

邓本章 著

现代出版论

中国大百科全书出版社

邓本章 著

现代出版论

中国大百科全书出版社

总编辑:徐惟诚 社长:田胜立

图书在版编目(CIP)数据

现代出版论/邓本章著. —北京:中国大百科全书出版社,2003.8

ISBN 7-5000-6889-1

I. 现… II. 邓… III. 出版工作—理论 IV. G230-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 068396 号

选题策划:陈 琦

责任编辑:解惠琴

责任印制:杨海涛

中国大百科全书出版社出版发行

(北京阜成门北大街 17 号 邮政编码:100037 电话:010-68348716)

<http://www.ecph.com.cn>

高等教育出版社印刷厂印刷 新华书店经销

开本:787×1092 1/16 印张:28 字数:355 千字

2003 年 6 月第 1 版 2003 年 6 月第 1 次印刷

印数:1~3000 册

ISBN 7-5000-6889-1/G·608

定价:40.00 元

自序

我与出版有着不解之缘，对出版工作更有着深厚的情感。

自 1976 年进入出版系统至今，从事出版工作已有 28 个年头。从图书出版管理、发行业务管理，到市场管理、“扫黄打非”、印刷制版、版权贸易等，工作范围几乎涉及出版行业的各个方面。

自进入出版领域，尤其是 1995 年担任河南省新闻出版局副局长以来，通过向书本、向实践、向同行特别是向老同志学习，在调查研究、学习思考、经验交流和大量阅读资料的基础上，陆陆续续发表了数十篇论文，撰写了 130 余万字关于出版的文稿，进行了一系列的出版业务探索。2002 年 4 月，根据河南省委的工作部署，我带队前往安阳贫困山村开展为期一年的驻村工作。在繁忙的工作之余，我得以冷静下来对现代出版理论和现代出版规律进行系统的学习与思考，并对在出版工作实践中的理论思考、心得体会、出版文稿进行梳理和提升，数易其稿，形成了这部《现代出版论》。

尽管自己长期从事出版实践和出版管理工作，尽管对书中所涉

及的诸多问题都曾经进行过反复的思考和探索,可当我最终决定撰写本书并将书名定为《现代出版论》时,心中还是有些犹豫和忐忑不安,担心书稿是否符合现代出版理论的要求,能否经得起现代出版实践的检验。但考虑到自己从事出版业务管理工作已有多年,面对出版业发展变化的新形势和出版领域出现的新问题,有责任、有义务将自己在出版实践中所积累的工作经验、心得体会和理论思考奉献出来。即便不能为出版同行开拓思路、解决实际问题产生多少作用,起码也可以给出版理论研究和出版工作者提供些许参考。就是为自己创造了一个与同行交流、向专家请教的机会,也还算是一件有意义的事。所以,我最终还是决定把本书奉献在各位读者面前。

本书写作过程中坚持以马克思列宁主义、毛泽东思想、邓小平理论和“三个代表”重要思想为指导,以中国加入 WTO 和党的十六大召开为时代背景,以推动中国出版业跨越式发展为动力,以从实践中来到实践中去为出发点和落脚点,针对现代中国出版理论与实践相结合等问题进行了相应的探索与思考。

本书共分十章,在对现代出版业的定位、发展趋势、特色及规律、出版热点等问题认真分析的基础上,对涉及“出版导向”、“出版发展”、“出版创新”、“图书出版与管理”、“出版物发行与管理”、“出版队伍建设”、“出版管理与依法行政”、“非法出版活动及对策”以及“中国出版业的 WTO 时代”等出版理论问题和实践问题,分别进行了一定的理论探讨和系统研究。

在本书写作过程中,参阅了国外一些文献资料,参考和借鉴了国内不少同行的有关著作或文章,也听取了不少同行非常好的意见或建议。在此,谨一并表示衷心的感谢。由于本人水平所限,书中难免有这样或那样的不足之处,恭请专家、同行和读者批评指正。

2003 年 5 月 19 日

目 录

第一章 绪论/1

- 第一节 现代出版业的发展趋势/1
- 第二节 中国出版业的特色与规律/9
- 第三节 现代视野中的中国出版业/35

第二章 出版导向/53

- 第一节 邓小平理论与中国出版/53
- 第二节 “三个代表”重要思想与中国出版/70

第三章 出版发展/99

- 第一节 发展是中国出版业的第一要务/99
- 第二节 中国出版业发展中的若干问题/105
- 第三节 正确处理出版发展中的重要关系/114

第四章 出版创新/128

- 第一节 树立出版创新观/128
- 第二节 强化出版机制创新/136
- 第三节 出版创新与出版改革/143
- 第四节 出版创新与出版扩张/152

第五章 图书出版与管理/166

- 第一节 选题策划与选题计划/166
- 第二节 精品意识与精品战略/175
- 第三节 图书出版结构调整/183
- 第四节 低层次重复出版问题/194
- 第五节 作者资源的培育与开发/197

第六章 出版物发行与管理/202

- 第一节 国有发行业变革的历程/202
- 第二节 国有发行业面临的挑战及其分析/213
- 第三节 国有发行业的改革/221
- 第四节 出版物发行结构调整/235
- 第五节 构建现代出版物营销体系/244

第七章 出版队伍建设/255

- 第一节 提高出版队伍的整体素质/255
- 第二节 健全出版人才培养机制/263
- 第三节 出版领导干部作风与修养/274
- 第四节 发挥编辑队伍个性化优势/292
- 第五节 强化发行队伍群体意识/302
- 第六节 积极倡导学习型出版/312

第八章 出版管理与依法行政/323

- 第一节 转轨时期的出版秩序/324
- 第二节 加强出版管理依法行政研究的必要性与紧迫性/326
- 第三节 出版管理依法行政的依据与原则/330
- 第四节 出版管理依法行政的措施/335

第九章 非法出版活动及对策/347

- 第一节 非法出版是对合法出版的反动/347
- 第二节 非法出版活动的主要表现形式与规律/354
- 第三节 非法出版活动屡禁不止的深层原因/360
- 第四节 对非法出版物与非法出版活动的界定/367
- 第五节 查处违禁、非法、盗版出版物的认定与依据/370
- 第六节 遏制非法出版活动的对策/386

第十章 中国出版业的 WTO 时代/397

- 第一节 WTO 的主要内容与基本规则/397
- 第二节 中国加入 WTO 的承诺、权利与义务/402
- 第三节 加入 WTO 对中国出版业的挑战/405
- 第四节 加入 WTO 对中国出版业的影响分析/411
- 第五节 中国出版业应对加入 WTO 的对策/424

主要参考资料/434

第一章 绪 论

随着现代科技的飞速发展和国际经济一体化的不断加快，网络时代、信息时代和知识经济时代已经来临。与人类的政治、经济和社会活动一样，人类文化活动和文化产业变革的步伐也在不断加快。作为构建、传播、经营人类文化的重要机构和现代文化产业重要组成部分的出版业，也相应地呈现出不同于以往的新的时代特色。所谓“现代出版”，正是对出版业所作的时代界定；而我们在今日中国特定的背景下谈“现代出版”，实际上还有一个对出版业空间的界定问题。我们正是在这种特定的时空条件下来观察和思考出版问题的。

第一节 现代出版业的发展趋势

《中国大百科全书》（社会学卷）指出：“传统社会和现代社会是具有相互排斥特征的社会，由传统向现代演进的过程就是现代

化。”现代出版业是在传统出版业的基础上发展起来的，作为人类文化构建、传播、经营的载体，它是一个古老而又年轻的行业，既有千百年不变的传统物质形态和消费方式，又有日新月异的现代新技术手段和产业形态，是一个蓬勃发展的充满生机的“朝阳产业”。在这个国际经济一体化的网络时代、高科技时代、知识经济时代，出版业从内容到形式都在发生着深刻的变革，日益呈现出与传统出版业不同的特色和规律性。概括起来，主要表现在以下几个方面。

一、现代出版产业化

如果说传统出版业曾经是手工作坊式、家族经营式、“剪刀加糍糊”式、单纯纸介质的、技术含量低的劳动密集型中小企业，或者是计划经济条件下的商品化、市场化程度低的半企业型甚至非企业型组织占主导地位的话，那么现代出版业则无论从组织形式、企业规模、技术含量、人才素质，还是从经营管理、经济效益、市场化和产业化程度、综合影响力来看，都更具有现代产业的一般特征。近年，现代出版的产业化和产业现代化程度日益提高，发展速度、经济效益和经济影响力与日俱增，日益成为充满生机和活力的支柱产业、朝阳产业，成为体现我国综合国力的一个重要方面，成为建设中国特色社会主义“三大文明”和促进“人的全面发展”的重要推动力。

二、现代出版高技术化

现代出版业的技术进步和产业发展，与现代科学技术的进步及其对出版业的渗透关系日益密切。换言之，现代科学技术的进步直接推动着现代出版业的进步，特别是现代出版业中的信息技术、网络技术、微电子技术、卫星传感技术、新材料技术以及数字化、自动化等出版关键技术，更是促使现代出版业产生质的革命的重要因素。出版业的技术进步，体现在选题策划、创作过程、编辑手段、载体形式、生产工艺、印刷制作、市场营销、购买方式、阅读方

式,以及现代出版企业的组织形式、经营管理等方面。像网络出版、电子图书(ebook)、数码影像、数字印刷、网上书店、数字图书馆等新的出版形态,以及网络时代的计算机技术、多媒体出版技术、电子商务技术和按需印刷技术等纷纷涌现,使得现代出版业日益成为技术密集型产业。科学技术是第一生产力的威力,以及现代科技所带来的巨大效益,正逐步在出版业中显现出来。

三、现代出版媒体多元化

在高科技和信息化技术的推动下,现代出版业呈现出运作方式电子化、出版物载体多介质化、生产过程革新化的强劲态势,以及传统纸介质出版物与多媒体出版物、网上出版物与动画出版时代互动发展的新格局。跨媒体经营、多媒体并举成为现代出版业新的产业形态和发展动向,形成了广义的“大出版”观念。像贝塔斯曼集团、新闻集团分别从当初单一的图书出版、报刊出版,发展成全球性综合传媒集团,其业务范围涉及图书、报纸、杂志、广播、电视、电子出版、计算机软件、娱乐业等众多领域,被称为跨媒体经营的国际性“传媒巨子”。现代出版的多媒体倾向,还表现为出版物载体形式、营销方式、阅读方式的多媒体化。多媒体电子图书、电子游戏、网络图书、数字印刷、网上书店、电子图书馆等出版发行方式正在成为业界时尚,传统的、纸介质的、平面的单媒体出版业,正在向“声、光、电、磁”和网络化等多介质的、立体的多媒体出版转型,并逐步进入并存时期。不少有竞争实力的出版社正在通过与电视台、电台合作,开展以股份制形式的广告、影视音像制作业务。是否具有较强的跨媒体、多媒体出版能力,已经成为衡量一个国家出版业现代化程度、市场竞争力和发展潜力的重要标志。

四、现代出版产业知识经济化

知识是智慧的基石。“知识就是力量”,就是竞争力、发展力、创新力和财富。出版业是积累、加工、传播、经营精神文化产品和

知识信息的产业,是典型的知识信息密集型产业,是现代知识经济的重要组成部分。当今社会,人类正处在一个知识信息“爆炸式”增长的时代,知识的发展正在影响着各国经济、政治和文化的进程,深刻地影响着人类社会的生产方式和生活方式。可以预见,知识资源迅速向产出知识的出版业集中,出版业对知识的收集、选择、加工和利用,既是出版业进行知识生产的丰富源泉和发展动力,也将有力地催生更多的出版物面世,使之服务于社会和丰富人们的精神文化生活。大量新知识的传播和被社会所运用,又促使人们在使用知识过程中创造新知识。出版业对新知识的不断催生,不仅成为出版业发展壮大生长点,也使知识经济的巨大潜力和能量在现代出版业的发展中得到充分的释放,推动着人类社会向更高的层次发展。

五、现代出版竞争人本化

人是最积极、最革命、最活跃的因素。人才是兴业的根本,是一切资源中最稀缺的资源,是决定现代出版业兴衰成败的关键。现代出版业的发展与竞争,突出地表现为对人才特别是高技术人才、复合型人才和高素质管理人才的争夺与竞争。世界上专门“经营”人才的“猎头公司”纷纷涌现,使人才竞争日趋激烈化、白热化,进而促进了人才特别是出版人才的高素质化和出版竞争的人本化。人才竞争的关键是要有优秀的人才生态环境,哪里的环境能促进人才价值的充分发挥,哪里就会成为人才聚集的中心。没有数量可观的各方面的专业人才和管理人才,现代出版业就不会兴旺发达和持续健康发展。因此,现代出版业的兴衰成败,与出版业所拥有的人才数量、人才素质和人才竞争力关系十分密切。全面实施现代出版人才战略,加快培养和吸引各类高素质的出版人才,已成为发展现代出版业的首要问题。根据现代出版业发展的人本化要求,必须尽快制定人才培养的长期计划和健全人才培养的成长机制。把人才建设放在出版企业发展战略的核心地位,构建良好的人才生态环境,

使出版业中各类人才得到充分的尊重，人才的价值得到充分释放。现代出版业对从业者的知识结构、业务素质和业务能力的要求，与传统出版业对人才的要求已大相径庭。人才问题被前所未有地提到了与知识经济、高科技、信息化同步发展的高度，这是现代出版业或者一个出版企业最迫切要解决的核心竞争力问题。现代出版业呼唤人本化，要求用一种新的人才观和人才机制取代传统的落后机制，要努力改变出版人才的生态环境，消除人才培养在体制、机制、使用、引进等方面的弊端，建立与国际接轨的人才市场和激励机制，从出版业发展战略的高度培养和吸引各类人才，建立以知识、技术、管理为纽带的利益关系共同体，完善以激励机制为导向的、能够充分发挥人才作用的人力资源管理系统，形成与出版业同呼吸、共命运、谋发展的人才环境。

六、现代出版功能多元化

现代出版业既是市场经济体制下的现代企业，又是具有文化建设职能的社会文化部门，同时还具有引导社会舆论、传播思想观念的文化属性，是一个具有多元社会功能的特殊产业部门。因此，国家对出版业的行业管理，既有一般产业管理的共性，又有特殊产业管理的个性。现代出版功能多元化，体现在现代出版业内部和社会的各个方面。一是出版手段的多元化。现代出版业较之传统出版业，在使用高科技和信息化手段进行出版生产方面，已经今非昔比，“声、光、电、磁”技术迅速发展。可以预见，更快捷、更方便的新型出版媒体，将会不断涌现出来。二是现代出版功能的多元化。传统的出版业大多表现为单一的出版功能，或图书，或报纸，或期刊，互不交叉。现代出版业则充分体现出出版功能多元化的特征，正在向着多媒体相互转化、共同促进的方向发展。三是出版服务功能多元化。服务也是生产力，服务也创造效益。自 20 世纪 80 年代以来，出版媒体的多样化推动了阅读方式多元化和出版服务功能细化的发展，使出版为读者服务的功能突破了时空界限和局部条

件的限制,迅速扩展了出版服务的内容和领域。四是现代出版经济的多元化。传统出版业一般表现为单一的出版经济形态,现代出版业由于新技术革命的推动、多媒体的发展促进了出版经济多元化的发展,尤其是现代出版链条的不断延长和扩展,使现代出版业呈现出出版经济发展多元化的强劲态势。

七、现代出版企业制度规范化

现代出版的产业形态和运营机制日趋完善,形成了规范的现代企业制度和完善的法人治理结构。企业公司化、产权多元化、产业特色化、管理人性化、效益最大化,是现代出版企业的突出特征。欧美国家的出版业是发展相对成熟的现代出版业,大多数是私人独资公司、有限责任公司、股份有限公司等现代出版企业组织形式,已经建立了与其他产业一样相对完善的现代企业制度。从经营管理和运作机制上看,这些出版公司无论大小,都有一套产品研发、生产运作、经营管理、市场营销的制度。在出版物出版方面,从选题策划、组织创作、编辑加工、包装印制、市场销售到成本核算、定价策略、信息反馈等环节,都有成熟的运作规范,这是几十年甚至上百年的积累的结果。随着中国社会主义市场经济体制的逐步完善,出版业开放范围的扩大和改革的不断深化,必然促进中国出版业现代企业制度的迅速建立,以法人治理结构为特征的现代企业制度将进一步走向规范化。

八、现代出版活动国际化

随着国际文化交流的日益频繁、现代通讯业、传媒业的飞速发展和国际经济一体化大趋势的强力推动,现代出版业的发展日益呈现出国际化趋势。这种国际化特征主要表现为出版资源配置的国际化、出版经营的国际化、出版市场的国际化、出版人才的国际化和出版管理规范的国际化。其中影响最大的,是出版专业人才、出版信息技术、出版流通网络、出版贸易、出版物载体形式和出版产业

形态的国际化。

国际经济一体化步伐的加快,使原来局限于某一国家或地区的区域文化资源、作者资源、资金资源、技术资源、材料资源、读者资源、流通资源和广阔的出版物市场,通过版权贸易、出版交流、网上交易、商业流通、出版代理、合作出版、跨国组稿、中介组织和出版经纪人等方式为全球出版界所共享,全方位的出版竞争日益激烈。伴随着国内国际出版资源、出版物市场的重组和再分配,必将形成新的出版集团、新的产业优势和市场格局。出版资源配置国际化,要求中国出版业必须着眼于世界出版业态发展的大视野,实现出版业资源配置的科学化和信息化。要利用好国内出版产业政策,以及国际国内两种资源和两种市场,深化出版体制和出版流通体制改革,积极发展现代出版人才市场、出版技术市场、出版信息市场和出版经纪人市场,规范和完善出版生产资料市场、出版生产要素市场、出版资本市场和出版贸易方式,大胆采用出版项目融资、出版业内部投融资、印刷发行企业重组并购和境内外上市的方法,建立符合国际惯例的出版项目委托招商、版权贸易代理招商、印刷发行产权转让等综合性出版资源利用体系。像德国贝塔斯曼集团兼并美国兰登书屋,通过读者俱乐部把业务网络伸展到世界各地一样,一批国际出版界巨头跨国经营的态势日趋明显。特别是在西方出版物市场潜力已经充分挖掘、市场空间有限的情况下,国际出版资本开始转向像中国这样经济文化发展较快、实行对外开放、市场潜力较大的发展中国家。这种国际出版业的资源大整合,对中国这样的发展中国家的出版业来说,既是十分严峻的挑战,也是跻身国际市场的重要机遇。

九、现代出版管理法制化

现代出版管理的法制化,是我国实现法治化国家和加入 WTO 的必然要求,主要表现在以下两个方面。

(一) 指从事出版生产与流通的经营者必须依法经营。市场经

济是法治经济、信誉经济，依法从事生产经营活动是最基本的要求。现代出版业的现代性特征之一就是法制化。首先，出版企业作为一个经济组织，其自身的经营运转需要实现制度化、法制化的管理，必然要求出版企业要按照现代企业制度进行经营管理，同时还要有强烈的依法维权的自我保护意识；其次，出版企业必须适应市场经济的法制环境和依法治国的宏观背景，遵守市场规则，加强诚信建设，具有高度的、自觉的守法经营自律意识；再次，作为知识经济产业部门，出版业必须把保护知识产权作为重要职责。所以，无论从出版业自身发展的需要来看，还是从出版业适应社会的角度来看，都要求出版经营行为的法制化。

（二）现代出版管理法制化。主要指管理出版事务的政府机关，要在履行管理职责中依法规范出版经营者的行为，不断推进出版行政管理的法制化。首先，要进一步转变政府职能，努力实现管理理念的现代化。通过制定宏观的出版业发展政策，改进政府调控出版方式，推行出版管理政务公开，树立以发展和服务为核心、有利于解放和发展出版生产力的新型管理理念。其次，要采用现代化的管理手段和管理方式，积极发展出版管理电子政务，加快出版行政管理信息化建设，以适应出版业现代化发展的要求。再次，要坚持依法管理，按照政企政事分开和精简、统一、效能的原则，建立行为规范、运转协调、公正透明、廉洁高效的行政管理体制，实现出版行政管理的法制化和规范化。最后，要加强出版管理法制建设，完善出版行政执法体系，规范行政执法管理程序，依法查处违规出版行为，建立和培育出版物市场，创造良好的发展环境，以及强化对出版管理的监督等。

总之，不管是出版企业的经营管理，还是政府对出版业的宏观管理，都要把严密的科学性和高超的艺术性结合起来，力争实现平衡管理。尤其是出版行政管理，要把管理就是服务作为管理的出发点，通过管理实现促进出版业繁荣发展的目的。既要建立严格的、完善的管理约束机制，引导出版业沿着正确的轨道发展，又不能简

单地、机械化地一管就“死”，要努力使管理中放射出人性化的光芒，为出版业的健康发展创造良好的环境。

第二节 中国出版业的特色与规律

在继续深化改革、扩大对外开放和已经加入世界贸易组织的中国，各行各业都正在与国际接轨，国际经济一体化的浪潮势不可挡。中国出版业同样面临着走向世界、实现产业现代化的艰巨任务。作为中国出版人，最关心的当然还是本民族的出版业在这个国际竞争激烈的时代如何生存、发展的问题。

一、加快出版体制的转型

改革开放 20 多年来，中国的出版改革已经取得了显著的成就。但是，与全国其他行业体制改革的进度和国际出版界的竞争态势相比，中国出版体制的改革相对滞后，与国内、国际的大背景和发展形势不相适应。必须加快改革进度，以免在国际竞争中陷于被动。当前，中国出版体制的改革和转型至少应考虑以下几个方面的问题。

（一）要进一步强化、明确中国出版业的产业性质，使其对内与社会主义市场经济体制接轨，对外与国际出版业发展接轨。最近 20 年来，中国出版改革中虽然也关注了“出版转型”的问题，例如，国家新闻出版署早在 1994 年就提出了“阶段性转移”的任务，要求出版社由单纯生产型向生产经营型转变，由数量扩张型向质量效益型转变。面对加入世界贸易组织的挑战，目前又在探索集团化发展，开展连锁经营、物流配送、多元化经营、企业改制和股份制改造，建立现代企业制度和完善法人治理结构等新的发展道路。但到目前为止，与其他行业相比，出版业总体上实行的仍然是计划经济管理模式。这样虽然可以保证出版业在相对封闭的环境下平稳运行，但已经面临以下两个方面的问题：