



中国出版产业发展研究丛书（第一辑）

总主编 蔡翔

当前出版企业 转型问题研究

A Research on Transformation of
Current Publishing Enterprises

陆颖 著

中国传媒大学出版社

陆颖，中国传媒大学编辑出版学专业博士。主要研究领域：中国传媒转企改制、出版经营与管理、数字出版。已发表论文：《论出版自由及其权利实现的技术动因》、《从出版物的外部性看出版企业利益与社会利益的统一》等。

中国出版产业发展研究丛书

中国传媒大学编辑出版研究中心推出

第一辑

论出版的文化自觉

自出版管理问题研究

● 当前出版企业转型问题研究

中国数字出版产业政策研究

出版传媒上市公司投融资研究

中国数字出版内容国际传播研究

媒介融合趋势下的出版变迁与转型

中文人文社会科学学术期刊评价体系研究

中国出版产业政策研究：社会转型与价值观建构

大学精神与大学出版：民国中央大学『学人办刊』研究

责任编辑 赵丽华 唐 颖

封面制作 泰博瑞国际文化传媒



PICUC

中国传媒大学
编辑出版研究中心推出

当前出版企业转型问题研究

A Research on Transformation of Current Publishing Enterprises

上架建议：传媒类·文化产业

ISBN 978-7-5657-1604-1



定价：42.00元



中国出版产业发展研究丛书（第一辑）

总主编 蔡 翔

当前出版企业 转型问题研究

A Research on Transformation of
Current Publishing Enterprises

陆 颖 著

中国传媒大学 出版社
• 北京 •

图书在版编目(CIP)数据

当前出版企业转型问题研究/陆颖著. —北京:中国传媒大学出版社, 2016.12

(中国出版产业发展研究丛书 / 蔡翔总主编)

ISBN 978-7-5657-1604-1

I. ①当… II. ①陆… III. ①出版社—体制改革—研究—中国

IV. ①G239.22

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 017697 号

当前出版企业转型问题研究

DANGQIAN CHUBAN QIYE ZHUANXING WENTI YANJIU

著 者 陆 颖

责任编辑 赵丽华 唐 颖

封面制作 泰博瑞国际文化传媒

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 北京艺堂印刷有限公司

开 本 710mm×1000mm 1/16

印 张 12

字 数 122千字

版 次 2016年12月第1版 2016年12月第1次印刷

书 号 ISBN 978-7-5657-1604-1/G·1604 定 价 42.00元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

序:改革是出版发展的唯一路径

中国传媒大学副校长 蔡翔

国家新闻出版广电总局近期发布了最新的产业分析报告。从“十二五”期间的产业数据看,我国出版业呈现出良性发展态势,且不乏亮点和拓展空间,再次增强了我们的士气和信心。“十二五”期间,图书出版营业收入大幅增长且年年增长,2015年达到822.6亿元,5年增幅达261亿元,增长了46.4%。传统出版与新兴出版的融合发展势头强劲,作为新业态的数字出版五年增长了318.7%,且每年增速超过30%,已成为增长最快的板块。出版业整体资本实力显著增强,据世界银行发布的资料,我国出版业投融资能力已稳居世界第一位,在跨国兼并中,中国已经成为第一大主力阵营。从以上这些分析我们不难看出,在中国的文化产业建设中,出版产业堪称中流砥柱。出版产业做不好,文化产业成为支柱产业就有可能成为空话;只有出版做强做大,文化才能真正强大起来。

我们亲历并紧密关注出版业发展,是出于产业思考,更是出于文化情怀。出版作为内容产业和文化事业,是人类知识积累和文化遗产的重要力量,寄托了一代又一代文化人的理想和情怀。出版传承文化的本质不会随着时代更迭和技术变革而发生变化,其本质与产业化运营并不相悖,产业是出版的载体,产业化运营是出版更好发挥社会功用的引擎,这已经被

过去十几年我们出版业翻天覆地的变化所验证,也是身处其间的我们真切感受到的。

2002年,党的十六大正式提出发展文化产业,十七届六中全会决定把文化产业发展成国民经济支柱型产业。我们的出版管理部门敏锐地捕捉到改革对于推动文化产业成为支柱产业的重大意义。以柳斌杰署长为代表的一代改革派,在其后的十年间,和支持者、同行者们一起,坚定地拉开了改革的序幕,推动了中国出版市场化的进程,有力地提升了文化产业在我国国民经济体系中的影响力、活跃度和话语权。

如今回首,从时间进程上看,这十年的中国出版体制改革具有渐进性特点,并表现出明显的阶段性。2003年,国家开展文化体制改革试点工作,出版体制改革拉开帷幕。2005年,随着中央《关于深化文化体制改革的若干意见》出台,出版体制改革工作全面展开,并按照区别对待、分类指导、循序渐进、逐步推开的原则,在出版全行业不断深化。改革不仅有路线图,更有时间表,始终有条不紊,稳扎稳打,取得一系列突破性成果。例如,国有经营性出版单位相继有序实现转企改制;又如,出版行业突破障碍开展跨地区、跨部门、跨行业并购重组,经此催生的大型出版集团和企业开始尝试上市融资,运用资本的力量不断提升市场地位……2009年,新闻出版总署《关于进一步推进新闻出版体制改革的指导意见》出台,增强了改革的攻坚力度,使改革总体上保持着积极稳妥、有效有序的态势。行至2011年“十二五”开局之时,全国581家图书出版单位除4家公益性出版社和部队出版单位外,地方、高校和各部委出版社基本完成转企改制任务,正式成为市场主体,走出与市场接轨的关键一步。到2012年十八大召开之际,原定十八大前完成的改革目标基本如期完成。

2002年至2012年间的改革成果丰硕,为中国出版业开拓了全新的局面。首先,改制帮助出版企业确立了市场主体地位,经营活力得以激发,出版生产力得到释放,全行业发展动力强劲,产业规模不断扩大。统

计表明,2012年新闻出版业总产出达1.6万亿元,而作为改革试点起始年的2003年这一数据仅为3000亿元,改革十年,产值提高了5.33倍。其次,改制推动了出版业的市场化进程,市场逐步成为配置出版资源的主要手段,出版业跨区域、跨媒体的资源整合不断深化,战略性重组所培育的大型出版传媒集团产业地位突出,竞争力越来越强。2011年年底前,全国已组建出版集团33家,其中不乏江苏凤凰出版传媒集团这样的百亿级产业航母。再次,改制使中国出版业探索资本化运营的勇气和信心不断增强,驾驭资本力量的手法也越来越娴熟。这一过程中,资本无孔不入地渗透到出版业各个角落,提升着中国出版业的活力。无论是上市融资,还是战略重组,资本越来越成为中国出版业得心应手的武器。而最后,最能激发中国出版人激情的是,改制使中国出版业开始放眼世界,坚定地迈步“走出去”。国际化是中国出版业未来发展战略的重要一环,是提升中国文化软实力的重要方向,事实上,这也是改革后产业强大带来的必然结果。

2012年是出版体制改革的一个分水岭。虽然中央确定的十八大前的改革任务至2012年年底业已完成,但改革并没有就此停步。党的十八大报告就文化领域发展提出了“促进文化和科技融合,发展新型文化业态,提高文化产业规模化、集约化、专业化水平”的新要求,中国出版业要实现这种优化升级,必须进一步深化改革,解放出版生产力。2002年至2012年仅走完改革的第一阶段,为我们出版业奠定了良好的发展基础,最大程度扫清了“拦路石”,但束缚出版生产力的因素依然存在。改革进入“深水区”,需要出版人以更大的信念、勇气和魄力破解深层次矛盾与问题。其时,我们抱以最大热情的出版业伴随改革进程也出现了一些不尽如人意之处,引发不少争议甚至非议,需要我们正本清源、继续前行。

所有的矛盾、问题、争议、非议,归结起来在这几个方面。其一,产业发展初期重规模轻质量的做法给我们出版行业带来很多泡沫,如在我相对熟悉的学术出版领域,推出了不少平庸之作乃至垃圾作品,引发整个学

术共同体的不安。必须解决发展是追求规模还是追求质量的矛盾,质量优先的发展方式才是可持续的。其二,出版产业的市场竞争力还不够强。由于体制机制等各方面的限制,目前很多出版企业产权改革仍不到位,还没有真正成为市场主体。其三,我们的法律制度环境还不够完善,统一开放、竞争有序、健康繁荣的大市场体系还没有完全建成,致使产业资源配置难以进一步优化,出版业资本运营遭遇瓶颈。而最后也是最重要的是,中国出版在当今世界出版格局中仍“大而不强”,我们现在的作品还不能进入具有世界影响力作品的行列,还不能用触及人类文明根本的话题引发世界的共鸣。在看到出版业天翻地覆的变化时,冷静审视这些客观存在的问题,继续拓展前行之路,是我们出版人的使命和义务。我们都有一个共识:改革是发展的根本动力,只有坚持改革,才能有发展;改革难免遇到问题和挑战,也正是改革让各种矛盾和问题愈加凸显,问题的背后往往潜藏着深刻的制度根源,而改革遭遇的问题恰恰只能通过深化改革、继续发展来解决。

改革是一代出版人的事业,只有置身于改革历程中的人,才能体味它所带来的诸般况味,有荣耀有光环,也有误解和遗憾。达成通过改革谋发展共识的“我们”,是这十几年出版改革的亲历者,包括新闻出版总署、各出版传媒集团以及出版研究机构有远见的领导们,他们曾是出版改革的推动者,同时,也是深入思索出版的过去、现在和未来的专家和学者。“我们”也有着中坚一代的成员,积极参与了出版改革的进程,并且正在后改革时代,主持和推动着出版产业的优化升级。“我们”还有出版学界培养的大量年富力强、充满创造力的年轻学人。

出版就是这样一个产、学、研息息相关的行业,理论积极指导着行业实践,行业变迁不断修正着我们的理论,形成了有机、良性互动的生态。作为柳斌杰先生的弟子,我很荣幸在先生指引下,主持了中国传媒大学出版社的转企改制,并创立了中国传媒大学编辑出版研究中心,比较全面地

参与到2002年至今的出版改革进程中。前者的市场化进程开启于2002年,后者则创立于2004年,十数年来,两者从不同角度见证了中国出版业的凤凰涅槃,自身也因侧身其间得以不断成长和壮大。某种程度上讲,我们的编辑出版研究中心,地处首都、背靠传媒,有效整合了政府、学界和业界的优势资源,已经成为中国出版人才培养和决策参考的一块高地。我们的导师团队,汇聚了近三十位充满改革意识和创新思维的新闻出版界元老、出版传媒集团新锐领导以及出版管理机构、科研院所的专家学者,他们和中心的硕士、博士、博士后一起,形成了学界、业界有效联动的学术和产业共同体。这个共同体,一直以客观辩证的眼光,对中国出版改革进行着系统总结、剖析与反思。

这套出版产业发展研究丛书是中心的阶段性成果,被推荐列为2015年度国家出版基金项目。原中国出版集团总裁,现任韬奋基金会理事长聂震宁先生在推荐语中称:当下的中国出版业机遇和危机共存,要实现从出版大国到出版强国的转变,需要探索具有中国特色的当代出版产业发展路径。“中国出版产业发展研究”项目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前沿问题,多视角、全方位地为中国出版产业发展提供理论支持和智力支持,具有重要的学术价值与现实价值。原中国新闻出版研究院院长,现任中国编辑学会会长郝振省先生也对丛书给予了积极的评价,认为丛书内容系统、全面,涵盖了出版产业政策、产业转型、投融资、技术创新、国际传播、数字出版、媒介融合、文化自觉、大学出版等热点问题,是一套具有完整意义的出版产业观察丛书;同时,丛书并不止于产业研究,更从文化的角度诠释了中国出版业对人类、对中国、对世界的意义。作为主编,我很欣慰地看到丛书的正式推出,也很感谢两位前辈的支持和推荐。我们中心将陆续推出丛书的第二辑,第三辑……不断跟进、记录并反思中国出版改革以及优化升级的进程,并以更为客观的视角和理性的积淀为此进程源源不断地贡献力量。目前第一辑的

作者大多还是中心的博士或博士后,他们都很年轻,普遍缺乏行业的历练,看问题的辩证性还有所欠缺。但他们的优点也很明显,没有桎梏、思维活跃、有跨学科背景、有国际化视野,是我们出版和文化产业研究的新鲜力量。丛书中《当前出版企业转型问题研究》《出版传媒上市公司投融资研究》《中国出版产业政策研究:社会转型与价值观建构》《中国数字出版产业政策研究》等都是对中国出版体制改革的客观观察,其中不乏尖锐的批评;《媒介融合趋势下的出版变迁与转型》《自出版管理问题研究》《中国数字出版内容国际传播研究》《中文人文社会科学学术期刊评价体系研究》等都能在相对开阔、与国际出版市场和评价体系对接的语境中谈论中国问题;《论出版的文化自觉》《大学精神与大学出版:民国时期“学人办刊”研究》则史论结合,从出版本质、出版价值这些更为根本的视角,以史为鉴,对中国出版产业发展的走向提出一己之见。

我很珍视丛书体现出的朝气和活力,我们的出版产业也正需要以这种朝气和活力不断推陈出新,打好深化出版体制改革、融合发展、内容创新的攻坚战;按照十三五的规划,建成文化保护传承体系、文化公共服务体系、文化产业发展体系等“六大”体系。在此过程中,值得关注和深入分析的问题还很多,包括公共服务体系如何建构、融合发展如何真正落实、学术出版机制如何调整、社会化出版现象如何看待、出版传媒法制建设如何推进、资本市场如何突破体制壁垒,等等,“中国出版产业发展研究”丛书后续将陆续推出同人的思考。我期待丛书真正成为一个开放性平台,聚合起更多同行者的力量,为出版行业、为文化产业的发展提供更多的理论和思想动力。我们的出版产业改革一直“在路上”,我们的研究和行业观察也会一直“在路上”。

目 录 Contents

绪 论 / 1

第 1 章 出版企业转型的动因和目标 / 20

第一节 出版企业转型的动因 / 21

第二节 出版企业转型的目标 / 30

第 2 章 出版企业转型过程中的主要问题和原因 / 36

第一节 透视出版产业发展现状:增长、滞胀和隐忧 / 37

第二节 当前出版企业存在的主要问题及原因 / 53

第 3 章 出版企业产权改革的深化:塑造市场主体 / 80

第一节 新制度经济学的企业理论 / 80

第二节 国有制企业与市场主体的内在矛盾及 角色定位 / 83

第三节 从出版社的改革历程看出版企业产权 改革的未来趋势 / 87

第四节 深化出版企业产权改革的思路设计 / 94

第4章 出版市场的完善:增强市场竞争 / 119

第一节 新古典经济学的市场理论 / 120

第二节 完善出版市场的措施 / 122

第5章 出版行政管理制度的创新 / 139

第一节 主办主管制度的改革 / 140

第二节 审批制度的改革 / 147

第6章 出版管理理念的调整 / 153

第一节 思想繁荣与出版做强 / 154

第二节 出版自由与思想繁荣 / 158

第三节 对调整出版管理理念的思考 / 165

结 论 / 172

参考文献 / 175

绪 论

一、题目界定

为了保证研究具有较严密的逻辑性,也为了让审阅者较准确地把握研究架构,有必要做出具体的界定。

第一,何谓“当前”? 根据官方发布的消息,经营性出版单位于 2010 年年底全部完成了转企改制任务。而事实上,直到 2013 年年底,一些出版社才最终完成清产核资、核销事业编制、企业法人登记、人员身份转换等工作,挂牌为“××出版社(集团)有限责任公司”或“××出版社(集团)股份有限公司”。因此,本研究的“当前”是指出版社完成公司挂牌程序具有法人资格之后的阶段。此外,“当前”在本书中还有更深的内涵和更长的时间跨度。当我们分析出版社转企问题时,这一时间用语还会与改革开放后长达三十年之久的出版业

发展历史发生联系。

第二,“出版企业”涵盖哪些出版类经济实体?直至2013年下半年正式写作之始,非时政类报刊单位的转企改制工作还处于进行时。鉴于研究对“当前”这一时间概念的具体限定,论文将以完成转企改制任务的图书出版企业为主要研究对象。但需要说明两点:一、媒介融合已经成为当前媒介产业的主流发展趋势,图书出版企业的经营活动不可能仅仅局限于图书领域,因此书中也会出现一些涉及报刊社的内容;二、虽然本书以国有出版企业为研究重点,但并不代表非国有出版企业被排除在研究视野之外。相反,本书认为,非国有出版企业是国有出版企业的一面镜子,是推动国有出版企业发展的新兴力量。

第三,什么是出版企业的“转型”?所谓转型,是指事物的结构形态、运转模型和人们观念的根本性转变过程。不同转型主体的状态及其与客观环境的适应程度,决定了转型内容和方向的多样性。企业转型是指企业长期经营方向、运营模式及其相应的组织形式、资源配置方式的整体性转变,是企业重塑竞争优势、提升社会价值,达到新的企业形态的过程。^①因此,转型主要包括制度转型和技术转型两层含义。现在出版业流行的“转型”概念主要是指技术转型,即出版企业从传统出版模式向“传统出版+数字出版”模式的转变。这一“转型”概念下的诸多迷茫和先行者的失败结果

^① <http://wiki.mbalib.com/wiki/%E4%BC%81%E4%B8%9A%E8%BD%AC%E5%9E%8B>.

已经凸显出制度转型不到位对出版企业的负面影响。对于正在从计划经济走向市场经济的出版企业而言,其当前的转型重点不是出版技术的升级,而是踏踏实实地建立与市场机制相适应的组织形式和发展方式。在组织形式上,出版企业要通过股份制改造,建立现代企业制度,从名义法人实体转变为真正的市场竞争主体;在发展方式上,出版企业应由主要依赖行政垄断转向依赖市场竞争发展壮大。而恰恰是在重要的组织形式和发展方式上,出版企业还有不少计划经济的残余。这是渐进式出版体制改革的必然结果,也是其重要标志之一。因此,本书所指的“转型”依然侧重于制度层面的改革,而非技术层面的改造。

二、问题缘起

成为世界文化强国是中国经济发展到一定程度的理性诉求。在建设文化强国的目标下,中国文化形态和文化建设发生了巨大变动,前者由单一逐渐向多元转变,后者也由过去福利性的“文化事业”向市场型的“文化产业”和公共性的“文化事业”发展。其中,文化产业在整个国家文化建设中的地位与作用与日俱增,已经成为当今中国文化建设的重要主题之一。在文化产业发展的链条中,出版产业是不能缺失的关键一环。凡勃伦认为:现代文明的物质基础是工业体系,而使它活跃起来的主导力量是企业。^① 出版产

^① [美]凡勃伦:《企业论》,蔡受百译,商务印书馆2012年版,第3页。