

北京市社科规划办项目(项目编号: 05BJBZH062)

北京市教委重点科研项目(项目编号: SZ200510015004)

《首都出版业可持续发展模式研究》研究成果

首都出版业可持续发展 模式研究

乔东亮 陈 勤 张养志 等 著

北京市社科规划办项目(项目编号: 05BJBZH062)

北京市教委重点科研项目(项目编号: SZ200510015004)

《首都出版业可持续发展模式研究》研究成果

首都出版业可持续发展 模式研究

乔东亮 陈 勤 张养志 等 著



图书在版编目 (CIP) 数据

首都出版业可持续发展模式研究/乔东亮等著.

北京:中国人民大学出版社,2007.10

ISBN 978-7-300-08475-6

I. 首…

II. 乔…

III. 出版-产业-可持续发展-研究-北京市

IV. G239.271

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 134895 号

北京市社科规划办项目 (项目编号: 05BJBZH062)

北京市教委重点科研项目 (项目编号: SZ200510015004)

《首都出版业可持续发展模式研究》研究成果

首都出版业可持续发展模式研究

乔东亮 陈勤 张养志 等 著

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街 31 号

邮政编码 100080

电 话 010-62511242 (总编室)

010-62511398 (质管部)

010-82501766 (邮购部)

010-62514148 (门市部)

010-62515195 (发行公司)

010-62515275 (盗版举报)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com> (人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 河北涿州星河印刷有限公司

规 格 170 mm×240 mm 16 开本

版 次 2007 年 9 月第 1 版

印 张 20 插页 1

印 次 2007 年 9 月第 1 次印刷

字 数 280 000

定 价 48.00 元

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换

本书共有九章，主要包括：出版业可持续发展问题探究，出版产业可持续发展呼唤理论创新，首都出版业可持续发展与政府宏观调控，首都出版业可持续发展如何破题，首都出版产业改革与实践研究，首都出版业品牌竞争力提升策略研究，出版社内涵式发展模式研究，出版社核心竞争力评价指标体系研究，将北京建设成为国际出版中心的战略构想。

《“十五”首都出版产业发展状况研究》一书是本书的姊妹篇，该书通过认真研究北京地区发展出版业的各种有利条件，理清了首都出版产业目前的发展现状，总结了首都出版产业发展的经验教训，分析了阻碍首都出版产业发展的不利因素，探寻了首都出版产业健康可持续发展的途径和办法。本书的研究为“十一五”期间首都出版产业的高效率生产和经营提供了思路，为进一步确立首都出版业在全国的领先地位，提供了理论支撑。同时也为全国出版业发展模式研究奠定了基础。

特邀专家：熊澄宇 清华大学教授
肖东发 北京大学教授
孙向东 北京新闻出版局原局长、研究员
喻国明 中国人民大学新闻传播学院副院长、教授
徐志宏 中国人民大学教授
金元浦 中国人民大学教授
刘 勇 北京师范大学教授
曲德森 北京印刷学院院长、教授

学术创新团队带头人：乔东亮 北京印刷学院副院长、教授

本课题研究团队成员：

张志林	博士	教授
张养志	博士	教授
陈 勤	博士	教授
彭俊玲	博士	教授
孟庆春		教授
李 频		教授
魏 超		教授
王报焕	博士	副教授
雷 京		副教授
李治堂	在读博士	副教授
范继忠	博士	教授
张志成		副教授
张新华	在读博士	讲师
高 萍		副教授
刘 益		副教授
张文红	博士	副教授
王京山	博士	副教授
陈 丹		副教授
华宇虹	在读博士	研究员
包 慧		讲师
周 康		讲师
蔡晓宇		硕士研究生
孙海宁		硕士研究生
吕 美		硕士研究生
李 莲		硕士研究生
王 艳		硕士研究生
连 勇		硕士研究生
翟 玮		硕士研究生

前言

一、研究背景

“十五”期间，随着我国文化体制改革的不断深入，首都出版业迎来了迅速发展的战略机遇期。首都出版业在政府主导下，通过加强内涵建设，形成了一支有较强竞争实力的出版主体，并且基本上已形成比较完整的出版格局和产业结构，出版业的社会贡献率及在文化产业中的比重不断提高。与此同时，首都出版业也面临着日益加剧的国际与国内市场的竞争。如何在新的政策环境、市场环境和科技环境下，做到统筹规划，协调发展，是摆在我们面前的一个重要的现实和理论问题。

2004年，作为全国唯一一所研究出版印刷为特色的高等学府，北京印刷学院和中国人民大学、北京新闻出版局一起，共同申报并承担了北京市社科规划办、北京市教委的重点项目——首都出版业可持续发展模式的研究，试图通过我们的调查研究，为首都出版业的可持续发展提供一些信息咨询。我们的初步设想是：通过研究北京地区出版业发展的各种有利条件和发展现状，在借鉴国内外文化中心城市发展出版业经验的基础上，对首都出版业的可持续发展进行一些规划性研究，为“十一五”期间首都出版产业又好又快的发展，提供理论参考。

研究首都出版业的可持续发展问题，离不开政府主导背景和产业发展环



境。作为文化创意产业的重要组成部分，首都出版业的发展，一方面需要在文化创意产业的整体环境下，探索有效发挥政府职能的系统框架，另一方面也需要充分发挥市场主体作用，通过首都出版业的迅速发展，促进文化创意产业的快速发展。

首都北京文化资源高度富集、占据全国文化中心地位。加强城市文化建设，强化城市文化功能，增强城市综合竞争力，已经成为北京建设现代化国际大都市的必然要求。北京市委书记刘淇在市委九届十一次会上讲话时提出：“大力发展优势产业，积极培育首都经济新的增长点。着力抓好文化创意产业的发展，以发展文化创意产业为新的引擎，推动产业升级，重点扶持影视业、出版业、演出业、艺术品经营业、动漫和网络游戏业、文化会展业等六个行业中心”。这表明：在北京，一个新的文化建设和发展机遇已经来临。无疑，作为北京文化创意产业六大组成部分之一的首都出版产业，更是迎来了一个大发展的良好外部环境与政策机遇期。在这样一种客观上已经形成大力发展出版业的环境和条件，主观上人们对出版业的发展也充满热情和信心的时候，理论界和学术界就有义务、有责任保持冷静的心态和审慎、务实的研究态度，透过现象看本质，弄清楚首都出版产业目前的发展现状，总结首都出版产业发展的经验和教训，分析阻碍首都出版产业发展的不利因素，探寻首都出版产业健康可持续发展的途径和办法，为业界的高效率生产和经营提供思路，为政府的宏观决策提供政策依据。

二、研究思路与基本内容

运用可持续发展的理论和思想研究首都出版产业是本书的总体思路。众所周知，可持续发展的思想，是人类关于发展的新思想。它是人类对工业革命以来形成的单纯追求经济数量增长的片面发展观进行反思的结果，是人类对自身未来发展的一种理性思考和理想架构。也可以说，可持续发展的思想是人类精神文明发展的产物。作为一种新的发展思想和发展战略，可持续发

展主要包括生态环境资源可持续利用、经济可持续发展和社会可持续发展三个方面，最终目标是保证社会具有可持续发展的能力。而社会的全面持续发展，需要通过文化产业发展所带动的精神文明建设的有力支持。可持续发展观要求人们按照市场经济规律办事，要求人们在进行物质资料生产时，兼顾生态效益、社会效益和经济效益；遵循生态规律、社会规律和经济规律；处理好主观需要与客观可能、眼前利益与长远利益、局部利益与整体利益的矛盾。可持续发展既是精神文明发展的产物，又对社会主义精神文明建设提出了新的目标与要求。可持续发展理论的提出，是人类对人与自然关系认识上的一次飞跃，是当代人类素质以及人类深层能力的一种发展，是人类科学素养、精神价值和道德水平提高的体现。

可持续发展战略展示了一种崭新的社会文明观，它要求人们超越狭隘和短视的利益优先观念，以崇高的境界和广阔的视野把人与自然、社会发展与生态发展融合在一起。可持续发展思想与包括首都出版产业在内的文化产业的发展有着密切的联系。文化是民族的灵魂，也是可持续发展的灵魂。它作为一种社会资源，具有物质生产要素所不能替代的教化、激励和导向功能，能振奋民族精神、增强民族凝聚力。而作为文化构成要素的出版业所生产的各类文化产品更是承载着一个国家、一个民族的文化精神和文化传统，传承着一个国家、一个民族的文明。这些文化产品不但产生了巨大的精神财富，而且作为知识经济时代的支柱产业不断促进社会财富增长，是一种构成推动社会向前发展的独特的、重要的文化资源。

基于以上认识，我们认为：对于首都出版产业的可持续发展来说，就是要求我们在客观认识出版产业发展现状的基础上，彻底改变传统的发展思路和方法，树立与知识经济时代文化产业发展要求相适应的指导思想。也就是说，首都出版产业可持续发展战略的实施，需要人们相应的认识水平和价值观念与之配合，需要人们提高自己的认识水平、更新自己的价值观念，树立新的世界观。具体来说，就是要在思想观念上真正理解和把握可持续发展理论的持续观点和整体观点。所谓持续观念，就是持续发展的观点，它要求人





们确立一种新的生态自然观,把未来的发展作为当代发展的前提来对待,摒弃过去“重投资、轻管理;重规模、轻效率;重体制、轻机制”的粗放式经营理念和自然资源“取之不竭,用之不尽”的传统观念,树立“资源有限、资源有价、资源约束”条件下的新的市场经济生产要素配置观点和人与自然、出版产业与其他产业健康共生、和谐发展的新理念。所谓整体观念,就是整体发展的观点,它要求首都出版产业从过去强调理性主体的主客二分法思维方式向现代突出整体论的系统思维方式转变,树立“世界上任何事物都是处于一个相互联系的整体之中”的观念,把首都出版产业的发展作为一个系统工程来对待,既重视观念的更新和理论的创新,也要重视微观体制改革和机制转换,更要理顺政府与出版产业发展的关系,同时还要兼顾当前短期利益与未来长远利益、局部小利益与整个经济、生态、社会的大利益。

作为对首都出版业可持续发展的专题研究,我们依照上述思路对研究内容做了如下安排:

第一章《出版业可持续发展问题探究》运用可持续发展理论,对出版业可持续发展问题开展了理论探究。主要涉及五个问题:出版业可持续发展的基本内涵;出版业可持续发展的思想体系;出版业可持续发展要抓住的几个关键点;首都出版业可持续发展问题浅析和首都出版业可持续发展的基本原则。

第二章《出版产业可持续发展呼唤理论创新》认为:首都出版产业可持续发展的当务之急是理论创新,而理论创新的突破口是明确出版业的产业属性,在此基础上通过完善市场机制重塑出版企业的市场主体地位、加强并改进对出版内容的管理、建立统一、规范、竞争有序的出版产业市场等途径来寻求首都出版产业改革和发展的理论依据。

第三章《首都出版业可持续发展与政府宏观调控》首先利用公共产品理论研究了政府在出版产业发展中的职能和定位,接下来分析了首都出版业发展所处的环境,最后认为:在首都出版业的可持续发展中,与市场配置出版资源的机制相适应,需要转换政府职能,弱化行政职能,强化宏观经济调控

职能,把调控重点放在法制建设和产业规划的制定上,并为产业的成熟和市场的规范提供指导和服务。

第四章《首都出版业可持续发展如何破题》首先阐述了首都出版产业在首都文化创意产业发展中的重要作用,然后分析了“十五”期间首都出版产业的发展状况,接下来在文化创意产业的背景下,我们客观地论证了首都出版业可持续发展需要的条件及面临的问题,最后提出了首都出版产业改革和发展的总体思路。

第五章《首都出版产业改革与实践研究》首先对出版业的管理体制改革和首都出版产业的运行机制转换情况进行了梳理,其次针对出版市场的环境状况分析了首都出版产业发展中存在的问题,最后就如何促进首都出版产业创新发展提出了若干建议。

前五章以可持续发展理论为基础,从宏观的角度提出了首都出版业可持续发展的总体思路。后四章则分别从具体操作层面,提出了首都出版业可持续发展的相关策略。

第六章《首都出版业品牌竞争力提升策略研究》从品牌竞争力是出版业核心竞争力的源泉的角度,首先回顾了我国出版业品牌发展现状,阐述了出版品牌的内涵,并分析了出版品牌与出版业核心竞争力的内在联系;然后提出了竞争时代出版品牌构建的具体内容和步骤,并思考了出版产业如何开展品牌创新和品牌延伸;最后对提升首都出版业的品牌竞争力提出了具体的对策与建议。

第七章《出版社内涵式发展模式研究》认为,出版社是出版产业可持续发展过程中的竞争主体,出版社要提高自己的竞争力,必须苦练内功,走内涵式发展道路,在制度创新上做文章。本章首先介绍了出版社内涵式发展模式的基本内涵,其次对出版社内涵式发展类型进行了实证分析,在此基础上指出了出版社内涵式发展的特定要素及模式构建,最后把落脚点放在对出版社核心竞争力的分析上,为第八章内容的分析埋下伏笔。出版社走内涵式发展模式的目的就是要提高其核心竞争力,通过提高核心竞争力使其在市场竞





争中立于不败之地。

鉴于此,第八章《出版社核心竞争力评价指标体系研究》把竞争力作为评价出版社资源配置是否有效率、经营状况是否良好的全新指标进行研究,在解析了出版社的竞争力内涵之后,重点论述了出版社竞争力评价指标体系的构建问题,还对评价指标体系如何在实践中应用作了说明。出版产业的可持续发展要求除了遵循产业的一般属性之外,还必须尊重其本身的特殊性。出版产业的特殊性要求一定要处理好政府与出版产业的关系。

第九章《将北京建设成为国际出版中心的战略构想》是对首都出版业可持续发展模式的一个战略思考。我们认为,北京作为一个国际大都市,不仅引领着国内出版产业的发展方向,同时也在凸显文化主体的世界经济发展进程中发挥着举足轻重的作用。从长远看,首都出版业要维持可持续发展的良好局面,就必须充分利用“两个市场、两种资源”,打通走向国际出版市场的道路和途径,即成为国际出版中心。同时,也只有成为国际出版中心,首都出版业才能更好地实现可持续发展。

综上所述,不难看出本课题的研究思路,如图1所示:

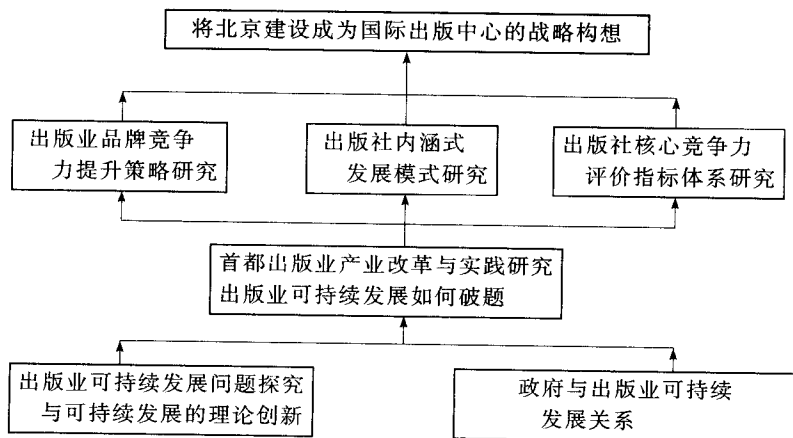


图1 首都出版业可持续发展课题的研究思路

三、基本观点

通过在可持续发展理念指导下所做的研究和探索，我们提出了以下几个基本观点：

第一，首都出版产业“十五”期间的发展成就巨大，奠定了出版业可持续发展的坚实基础。

2000—2005 年是我国第十个五年国民经济规划建设与发展时期。在这个时期，北京充分利用作为全国文化、出版中心的资源优势，以逐步转向发展文化创意产业为重点，积极稳妥地推进产业结构调整，实施精品战略，着力建设覆盖全国、有世界影响力的出版发行中心。五年来，首都出版业不断深化新闻出版改革，行业集约化、规模化程度大幅度提高，形成了享誉全国、世界关注的首都新闻出版系列品牌。到 2005 年年底，北京地区共有图书出版社 234 家，占全国的近 50%；报刊出版单位发展到 3 062 家，约占全国的 33%；音像、电子出版单位 225 家，占全国的 45%；网络出版单位 13 家，占全国的 26%。北京已经形成了以《人民日报》等中央七大报纸和以《北京日报》、《北京晚报》、《北京青年报》为核心的首都报业品牌群，以《时尚》、《瑞丽》、《十月》等为核心的首都期刊品牌群，以高等教育出版社、外语教学与研究出版社、北京出版社出版集团等为核心的首都名牌图书出版社以及一批代表高新出版技术水平的音像电子和数字网络出版群体。2004 年，全国出版社的平均规模资产 8 297.12 万元，销售收入 5 191.69 万元，利润 917.83 万元。同年，北京地区出版社的平均规模为：资产 10 389.15 万元，销售收入 6 497.35 万元，利润 1 132.25 万元，皆高于全国水平。2004 年全国共有资产超过 1 亿元的出版社 118 家，其中北京有 49 家；销售收入超过 1 亿元的出版社全国有 66 家，其中北京有 29 家。在这两个指标上，北京占全国的比重分别为 41.53% 和 43.94%。北京除了 1 亿元以上资产规模的出版社所占比重高于全国水平外，1 亿元以下资产规模的出版社所占比重





低于全国水平。北京出版产业的集中度要明显高于全国水平，这也是北京出版产业的优势。可以预期，随着我国出版产业集中度的不断提高，目前已约占全国出版产业总量规模四成以上的北京出版产业，在全国的地位将进一步提高。

第二，“十一五”首都出版业面临前所未有的机遇与挑战。

2006年9月13日，中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》（以下简称《纲要》），这是中国第一个专门部署文化建设的中长期规划。《纲要》从经济社会发展的全局出发，对未来五年文化发展的指导思想、方针原则、目标任务做出了全面阐述，描绘了“十一五”时期文化发展的壮丽图景。在《纲要》中，对出版业及发行业分别阐述如下：推动产业结构调整 and 升级，加快从主要依赖传统纸介质出版物向多种介质形态出版物共存的现代出版产业转变，从主要依赖区域性市场向综合开拓国内国际市场转变。培育一批具有较强竞争力和实力的出版企业集团，打造一批社会效益和经济效益显著、具有较强影响力的出版品牌。支持出版物发行企业开展跨地区、跨行业、跨所有制经营，重点发展连锁经营、现代物流和网络书店等现代出版物流通系统，形成若干大型发行集团，建设全国统一、开放、竞争、有序的出版物市场。《纲要》要求出版业充分发掘和利用民族文化的丰厚资源，借鉴世界文明的优秀成果，大力推进文化创新，努力创作具有中国特色、中国风格、中国气派、深受群众喜爱的优秀文学艺术作品，繁荣发展文学艺术；实施文化精品战略，扶持原创性作品，继续支持舞台艺术精品创作；加快传统出版发行业向现代出版发行业的转换，积极发展电子书、手机报刊、网络出版物等新兴业态；支持动漫游戏、电子出版物等新兴文化产品进入国际市场；鼓励具有自主知识产权的网络文化产品的创作和研发，开发网上文化交易等增值业务；抓好文化“走出去”重大工程、项目的实施，充分利用国内国际两个市场、两种资源，主动参与国际合作和竞争；加强对外文化交流，扩大对外文化贸易，拓展文化发展空间，初步改变我国文化产品贸易逆差较大的被动局面，形成以民族文化为主体、

吸收外来有益文化、推动中华文化走向世界的文化开放格局。

北京市对文化创意产业也做出了长远的战略规划：一是要把北京建设成为国内发展文化创意产业的示范性领先城市，成为文化创意产业发展的总部基地和文化产品交易基地；二是北京应成为我国参与全球文化和文化产业竞争的基地或窗口，成为我国对外进行文化传播和文化产品出口的基地。北京具有文化资源丰富、市场空间巨大、人才储备丰厚和产业基础雄厚的比较优势。大力发展文化创意产业是提高北京城市竞争力的必由之路，也是确立首都“文化中心”地位的具体体现。北京的文化中心地位是历史形成的，而在新形势下，只有将已经形成的传统产业优势、人才优势和地域环境优势等结合起来，以创新为核心动力，大力发展以文化为核心内容的创意产业，尽快占据产业发展的制高点，在全国范围确立文化产业中心的地位，进而保持全国文化中心的地位。北京将文化产业定位为未来国民经济发展的支柱产业，从战略上明确了北京文化产业发展时期的到来，从而为文化创意产业的发展创造了条件。

2008年北京奥运会的成功举办，也将为北京文化创意产业（包括出版产业）的发展带来一个重要的发展机遇。发展文化创意产业可以为北京奥运会的举办提供有力支持。2008年北京奥运会的举办，将向世人展示奥运会主办国和主办城市非同寻常的创新能力和成果，因而北京奥运会也是新思想、新理念、新文化、新创造的伟大聚会。对于文化产品的策划者、创造者或创意阶层来说，奥运是一种创意产业。它对于整个奥运以及奥运文化产品的设计、规划、创造、创新具有举足轻重的关键作用。

首都出版产业“十一五”期间的发展，的确有太多的优势条件。北京是全国的高教和科研中心，拥有足够的经济技术基础、思想和艺术创造力以及充足的人才储备，为发展出版产业提供了硬件和软件支持。北京巨大的文化消费需求，是发展首都出版产业的市场基础。作为人文荟萃的文化之都，北京具有国内各大城市不可比拟的文化欣赏水平和文化消费能力，是发展出版产业的广阔市场空间。无论从哪个方面来说，与国内其他地区相比具有明显





优势的首都出版产业，都应该尽快成为北京经济社会发展的支柱产业。

首都出版产业在面临良好机遇的同时，也遇到了严峻的挑战。这些挑战，首先表现为出版发行体制改革的深化所带来的连锁反应。根据加入WTO的承诺，2006年是我国出版分销行业全面放开的最后一年。深化体制改革以应对人世，正在成为出版发行行业的重中之重。2006年1月上旬，《中共中央国务院关于深化文化体制改革的若干意见》颁布；2月，新闻出版总署发出《关于深入学习贯彻〈中共中央国务院关于深化文化体制改革的若干意见〉的通知》。5月，新闻出版总署领导在“全国出版发行体制改革培训班”上表示，新一轮改革将兑现多年来的有关政策倾斜的承诺，积极为兼并重组穿针引线，推动出版、发行单位之间相互参股，要有大手笔，体现大战略。但在实际运作中具体情况却不尽如人意。虽然试点单位大胆改革，紧紧围绕与书业本身内部规律、与国内外大势进行“对接”，坚定不移地前行与“腾跃”，但从整体上看，首都出版产业的改革进展并不明显。

首都传统出版产业发展所面临的最大挑战，则可能来自于数字化时代的媒体多元化，以及信息技术的快速发展。一方面，由于总体上人们用于休闲娱乐的时间是个定数，那么众多媒体与娱乐产品就存在着竞争和替代关系。在这种异常惨烈的媒体替代竞争中，图书并不占优势，因为与其他媒体形态相比，图书消费的时间成本和价格成本都是最高的。在一个快速消费品价值主导的时代，图书的耐用性在被电视、网络、游戏等快速消费品惯坏的大众消费者面前显得迟钝而老态，日渐被冷落。娱乐大众化和以网络为首的快速文化消费时代的到来，使图书陷入快速文化消费品竞争和替代的重围。另一方面，信息技术的推动对首都乃至全中国、全世界的出版业正在发挥着重大的影响：科技发展使“出版物内容制作”的技术门槛和资金门槛大幅下降，几乎为零；技术发展快速颠覆传统出版概念，电子书和纯网络出版的出现使“出版”的概念越来越模糊；现有的传统出版物行销渠道在不久的将来将面临全面变革，随着纸介图书的失势，纸介图书的发行渠道将更迅速地失势。在可预见的未来，传统出版社被“不受束缚的内容制作者”和“不受束缚的

内容消费者”夹在中间，并被“技术提供商”狠狠地吸血，处境极其不利，而传统的政府保护伞越来越捉襟见肘，并渐渐变成一种禁锢。同时，出版业市场彻底成为“中介”市场，传统出版社不再掌握内容（或者说无力垄断内容生产），内容资源提供者将利用品牌优势甩开出版社直接成为内容生产者（作者）的资源。

第三，“十一五”首都出版产业必须解决好几个重要问题。

首先是首都出版业的利润增长过分依赖教材，图书出版结构不合理的问题。“十五”期间，大多数首都出版社的销售毛利润维持在20%左右，而同期工业企业一般为2%~3%，出版社社均创利逾600万元，工业企业平均不到100万元。不过目前高利润依然集中于教育品种，大众图书市场的利润已经被急剧扩张的品种摊薄。在首都出版业的生产构成（以生产图书总定价计算）中，大众出版、教育出版和专业出版的比例为23.10%、65.70%和11.20%；而在西方，教材的比重都没有超过30%，大众读物的产值贡献率在美国多年来都是超过60%，专业出版、教材两项也只有35%左右，英国大众读物的产值占到50%，日本则高达80%。这在一定程度上反映出出版管理部门指定出版社出版、新华书店总发行的这种垄断运营机制使一些出版社获得了高额利润，同时也说明了图书结构不合理的现状，出版业对教材的依赖加强。但靠教育造就的首都出版业黄金时代将一去不复返。这对以往依靠教材过日子的、不思进取的出版社无疑是“致命的一击”。

其次是版权引进与版权输出严重不平衡的问题。首都的出版社所出版的畅销书主要依靠引进图书版权。首都许多出版主体（如外语教学与研究出版社、商务印书馆、高等教育出版社、清华大学出版社、机械工业出版社、人民邮电出版社、中信出版社等）引进版图书占据全社图书1/3甚至1/2以上。如果引进图书版权下滑，而原创出版资源跟不上来的话，“十一五”期间首都出版业的发展将进入一个整体性的资源瓶颈期。

再次是互联网等信息技术、多媒体技术还没有被首都出版业高度重视和深度应用。数字出版、网络发行、网络媒体等各种科学技术手段，对我们出

