

“传媒经济理论与出版产业转型研究”系列丛书

Beijing Ban Quan Mao Yi Yu
Ban Quan Chan Ye Fa Zhan Yan Jiu

北京版权贸易与 版权产业发展研究

张志林 张养志 等 © 著



印刷工业出版社

本书获2009年北京市教委学科建设专项《传播学出版产业研究方向凝练与标志性成果建设》
(项目编号: 05090109002) 经费资助

“传媒经济理论与出版产业转型研究”系列丛书

Beijing Ban Quan Mao Yi Yu
Ban Quan Chan Ye Fa Zhan Yan Jiu

北京版权贸易与 版权产业发展研究

张志林 张养志 等 © 著



印刷工业出版社

内容提要

本书作为北京社科规划项目的研究成果,以大版权观念和全球化视野,全面梳理了北京地区版权贸易的现状、问题和发展建议。全书分为三个板块:首先,通过文献回顾分析和前期研究实践,清理版权贸易和版权产业的历史发展线索,对版权贸易与版权产业研究文献和研究进展进行梳理与评价;然后,通过有关统计数据,对北京开展版权贸易及版权产业具体门类结构、发展特点以及文化创意产业相关指标进行量化分析;最后,在实证研究基础上,运用分析框架对北京版权作品交易和产业集群发展特征、数字环境下版权利益平衡机制的新变化以及版权产业提升文化软实力的方式等进行了深入探讨。

图书在版编目(CIP)数据

北京版权贸易与版权产业发展研究/张志林,张养志著. —北京:印刷工业出版社, 2009.12
传媒经济理论与出版产业转型研究系列丛书
ISBN 978-7-80000-867-2

I. 北… II. ①张…②张… III. ①版权—国际贸易—研究—北京市②版权—产业—发展战略—研究—北京市 IV. F752.658.6 G239.271

中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第212682号

北京版权贸易与版权产业发展研究

作 者: 张志林 张养志等

责任编辑: 魏 欣

责任校对: 郭 平

责任印制: 张利君

责任设计: 张 羽

出版发行: 印刷工业出版社(北京市翠微路2号 邮编: 100036)

网 址: www.keyin.cn www.pprint.cn

网 店: [//shop36885379.taobao.com](http://shop36885379.taobao.com)

经 销: 各地新华书店

印 刷: 北京通州丽源印刷厂

开 本: 787mm×1092mm 1/16

字 数: 280千字

印 张: 15.625

印 次: 2009年12月第1版 2009年12月第1次印刷

定 价: 32.00元

I S B N : 978-7-80000-867-2

◆ 如发现印装质量问题请与我社发行部联系 发行部电话: 010-88275707 88275602

总

序

当人们的基本物质消费得到满足以后，对提升文化享受的精神产品的需求将会急剧增加，这给文化产业的发展提供了广阔的市场空间。尤其是在文化产品的生产和消费过程中，一方面对自然资源和能源的消耗非常低，另一方面又能与信息技术、网络技术和数字技术深入地对接和融合，使文化艺术具有新的表现形式，传播渠道拓展，传播速度快捷。这说明文化产业作为提供文化内容、满足消费者精神需求的产业，与其他物质产业有着本质的区别。如果说物质产品注重消费其物质形态的话，那么文化产品则强调消费其内容。回顾国际上文化产业发展的历史就会发现，凡是在社会动荡、生活陷入困境的时候，人们对精神文化的需求不会减少，反而会增加。这是由于文化产品具有抚慰心灵、舒缓情绪、感受美好等功能。例如，在1929~1933年世界经济危机的影响下，美国经历了建国以来最动荡、最困难的一个时期，实体经济遭受重大影响，但是，它的迪斯尼、华纳、百老汇等一大批著名的文化企业和创意品牌却应运而生。1997年亚洲金融危机期间，由于金融危机对日本及韩国造船工业等传统工业产生了严重的破坏，日、韩两国经济出现严重衰退。两国政府为摆脱困境，制订了“文化定国”的战略，走上以文化创意产业“刺激内需、拉动出口”重振经济的道路。经过长年不懈努力，动漫产业已经成为日本的第三大产业，其销往美国的动画片及相关产品的总收入，是其出口到美国钢铁总收入的4倍。在文化产业规模上，日本成为仅次于美国的第二大国。韩国凭借电影、电视在东亚乃至全球掀起了一波巨大的“韩流”热潮，网络游戏业的销售额已经达到15亿美元，几乎占全球网络游戏市场的一半，其相关产业链的价值超过了汽车业。

国际文化产业发展表明，文化产业具有逆经济风向、反经济周期的特点。实体经济的衰退往往不会导致文化产业的萎缩，反而会使其逆势而上，持续发展。正如文化部文化产业司王永章司长在2008年11月北京举行的“当前金融危机对我国文化产业影响座谈会”上所指出的，这次金融危机来势凶猛，不可避免地要影响到文化产业的发展。但另一方面，金融危机也给我们提供了机

遇：一是文化产业科技含量高、环境污染小、发展潜力大、资源消耗少，符合国家调整产业结构、优化产业结构要求；二是符合国家扩大内需、促进消费的要求；三是金融危机影响到我国传统的出口企业，反而给中国文化产品“走出去”创造了机遇；四是从内需来讲，文化消费是一个新的经济增长点；五是新媒体、新文化业态的兴起也为文化产业快速发展提供了有利条件。

作为文化产业的有机组成部分，出版产业的发展直接影响着我国文化体制改革的深化程度，也直接影响着我国社会主义文化大发展大繁荣战略的实现程度。改革开放30年来，出版业依次经历了“解放思想，大胆探索，创新体制机制”和“确立市场化和产业化发展方向，调整出版组织结构，形成比较完整的市场体系”等发展阶段后，进入了“深化体制改革，坚定不移推动出版业产业化、市场化”的新阶段，更加明确地顺应着21世纪以来出版产业发展的基本态势。

（一）出版生态化

20世纪60年代加拿大传媒理论家和哲学家马歇尔·麦克卢汉（H. Marshall McLuhan）提出了“传媒生态”的概念。他认为，传媒生态是研究传媒如何影响人的一种学问，“传媒生态是探讨传播媒介如何影响人的知觉、了悟、感受和价值观；人类如何利用传媒求生。生态这个词引申为对环境的研究：包括环境结构、内涵及对人的影响。最终，环境是一个复杂的信息系统，对人类的思考、感受和行为方式有所限制。”他把传媒生态锁定在人与传媒的关系上，尤其是传媒对人的影响方面，以生态系统的观点，来考察人与传媒之间的相互关系。^①出版业作为传播媒介的一种形式，以其生产的各类文化产品承载一个国家、一个民族的文化精神和文化传统，传承一个国家、一个民族的文明，不仅产生着巨大的精神财富，而且也作为知识经济时代的支柱产业不断增长着社会财富，是一种构成推动社会向前发展独特的、重要的文化资源。从可持续发展的角度看，出版业也具有传媒生态的性质，也要处理好人与出版业之间的相互关系，因为围绕出版业所进行的生产、交换、分配、消费活动总是以人为中心展开的，出版业发展的根本目的就是不断满足人们日益增长的精神和文化需求。

出版业生产的是内容产品，无论是内容本身，还是承载内容的物质载体都是稀缺资源，这种稀缺性必然要求市场主体在约束条件下实现出版资源使用效率的最大化。这就是我们提出出版生态化的基本前提。出版生态化，就是指在文化已经成为核心竞争力的传媒时代，出版业内部各结构要素之间、出版与其他媒介之间、出版业与其生存环境之间，必须保持一种良性的互动关系。也就是说，使出版业与其所处的客观生态环境的发展一体化，使两者在相互影响中

① 王文科、刘新荣主编：《传媒导论》，杭州：浙江大学出版社，2006年版，第19页。

实现持续、健康和协调发展。应该说,环境在宏观上影响着出版业的结构、功能和产业内外的相互作用,并制约着出版产业的整体运行以及决策者的举措。出版生态化所遵循的是可持续发展的基本原则(公平性、持续性、协调性、共同性等)和生态学的基本原理(自我调节、循环再生、生态平衡等)。我们认为,在当今世界工业文明向生态文明转变的过程中,出版业应顺应时代要求,率先在传媒业中树立新的发展理念,转变发展方式,建立与生态文明相适应的新型出版生态体系。

(二) 出版融合化

出版融合化是出版产业发展的又一态势,依据融合主体的不同,我们可以将出版的融合化分为两种基本模式。

1. 出版形态融合

建立在最新科学技术水平之上的数字传播,已经成为21世纪信息时代的主要特征。数字传播一方面导致人们对信息的需求欲望更加强烈,另一方面又使受众面对纷繁多样、亦真亦假的信息而无所适从。这就需要出版业这种传播媒介尽可能利用这一平台有针对性地对各不相同的需求者提供满足一定偏好的有价值信息。目前,可以说所有的出版形态和手段都离不开数字传播这一平台。反过来说,数字平台为传统出版和网络出版提供了在更高水平上共享信息的条件,为两者之间的融合与互动创造了动力和条件。例如,对于报纸而言可能是一个很简单的步骤——当内容已经被电脑以数字化的形式制作出来——建立一个万维网的网站,然后将报纸文章上传上去。因此,报纸发行社已经成为了互联网公司。事实上,很多媒体奉互联网为它们本质事业的亲近数码兄弟。^①拥有内容优势的传统出版与拥有技术优势的网络出版只有在竞争的基础上融合互动,才能实现共同发展。融合是趋势,融合能够加快出版新旧形态在传播内容、传播方式和手段,以及运营理念等方面发挥比较优势,加快出版业改革的进程,提高出版资源的使用效率。

2. 出版业微观经营主体融合

科学技术的迅猛发展,同样也使世界范围内的出版产业微观经营主体呈现快速融合化趋势。出版产业集中度越来越高,尤其是20世纪90年代从以美国为代表的西方发达国家开始的企业并购和整合浪潮,形成了一批出版集团。出版业微观主体之所以通过融合成为企业集团这种组织结构,首先是因为产业内具有范围经济的存在;其次是社会化大生产的必然结果。在市场经济条件下,通过分工促使生产专业化程度提高的直接结果是社会交易费用增大。为了降低

^① [美] 大卫·克罗图、威廉·霍伊尼斯:《运营媒体》,北京:清华大学出版社,2007年版,第83页。

交易费用,有联系和协作关系的媒介必然要不断固定他们之间的产品联系;最后,是国际化发展的需要。例如,在美国今天的媒体巨头几乎通过融合几乎进入了媒体的所有方面:出版、电视、电影、音乐、互联网,甚至更多。在威廉·伦道夫·赫斯特(William Randolph Hearst)建立的强大报业集团中,与其相关联的传媒形式包括报纸、杂志、书籍和商业出版、电视和无线广播、有线电视网络节目、报业特色销售、电视节目制作和销售,以及新媒体活动。公司在2000年初期的资产已经包括了7家广播电台、26家电视台、20多家杂志社和销售机构,以及16家纯商业出版社,当然还包括30种日报或周报。^①

20世纪90年代以来,我国出版业的竞争程度也不断增强,同时,随着中国成为WTO成员,国外传媒集团受国内市场趋于饱和的条件约束,携带着强大的资本开始进入中国逐步开放的出版市场,这必然使出版业会面临更大的压力和挑战。为了避免目前多数出版企业规模较小,而且条块分割、地域分割、各自为政、重复建设、资源浪费的被动局面,整合出版资源,通过走企业融合之路来降低运营成本,提高出版业整体竞争力和抗风险能力就成为一种必然的选择。

(三) 出版市场化

经过30年的改革,中国已经放弃了计划经济体制,正处在向市场经济转轨的过渡时期。众所周知,与计划经济相区别的是市场经济的资源配置方式和主体。在市场经济条件下,资源配置的主体是企业和个人,方式是市场机制。总体上看,我们的经济中非公有制经济在GDP中的贡献已在一半以上,这个经济体制中的企业与个人有决策权,由市场机制调节,已经市场化了。^②这说明我国的经济已基本具备了市场经济的一般特性,即均等性、趋利性、自主性、竞争性、开放性和规范性。但与相对成熟的市场经济相比较,国有经济的资源配置方式仍然没有发生根本性转变。国有企业尽管也进行了股份制改造,但并没有成为市场经济中真正独立的企业,决定它们资源配置的仍然是政府,政府通过对国有企业的直接控制而主导资源配置。目前,虽然国有经济在GDP中占不到50%,但却控制着关系国计民生的垄断性、资源性部门。由于这一部分中政府仍然作为资源配置的主体,通过行政命令方式来配置资源,当然还谈不上是市场经济。从这个层面来说,出版业具有典型性。

从20世纪80年代中期开始,在市场经济体制改革的大趋势下,新闻出版业逐渐开放了广告市场,广告收入成为支撑经济基础的主要来源,基本上实现了从依靠国家财政转向了依靠市场。但是从体制上讲,出版业的资源配置方式

^① [美] 大卫·克罗图、威廉·霍伊尼斯:《运营媒体》,北京:清华大学出版社,2007年版,第78页。

^② 梁小民:《写给企业家的经济学》,北京:中信出版社,2006年版,第273页。

仍然保留在计划体制以内,而且其意识形态属性还赋予了新闻出版业一个特殊的垄断权力。这样就在新闻出版业内形成了一种非常特殊的情况:一方面它是意识形态宣传工具,需要独立于市场;另一方面又是商业赢利的工具,必须依赖于市场。结果使新闻出版单位既不能充分有效地提供公共文化产品及服务,又没有形成真正意义上的经济主体地位,当然也就不能把它落实为一个国家能够有效监管的调控对象。今天,不论是从发达市场经济条件下出版业的发展状况看,还是从我国深化文化体制改革的要求看,出版市场化都是必然的选择。出版市场化改革中最核心的问题是确立出版机构的市场经济主体地位。也就是说,要使市场配置资源的基础性作用在出版业内得到很好发挥,要使出版机构在政府宏观调控下按照市场要求规范运作,首先就必须把出版机构变成一个自主经营的市场主体,这个主体生产的产品性质可以不一样,但其经济性质是不能否定的,它必须承担经济主体的法律责任。

(四) 出版全球化

在1960年出版的《传播探索》一书中,马歇尔·麦克卢汉提出“地球村”理论,从传播学的角度揭示了全球化的概念,即地球上人类可以利用先进的通信技术,克服自然地理因素的限制而进行信息的自由传播。然而,从出版的产业属性来看,我们更愿意从经济学的角度对出版的全球化态势进行分析。

1. 出版品消费全球化

进入21世纪以来,建立在数字平台之上的全球性文化信息传播,使人们的文化生活不仅有了量的扩张,而且有了质的飞跃。作为全球文化市场的一个重要环节,全球性出版消费的特点之一是便捷性。作为消费者,人们可以通过互联网和网络出版浏览世界各国的报纸杂志,也可以了解世界各地的文化和风土人情。与此同时,由于贸易自由化进程的加快和贸易壁垒的减少,一本畅销书,从霍金的《时间简史》到妮特·沃斯和戈登·德莱顿的《学习的革命》,可以在世界各地以不同的文字同时发行。这说明消费虽然是由生产决定的,但消费反过来又形成市场,促进生产的发展。从当前出版产业发展的现状看,不管人们消费怎样的出版产品,也不管人们作为怎样的消费者进行消费,全球性出版消费市场逐渐形成已经是一个不容置疑的事实。

2. 出版品生产全球化

出版品消费的全球化和全球出版市场的开拓,使出版品生产从以往一个国家内部的分工协作发展到跨地区、跨国度的分工和协作,从而使出版产业的资源配置国际化。许多跨国出版集团通过联合和兼并把不同企业在不同国家和地区的生产和销售网络组织起来,实行直接的全球性生产和销售,从而绕开各国的关税壁垒以及非市场壁垒,提高资源配置效率和销售利润。美国的《读者文摘》不仅在国内发行480万份,更在全球范围内以19种文字发行,共有48

种国际版本,其发行量达2800万份,美国的《大都会》杂志在世界范围内也发行了36个网际版本,赢得了丰厚的利润。^①日本媒体更是善于利用中国香港作为国际信息中心的优势,把其报纸内容迅速传到东南亚地区。日本的《朝日新闻》和《日本经济新闻》从20世纪90年代末就开始在中国香港地区开设卫星版,让香港的印刷厂几乎是与日本的印刷厂同时开印。

3. 出版业竞争全球化

20世纪中叶以来,美、英、法、德等国家的出版产业开始迅速发展,不仅形成了完善的组织管理系统,有显示其比较优势和竞争能力的稳定产品类型,而且都有巨大的经济效益。美国的图书市场每年出书4万种,年收入超过50亿美元。英国的日报销售量人均是世界上最高的。法国有期刊杂志15000家,刊物年销售量达80亿元。^②出版产业的发达,使各国在出版品的生产和销售上展开了激烈的竞争,尤其当美国出版品充斥着世界各国的文化市场时,更引起包括发达国家在内的绝大多数国家的抵制。目前,发达国家国内的市场已经逐渐饱和,因此,很多有实力的出版集团将国际市场看做它们未来发展的关键,越来越趋向将目标锁定全球市场来销售其产品。它们或者通过探寻更为有效的竞争途径和手段来掌控其他国家的同类企业,或者通过创新营销策略和手段直接将出版品销售到国外市场。总之,发达国家的主要出版集团面对日益激烈的竞争都变成了“以全球战略做本土化经营”的全球参与者,它们代表了出版产业结构转变的方向。

虽然顺应产业发展态势的出版业对国民经济的发展做出了贡献,产业体系初步形成,产业规模持续扩大,产业实力不断增强,以公有制为主体、多种所有制共同发展的产业格局初步形成,基本满足了人民群众日益增长的精神文化需求,正在成为推动社会主义文化大发展大繁荣的重要引擎和经济发展新的增长点。但是,从外部环境和内部机制来看,出版业的产业化、市场化、数字化水平还有很长的路要走。一方面,出版业与国内其他产业相比还相对弱小,其增加值仅占GDP的1%左右;出版产业的非市场化因素还有很多,市场在配置资源中的基础性作用还没有充分发挥出来。另一方面,改革开放30年来,出版业赖以生存的经济基础、传播技术、运行机制和国际环境均发生了明显的变化。就传播技术而言,出版业在数字化方面仍处在边缘状态。一些传统出版单位还没有意识到数字出版“山雨欲来风满楼”的趋势;有的意识到了,也采取了一些措施,但属于设置网页,委托发行,处于水平小打小闹的水平和阶段;有的决心很大,投入不少,但没有形成理想的赢利模式。^③也就是说,在科学发展观

① 华建:《软权力之争:全球化视野中的文化潮流》,上海:上海社会科学出版社,2001年版,第116页。

② 刘吉发、岳红记等:《文化产业学》,北京:经济管理出版社,2005年版,第210页。

③ 郝振省主编:《中国新闻出版业改革开放30年》,北京:人民出版社,2008年版,第14页。

理论的指导下从全球视角出发进行产业结构调整、转变经济增长方式,提高整个行业出版资源的配置效率,推动产业协调、可持续发展,就必须改变出版业目前在市场体制建设、政府职能转换等方面滞后于整个改革进程的被动局面。

正是基于我国出版产业的发展现状和所处的态势,党的十六大提出了深化文化体制改革、发展文化产业的战略任务,党的十七大进一步对深化文化体制改革、推动社会主义文化大发展大繁荣作出了战略部署。为了落实中央深化文化体制改革的战略部署,2009年4月份,新闻出版总署出台了《关于进一步推进新闻出版体制改革的指导意见》,就此拉开了出版产业改革的新帷幕。从改革的路线图和时间表来看,针对北京出版业而言,深化改革的内容主要体现在两个方面:第一,培育竞争主体。通过实现产权改革和建立体现现代企业制度的公司治理结构,在体制层面消除影响市场发挥资源配置基础性作用的制度瓶颈,拓宽融资渠道,培育跨媒体、跨地区、跨行业、跨所有制的战略出版企业集团。第二,转换经营机制。经营机制的转换也体现在两个方面,一是适应企业微观层面现代企业制度建设的需要,在出版社或出版集团内部建立起能够提高资源配置效率的激励——约束机制和企业队伍。二是在企业外部通过增加投入、转换政府职能、增强活力、改善服务,建立以政府为主导、以公益性单位为主体的出版公共服务体系,使人民群众基本文化权益得到更好保障,即把政府职能的“无限性”转变为“有限性”,使其真正通过法律和经济途径对出版业发展进行宏观调控和提供公共服务职能方面来。9月份,国家又出台了《文化产业振兴规划》(简称《规划》),从政策方面对出版产业发展方向给予宏观指导。《规划》把包括出版在内的文化产业发展现状归结为“四个不相适应”,即:我国文化产业的发展水平还不高、活力还不强;与人民群众日益增长的精神文化需求还不相适应;与日趋完善的社会主义市场经济体制还不相适应;与现代科学技术迅猛发展及广泛应用还不相适应;与我国对外开放不断扩大的新形势还不相适应。《规划》指出,要抓住文化产业“逆势而上”的特点,做到“六个进一步”,即:市场主体进一步完善,产业结构进一步优化,创新能力进一步提升,市场体系进一步完善,产品和服务出口进一步扩大。出版业要推动产业结构调整 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的数字出版产业转型。出版物发行业要积极开展跨地区、跨行业、跨所有制经营,形成若干大型发行集团,提高整体实力和竞争力。与此相关的印刷复制业要发展高新技术印刷、特色印刷,建成若干各具特色、技术先进的印刷复制基地。积极发展纸质有声读物、电子书、手机报和网络出版物等新兴出版发行业态,采用数字、网络等高新技术,大力推动出版产业升级。

北京作为出版产业规模较大、集团化水平较高、集聚效应明显的国际性文化之都,有着提升出版业整体竞争力和比较优势的资源禀赋条件。而适应国家

文化体制改革和北京文化创意产业发展的需要,在后奥运时代北京提出的“人文北京、科技北京、绿色北京”发展战略,又为深化出版业改革的系统实践提供了机遇和舞台。出版业深化改革的实际和北京“三个北京”战略构想下文化创意产业发展的需要,要求学术界通过精心策划和设计,适应行业改革和发展的进程,不断创新学术研究,凝聚学术成果,提高服务出版产业的智力层次和解读相关政策的能力与水平,对改革的新举措、新任务和新动向营造具有系统性、理论性和可操作性的舆论环境和对口服务。作为一所以印刷、出版为特色的传媒类大学,北京印刷学院长期以北京市重点建设学科——传播学和北京出版产业与文化研究基地为依托,不断凝练以出版为主体的学科研究方向,打造突出应用型研究的标志性成果,对北京文化创意产业发展和出版业改革中的一些热点、难点问题进行了卓有成效的理论分析和对策研究,为学科影响力的提升和人才培养质量的提高奠定了扎实的基础。但相对于“三个北京”的战略要求和出版业生态化、融合化、市场化和全球化的发展实际来说,传播学出版产业研究方向亟需在基础理论研究、解读和诠释出版产业转型的学术集成方面形成在行业内和学术界有一定影响的应用型标志性学术成果。这就需要优化出版产业研究方向学术资源,通过精心设计、策划和组织学术力量来加强传媒经济基础理论研究,并把理论与出版业转型的客观实际相结合,有目的地积累研究成果,并与北京发展要求和行业改革实际建立学术对接。

基于以上分析,我们拟在以往学术积累的基础上,通过夯实学科基础(传媒经济理论)、形成自己的理论体系(出版媒体理论)和研究方法的基础上,瞄准出版业转型过程中的热点和重点问题有针对性地开展研究,最终形成以“传媒经济理论与出版产业转型研究”为题的系列丛书。具体来说,包括以下几个方面的研究内容:(1)传媒经济与出版产业理论研究。其重点是在理清传媒经济理论体系的基础上,分析传媒经济与出版产业的关系,进而提出出版产业的理论分析模型。(2)出版产业转型研究。其重点是以北京为主线,分析出版业产权改革与公司治理、政府职能与出版业公共服务体系建设、版权贸易与版权产业发展、北京出版产业结构与经营机制、文化产业政策与法规等。该系列丛书的研究将以经济学、管理学相关理论为基础,坚持文献综述与比较分析相结合,定量研究与定性分析相结合,统计分析归纳演绎相结合,走规范研究与实证研究并重的科学分析之路。尤其是要通过文献综述和比较研究,建立传媒经济和出版产业理论分析体系;通过定量和定性相结合,建立对北京出版业转型问题的研究框架,以便更加科学地揭示北京出版业转型的发展规律,把握北京出版业转型的本质,理清北京出版业转型中的各种关系,并预测其发展趋势。

张养志

2009年12月



近 20 年，信息技术对社会生产生活的强大渗透作用，以及国际经济和贸易出现的新的变化，知识经济、知识产权的影响凸显出来，国际社会、政府部门和不同学科都在关注知识资源开发利用和保护的问题，提出许多与版权产业相关的概念和研究路径，一些国家政府也形成了与知识产权有关的基本政策纲领。版权及相关产业的兴起和发展是当代经济、文化、科技融合发展在产业层面的具体表现。它以其独特的形态演变和运行方式与其他产业发生广泛而复杂的联系，极大地影响一个城市、一个国家的经济运行和社会文化发展。这一方面反映了在经济全球化和知识经济条件下，国际社会对知识产权日益成为国家发展战略性资源的关注；另一方面也反映了政界、业界和学界在经济社会结构升级与一国发展道路选择上的积极探索与推进。

我国开展包括版权在内的知识产权理论研究与实践，是在改革开放 30 年的发展历程中逐步建立和发展推动的。本著作也是在总结这一发展历程中通过系列专项课题有针对性地进行研究而集成的学术成果。我们选择从知识产权促进我国经济社会发展这个与知识资源开发利用紧密联系的研究角度出发，进行北京版权贸易与版权产业发展的分析。在进行连续性研究过程中发现，近几年我国将知识产权强国作为国策，各级政府制订计划促进整个经济结构的升级调整，知识创新激励和资源的产权保护正在深入进行，与版权相关的经济文化研究十分火热，新概念和新研究层出不穷，反映出社会科学研究的繁荣和对国家建设的参谋作用不断加强。这与几年前本课题的设计有了很大的变化，因此，仅仅表述版权贸易和版权内部相关部门的量化结果，很难反映鲜活的版权产业发展的理论与实践活动，已经不能完全适应社会科学研究服务于现实发展需要的要求。有鉴于此，提升学术视野，扩大观察视角，围绕课题设计进行新的选择和定位，将研究的逻辑植根于改革开放 30 年我国知识产权从无到有的发展历程，并考察同期我国在加入世界贸易组织（WTO）过程中对版权经济利益重要性的学习认识，便于我们能够从知识经济、知识产权、版权贸易与版权产业发展的内在联系上，深化对北京版权贸易和版权产业发展的认识。

2005年,北京印刷学院张志林教授率领本课题组在完成北京市哲学社会科学规划重点项目《北京版权贸易现状与发展对策研究》(课题编号:02BJAJG090)之后,对开展版权贸易最为活跃的图书出版业版权经济发展进行深入研究,完成北京市哲学社会科学规划重点项目《北京出版业版权经济发展研究》(课题编号:SZ200610015004);从2006年开始,依托以往研究积累,开始关注版权贸易、版权产业与北京文化创意产业的发展,并将研究内容逐渐汇集于《北京版权贸易与版权产业发展研究》(北京市社科规划项目,课题编号:05BJDJG166)。2007年,张志林教授率领团队成员在从事该项目研究的同时,又参加了国家知识产权战略研究重大课题,承担《国家版权战略研究》子课题《我国版权相关产业发展研究》,从宏观层面上加强了我们版权贸易版权产业发展的认识。2008年又参加了北京市社科规划办陈之昌主任主持的社科规划课题《北京地区图书版权贸易面临的问题及对策研究》(课题编号:08BJG211)。从2002年开始至今的连续性研究,使我们能够比较清晰地把握我国尤其是北京市开展版权贸易、发展版权产业的历史轨迹,发展阶段特征以及发展的走势,也看到了殊途同归的研究力量汇聚在版权与文化创意产业的研究上。

本著作作为北京市社科规划项目《北京版权贸易与版权产业发展研究》的部分研究成果,在研究框架设计上,以探寻与版权相关的知识产权研究脉络为起点,对版权产业相关的概念进行辨析,对各种研究路径进行梳理,以清晰版权产业有关的制度设计的逻辑线条。全书内容共分为三个板块:

首先,通过文献回顾分析和前期研究实践,清理版权贸易和版权产业的历史发展线索,对版权贸易与版权产业研究文献和研究进展进行梳理与评价。总结提出了新时期版权贸易与版权产业的发展特点和其呈现出的多学科交叉研究取向。其发展特点表现在:知识产权成为构建创新型国家、提升国际影响力的战略决策;知识产权保护纳入国际贸易体系,版权产业受到国际社会极大重视;版权贸易促进文化创意发展的客观事实,使其在建立国际版权新规则上发挥着重要作用;版权产业在国家知识产权战略层面体现增强文化创新能力的政策意志等。尽管世界各国对建立什么样的知识产权保护制度存在分歧,但是在加强知识产权保护、提高国家创新能力、促进经济发展和社会进步等问题上,国际社会基本形成了共识。认识这样的时代发展背景,使我们对版权贸易和版权产业的研究有了历史支撑点。

其多学科交叉研究取向是:知识产权研究从法学领域向多学科交叉融合的全景式发展转变;知识产权经济价值研究从工业产权向版权发展转变;版权利益平衡研究从权利人和公众向促进产业的三者利益平衡发展转变;版权贸易研究从图书门类向多类别多角度发展转变;版权保护研究从讨论现实“书本”

向虚拟“文本”环境发展转变；版权产业研究从管理领域向多重视野下的关注议题发展转变；产权交易研究从借鉴引进向版权资本化、交易常态化发展转变。应该说，学术界对版权贸易和版权产业的多学科研究，顺应了国际产业结构调整关注科技文化创新和社会经济可持续发展的基本态势。

其次，对相关研究概念、内涵及外延进行梳理，对版权产业与相关产业分类体系进行关联性评析，找到诸种研究的联系和走势。尤其在产业分类体系四位代码层面，找到核心版权产业与文化创意产业研究对象的高度关联性，从而建立起核心版权产业与北京文化创意产业发展的联系。通过对国内外开展与版权产业关联研究的溯源，指出五条相关路径的研究发展走向，为多角度定性与定量考察分析版权贸易、版权（文化创意）产业廓清了道路。在此基础上，通过有关统计数据整理，对北京开展版权贸易及版权产业具体门类结构、发展特点以及文化创意产业相关指标进行量化分析。

再次，在实证研究基础上，运用分析框架对北京版权作品交易和产业集群发展特征、数字环境下版权利益平衡机制的新变化以及版权产业提升文化软实力的方式等进行了深入探讨，最终形成了我们对北京版权贸易和版权产业发展的思考与建议。具体包括：第一，通过对版权贸易与版权（文化创意）产业的关联性分析，指出大力开展版权贸易对推动北京文化创意产业发展的经济学意义；第二，通过对北京核心版权（文化创意）产业的集群性分析，提出北京文化创意产业聚集的五种类型，并对聚集效果进行了评价；第三，通过对数字环境下的版权主体利益格局进行分析，提出版权利益管理机制实现的四种形式及其相互联系，对促进版权（文化创意）产业发展与利益平衡的版权保护原则进行了阐释；第四，通过对文化软实力的解读，分析版权（文化创意）产业提升文化软实力中存在的问题，提出版权（文化创意）产业提升文化软实力的重要作用。

本著作的研究内容已经通过北京社科规划项目的专家评审和验收。专家一致认为，该项研究工作呈现以下特点：

第一，学术性强，是北京地区具有开创性的专题研究，具有较高理论水平。著作中，对版权产业及其相关概念的梳理、版权产业的发展历程及其研究内容的分析比较全面；文献评述条理清晰，对主要研究领域的进展判断比较客观，利用文献总量变化进行相关领域评析的方法新颖；进行北京版权产业一级相近关联的文化创意产业的量化分析说服力较强；在北京版权贸易、版权产业的理论分析中提出的一些观点有学术价值。

第二，针对性强，是一项系统性很强的有益学术工作，具有一定的应用价值。该项研究对于北京市明确文化创意产业发展方向、转变城区发展结构、改变粗放型的发展模式具有重要的借鉴意义。尤其在知识、科技、文化的集约发

展方面,国内目前还没有针对版权产业宏观政策、核心版权产业发展、北京文化创意产业定位等关键问题的深入分析成果的情况下,该研究成果有助于促进政府相关部门和企业掌握新的经济增长方式,熟悉版权产业运作机制,进一步提高财税、金融等手段扶持版权贸易发展的能力,从而在较高层次上推进版权产业可持续发展;有助于政府主管部门及版权企业提高对“国家版权贸易基地”和国际版权交易中心发展的认识,促进版权行业增强对版权贸易公开市场价值的认识,并积极参与。

本书由北京印刷学院张志林教授拟定写作提纲,提出总体框架并组织实施;张志林教授、张养志教授统稿和修改。参加本书撰写的具体分工是:

第一部分:版权贸易、版权产业研究进展及相关路径梳理与评析

1. 版权贸易与版权产业相关研究进展的梳理与评析(张志林、陈丹);
2. 与版权产业相关的研究路径梳理与评析(张志林、张舍茹、黄孝章);
3. 与版权产业相关的多学科研究对象评析(张养志、张志林);

第二部分:北京版权贸易与核心版权产业实证研究

4. 我国内地和北京版权贸易现状及特点(张志林、陈丹、包蕴慧);
5. 北京核心版权产业与文化创意产业量化研究(张志林、付海燕、何孟洁);

第三部分:北京版权(文化创意)产业发展若干理论与实践探讨

6. 文化创意产业与版权贸易(张养志、陈丹、吴亮);
7. 北京核心版权(文化创意)产业集聚分析(张志林、华宇虹、周康);
8. 数字环境下版权利益管理机制研究(梁婧、包蕴慧、何孟洁);
9. 版权产业与文化软实力提升研究(邓志龙、黄孝章、李小琴);
10. 促进北京版权贸易与版权产业发展的建议(张养志、黄孝章、张巧梅)。

本书的出版得到了北京市教育委员会2009年学科建设专项《传播学出版产业研究方向凝练与标志性成果建设》(项目编号:05090109002)经费的资助。在编辑出版过程中,印刷工业出版社刘积英副社长、魏欣编辑给予了关心和帮助,在此表示衷心感谢。作为针对北京版权贸易和版权产业的探索性研究成果,书中难免有疏漏和不当之处,敬请同行和读者批评指正并提出宝贵意见,以便我们在今后的研究中不断改进。

作者

2009年12月于北京



总序	001
前言	009

第一部分 版权贸易、版权产业研究进展及相关路径梳理与评析

第一章 版权贸易与版权产业相关研究进展的梳理与评析	003
第一节 版权贸易相关概念界定	003
一、版权贸易的定义与特点	003
二、版权贸易的功用	004
三、版权贸易与 GATS	005
四、版权贸易与 TRIPs	006
第二节 版权贸易与版权产业发展的时代背景考察	006
一、知识产权成为构建创新型国家，提升国际影响力的 战略决策	006
二、知识产权保护纳入国际贸易体系，版权产业受到 国际社会重视	007
三、版权贸易促进文化创意发展在建立国际版权新规则上 发挥重要作用	008
四、版权产业在国家知识产权战略层面体现增强文化创新 能力政策意志	009
第三节 版权的多学科研究趋向于关注科技文化创新和社会发展	011
一、知识产权研究从法学领域向多学科全景式发展	011
二、知识产权经济价值研究从工业产权向版权发展	012
三、版权利益平衡研究从权利人和公众向促进产业的三者 利益平衡发展	016

四、版权贸易研究从图书门类向多类别、多角度发展·····	017
五、版权保护研究从讨论现实“书本”向虚拟“文本” 环境发展·····	021
六、版权产业研究从管理领域向多重视野下的关注议题发展·····	024
七、产权交易研究从借鉴引进向版权资本化、交易常态化发展·····	026
第二章 与版权产业相关的研究路径梳理与评析·····	031
第一节 国际上与版权产业相关的研究路径梳理·····	032
一、起源于美国版权研究, 90 年代由世界知识产权组织推动的 “版权产业”·····	032
二、起源于法兰克福学派, 90 年代由联合国教科文组织定义的 “文化产业”·····	033
三、起源于欧洲, 90 年代以英国政府为代表推动的“(文化) 创意产业”·····	035
四、起源于日本, 90 年代由欧盟、经合组织推动的“(数字) 内容产业”·····	037
五、起源于美国经济学研究, 90 年代由经合组织定义的 “知识产业”·····	039
第二节 我国与版权产业相关的研究路径梳理·····	041
一、承接国际组织推动、我国知识产权战略纲要确定的 版权产业研究·····	041
二、借鉴外国转型实践、我国政府着力推动的“文化(创意) 产业”研究·····	042
三、承接国际组织推动、我国政府支持体现媒体融合的“数字 内容产业”研究·····	044
四、具有中国特色、由国家发展规划推动的“现代 服务业”研究·····	046
五、承接经合组织界定、90 年代末在国内热议的“知识 产业”研究·····	048
第三节 与版权产业相关的研究特点与文献总量变化评析·····	050
一、版权产业相关研究发展方向的三大特点·····	050
二、相关研究的文献计量观察与评析·····	050
三、相关研究文献总量变化的评析·····	054
第三章 与版权产业相关的多学科研究对象评析·····	056
第一节 版权相关产业的具体类别界定·····	057
一、世界知识产权组织(WIPO)界定的版权产业具体类别·····	057