术”的论调和片面追求经济效益的错误倾向。编辑是人类灵魂的工程师,编辑职业的消逝之时,便是人类文明的消亡之日。

编辑的天职	125
新形势下编辑的重新定位	133
大时代呼唤大编辑	142
好编辑的市场意识——思想即市场	148
装帧设计与出版品牌建设	162
装帧设计与品牌价值	175

第三编 营销与出版

图书作为商品的地位在中国走过了一段不寻常的路程,回望这一路程对我们理解出版无疑是大有裨益的。另外,图书作为特殊商品,其营销理应与其他一般商品有所区别,这种区别源于图书商品的特殊属性,即其文化性。

这个行当让我欢喜让我忧	185
编辑需要怎样的市场意识	197
从“供求关系”到“供需关系”	205
第二次渠道危机到来	212

社店关系——新商业生态下的价值创新	224
全球市场营销态势下的华文出版	233

第四编 媒体融合与出版

数字技术的降生搞乱了人们的头脑，搞乱了出版业的秩序，这是中国特有的现象。感性一点儿的悲观者仿佛听到了出版业的挽歌，理性一点儿的坚定者则看到了挑战与机遇同在。究其原因，还是对出版本质的认识出现了偏差。

数字出版“七问”	247
纸电同步开创出版新时代	259
自觉融合：百年商务的观念转变与实践突破	263
产业的法律环境与融合发展之痛	270
人性、互联网与媒体融合	278

第五编 文化教育与出版

人因文化而为人。教育是手段，是过程，文化是结果。出版是一种形式的教育，甚至不拘泥于课堂教育的局限，有无限的延展性。文化的主体是人，核心是人，目标还是人。从文化、教育及其与出版的关系角度来考察出版，就是通过结果和过程来追溯源头。

“中国梦”必须根植于文化之中	289
文化自觉与国际竞争力	294

文化产业发展与文化竞争地位	305
教育：培养人性，以文化人	321
古代美索不达米亚文明的国家意识形态管理	339

第六编 阅读与出版

一本书合上时，是沉睡的；只有打开时，它才醒来。阅读就是唤醒沉睡的知识和思想，就是为生命注入新的活力。阅读是出版最直接的目的和目标，也是其生命所在，没有阅读就没有出版。从达成目的、实现目标和关注自身命运的角度来理解出版，无疑最具实际意义。

非漫画家蔡志忠	357
“隐身衣”背后的家国情怀	362
词语破碎处 无物可存在	376
一代有一代之学问	379
再一次“激动潮流”	387
为百年品牌创造新价值	391
人因万物而生 万物因人而灵	397
阅读是一种责任	405
中文征引书目	426
外文征引书目	433
后记	434

自序

出版是我问学的路径

选择进入出版业缘于对书的喜爱。一开始喜欢读书，进而爱上当编辑做书，最后痴迷于自己写书。出版于我，做书有意义，做企业有价值，做学问有乐趣。

我从小爱书爱读书，走出校门之后的选择自然是追求学问。与走进高校或科研院所的一般治学之路不同，我选择了商务印书馆这样的出版和文化机构开始我的学问人生，它不仅能满足我对学问的兴趣，还能满足我对书的喜爱之情。从我自己的经历和感受来看，做学问和做出版两者非但不冲突，而且还相互启发，互有补益。一方面，做学问为做出版提供了充足的养分和动力，我始终坚信，只有爱书和爱读书才能把书做好，只有爱学问和懂学问才能把学问之书做好，才能做出真正的好书；另一方面，做出版让我有机会接触和学习更多的学科知识，每一次选题论证，每一次新书发布，每一次出版座谈会，每一次与学术大家面对面的交流，都让我获得领略各学科精髓之便利；做出版企业尤其是做出版企业的法人代表，让我有机会更全面、更深入地认识和理解社会和人，这些都大大有助于我在专业研究领域产生更加深入、更为融通，因而有时可能是与众不同的思考。

由于职业和兴趣的缘故，我对学问的追求沿着三个方向进行。

其一是历史学，确切地说是亚述学研究。这是我的专业，主要是因缘际会使我有机会成为中国最早的学习楔形文字的学子之一，从此开始了我的亚述学研究之旅，延续至今。楔形文字是人类发明的最早的文字之一，它所记载的人类最早的文明——从苏美尔文明经巴比伦文明到亚述文明，与另一人类最早文明古埃及文明一道奠定了人类文明的基本框架，现代文明和现代社会的很多现象和元素都可以在其中找到根源。如农耕起源、城市起源、冶炼技术起源、印刷复制起源、文字起源、数字起源、天文学起源、文学起源、学校起源、图书馆起源、法律起源、民主制起源以及其他经济和管理制度的起源，等等。在我看来，亚述学的意义和价值远不止于亚述学内部，作为人类文明的奠基部分，它对历史学具有普遍的指导、启示和参照意义，甚至具有超越历史学而影响更加广泛的意义和价值。正是基于这样的理解和认识，我始终难以割舍对亚述学的情愫，它激励我把读书引发的思考和研究成果书写下来，《人性的启蒙时代——古代美索不达米亚的艺术与思想》《巴比伦与亚述文明》等多部专著以及专业论文就是这样完成的。

历史学研究与史学素养的培养，对我从事出版和企业经营管理，乃至人生观与价值观，都产生了重要影响。历史学归根结蒂是人学，研究人的思维与行为。无论是自然秩序中的人，还是社会秩序中的人，对其思想和行动的研究都必须建立在两个基础之上。

基础之一是事实。史学研究要求“无一字无出处”，即言必有据，必须有事实依据。这里的事实包括几个要素：第一，事实必须足够多，否则便不能勾勒出哪怕是简单的轮廓；第二，事实必须“里

应外合”，只有内部的事实还不够，必须有“外部”的事实作为背景或环境支撑，因为任何事实都不是孤立存在的，甚至有时离开了“外部”事实，内部事实都不能称其为事实。就像黑格尔在其名著《世界史哲学讲演录》中所云，任何事物都是依靠其他事物而存在的。因此，若要充分地揭示事物的本质，必须考察其所依靠的“其他事物”。第三，“外部事实”有时需要跨学科、跨领域去寻找。“其他事物”有可能在专业内部，也有可能专业外部；有可能在历史学科内部，也有可能历史学科外部。在这里，历史学与其他学科第一次相遇。

基础之二是对事实的分析和判断。事实本身并不直接告诉我们事物的本质，其本质和规律性的东西必须通过分析、判断和归纳等方法才能得到或实现。在这里，历史学与哲学和其他学科再次相遇。哲学归根结蒂就是人学，通过研究人的思维和行动而揭示人性和人类社会的一般规律性的东西。所以，哲学对历史学至关重要，没有哲学思维和方法的依托，历史学都很难成为一门科学。其他学科尤其是人文社会科学对历史学也很重要，离开了其他学科，历史学研究的对象便变得空洞无物；而其他学科的研究方法论可以大大地开阔历史学研究的视野，弥补历史学作为单一学科的方法局限性。任何一门学科都只是以一种独特的视角，用一种独特的方法来研究客观世界和人类社会，因此便具有了其不可替代的独特性，但这种独特性同时也为自己铸就了难以避免的局限性。有时一门学科的专业难题，运用其他学科的方法和视角反而能够收到“豁然开朗”或“别开生面”的效果。例如，我在撰写《巴比伦法的人本观——一个关于人本主义思想起源的研究》一书时，就将专业的史学方法论和亚述学方法论与哲学、法学方法论、法

文化方法论、文化人类学方法论、社会学方法论和比较研究方法结合运用，破解了很多长期以来困扰历史学研究的难题。

史学研究的这两个基础让我受益良多，它们不仅开拓视野、开阔眼界，更让我把学术方面的事实依据和分析判断，自然地转化成出版事业的一般原则和工作方法。

其二是关于出版与文化的研究。依靠历史学研究的惯性，我养成了把从事的任何工作和业务都当作学问来研究的习惯，因为在我看来，任何工作和业务只有在学理上弄懂弄通，才能把它们做好。另一方面，向实践学习，从实践中总结，对实践做出理论阐释，让理论进一步指导和引导实践，这是出版工作者应有的追求。

出版活动是知识型活动、智慧型活动和思想型活动，其工作对象是知识，工作伙伴是知识分子，工作目标是出版有益的知识 and 思想，让有益的知识 and 思想不仅促进社会生产力的发展，促进社会核心价值、良好社会道德风尚甚至民族精神的形成，更要成为民族国家的文化根基。这就对出版工作者提出了比一般社会劳动者更高的要求，它要求出版工作者不仅要有胆，更要有识。所谓的胆，是有责任意识，敢于担当。责任是对社会的责任，对国家与民族的责任，对时代的责任；担当的是社会文化，国家与民族的文化，时代的文化。所谓的识，是负责任的本事和本领，对出版工作者而言，这种本领和本事既包括专业能力即学识，更包括政治素养即觉悟。识是胆的前提和基础，有识才会有胆，否则有胆要么是空有胆，要么就是蛮干甚至走向歧路。诚如业内专家所云，“细研商务印书馆的历史，历届当家人皆为不折不扣的学问家、思想家，学最新之学，问最应时之问”。他们不仅是饱学之士，还是有识之士，始终把自己的学识与国家和民族的命运紧密连接在

一起。前有张元济和蔡元培，后有陈翰伯和陈原等，他们都是我们后辈学习的榜样，我们时刻不能放松学习，时刻不能停止追赶的脚步。温旧学，探新知，寻往世之神髓，追时代之气息。

20余年来，我以历史学的基础，运用哲学社会科学的一般方法论，跨越出版所谓的应用学科的藩篱，把出版活动和出版产业置于人类文明发展的大背景和大格局下考察，撰写了一系列与行业和学科传统论文的视角有所不同的论文，诸如《阅读是一种责任》《论出版经济的文化性》《人性、互联网与媒体融合》以及《文化产业发展与文化竞争地位》等。即将出版的关于出版本质和价值的专著《出版是什么》，则不仅从出版产业、编辑、图书营销和媒体融合等内部视角，还从文化教育、作者与读者等外部视角，进行了考察和论述。我对出版理论和出版文化乃至文化与教育的思考，越来越有兴趣，也越来越有心得，这都得益于我历史学科的背景，还有长期以来所读的一些哲学社会科学的名著，尤其是人类现代知识兴起和现代社会形成以来的思想性著作。在我的研究和著述中，明显可见的历史资料和哲学社会科学思维与方法，让我感到专业研究和产业研究已经渐渐地融合在一起了。这一点尤其让我欣慰。仔细想想倒也不奇怪，历史和哲学社会科学最终指向人与文化，出版的直接指向就是人与文化。两者相互参透，并最终融合，再自然不过了。

其三，关于企业经营管理的思考。我相信每个领域都有属于自己的“门道”，编辑有编辑的门道，经营有经营的门道。幸运的是，我有两次系统学习经营管理“门道”的机会，在对外经贸大学和在哈佛大学商学院两次学习的经历让我养成了一种新的思维习惯，即把出版企业的经营管理纳入一般企业经营管理的学术框架内。

所以，无论是写文章，在行业内做培训讲师，还是在日常的出版实践活动中，我都会信手拈来大量的世界著名企业的案例。这些案例涉及的内容无论是成功的经验还是失败的教训，都对我们出版业有较高的借鉴价值。同时，诸如品牌、战略、创新、营销和企业文化等管理学核心内容，也已经很自然地融入我对出版企业的经营管理实践中。对于我而言，绝不是为了研究而研究，而是为了让学术研究能够指导生产实践，让我的学术思考能够对企业的经营管理产生方向感，甚至对企业的具体经营管理具有指导性。

《以供给侧改革促进出版产业的市场化现代化》《数字出版“七问”》《文化自觉与国际竞争力》等就是这一类问题的思考成果。需要提及的是，在这里我还是受益于我的历史学科背景以及哲学社会科学方法论太多，他们让我更好地理解人，理解管理科学，因为管理科学的指向也是人。而管理科学和经营管理实践又反过来对我的历史学研究和社会科学思考，提供了最直接的社会经验和最切身的感受，它们加深了我对学问的理解与感悟。我自认为，这样的经历和阅历是我与一般的专业研究者相比，比较占便宜的地方，它甚至超额地弥补了我被认为“大把浪费”了的专供研究的时间。

史学界自称，学历史的是“万金油”；出版界有一种说法，做出版的是“杂家”。这两种说法虽略带调侃，却道出了一个好的历史学者和出版人的共通点，即渊博和融通。我的问学和写作正是藉由与这两条路径的交汇变得开阔和绵展，虽难入渊博与融通之境，却也平添了更多乐趣和意义。

（原载《光明日报》2017年5月23日）