

2009

ZHONGGUO MINYING SHUYE FAZHAN YANJIU BAOGAO

2009 中国民营书业 发展研究报告

国有民营合作状况调查

GUOYOU MINYING HEZUO ZHUANGKUANG DIAOCHA

郝振省 / 主编

魏玉山 / 副主编



中国书籍出版社

ZHONGGUO MINYING SHUYE FAZHAN YANJIU BAOGAO

2009 中国民营书业 发展研究报告

国有民营合作状况调查

GUOYOU MINYING HEZUO ZHUANGKUANG DIAOCHA

郝振省 / 主编

魏玉山 / 副主编



中国书籍出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

2009 中国民营书业发展研究报告：国有民营合作状况调查/郝振省主编. —北京：中国书籍出版社，2010.6
ISBN 978 - 7 - 5068 - 2115 - 5

I. ①I2… II. ①郝… III. ①私营经济 - 书店 - 经济发展 - 研究报告 - 中国 - 2009 IV. ①G239.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 098328 号

责任编辑 / 庞 元

责任印制 / 熊 力

封面设计 / 周周设计局

出版发行 / 中国书籍出版社

地 址：北京市丰台区三路居路 97 号（邮编：100073）

电 话：(010)52257142(总编室) (010)52257154(发行部)

电子邮箱：chinabp@vip.sina.com

经 销 / 全国新华书店

印 刷 / 北京温林源印刷有限公司

开 本 / 720 毫米 × 1000 毫米 1/16

印 张 / 14.25

字 数 / 230 千字

版 次 / 2010 年 11 月第 1 版 2010 年 11 月第 1 次印刷

定 价 / 34.00 元

版权所有 翻印必究

《2009 中国民营书业发展研究报告》

课题组及撰稿人名单

主 编：郝振省

副 主 编：魏玉山

执行组长：鲍 红

撰 稿 人：鲍 红 张守礼 刘伟见 吴妍妍

娜 拉 李 松 朱 鹰 冯 祺

依然前进中的民营书业

(代序)

魏玉山

2009 年虽然已经过去了，但是对 2009 年中国民营书业的认识依然难以达成共识。喜悦者说，中国民营书业迎来了又一个春天；忧患者说，中国出版业再次出现了“国进民退”。可见，要对 2009 年中国民营书业的发展态势作出一个完整的概括是相当的困难。但是，梳理 2009 年中国民营书业走过的历程，我们发现，每一种说法都有它存在的基础，每一种说法都有其提出的逻辑。

我想说，对于中国民营书业，并且不仅仅是民营书业，希望与失望并存是一种常态，进与退交织在一起是事物发展的规律；但我相信，希望总会大于失望，退一步是为了进两步，中国民营书业依然在前进。

2009 年对中国民营书业来说，是喜悦的一年：4 月，新闻出版总署颁布了《关于进一步推进新闻出版体制改革的指导意见》（以下简称《指导意见》），《指导意见》的第 14 条提出：引导非公有出版工作室健康发展，发展新兴出版生产力。按照《国务院关于非公有资本进入文化产业的若干决定》（国发〔2005〕10 号），鼓励和支持非公有资本以多种形式进入政策许可的领域。按照积极引导，择优整合，加强管理，规范运作的原则，将非公有出版工作室作为新闻出版产业的重要组成部分，纳入行业规划和管理，引导和规范非公有出版工作室的经营行为。积极探索非公有出版工作室参与出版的通道问题，开展国有民营联合运作的试点工作，逐步做到在特定的出版资源配置平台上，为非公有出版工作室在图书策划、组稿、编辑等方面提供服务。鼓励国有出版企业在确保导向正确和国有资本主导地位的前提下，与非公有出版工作室进行资本、项目等多种形式的合作，为非公有出版工作室搭建发展平台。

《指导意见》的出台，被民营书业视为“春天”到来的重要信号：民营出版工作室不仅政治上合法，而且还是新兴的文化生产力；不仅不再限制其存在，而且还要为其发展搭建平台。

按照出版流程，民营书业可以分为从事图书选题策划与编辑出版的文化工作室、从事图书印制的民营企业、从事图书发行的民营发行企业，以及其他服务企业。其中，发行企业与印制企业已经得到了合法的身份，只有文化工作室因其处在出版流程的前端，与意识形态关联最紧，而迟迟得不到认可。在此之前，政府文件中如果提及，多是与问题一同出现，是作为制度的破坏者和对立面需要规范的对象。《指导意见》从政治上认可了文化工作室，是具有里程碑意义的。尽管有人对文件的操作性还有疑虑，但仅就政治认可而言，认为民营书业迎来了春天也不为过。《指导意见》的出台，是思想解放的一大进步，是对出版规律认识的一大进步。

这种喜悦，不仅仅来自政治上的认可，还来自国有出版单位的认可。《指导意见》出台以后，国有出版单位纷纷主动与民营出版工作室接洽，探求合作方式。据某民营公司介绍，他们曾经在一个月内在接待了数批来自全国各地的出版社考察团，前来商谈合作事宜。并且，也是在2009年，全国最大的出版集团之一凤凰出版传媒集团与民营文化公司合作成立公司，中南出版传媒集团等也与民营文化公司牵手。

这种喜悦，还不仅仅来自政治上的认可，更有来自市场的认可。在畅销书，尤其是大众传播度最广的畅销书领域，民营图书和带有民营色彩的出版物起码占据了90%的市场份额。以2009年各类畅销书排行榜为例，在文学领域，《小团圆》、《杜拉拉升职记》、《盗墓笔记》、《藏地密码》、《风声》、《做单》、《浮沉》等均为民营出版公司出品；在历史领域，畅销书排行榜前8位的《明朝那些事儿》（1~7）和《历史是个什么玩意儿》，也都是民营出版公司策划的；在大众健康领域、漫画领域、时政领域、青春文学领域的畅销书背后，更多有民营出版公司的身影。（参见沈浩波《中国民营出版，春天还是噩梦？》）据某网上书店介绍，2009年，在他们书店销售量最大的单位前三名都是民营文化公司的图书。

2009年，对中国民营书业来说，也是艰难发展的一年，这种艰难主要表现在民营书店的发展上。从2008年开始，陆续有数家全国知名的民营书

店停业，如明君书店、第三极书局等，不知名的小民营书店停业的则更多。不仅如此，从2009年5月召开的第六届中国民营书业高峰论坛上，也传递出艰难的信息，一些多年来一直参加民营书业论坛的老朋友由于经营状况不佳没有前来开会，据说有的还转向其他行业了。其实，从民营书店出现的窘况可以看出整个图书发行行业的不景气。一些地方的国有新华书店，虽然没有停业，但是出现转业的现象也不少。据报道，北方某省会城市的新华书店，位于城市中心黄金区位的图书大厦，虽然冠以图书之名，却只有部分楼层用来售卖图书和音像产品，而作为卖场黄金位置的一层和其他楼层的主要柜台都改卖电子产品和药品。在中小城市，新华书店出租店面的也并不罕见。据新闻出版总署的统计，2008年，全国图书发行网点数量比上一年减少了3.59%，其中国有书店和国有网点与上一年相比减少了3.95%，其比例高于总体；2009年的统计还没有出来，但是预计不会逆转。大型国有新华书店选择了继续坚守，是其要承担更多社会责任的要求。

其实，书店的艰难不仅是在中国，2009年11月中旬，英国鲍德斯旗下的45家门店全部进入清仓处理状态，鲍德斯是英国第三大连锁书店，占英国图书市场5%的份额。2009年底，加拿大的麦克纳利·罗宾逊书店进入破产保护程序，这家加拿大最大的独立书店拥有4个大型店面，属于“迷你连锁”店，它将关闭在多伦多和温尼伯新开的两家店。

传统的实体书店的生存面临严峻的挑战。怎么办？道路可能有三条。一是任其自由发展，接受所谓的市场选择，这似乎符合市场经济的逻辑。二是进行干预，法国政府不仅为中小书店提供资金支持，还为一些具有文化气息的书店授予了“独立书店榜样”的标志，以保护文化的多样性。三是书店自身的调整，以寻求生存之道。如果可以，我希望我们走中间的道路，政府拿出一定的资金，对中小特色书店进行补贴，因为这些特色书店存在的价值在于文化更甚于商业。

改革开放以来的民营书业，曾经在政策的夹缝中生存，在市场的夹缝中发展；现在，政策上的通道已经在不断拓宽，市场上的竞争却更加激烈。过去生存需要的是勇气与胆量，现在发展更需要的是智慧。

（作者系中国出版科学研究所副所长）

目 录

主报告

2009

目
录

国有民营合作状况调查报告	鲍 红 / 3
--------------------	---------

随着时间的推移，双轨制的不利、消极影响日益显现。双轨制是一种冲突型的双重体制，新旧体制胶着对峙，相互摩擦，以及双重体制下存在的诸多漏洞，在相当程度上影响产业的高效率。而且，竞争的结果并未必然使资源从低效率制度流向高效率制度，政府和国有企业仍然是稀缺经济资源的主要支配者。双轨并存的局面久拖不决，必然引起经济生活的混乱，甚至改革的天折。

案例调查

长江出版集团与民营书业合作模式探析	鲍 红 / 37
-------------------------	----------

中国的民营企业，包括民营书业企业，九死一生，后面已经倒掉了上万家，我们看到的这些留下来的绝对是有竞争力的。但是500多家国有出版社，没一家因为经营不善而破产的，根本没有退出机制。如果民营企业有个好的政策的话，大概三年之内，赶上国有是没有问题的。它的成长性超过我们的想象。我们来民营企业之前也在怀疑，但干过民营企业的，让回国有企业，都不愿意回去了，主要是想做点事。当然，回去养老是不错的。

资本对接资源——北方联合出版传媒集团与民营公司合作个案

..... 娜 拉 / 59

取长补短的合作是国有与民营双方共同的诉求所在。获得资金扩充现金流，取得安全的身份，搭上国有出版机构上市的顺风车让民营文化公司的资产成为原始股，是合作对于民营的诱惑；而吸纳优秀的民营文化公司为国有出版机构增加新的经济增长点，是国有想要做大盘子的选择。

民营教辅类公司与国有出版社合作状况调查 鲍 红 / 74

正常来说，企业应该交增值税。民营教辅公司实质上是一家生产企业，应该把销售款项减去生产成本，进行抵扣交税。但按流通企业的标准，纸张、印刷款就不属于他们业务范围，是不能抵扣的。如果这样的话，民营公司的税赋就非常大。于是有人开始用纸张费、印刷费去税务局抵扣。税务局不知道出版行业的具体规定，是认可抵扣的，等于默认了这些公司是一个生产性企业。于是越来越多的公司开始效仿。做是做了，但这种错位是每个民营书业老总的一块心病，只能做，不能说。

民营社科公司与出版社合作状况调查 吴妍妍 / 109

选择什么样的出版社合作，对于民营公司也存在两难。如果想要更多更好的条件，除非面对的是弱势出版社，而弱势的出版社，又无法提供可靠的服务给自己。与强势的出版社合作，对民营的品牌会是一个提升和促进，但对对方的要求又会比较高。

国有民营合作，来自体制内的声音 鲍 红 / 121

以现在的合作模式，最后绝大多数都是出版社失败。因为你的理念比他落后，你的办法没有他多，投入的人员不够……最后走着走着，你会发现所有有竞争力的东西都在别人手里。出版社如果不使劲，在机制改革上不花大力气，再往后走几年就会非常困难，因为市场的门槛会越来越高。

分析探讨

民营与国有合作出版的风险及其突破 刘伟见 / 143

毫无疑问的是，在目前的体制下，即使有新的合作模式的产生——比如出版社参股民营出版公司，或者两者共同注册成立公司——书号始终是出版社的独有资源。这就注定了国有民营合作政策地位的不对等。不对等的合作存在着诸多的复杂因素，由此，很多民营出版公司对合作采取观望态度也就可以理解了。

国有民营书业体制比较研究 李 松 / 149

国有出版单位的先天优势，一是来自于“审批制”的垄断出版资源，二是单一所有制之下积累起来的品牌优势、资源优势和市场优势等，这是民营企业所无法比拟的。但与此同时，困扰着国有出版社发展的根源，也正是他们最引以为豪的“国有”身份：出资者单一，而且出资人却处于“虚拟”状态。由于所有者的缺位带来的责、权、利不明晰，大多数出版社人浮于事、效率低下、矛盾重重、行为短视；只有小部分出版社真正利用好了先天优势，并积极创新体制机制，成为行业的翘楚。

出版体制改革与民营书业发展——寻求中国民营书业发展的杠杆解

..... 张守礼 / 162

倡导国有民营合作，对于维持国有主导、扩大民营参与是不错的选择，但从出版业长远发展的角度和实际推进案例来看，效果则未必好。原因在于这种模式有着先天的缺陷和无法克服的内在矛盾：第一，在民营没有真正的主体地位的情况下，任何合作都是很难平等的，不对等的“婚姻”是不会幸福也不会持久的，多半会是“一场游戏一场梦”；第二，只抓大（以做大做强国有出版社为主旋律）、不放小（开放民营）的模式难以建立一个良好的产业生态系统，更容易导致行政主导的“物理打捆式”重组，结果是只大不强和资源错配。

2019
目
录

访谈笔记

访谈笔记 鲍 红 朱 鹰 / 175

按血统论是没有道理的，应该还客观规律以本来面目，让真正有素质的人来做真正的事，并有程序保证。估计中国新生的真正的出版家就产生于经过市场搏击的人当中。

总之，我们需要解决三个问题：一是如何给体制外的职业化出版力量以合法地位；二是如何使中国出版业的资源实现良性配置，促进健康的市场竞争；三是如何消除党和政府的担心和顾虑。

附 录

国有民营合作大事纪 冯 祺 / 207

主 报 告

国有民营合作状况调查报告

鲍 红

首先，破题。

这里所说的国有民营合作，是指目前政策环境下，民营公司为从事图书出版活动与国有出版社开展的各种合作。

民营出版在新中国成立之初曾经是我国出版业的主体。1950年，大陆共有图书出版社211家，其中民营出版公司184家，占总体的87%。之后，我国参照前苏联的出版管理模式，对私营出版业进行调整和改造。1956年6月，对私营出版业、发行业、印刷业的社会主义改造基本完成，仅有少部分民营资本以股份的形式留存在公私合营的出版社内，只参加分红而不参加管理。1957年以后，随着一系列政治运动的开展，这些“资本家”陆续退出。到“文化大革命”前，出版业已成为单一的公有制形态。

1978年党的十一届三中全会召开，确立了改革开放的政策，民营经济重新获得发展。30年来，图书出版中的印刷环节已经放开，发行环节也先后放开了零售、批发和总发权。但出版环节一直有严格的准入限制，出版社设立须有部级或司局级以上主管，而且须符合“总量控制，布局合理”的原则。截至2009年底，我国批准的出版社不过580家（含副牌社）。国有出版社是法定的出版主体，1987年国务院在通知中明确规定，除国家批准的出版单位外，任何单位和个人不得出版在社会上公开发行的图书、报刊和音像出版物，违者属非法出版活动。

出版环节虽然没有开放，但国有出版社无法满足巨大的市场需求，于是民营文化公司应运而生。他们沿着市场与政策的空隙不断成长，目前已经撑起出版业的半边天。

但民营公司一直没有合法的出版资质，要想从事出版活动，必须与国

有出版社进行合作。而国有出版社也乐于利用这块丰富的社会资源，有的甚至依赖与民营公司的合作，目前绝大多数出版社与民营公司都有不同程度的合作。

一、 国有民营生存状态

我们先了解一下国有出版社和民营出版公司的生存现状，这是双方合作的背景。

（一） 国有出版社的生存状态

国有出版社是经国家正式审批赋予出版权的法定出版单位，他们享有许多民营公司遥不可及的优势。

首先是拥有较多的政策资源。除了拥有象征出版权的书号外，还有税收优惠，以及国家和地方的保护，如教材的出版与租型、各种政府项目出版，有的地方还将多销本版书作为考核当地新华书店的重要指标。其次，出版社的正式员工是国家事业身份，解决户口、编制，有较好的福利保障（如医疗，甚至包括子女的医疗，早年还有分房），有优越的退休政策（以事业身份退休养老金是企业的2~3倍）。

国有出版的主业利润来源，总体而言，可以分为六部分：一是各种教材，二是系统教辅，三是与民营公司合作出版，四是党政用书与政府项目，五是自带经费的出版，六是自主策划的一般图书。

教材出版可分为高等教材、职业教材、系统教材、中小学教材、幼儿园教材。中国教材市场基本为国有出版社独占，教材利润约占国有出版单位利润的50%以上（部分出版社可达到90%以上甚至100%）。教材既有自主研发，也有政府指定，其中有优秀之作，但联编联用的问题也比较突出。教材中利润最大的一块是中小学教材，多由人教社研发，各地出版社租型，虽然利润巨大，但各地没有创新。在各个省市，仅教材租型利润就达数千万元甚至过亿元，这些是出版社的主要利润来源。

系统教辅主要来源于地方保护，目前出版社基本退出了竞争激烈的市场化教辅，主要是通过教委或新华书店目录征订。据行业估计，系统教辅

占国有出版单位利润的 20% ~ 30%。在一些省份, 就是每个出版社分包一定区域的教辅, 基本保证人手一套。不需市场竞争, 却能利润可观。

与民营公司的合作出版, 一种是书号合作, 另一种是各种形式的合作出版。我国活跃着数千家民营文化公司, 都要经过出版社这道关, 他们与出版社展开的各种合作, 正是本书下文研究的重点。

党政用书与政府项目, 包括政府工作报告及各种党的学习文件, 还有国家或地方支持的出版项目。比如某地方出版集团的“四库全书”, 中央拨款 2 000 万, 地方又配套 6 000 万。× × 出版集团的“× × 文库”, 预计出版经费 1 个亿, 前期拨款就达 4 500 万。近年来一些出版集团的数字出版项目, 也得到不少政府资金的支持。

自费出版即是作者自带经费的出版, 大体可分为三类, 一是学校或科研院所自带经费的出版, 多有课题经费支持; 二是各级政府或地方志的出版, 经费由地方政府支出; 三是社会上大量个人的自助出版, 就是个人出钱或包销图书。

出版社自主策划的一般图书有两类: 一类主要是用于政府评奖, 基本不走市场; 另一类用于市场零售, 是真正面向大众读者的出版。

如果按各板块的利润贡献来算, 教材教辅利润约占 70% ~ 80% 左右的比例, 其次党政用书、政府项目、合作出版、自费出版也占一定比例, 真正自主策划的一般书利润是比较少的。能够通过一般书赚钱的, 是少数选题能力较强、运营机制较好的出版社, 多数出版社自主策划的一般书是不赚甚至赔钱的, 以至一家出版社的财务对编辑说: “你们不策划本版书就是对出版社的最大贡献。”

当然, 具体到每家出版社, 利润结构是不一样的。

生存较好的出版社, 可以分为两类: 一类是能力型的, 一类是资源型的。

所谓能力型, 就是虽有一定的政策资源, 但同时自身策划能力也比较强, 经营管理机制比较好。他们有的是有自主研发的优秀教材, 如外研社、北师大社; 有的是通过与民营公司合作, 逐渐完善了社内的竞争机制, 如机工社、清华大学社。总体来说, 他们基本都有各种教材或系统教辅的丰厚利润作支撑, 教育出版利润基本占其总利润的 50% 以上。只有极

2009

中国民营书业发展研究报告

少数是完全在一般书市场树立起自己的品牌，如中信出版社。总体来说，能力型的出版社是少数，约占 570 余家出版社的 1/10。

所谓资源型，就是自身策划能力和经营机制一般，但资源丰富，许多有教材租型、系统教材和系统教辅的出版社就属于这一类。许多有教材租型的出版社，年利润都在数千万。有系统教材和教辅的出版社也不必费很大力气，但利润非常可观。总之，这类出版社活得很好，很轻松，但严重依赖政策资源。

还有的出版社是政策资源不多，自身创造和机制也平平，甚至很落后，其利润主要来源于系统教辅、合作出版（或买卖书号），以及自带经费的出版。有利润，但也不大，吃不饱，也饿不死，他们是出版行业金字塔的庞大底座。尤其是地方出版集团化以后，许多集团将分散在各社的教材甚至成熟的教辅收归集团，越来越多的出版社沦落到这个底座。

近些年来，政府主管对大社强社资源倾斜，对优秀出版社不限书号，也在加速出版社的分化。大社强社一面在资源倾斜中壮大，可以吸纳更多的社会资源，一面又能以更强的实力向社会抬高合作门槛，民营合作者和自费出版者要付出更多的代价。以××出版集团为例，年出版品种达8000多，50%的品种和利润来源于自带经费的出版，20%是与民营公司的合作出版。

出版社有较多的政策资源，有以国家为后盾的信誉担保，有多年积淀的专业人才，有多年完善的规章制度，图书编校更为严谨，员工队伍较为稳定，经营运作也比较规范。但同时也受到一些制约，自身能力较强的出版社感到发展受到制约，有力气无处使；而经营水平再差的出版社，也能靠书号合作、自费出版活下去。

出版社领导来自上级主管单位的任命，多是做官的思维，以稳定或不出事为首要目标。许多委派的领导不熟悉出版，制定的考核办法不符合出版规律。有的才熟悉业务又被调走，出版政策常随人变化。还有的领导甚至只是来出版社过渡级别（出版社社长是局处级），一家出版社7年换了5任社长，极大影响了出版业务的正常开展。这种现象普遍存在，以致李朋义在谈及外研社快速发展的成功经验时，半开玩笑地归功于主管单位“放水养鱼，不换社长”，道出了一半的实情。