

Peking University  
Cultural Industries Review

# 北大文化产业评论

2016 年

主编◎叶 朗

華文出版社  
SINO-CULTURE PRESS

Peking University  
Cultural Industries Review

# 北大文化产业评论

2016 年

主编◎叶 朗

执行主编◎陈少峰 向 勇 张立波

 華文出版社  
SINO-CULTURE PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

---

北大文化产业评论. 2016 年 / 叶朗主编.

—北京: 华文出版社, 2016. 5

ISBN 978 - 7 - 5075 - 4509 - 8

I. ①北… II. ①叶… III. ①文化产业—研究 IV. ①G114

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 090102 号

北大文化产业评论 2016 年

---

主 编: 叶 朗

责任编辑: 刘新颢 徐日莉

出版发行: 华文出版社

地 址: 北京市西城区广外大街 305 号 8 区 2 号楼

邮政编码: 100055

网 址: <http://www.hwbs.com.cn>

投稿邮箱: [hwbs@126.com](mailto:hwbs@126.com)

电 话: 总编室 010 - 58336239 责任编辑 010 - 63421689

发行部 010 - 58336270 010 - 58336267

经 销: 新华书店

印 刷: 三河市宏盛印务有限公司

开 本: 710mm × 1000mm 1/16

印 张: 19

字 数: 300 千

版 次: 2016 年 5 月第 1 版

印 次: 2016 年 5 月第 1 次印刷

标准书号: ISBN 978 - 7 - 5075 - 4509 - 8

定 价: 65.00 元

---

版权所有 侵权必究

# 主 办

北京大学文化产业研究院

## 编写委员会

主 编 叶 朗

执行主编 陈少峰 向 勇 张立波

编 委 会 (以姓氏笔画为序)

王齐国 王国华 邓丽丽 白晓晴 叶 朗

刘结成 向 勇 花 建 张立波 张胜冰

张振鹏 沈望舒 陈 刚 陈少峰 林 一

周庆山 周城雄 庞 敏 赵雅兰 唐金楠

## 目 录 CONTENTS

|                              |     |
|------------------------------|-----|
| 内容管理视域下中国影视产品财税政策研究 .....    | 1   |
| 当代出版产业创新驱动的策略与路径 .....       | 8   |
| 大数据环境下网络新文学初探 .....          | 17  |
| 文化产业语境下的中国故事与国际话语权 .....     | 30  |
| 文化与科技融合:演进机理与历史语境 .....      | 39  |
| 自媒体时代下的粉丝文化研究 .....          | 53  |
| 宗教文化产品影响力与其发展前景探究 .....      | 65  |
| “互联网+”语境下文化消费研究              |     |
| ——以文创产品消费为例 .....            | 76  |
| 《小时代4》:大数据与电影业的融合创新 .....    | 86  |
| “没有围墙的博物馆”:文化遗产资源与创意城市       |     |
| ——以上海市虹口区项目为例 .....          | 98  |
| 论旅游产业的品牌创建 .....             | 115 |
| 移动互联网背景下微电影传播模式创新探究 .....    | 129 |
| 故事+交互体验:互联网时代旅游业发展的关键 .....  | 137 |
| 中国主题乐园产业的学术话语分析 .....        | 150 |
| 中外文化产业政策比较研究 .....           | 165 |
| “一带一路”建设中的跨文化贸易与离岸文化生产 ..... | 174 |

|                                               |     |
|-----------------------------------------------|-----|
| “一带一路”战略下中国文化旅游产业发展机遇研究·····                  | 184 |
| 国内文化产业热点及趋势研究                                 |     |
| ——基于供词分析方法·····                               | 197 |
| 基于 Moran's I 指数和 SPSS 相关性分析的湖南旅游产业空间集聚研究····· | 213 |
| 我国地方文化创意产业人才扶持政策研究·····                       | 224 |
| 大数据时代电子商务与内容产业融合发展的趋势·····                    | 231 |
| 中蒙俄经济走廊背景下我国文化产品走出去对策·····                    | 237 |
| 多重“红利”背景下我国体育产业融合发展的思考·····                   | 247 |
| 文化产业与城市更新结合的动因及路径解析·····                      | 255 |
| 创意产业中数字经济授权策略模式之探讨与参考:以国际 LIMA 组织为例···        | 264 |
| 我国传媒产业结构演进及相关性分析·····                         | 278 |
| 城市电影与城市文化关系研究                                 |     |
| ——以 21 世纪以来上海电影与上海为例·····                     | 290 |

# 内容管理视域下中国影视 产品财税政策研究<sup>①</sup>

王 苏<sup>②</sup>

**摘要：**影视产品的核心是内容，判定一部影视产品的内容是否具有本国国籍往往是一国影视产业管理的重要内容之一。世界上许多国家在判定影视产品是否为本国国籍时都会从影视产品的创意人员国籍分布、影视作品生产地与相关摄制费用流向等多方面进行考量，被判定为本国国籍的影视产品，其制片人和投资人才能有资格申请财政资助。中国政府虽然一直以来都十分重视影视产品的内容管理，并出台了多个相关规定，但是尚未建立起与中国财税制度相配合的完整的框架体系。本文运用国际比较法对各国影视产品财税政策进行研究，并在此基础上根据中国国情，提出基于内容管理的影视产品财税政策改革建议。

**关键词：**内容管理；影视产品；财税政策；影视产品国籍；税收减免

影视产品的内容体现了各国不同的文化特征和价值观念，并在其传播时潜移默化地传递给观众。经济全球化使得本国观众很容易接触到展现他国文化的影视产品，并在欣赏他国影视产品的过程中逐渐接受他国的价值观、意识形态和生活方式，并在此基础上消费他国产品和服务。自由贸易规则的实施使得美国可以依靠其经济实力扩大自己的文化权利，致使“世界各国古老的、传统的和本土的文化被来自于美国铺天盖地的商业文化冲击得支离破碎和不复存在”。为了最大程度地保护本土文化不受外来文化的侵蚀，法国政府率先提出“文化例外”的理

---

① 本文系教育部人文社科重点研究基地中国传媒大学广播电视研究中心项目“文化创意产业税收政策研究”的阶段成果（批准号：2013GDYB09）。

② 王苏，中国传媒大学经济与管理学院讲师，研究领域为文化创意产业税收政策、财务管理。

念,并最终促使联合国教科文组织制定并通过了《保护和促进文化表现形式多样性公约》,这一公约“确信传递着文化特征、价值观和意义的文化活动、产品与服务具有经济和文化双重性质,故不应视为仅具有商业价值”,根据公约条款,缔约国可根据自身特殊情况和需求,在其境内采取措施保护和促进文化表现形式的多样性。在这一公约的倡导下,各缔约国积极行动起来,纷纷根据本国情况建立了基于影视产品国籍认定的内容管理,并在此基础上为符合本国国籍认定要求的影视产品提供财政资助或税收优惠,这种建立在内容管理基础上的财税政策能够有效降低制片商生产本国国籍影视产品的成本,引导更多的影视产业要素流向本国国籍影视产品的制作,从而在一定程度上改变影视产品市场结构和逐渐影响观众的消费口味和消费习惯,促进本国国民通过影视产品的观看从本国角度看待世界问题和认同自身文化身份并有利于在世界范围内传播本国文化,树立本国国家形象和民族风范。深入研究各国政府建立在内容管理基础上的财税政策体系,总结和借鉴各国政策措施,有利于中国在内容管理视域下建立和完善影视产品财税政策体系。

## 一、影视产品内容管理视域下财税政策国际实践

从世界范围来看,各国建立在影视产品内容管理上的财税政策由于国别不同、税制不一,因此各具特色,但是都具有缜密的法律制度框架,而且政策导向性明确。归纳总结,具有以下相似之处:

### (一) 设置打分系统对本国国籍影视产品进行认定

设置打分系统对影视产品进行国籍认定能够增加可操作性,防止产生不必要的纷争,因此各国在文化测试条款中设置了打分系统。“英国电影”的文化测试总分为35分,测试内容包括四大部分:文化内容、文化贡献、文化中心和文化从业者,每一部分都赋予一定的分值,一部电影如果能够获得18分即可获得英国国籍;“法国电影”的文化测试总分为38分,测试内容包括戏剧性内容、主创人员和相关创作人员的国籍以及制片基础设施,一部电影只有获得18分,且在戏剧性内容中至少获得7分才可以被认定为“法国电影”;加拿大的评分系统规定总分为10分,只有获得6分的影视产品才能被认定为“加拿大电影”,从而享受税收优惠。



## （二）“文化测试”标准细致入微

各国文化测试的标准都能够做到细致入微。英国政府根据剧本的页数和屏幕影像的分钟数、主人公的国籍、故事的发生地以及电影对白的语言确定每部电影是否具有英国国籍；法国政府认为：地点、人物、情节与故事以及语言构成了戏剧性内容，在评测的过程中，在法国的电影场景数量越多，戏剧性内容这一项得分越高；法国还要求电影中的主要人物或者次要人物应有法国人，情节和故事要强调法国遗产或者一段法国历史，或者情节和故事有关法国社会或者欧洲社会的政治、社会或文化问题等，电影的最终版本必须有法文配音或者字幕；“澳大利亚电影”的确定取决于电影内容是否有明显的澳大利亚内容，澳大利亚内容的确定依赖于对电影素材、电影生产地、参与制片人员的国籍、影片制作成本的发生地等因素。由此可见，各国的“文化测试”标准细致入微，这给执法部门极小的自由裁量权，能够最大程度地保证测试结果的客观性。

## （三）为本国创造经济利益是制片商申请财税支持的必要条件

通过分析各国财税政策发现，为本国创造经济利益是制片商申请财税支持的必要条件。如英国规定“英国电影”必须在英国投入总成本的10%的制作费用；法国规定具有法国国籍的电影在法国拍摄天数必须达到5天以上，电影产品总花费中至少要有100万欧元是在法国发生；加拿大规定生产成本的75%必须付给加拿大人，至少75%的后期制作费用必须支付给在加拿大境内提供相关服务的加拿大人或加拿大公司。

## （四）建立了以企业所得税为主体的税收优惠制度

纵观世界各国建立在内容管理基础上的财税政策，其重要特点之一是建立了以企业所得税为主体的税收优惠制度。《电影税收减免》是英国企业所得税法的重要组成部分，该法律文件规定：电影制片商所制作的具有英国国籍的电影在英国投入的制作成本占总成本的10%即可申请100%的加计扣除，加计扣除后如果应纳所得税出现负值则可以获得退税；法国政府规定申请财税支持的影视制片企业必须在法国缴纳企业所得税，另外规定符合法国文化测试要求的影片，制片人在法国合规支出的20%可以作为税收抵免从应纳税额中扣除，如果税收抵免数额大于应纳税额，法国政府将退税给制片人。法国政府为全球制片人提供该项税额减免；加拿大税法规定纳税人在制作影视产品过程中所发生的合规的人工支出的25%可以抵免税款，当然人工支出不得超过影视制作总成本的60%且抵免的

税款不得超过制片总成本的15%。

英国、法国、加拿大等国的税收优惠制度使得它们成为美国制片商们在海外重要的电影产地，促进了各国经济发展。不仅如此，英、法等国影视产品税收优惠法律制度还促使制片商为了经济利益而研究英法等国文化内涵，从而制作出具有优良品质的影视产品。在2001年至2012年全球票房总排行榜前200的影片中，具有英国国籍的影片有33部，其中31部是根据英国作家创作的故事和人物拍摄的（数量只逊色于美国故事素材），27部由英国导演执导，133部选用了英国演员担任主角或重要配角。《哈利·波特》、《福尔摩斯》、《007邦德》、《指环王》、《国王的演讲》等影片持续吸引着热情的观众，充分体现出英国文化的国际影响力；法国自从2009年开始实施国际制片资金支持政策以来，吸引了众多著名导演将影视产品的外景地选在法国，制作出具有鲜明法兰西文化特征的电影产品，如《盗梦空间》、《午夜巴黎》等。

## 二、基于内容管理的中国影视产品财税政策存在的问题

长期以来，中国政府持续不断地支持影视产业的发展，各级政府均发布了各种财税支持政策，这些财税政策在一定程度上促进了电影产业的发展，但是也暴露出一些问题：

### （一）缺乏对“中国电影”的判定标准

各级政府发布的各种行政法规、部门规章零散而不成系统。虽然在《关于支持电影发展若干经济政策的通知》和《国家电影事业发展专项资金征收使用管理办法》两份规定中提到了中国政府会支持电影精品的制作，并表示对重点题材影片的支持金额为每年一亿元，但是对什么是重点题材影片没有给予一个规范而严谨的定义。当然，中国政府也发布了《聘用境外主创人员参与摄制国产影片管理设定》以制约中外合拍片的制作，但是其中的规定和英国、法国、加拿大等国的相关规定比起来显得过于粗糙，也没有和财税政策形成合力。因此有些影片虽然被称作国产影片，但是却由国外著名导演执导，主角和其他重要角色也由国外明星担任；还有一些影片在海外度假胜地拍摄，影片内容饱含他国文化底蕴，给他国旅游事业做出巨大贡献，受到他国财政资助的同时也享受到中国财政资助。

### （二）财税政策支持效果不佳

长期以来，中国政府的财税政策大多都鼓励影视企业成为高新科技企业、鼓

励企业上市、鼓励企业在特定地区进行注册、鼓励电影企业制作高票房的电影以及制作 3D 电影,然而却缺乏相应的财税政策以鼓励“中国电影”的制作。各级政府近两年先后出台了《国务院办公厅关于印发文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业和进一步支持文化企业发展两个规定的通知》(国办发〔2014〕15号)、《关于继续实施支持文化企业发展若干税收政策的通知》(财税〔2014〕85号)等文件,在这些文件的指引下,各种政府和非政府影视基金纷纷成立,大量热钱涌入影视行业,为该产业发展带来前所未有的机遇和挑战,影视项目融资难问题有所缓解,甚至于一些小众的文艺片的投资风险也被分散,影视产品市场呈现一片繁荣的景象,各种类型的影视产品极大地丰富了中国观众的文化生活。然而,在这样的背景下,中国政府竟然难以挑选出一部“中国电影”去冲击奥斯卡最佳外语片奖,这不能不说是中国内容管理上的一大失败,也凸显中国财税政策支持影视行业的误区,这已经严重阻碍中国文化软实力的提升以及中国影视产业的健康发展。建议借鉴西方国家成功经验,对中国影视产品财税政策体系进行优化。

### 三、内容管理视域下中国影视产品财税政策优化建议

#### (一) 建立针对单个影视产品的财税支持方案

不同的影视产品有着不同的影视内容,即使是同一家企业生产出来的影视产品其所反映的文化特质也有所不同。因此将财政资金和税收优惠发放给特定企业并不能保证它一定制作符合中国文化特征的影视产品。因此中国政府在制定影视产品财税政策时应建立针对单个影视产品的财税支持方案。这样,影视制片商在生产单个影视产品时将会从减免税款的角度考虑影视产品生产的各构成要素,如影视内容、生产地、剧本、演艺人员的国籍。通过给予单个影视产品税收优惠使影视制片商能够从经济利益的角度去生产具有中国文化之美的影视产品。

#### (二) 设置中国文化测试条款使影视制片商有法可依

文化多样性是人类的一项基本特征,也是人类的共同遗产,中国文化是世界文化的重要组成部分,保护和传承中国文化不仅有利于中国的和平和稳定,而且还有利于保护世界文化的多样性。中国政府应有责任利用财税政策这一调控工具对被认定为饱含中国文化特征的影视产品给予支持。在确定影视产品中国国籍的过程中可借鉴英法等国的做法,在《电影产业促进法》中设置“文化测试”的

打分系统,分值越高获得“中国国籍影视产品”认定的概率越大。建议从影视产品的文化内容、艺术贡献、产地以及影视产品主要创作人员国籍等方面来确定影视产品是否具有中国国籍。在测试条款中要对什么企业或个人可以申请文化测试、怎样申请文化测试、测试流程以及测试中出现违规的处理办法进行严格规定。在设置每个项目的测试标准时应力求细化,从而增强可操作性。中国少数民族众多,各民族独特的语言是中国文化不可或缺的一部分,体现了中国文化的多样性,因此在设立文化测试标准时应添加该部分内容以鼓励影视产品反映少数民族生活;京剧、昆剧、越剧、黄梅戏等戏曲是中国最为宝贵的非物质文化遗产,对各戏种进行保护性生产非常重要,因此在制定“文化测试”标准时应考虑鼓励戏剧在影视产品中的应用。执行“文化测试”的专家应具有中国历史、国学、中国美学、中国文化遗产、戏曲、少数民族文化、汉语言文学、中国服饰、中医、武术等学科背景,在专家团队中也应有心理专家,从而保证影视产品中不包含危害青少年成长的影视文化要素。

### (三) 建立以企业所得税为主体的影视产品税收法律体系

世界各国在对影视产品提供税收优惠时优先采用企业所得税为主体的税收优惠,这是因为对影视企业的利润征税不会改变影视产业各资源要素的相对价格。因此,中国也应建立以企业所得税为主体的影视产品税收法律体系。在该法律体系下,采取加计扣除、抵免税额等方式降低“中国国籍”影视产品制片商的税负,引导影视企业生产具有中国文化特色的影视产品。具体措施可以考虑设定“合规成本”标准,然后允许影视企业发生的“合规成本”的一定比例从应纳税所得额中加计扣除。所谓合规成本是指在中国发生的支付给中国居民企业的影视产品制作成本。这些合规成本应为购买中国剧本的花费、雇用中国籍主创人员的劳动报酬、中国居民企业为影视产品生产商提供服务的收入等。“合规成本”的设定能够鼓励影视企业在生产影视产品时选用中国居民企业的产品和服务,从而促进中国经济的发展。由于中国观众目前对大明星、大导演的盲目热捧,致使演员报酬过高,因此建议控制对中国国籍导演和演员的劳动报酬的加计扣除比例,并规定享受财税支持的影视产品其演职人员的劳动报酬不得超过总成本的一定比例。

### (四) 提高财税政策的透明度

财税政策的透明度越高,影视产品生产者的遵从成本越低,其能够用更多的

精力进行电影内容创作和业务拓展,从而制作出更多具有中国文化特色的影视产品。建议在《电影产业促进法》中明确提出电影产业主管部门应有的财务公开的责任,保证财政每一笔资金有明确的用途和使用方向,使社会公众了解每个领域每年的具体资助金额。对那些接受了财税资助的影视产品,至少应公布其片名、导演和制片人姓名、制片商名称、影视产品预算金额及财税资助所占比例。另外,纳税人有权通过最简便的方式查询到影视产业的财税政策全文,以便影视产业从业者评估纳税风险。

以保护文化多样性的名义为本国国籍影视产品提供财政资助是西方主要国家影视产品内容管理的重要工作,很多国家都已经达成共识。中国政府也应学习西方国家的这一做法,制定相应的财税政策以鼓励影视产品传播中国文化,引导国民逐渐地接受中国厂商提供的产品、中国服务商提供的服务,并在此基础上实现影视产业的“中国梦”。

#### 参考文献

[1]张斌.国际文化贸易壁垒中的“本国内容配额”[C].北京:对外贸易经济大学出版社,2012:11.2.

[2]石同云.英国检测电影国籍的“文化测试”及其对中国的启示[J].电影艺术,2013(5):55-60.

[3]联合国教科文组织.保护世界文化公约选编[M].北京:法律出版社,2006:2.

[4]中国电影发行放映协会.聘用境外主创人员参与摄制国产影片管理规定[EB/OL].[2011-06-08].<http://www.chinafilm.org.cn/Item/Show.asp?m=1&d=7284>.

[5]BFI. The cultural test for film[EB/OL].[2016-03-21].<http://www.bfi.org.uk/film-industry/british-certification-tax-relief/cultural-test-film>.

[6]CNC. The Tax Rebate for International Productions (TRIP):General description of incentive[EB/OL].[2016-03-21].<http://www.cnc.fr/web/en/tax-rebate>.

[7]Australian Government. Producer Offset: Guidance on Significant Australian Content (SAC)[EB/OL].[2016-03-21].[http://www.screenaustralia.gov.au/getmedia/86791e04-29f4-492b-956a-adb3bc1b7016/sac\\_guidance.pdf](http://www.screenaustralia.gov.au/getmedia/86791e04-29f4-492b-956a-adb3bc1b7016/sac_guidance.pdf).

# 当代出版产业创新驱动的策略与路径<sup>①</sup>

尚光一<sup>②</sup>

**摘要：**创新驱动是当代出版产业发展的中心主题和最大动力，我国出版产业应坚持创新驱动的基本策略，并在具体实施上遵循创新体制机制、创新经营理念、创新管理方法和创新产业形态的路径。

**关键词：**出版产业；创新驱动；策略；路径

## 一、出版产业创新驱动的当代审视

创新驱动最早由美国学者迈克尔·波特（Michael E. Porter）提出，他以钻石理论为研究工具，以竞争优势来考察经济表现，从竞争现象中分析经济的发展过程，从而提出国家经济发展的四个阶段，即生产要素驱动（factor-driven）阶段、投资驱动（investment-driven）阶段、创新驱动（innovation-driven）阶段和财富驱动（wealth-driven）阶段。其中，前三个阶段是国家竞争优势的主要来源，一般伴随着经济上的繁荣，而第四个阶段是转折点，经济可能由此开始衰退。创新驱动理念对各国经济发展模式的设置产生了较大影响，有着独特的参考价值。一般认为，经济发展转向创新驱动，是将其作为经济发展的新动力，使经济发展更多依靠科技进步、劳动者素质提高和管理优化来驱动，并且驱动经济发

---

① 本文系福建省社科规划项目“大陆传媒创意产品在台湾传播力研究”（FJ2015C069）；福建省中青年教师教育科研项目“大陆出版传媒产品在台湾传播效果研究”（JAS150207）；福建师范大学研究生教育改革研究项目“闽台合作视角下的文化产业硕士联合培养模式研究”（MSY201416）；福建师范大学教学改革研究项目“闽台合作专业教师教学资源共享机制研究”（I201503028）的阶段性成果。

② 尚光一，文学博士，福建师范大学文化产业系讲师、硕士生导师，中国新闻出版研究院海峡分院特约研究员，研究方向为出版产业与两岸文化创意产业。

展的创新是多方面的,包括科技创新、制度创新和商业模式创新。近年来,我国以较少的人均资源占有量和脆弱的生态环境,承载着巨大的人口规模和实现持续发展的压力,面临着节能减排、应对气候变化等严峻挑战,虽然经过多年来的艰苦努力,我国经济社会发展取得历史性成就,但发展中不平衡、不协调、不可持续的问题依然突出。在这种情况下,“创新驱动成为加快转变经济发展方式‘最根本、最关键’的力量”。中共十八大提出,实施创新驱动发展战略,鼓励创新、建设创新型国家已成为我国核心战略之一。同时,这一战略也为出版产业实现科学发展、跨越发展指明了方向。可以说,如果不能实现出版产业创新驱动,将难以真正实现出版产业发展方式转变和产业转型升级。

同时,纵观当今国内外出版产业发展的众多案例,创新驱动已成为出版产业发展的中心主题和最大动力。今后,无论是在发展过程中的哪一个环节,无论是在前进旅程中的哪一个站点,出版企业能否立于不败之地,在于企业自身是否具有足够的创新能力、进而形成竞争优势,而这从根本上取决于以创新驱动为特征的新模式能否确立。当今世界,大潮奔流,出版产业转型之路已不容踟蹰,正如德国经济思想家熊彼得所声称的那样:“现代经济发展的根本动力不是资本和劳动力,而是创新。”因此,我国出版产业必须牢牢把握市场脉搏,通过创新体制机制、创新经营理念、创新管理方法和创新产业形态来确立创新驱动发展模式,才有可能实现可持续发展的目标。

## 二、体制机制创新与企业活力生成

体制机制创新是实施创新驱动发展战略的必由之路和关键所在,也是出版产业基础性创新。目前,我国出版企业的法人治理结构、“三项(劳动、人事、分配)制度”改革等仍需推进。其中,法人治理结构是现代企业的重要特征,公司法明确了其框架性要求,然而现实中不少出版企业的法人治理结构建设迟缓,例如海峡出版发行集团董事长空缺数年,其旗下的福建新华发行集团成立十多年来法人治理结构也一直不完备,都在一定程度上制约了企业活力的激发。因此,要实现出版产业创新驱动,必须深入开展体制机制改革,在初步建立市场主体的基础上,探索形成具有出版企业特点的现代企业制度。

为此,首先要推动国有出版单位进一步完善法人治理结构,依照《中华人民共和国公司法》要求建立起由“股东大会、董事会、监事会、经理层”组成的

权力、决策、监督、执行机构，各机构之间权责明确、相互制衡、相互协调，实现真正意义上的政企分离、所有权与经营权分离；其次，要建立激励与约束机制，通过积极稳妥地开展劳动制度、人事制度、分配制度的改革，建立科学有效的约束和激励机制。其中，针对众多国有出版单位“基本工资”所占比例偏高、“效率优先、兼顾公平”原则未能充分体现、体制性弊端依然突出的现状，要按照现代企业制度要求，实行全员聘任制和劳动合同制，明确岗位职责，形成能上能下的用工制度。同时要量化考核指标，建立以岗位绩效工资制为主体，年薪制、协议工资制和市场价位等多种工资制度并行的复合薪酬制度模式，并加大分配改革力度，薪随岗定，重绩效和贡献，向关键岗位和优秀员工倾斜；再次，要加强母子公司管理体制建设，以资本和产权关系为纽带，通过公司治理结构对子公司生产经营活动进行管理和控制，改变过分依赖行政隶属关系的状况，尤其要进一步推动出版集团与所属出版社之间的出版资源整合，发挥协同效应；最后，要进一步创新两岸出版企业交流合作机制。国家出版广电总局曾发布一系列对台湾地区出版企业的优惠措施，包括“对台湾服务提供者在福建省设立从事包装装潢印刷品的印刷企业的最低注册资本要求，比照内地企业实行”、“允许台湾服务提供者在福建省设立独资、合资或合作排校制作服务公司，从事图书的校对、设计、排版等印前工作”、“允许台湾服务提供者在福建省以独资、合资形式提供音像制品（含后电影产品）的发行服务”和“允许台商在福建省设立独资、合资或合作企业，从事音像制品制作业务”等，既为台湾出版企业落地大陆提供了便利，也为两岸出版企业合作交流提供了宝贵契机，然而实践中并未得到很好落实。今后，要落实好这些对台优惠政策，并进一步理顺两岸出版产业交流合作的机制。

### 三、经营理念创新与精品力作打造

内容生产是出版产业的核心竞争力，内容生产质量与水平决定了出版企业的发展水准、品牌影响和经济实力，正如有论者所说：“不论科技怎样发展，传播手段如何更新，‘内容为王’的实质不会变。”我国精品力作的出版整体比较滞后，例如海峡出版发行集团自成立以来，旗下出版单位虽有15种出版物列入国家“十二五”图书出版规划，9种出版物列入国家出版基金资助项目，11种出版物列入原国家新闻出版总署改革发展项目库，7种出版物获得国家三大图书奖，



然而这些图书的市场反应并不强烈。据统计,在具有市场效益的畅销书生产方面,我国多数省份的出版企业很少产生有重大影响的产品。一般认为,真正的精品力作不仅要获得政府的肯定,还要得到市场的认可,必须是社会效益和市场效益的有机统一,正如《中国出版业发展报告》在分析中国出版产业未来发展趋势时指出:“精品力作的生产将被放在出版业发展的首位。”可以说,只有打造精品力作,产品才能对民众的思想产生深远影响,价值才能在最大程度上体现出来,才能切实提高其社会效益和经济效益,也才能够促进我国出版产业的整体提升。

具体而言,出版企业应基于全产业链视野,在借鉴先进经验基础上制定新的经营策略,重构精品力作格局,走出一条“中国风范”的道路。首先,策略制定上要重视市场因素,以市场认可作为打造精品力作的基本思路。这方面已有一些成功案例,例如北京磨铁图书有限公司出版的《诛仙》、《盗墓笔记》、《明朝那些事》等图书,虽然没有获得任何官方资助或政府奖项,但因其贴近市场和目标受众需要而在市场上极为畅销。再如中信出版社策划的《乔布斯传》,虽未列入任何官方选题,然而由于策划精到、营销得力,仅中文简体版的前期销售额便达到6800万元,超过了上海书展的销售总额5470万元,而英文原本以及其他语言版本的销售更是难以预计。这些案例都对当代出版企业打造精品力作提供了启示,即真正的精品力作需要被市场所认可,而不能单纯依靠政府资金、政府奖励等政策。其次,实施全媒体推广策略也是打造精品力作的必要抓手。就出版产业链的利润分布来看,后期的影视开发、游戏制作是出版产业链的高利润区域,应予以高度重视。近年来,一些获得良好市场反响或较高收视率的影视作品,诸如《风声传奇》、《亮剑》、《潜伏》,都是由图书延伸开发而来,市场反响热烈。以《后宫甄嬛传》为例,其在翻拍为电视剧之后,仅2012年“在两岸三地共播31次,内地播25次,香港播1次,台湾算上即将在华视重播就是5次”。最后,鉴于作家群体属于独特的创意阶层,为打造精品力作,出版社与作家的合作方式不能僵化呆板,正如美国学者理查德·佛罗里达在《创意阶层的兴起》一书中指出:创意在当代经济中的异军突起表明了一个职业阶层的崛起,……这些人的工作则是创造新观念、新技术和(或)新的创造性内容。作家群体正属于这样一个创意阶层,他们不但能够创作精品力作,也能在灵活合作方式刺激下充分发挥各种创意。