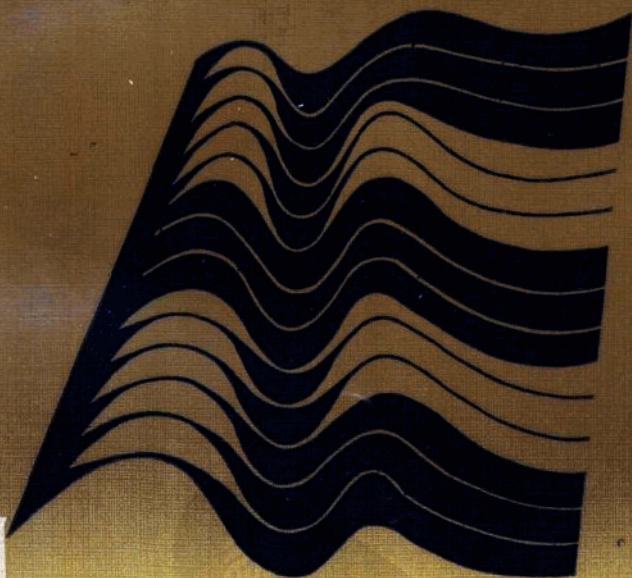


出版經濟學概論

楊咸海



AN INTRODUCTION
TO PUBLISHING
ECONOMICS

安徽教育出版社

序 言

作为此书最早的读者之一，我很高兴地阅读了杨威海同志所著《出版经济学概论》的书稿。在阅读中和阅读之后，真有一种先读为快、开卷有益之感。我是一个在出版界经历了30余个春秋、年届花甲的出版工作者，对出版领域的种种情况，不能说毫无所知，但是看了这部著作后，仍有许多新鲜的获益匪浅的感觉。正是这种感觉，吸引我将这部近18万字的书稿，在今年国庆节期间三天假日内，一鼓作气地读完。掩卷回味，思绪颇多。

杨威海同志是一个年轻的出版工作者，从事出版工作的时间不太长，日常担负的出版行政业务又不少，全部利用业余时间，从事出版经济学的研究，真是难能可贵。出版的经济活动，是一个气象万千、五光十色、关系交错、变化多端的领域，杨威海同志驰骋其中，进行认真的观察和研究，试图揭示其中的规律，是十分有意义的。他在这部著作

中，对出版物这种商品的特殊性、出版经济的宏观调控、出版社的经营管理等问题，发表了自己的见解，吸收了别人的研究成果，作了集中的论述。对某些出版界争论的问题，他也讲了自己的看法。如出版社是事业单位还是企业单位，他认为这不是出版社的性质问题，而是管理方式或管理体制问题；出版社的性质是指它既是担负精神生产的机构，又是特殊商品的生产机构。我认为这是有见地的。我想，对杨威海同志某些论点，可能会有不同看法，需要继续探讨，但这不妨碍他自成一家之言。

研究出版经济学，探索出版经济规律，这是一项十分艰巨而又极为重要的工作。

如同不了解整个出版工作，就不能真正了解和驾驭出版经济活动一样，不研究出版经济活动，就不能真正懂得和搞好社会主义的出版事业。

从本质上讲，出版工作是精神生产活动，是传播和积累社会意识形态、科学文化知识的重要阵地和渠道。但是，在出版工作的整个过程和各个方面，存在大量的经济活动。可以说，经济活动渗透于出版工作的每个环节、每个角落。它们是交织在一起的，难解难分的。在进行商品经济的社会里，不存在孤立于

经济活动之外、与经济活动绝缘的出版工作。脱离必要的经济活动，出版工作也就不能存在。试问在制订选题、组稿、编辑、印刷、发行等一系列活动中，哪一样不和经济活动有关？只不过有紧密程度不同之分罢了。因此，离开了出版经济活动的研究，就无法认识和把握出版工作的全貌。

但是，出版领域的经济活动，又不同于一般的经济活动。它是为精神生产、为传播和积累社会意识形态、科学文化知识服务的经济活动。换句话说，出版物这种精神产品的生产和流通，是借助于经济的手段，以促其运转和发展。离开了出版物本身的生产和销售运动，也就不存在出版经济活动，而只是其他意义上的经济活动。因此，对于出版经济的研究，不但不能离开而且要紧密联系出版工作这种精神生产的本质特征。

这就是说，作为一个整体的出版工作，包含了精神生产活动和经济活动两个组成部分。它们是缺一不可的。这两个方面是互相依存、互相联系、互相制约、互相促进的。特别要指出的是，包含有精神生产活动和经济活动的出版工作，又是整个社会精神活动和经济活动的组成部分，它们之间存在着千丝万缕、密不可分的联系。因此，我们要认识出

版工作的整体及其规律，就需要以马列主义、毛泽东思想为指导，联系整个社会的状况，在研究出版工作中的精神生产活动的同时，还要研究出版工作中的经济活动。不如此，就不能全面认识出版工作，就不能真正揭示其客观规律，就不能更好地繁荣和发展有中国特色的社会主义的出版事业。当然，我们不能过分夸大经济活动在出版中的地位和作用。但是从经济活动在出版工作中的固有地位和作用出发，去研究它认识它，却是一件非做不可的、一定要做好的出版科研工作。否则，我们要坚持社会主义的出版方向，将会碰到严重干扰，繁荣出版事业的希望，也很难实现。

依我看，在出版经济学这个重要的关系到出版事业兴衰的问题上，杨咸海同志作了有益的探索，并获得了成果。这几年，出版界发表了一批研究出版经济学的论文，但形成专著出版还不多见。看到杨咸海同志这部著作，很高兴。在出版经济学这块处女地上的开垦工作既然有了一个良好的开端，今后会有更多的出版科研工作者来从事耕耘，会有更多的研究成果付梓面世。

中国出版科学研究所所长 袁 亮

1991年10月11日

目 录

序 言.....	袁 亮(1~4)
绪 论.....	1
一 出版经济学的研究对象和任务	1
二 出版经济学的性质、地位和特点	3
三 出版经济学的研究方法和结 构体 系.....	4
四 研究和学习出版经济学的意义	5
第一章 我国的出版业和出版经济政策.....	7
第一节 我国社会主义出版业的建立和发展	7
第二节 我国的出版产业 体 系	19
第三节 我国的出版经济 政 策	27
第二章 出版物商品.....	42
第一节 出版物是精神 产 品	42
第二节 出版物是商 品	46
第三节 出版物商品的特殊性.....	52
第四节 生产出版物的劳动的特殊性	60
第三章 出版生产.....	66
第一节 出版生产总过程	66
第二节 社会主义出版生产的性 质 和 特 征.....	77
第三节 社会主义出版生产的客 观 规 律.....	83
第四章 出版经济的宏观调控	100
第一节 宏观出版经济调控的目 标.....	100

第二节	宏观调控机制的选择	108
第三节	宏观调控机制的系统分析	110
第四节	宏观调控机制中的经济政策	123
第五章	出版社及其管理体制	129
第一节	出版社的性质和分类	129
第二节	出版社的管理体制	132
第三节	出版生产经营责任制	141
第四节	出版承包责任制	145
第六章	出版社的经营管理	154
第一节	出版社经营管理的特点和一般原则	154
第二节	成本	160
第三节	定价	176
第四节	利润	181
第五节	出版社的财务管理	185
第七章	出版经营决策	190
第一节	本量利分析法及其在出版经营决策中的运用	190
第二节	选题决策	197
第三节	印数决策	205
第四节	定价决策	216
第五节	发行决策	220
第八章	开拓国际市场	237
第一节	开拓国际书刊市场的重要意义和必要条件	237
第二节	开拓国际书刊市场的主要途径	242
参考文献		253
后 记		255
本书有关图表索引		
出版生产流程图		67
资金循环示意图		75

出版社组织体制示意图	138
盈亏分析图	192
某种图书的价格需求曲线图	211
我国目前图书发行渠道示意图	221
西汉至清朝书籍产量表	8
1979~1988年全国出版社社数表	13
1949~1989年全国图书出版概况表	14
1978~1988年全国出版系统书刊印刷产量表	16
1950~1990年全国图书发行概况表	18
全国出版基金一览表	33
80年代我国出版事业与国民经济、文化教育相关发展情况表	87
安徽省7家出版社1990年与1985年图书生产成本对比情况表	107
1985~1987年全国书报杂志消费情况表	108
出版指标体系表	119

绪 论

党的十一届三中全会以来，随着改革开放和有计划商品经济的发展，我国的出版社开始由生产型向生产经营型转变，全国绝大部分出版社实行了企业化管理，书刊和音像等出版物市场也逐渐发育并走向繁荣。人们日益明显地看到，出版业这样一个精神产品的生产部门，其产品的生产过程乃至整个机制的运行都离不开经济活动，在遵循精神产品生产的特殊规律的同时，出版业的活动还必须按经济规律办事。因此，对出版经济学的研究，已成为我国出版业繁荣和发展的迫切需要。一个曾为人类发明了造纸术和印刷术的文明古国，一个当代世界的出版大国，不能没有自己的出版经济学。

一、出版经济学的研究对象和任务

任何一门科学都有自己特定的研究对象。毛泽东曾指出：“科学研究的区分，就是根据科学对象所具有的特殊的矛盾性。因此，对于某一对象的领域所特有的某一种矛盾的研究，就构成某一门科学的对象。”^①出版经济学也有自己特定的研究对象。它是研究社会主义有计划商品经济条件下，图书报刊等出版物的生产过程及其经济规律的科学，或者说，是研究出

^① 《毛泽东选集》合订本第284页。

出版物商品的生产和流通规律的科学。

出版物商品和出版物商品的生产即出版生产，是出版经济学研究的出发点。出版物商品是指进入商品流通领域的图书、报刊、音像出版物。出版生产是指从选题、创作、组稿、编辑加工、装帧设计到印刷(录制)、发行等一系列的全部活动。出版经济学不是一般地考察出版物和出版生产，而是对出版物和出版生产进行全面的经济学的分析。或者说，出版经济学就是要将出版生产作为特殊商品的生产来考察。

“特殊商品论”是出版经济学的理论基础和前提。

关于出版物的属性问题，是多年来出版科学领域争论不休的问题。争论的焦点是：出版物是不是商品？它是不是特殊商品？如果是特殊商品，它的特殊性表现在哪里？根源是什么？对这些问题的正确回答，无疑是构建出版经济学乃至全部出版科学大厦的基石。

当然，出版生产不仅是物质产品的生产，就其本质而言，它还是精神产品的生产，属于精神生产的一部分。因而，出版经济学不能脱离精神生产的规律去单纯考察出版生产的经济规律，而要联系精神生产规律来考察。从出版生产的结果即产品的角度来说，就是要研究出版物的商品价值(经济价值)与出版物的精神价值的关系。人们常说的出版生产的经济效益和社会效益，正是出版物商品价值和精神价值的外在表现。

出版物的研究对象决定了它的任务。

第一，从分析出版物商品的特殊性及其内部矛盾入手，揭示出版经济规律。出版生产是社会生产的一部分，是一个特殊部门，其自身机制的运行与国民经济紧密相联并共同运动，其产品的生产过程也离不开资金的循环和周转。因而，经济规律同样作用于出版生产领域。但是，同一般物质生产相比，经济规律在出版生产领域中发挥作用的形式、程度和范围又有所不同，

出版生产有其特殊的经济规律——出版经济规律。

第二，出版经济学研究出版经济规律，包括两个层次：一是宏观出版生产的经济规律和出版经济政策问题，一是微观出版经济，即出版社的经营管理和经营决策问题。

第三，出版经济学还要研究社会效益和经济效益及其相互关系问题。出版部门必须坚持把社会效益放在首位，但作为实行企业化管理的出版单位，如不讲经济效益，也难以实现社会效益。即使是国家补贴的纯事业型出版部门，也同样有个劳动耗费同劳动成果的比较问题。如何在坚持社会效益第一的同时，又能获得好的经济效益，这是值得研究探讨的问题。

二、出版经济学的性质、地位和特点

出版经济学是运用马克思主义政治经济学理论和方法分析出版活动的一门社会科学，是介于出版学和经济学之间的一门边缘学科。一方面，它是从经济学的角度来研究出版这一特定部门的学科，因而是经济学的一个分支，属于部门经济学，同工业经济学、农业经济学、教育经济学、卫生经济学、国防经济学等处于平行的地位；另一方面，它又是研究出版领域的经济问题的学科，因此又是出版学的一个重要分支。

出版经济学在出版科学体系中，占有重要的地位。出版科学理论包括基础科学、应用科学、生产科学三个层次。出版基础科学是一般基础理论，它的主要任务是从总体上概括和揭示出版生产的普遍规律或基本规律，如出版学概论、出版史、出版经济学等。出版应用科学是与出版生产有关的各门专业理论，它的任务是探索和揭示出版生产某一专门领域或某一生产环节的规律，如编辑学、印刷工艺学、图书销售学等。出版生产科学是具体的出版业务和专业技术知识，是对出版生产实践

的最直接的概括，它的任务是介绍编辑、校对、装帧设计、印刷技术等方面的业务技术知识。出版经济学是现代出版科学体系的一个重要分支，它作为出版科学基础理论的重要组成部分，为其他分支理论尤其是为应用科学和生产科学提供理论基础，从而在出版科学体系中占有特殊重要地位。

出版经济学的特点是由它的研究对象的特殊性决定的。由于出版生产过程是精神生产过程和物质生产过程的统一，因而以研究出版生产的经济规律为对象的出版经济学，不仅是研究特殊商品生产的经济学，而且也是研究精神生产领域的经济问题的科学。它既要研究出版生产的经济规律，又不能脱离精神产品生产的规律去研究，它要从经济规律和精神产品生产的规律的矛盾运动中，去发现出版生产区别于一般商品生产的特殊规律。

三、出版经济学的研究方法和结构体系

马克思主义政治经济学的研究方法也应当是出版经济学的基本研究方法。马克思主义政治经济学的研究方法就是唯物辩证法，具体来说，主要是科学的抽象法。在《资本论》第一卷第一版序言里，马克思指出，“分析经济形式，既不能用显微镜，也不能用化学试剂。二者都必须用抽象力来代替”。^①在《资本论》这部划时代的巨著中，马克思正是运用科学的抽象法，从解剖资本主义的经济细胞——商品开始，一步一步地揭示资本主义生产方式运动的规律以及它的灭亡和被社会主义所代替的必然性。出版经济学的目的和任务虽然与马克思主义政治经济学根本不同，但马克思研究资本主义经济由抽象到具

^① 《马克思恩格斯全集》第23卷第8页。

体，即从简单的经济范畴上升到复杂的现象形态的方法，仍不失为科学研究的正确方法，因为它是客观的辩证过程在主观思维过程中的深化和再现。出版生产的最简单最抽象的范畴应该是出版物，而最大量、最常见、最普遍的出版物是图书。我们的研究就从图书开始。

10年来特别是近几年来，出版科学的理论研究已经起步，并在不少方面已经取得了可喜的成果，出版了一些论著，发表了大量论文。41年来社会主义出版工作，10年来的出版改革，积累了正反两方面的经验，这些为出版经济学提供了理论上的营养。出版经济学将吸取我国出版科学研究的成果和出版改革的经验，综合运用科学抽象法，定性、定量分析法，演绎归纳法和比较研究法，从大量的纷繁复杂的出版现象中，发现出版生产内在的固有的特殊的规律，从而建立具有中国特色的社会主义出版经济学。

出版经济学是一门正在建立过程中的新学科，它的结构体系当然会有不同的设想和不同的方案。本书的结构由绪论和八章组成，按其内容可分为四个部分：即由绪论和第一、二两章构成的总论部分，由第三、四两章构成的宏观出版经济部分，由第五、六、七三章所构成的微观出版经济部分，以及第八章研究我国出版业如何走向世界这一部分。这四部分也可看作是总论篇、宏观出版经济篇、微观出版经济篇和走向世界篇。本书的内容重点是“六论”：出版产业论、特殊商品论（出版物商品三重性论）、出版经济规律论、宏观出版调控论、微观出版管理论、出版经营决策论。

四、研究和学习出版经济学的意义

研究和学习出版经济学，是社会主义出版业发展的客观需

要。经过41年的发展，我国已经形成一个包括编辑、印刷、发行、教育、科研、物资供应、对外贸易等门类较为齐全、布局较为合理的出版产业。目前，我国绝大多数出版社的体制是事业单位，实行企业化管理，正在或已经实行向生产经营型转化；新华书店和印刷厂都是企业。在这种情况下，怎样使出版产业既能在经济上发展又能很好地履行社会责任？出版部门怎样在社会效益与经济效益上实现统一？这是长期以来特别是近10年来困扰我国出版界的大问题。显然，对这一理论问题的深入研究，单靠出版学、出版史学、编辑学是远远不够的，必须研究和建立出版经济学。因为只有通过严格意义上的全面的经济学的分析，才能从理论上说明整个出版产业的困难源于何处，才能制定合理的出版产业政策，也才能把出版产业的发展真正建立在科学理论指导的基础上。

研究和学习出版经济学，也是改善我国出版企业经营管理的需要。出版社作为事业单位，实行企业化管理，出版企业的经营管理同工商企业经营管理相比，也有着自己的特殊性。研究这一特殊性，对于搞好出版企业的经营管理无疑是必要的，而这也正是出版经济学的任务之一。

近10年的出版改革，丰富了中国特色的社会主义出版理论和实践，同时也向人们提出了一系列的新问题，许多改革措施成了出版界乃至文化界争论不休的热门话题。例如，图书价格改革问题，出版社实行社长负责制问题，试行承包经营责任制问题，乃至出版社的性质问题等等。这一系列迫切需要解决的新问题，都是出版领域的经济问题，或者说，都是出版经济学必须回答的问题。正确回答或解决上述问题，对于深化出版改革，促进出版事业的繁荣和发展，有着重要意义。

第一章 我国的出版业和出版经济政策

本书研究的是具有中国特色的社会主义出版经济学，因此，了解我国的出版业概况和出版经济政策，是研究和建立社会主义出版经济学必须依据的实践基础和出发点。

第一节 我国社会主义出版业的建立和发展

一、社会主义出版业的建立

中国是世界上最早发明纸张和印刷术的国家，出版工作有着悠久的历史。中国古代出版业的起源，可以追溯到甲骨文、青铜铭文，到殷代有了正式书籍——简策，西汉时期，纸张发明后，有了写本书，雕板印刷术和活字印刷术发明后又有了印本书。如果把发行的产生算作出版业的开端的话，我国的出版业自西汉末期出现书肆算起，至今已有2000年的历史。据杨家骆对我国历代书目中记载的古籍所作的统计，从西汉到清末，我国古代出版书籍总计为181755部，2367146卷。分年代数字如下：

西汉至清朝书籍产量表

年 代	部 数	卷 数
西汉及西汉以前(公元25年前)	1033	13029
东汉(公元25~220年)	1100	2900
三国(220~280年)	1122	4562
晋(265~420年)	2438	14887
南北朝(420~589年)	7094	50855
隋唐(581~907年)	10036	173324
五代(907~960年)	770	11750
宋(960~1279年)	11519	124919
辽金元(907~1368年)	5970	52891
明(1368~1644年)	14024	218029
清(1644~1911年)	126649	1700000

资料来源：《新中华杂志》1946年第4卷第7期。

由于历代从事出版工作的人们的辛勤劳动，使中华民族灿烂文化得以保存和传世，为人类文明作出了巨大贡献。但是在长期的封建制度束缚下，我国出版业的发展十分缓慢，始终停留在手工业生产水平。到近代，中国沦为半殖民地半封建社会，资本主义出版印刷业虽在我国产生并有所发展，但总体仍很落后。从辛亥革命后到新中国建国以前(1911~1949年9月)，据北京图书馆编印的《民国时期总书目》的出版说明，在这近40年间出版的中文图书约10余万种。到1949年，全国从事书刊印刷的职工人数不足4000人，排版能力只达1219.2万字，印刷能力不足20万令。^①而欧美等资本主义国家从18世纪中叶就开始进

① 据《中国出版年鉴(1985年)》第64页。

入图书的机械化生产时期，经过19世纪的大发展，到20世纪初已实现了排、印、装全面机械化。1947年，英国图书产量达到13046种；德国在50年代初年产图书14000种左右；日本出版工业在当时不算先进，但1949年年产图书已达20523种。旧中国的出版业比起许多资本主义国家已经大大落后了。

新中国的出版事业，是在解放区的人民出版事业和国民党统治区的进步出版事业的基础上起步的。1937年创业于延安的新华书店，发展到新中国成立前夕，在各地设立了分支店735处，印刷厂29处，职工8132人。1932年后在国民党统治区先后成立的生活书店、读书出版社和新知书店，于1948年11月合并为“生活·读书·新知三联书店”，至1949年9月，总店和北京、天津、上海等13处分店共有职工356人。^①新华书店和三联书店这两支革命出版队伍的汇合，就成为建国初期团结私营出版业职工、开创新中国出版事业的骨干力量。

新中国成立后，中央人民政府采取了一系列重大措施，着手在全国范围内建立社会主义出版事业：成立了出版总署专门领导管理全国出版工作，依法没收了国民党反动政府和官僚资本的出版业，将过去分散经营的新华书店统一为全国性的国营出版企业，接着又实行出版、印刷、发行分工专业化，对私营出版业进行了必要的调整和初步的社会主义改造，各省、市、自治区相继着手建立地方出版机构。到1952年底，以国营出版业为主体的社会主义出版业已基本形成。全国共有426家出版社，其中国营、公私合营出版社70家，私营出版商356家（绝大部分规模很小，职工人数很少）。^②1952年，全国共出版各类图书13692种（其中新书为7940种），总印数78566万册（张）。同新中国建

① 据方厚枢《新中国出版40年（上）》，《出版工作》1989年第10期。

② 据方厚枢《从统计数字看我国出版事业的发展》，《编辑之友》1987年第1期。