



中国出版集团公司·香山论坛书系

香山论坛
2008
XIANGSHAN FORUM 2008

科学发展与出版产业创新

Scientific Development and Publishing Industry's Innovation

中国出版集团公司战略发展部◎编



中国出版集团
中国对外翻译出版公司

香山论坛 2008 | 科学发展与出版产业创新

中国出版集团公司战略发展部 编

中国出版集团
中国对外翻译出版公司

图书在版编目(CIP)数据

2008年香山论坛:科学发展与出版产业创新/中国出版集团公司战略
发展部编. -北京:中国对外翻译出版公司, 2009.9

ISBN 978-7-5001-2282-1

I. 2… II. 中… III. 出版工作—中国—文集

IV. G239.2-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 180283 号

出版发行 / 中国对外翻译出版公司

地 址 / 北京市西城区车公庄大街甲 4 号物华大厦六层

电 话 / (010) 68359376 68359303 68359101 68357937

邮 编 / 100044

传 真 / (010) 68357870

电子邮箱 / book@ctpc.com.cn

网 址 / <http://www.ctpc.com.cn>

出版策划 / 张高里

责任编辑 / 岑 红

特约编辑 / 全冠军

封面设计 / 小徐书装

内文设计 / 巴蜀阳光图文设计有限公司

印 刷 / 北京未来科学技术研究所有限责任公司印刷厂

经 销 / 新华书店

规 格 / 710×960 毫米 1/16

印 张 / 16.25

字 数 / 180 千字

版 次 / 2009 年 10 月第一版

印 次 / 2009 年 10 月第一次

ISBN 978-7-5001-2282-1

定价: 28.00 元



版权所有 侵权必究

中国对外翻译出版公司

香山论坛是“三好论坛”（代序）

中宣部出版局局长 张小影

11月，是北京一年中色彩最丰富的时候，也是香山景色最美的时候。香山，首先意味着美景，漫山遍野的红叶美不胜收；它同时也意味着攀登，因为只有攀上“鬼见愁”，才有可能见到更好的风景。中国出版集团公司每年不仅选择香山作为我们论坛的地点，还正式把我们的论坛命名为香山论坛，这其中的含义是不言自明的。

和往届相比，今年的香山论坛显然有几个非常鲜明的特点。

第一，时机好。本届香山论坛正逢全国上下隆重庆祝改革开放30周年，全党正在深入开展学习科学发展观，这样一个背景使得这次论坛有了特殊的意义。1978年以来的30年，是中国的出版业发展最为迅速，发挥作用最为显著的时期。之所以能够有这样的成就，毫无疑问是广大出版工作者坚持走改革开放之路的结果。出版业是中国改革开放的亲历者、参与者和受惠者，当前出版业的整体发展态势良好，但是如何在国际国内形势发生深刻变化的背景下，我们依然还能够与时俱进，实现出版业的全面协调可持续发展，不仅需要我们很好地总结30年来的成功经验，进一步坚定改革开放的决心和信心，更需要我们全面地去审视出版业在实践科学发展过程当中必须面临的新情况和必须解决的新问题，进一步明确我们新的发展目标和工作思路。从这个意义上说，香山论坛是大家总结出版改革开放30年的经验，交流学习实践科学发展观体会的一个很好的平台。我相信每个人都会从这一次的论坛交流当中获益，也包括我自己。

第二，主题好。本届香山论坛以科学发展与出版创新为主题，准



备从多方面来研讨出版产业在新形势下如何创新，这个题目很有现实意义。胡锦涛总书记说过，文化是最需要创新的领域，出版业作为最具特色的文化产业之一，历来是与文化创新、科技创新如影随形，当前出版业发展处在一个关键时期，网络和数字技术的应用，大大地改变了人们接收和传播信息与知识的方式，这一革命性的变化，对于传统出版业而言，既是极好机遇，又是巨大挑战。出版业能否抓住机遇，成功地实现转型，取决于我们能否进一步解放思想、能否尽快地学习和掌握现代科技创新成果，从而不断地创新出版承载文化的形式和传播手段。从这个意义上说，本届论坛给大家提供了一个探讨创新出版业的发展理念和发展方式的好机会。

第三，形式好。本届香山论坛除了继承了往届的特色，邀请到国内各大出版发行集团的老总云集于此外，还邀请了不少国际知名出版企业的掌门人前来参加，中外同行会聚一堂，大家就出版业的走势和发展前景进行深入地研讨，为促成新的业态方式、新的传播方式、新的营销手段和新的管理模式出谋划策，可以说这是一次智者之间的对话，不同的视角，不同的观点，相互碰撞以后点燃的必将是创造的激情和智慧火花。我相信这些激情和火花，最终将转化为出版业的创新能力。

中国出版集团公司是我国最具影响力的大型国有出版企业，是出版领域的排头兵，在引领中国出版业走科学发展道路，促进社会主义文化大繁荣、大发展方面具有不可推卸的责任。两年以前，他们创办了香山论坛，希望能为国内的同行提供一个相互交流的平台，也希望能够使自己获得更多学习和提升的机会。现在这个良好的愿望正在实现，衷心地祝愿香山论坛不断扩大影响力，吸引更多的智者参加，成为出版领域的知名品牌。

(此文根据张小影局长在香山论坛上的讲话整理)

目 录

香山论坛是“三好论坛”(代序)	张小影 001
克里思托弗·白德信 浅论中国“走出去”战略	002
陈翠玲 关于中国出版“走出去”的几点思考	009
陈锦涛 数字出版——新华书店面临的机遇和挑战	015
龚 莉 大众图书在电子商务时代的盈利模式	026
郝明义 社群出版如何创造新的阅读需求	034
郝振省 科学发展与出版创新	040
安德鲁·惠特克劳夫特 中国“走出去”——中国出版在未来世界 市场中的角色	069
李 峰 出版创新与科学发展	076
李朋义 从国际出版集团的发展路径看中国出版产业的多元化与专业化 ...	090
李 岩 新知培养转深沉——国学热下中华书局的出版思路	095
林国夫 贾砚丽 从 2010 年上海世博会看中国对外翻译出版公司 战略发展机遇	101
刘伯根 数字出版产业的发展现状及思考	110
孟传良 也谈信息化条件下百年老店的出版创新	128
聂震宁 科学发展与出版产业创新	135
潘凯雄 关于建构出版产业科学发展评价体系的一点思考	145

彭 斌	中国科技期刊的集团化发展	150
齐 峰	资源整合是出版产业科学发展的助推器	158
孙月沐	从五大效应看出版业发展	171
王建辉	出版集团管理模式创新的路径	183
王亚非	试谈目前出版企业应处理好的几大关系	193
王兆成	深刻把握新特征 努力破解新课题	202
理查德·西格斯玛	出版的前景展望	213
肖东发	编辑出版专业教育的改革与创新	219
托比·伊迪	让西方听到来自中国的强音	230
周蔚华	关于出版物的效益评价问题——对“两个效益”流行提法的辨正	236
祝君波	未到香山也论剑	243

为方便查找，内文正文以作者姓氏的拼音顺序排序。



克里思托弗·白德信 Christopher Paterson

麦克米伦教育出版公司 (Macmillan
Education) 前主席

白德信先生 1970 年进入麦克米伦公司，在公司 30 多年的生涯里，他负责出版过《自然》一刊，负责过非洲出版公司的业务及英国学术和大众类图书出版公司的业务。在过去的 10 年间，他多次访问中国，对亚洲图书市场怀有浓厚兴趣。麦克米伦教育出版公司在四十多个国家出版英语教学和教育教辅材料。2000 年至 2004 年间，任南非商业联合会的副主席。1999 年至 2003 年间，任新加坡英国商业委员会委员。

浅论中国“走出去”战略

现在我们生活在一个激动人心的时代，我非常高兴受到邀请参加论坛。

我认为，今天讨论中国的“走出去”战略恰逢时宜。中国加入世界贸易组织后经历了非常稳定的发展时期，北京2008年奥运会也是一样。奥林匹克运动会取得的巨大成功，在一定程度上将中国30年改革开放的成果推向巅峰。在世界眼中，奥林匹克运动会成为一个现代的中国全面跻身于世界的一个标志。我之前想象过，奥运会结束之后，会静下心来，对奥运会的经验教训进行评估和回顾。但是目前席卷世界的金融危机乃至经济危机，使我们有必要及时思索，讨论中国和国际出版市场的发展方向。

改革开放的过程，同时也是全球化的过程，在这个过程中，中国和美国成为两大重要的世界活动的参与者。中国巨大的进步有目共睹，谁能够想象到中国加入WTO之后，它的制造品行业的出口值能够达到近1.5万亿美元，这个出口值占到了中国GDP的40%以上。所以能够想象中国每年的贸易顺差，在2007年的时候，能够达到接近4000亿美元，

席卷世界的金融危机乃至经济危机，使我们有必要及时思索，讨论出版市场的发展方向。

这种出口增长本身占到了世界 GDP 总值的很大部分，也是世界增长值的 1/6。从美国的角度来讲，它同中国以及亚洲的贸易存在逆差，2007 年这个值到达 8000 亿美元，相当于美国 GDP 的 6.5%。

这个数字很大一部分转变成家庭和政府的债务，这些事
实显示出中国和美国的经济现在是相互依存的，这个关系在
十年前是无法想象的。而且中国的供应商，德国的机械制造
商，日本的建筑工程商，以及澳大利亚的采矿商，等等，他
们的利益都是相互依存的。十年之中，我们的经济增长以及
生活水平提高是非常惊人的。这些越来越紧密的相互依存关
系，使这场金融危机比在以前任何时期都更加危险，影响也
更加长久。中国的经济绝好的发展契机在经济危机的影响
下，变得脆弱。如果为了规避风险而采取一种闭关锁国的政
策，那么将会使经济复苏更加困难。

世界经济大势会对出版行业形成什么影响呢？也许我们
应该看一下出版行业本身开放的过程，然后再回答这个问题。
在很早的时候，开放的方向是单边的，中国当时通过图书
进出口公司进口图书和期刊，他们在伦敦以及其他地方建
立了办事处，开展一些活动。当时工作重点就是购买最新的
科技、医学等方面的书籍，帮助中国实现现代化的发展。那
时候只限于购买图书，没有国际性版权交易，也就是说，并
没有通过正规渠道把有价值的图书引进来，翻译成本国语言
再进行销售。那时我在麦克米伦出版公司工作，当时觉得想
要到韩国、泰国、中国台湾这样的国家和地区发展我们的业
务非常困难，因为这些国家和地区还没有签署《伯尔尼公
约》。它们签署《伯尔尼公约》之后，市场范围大大扩展。

如果为了规避
风险而采取一种闭
关锁国的政策，那
么将会使经济复苏
更加困难。

中国大陆 1992 年签署公约。那之后，从以前关注图书和期刊的销售转向了版权的许可、销售。一开始只有很少的一些版权被销售，后来数量不断增加。2000 年之后，中国购入的版权许可每年已经超过 1 万种，这种版权贸易对于中国的出版市场产生了很大的影响。

签署《伯尔尼公约》后，中国购入的版权许可迅速增长。

中国的出口版权许可方面发展比较慢，2005 年，北京国际图书博览会上，当时新闻出版总署的副署长警告我们，中国的出口版权贸易只是进口版权贸易的 10%，这是难以接受的事实。这个状况目前得到改善。有数据显示，2008 年出口的许可 2571 个，进口的许可 12000 个，显见，出口进口比例已经得到一定的改善。另外，还需要具体分析。中国引进的图书中，专业类图书的种类占的比重比较大，这种专业类图书增加了中国市场中专业性出版物的种类和范围，但带给版权输出方的版税收入是非常少的。当然也有卖得非常好的图书，英语教学课程，比如说像《新概念英语》这样的教科书，销售数量就相当可观。

如果翻译、编辑、出版之间进行紧密合作，也可能对作品的输出起到意想不到的影响。比如《于丹〈论语〉心得》的输出，就是一个很好的案例。像麦克米伦、阿波柯罗斯这样的品牌，都在更多关注中国成功的文学作品。一个作品的输出是否成功，与作品本身的品质相关，同时，还取决于编辑以及出版商个人的热情和专业程度。正是通过看似偶然的一些因素的集合，才使中国的作者以及他们的作品可以非常成功地走到海外去。

教科书的引进，本土化工作很重要。我非常高兴能够参与和外研社和麦克米伦的《新概念英语》当中来，除了几个

作者之外，这个项目涉及团队的力量，不仅仅包括来自中国和英国的关键作家，同时还有一个团队，比如在教育、顾问、课程设计者、编辑、艺术家以及数字设计师，等等，他们都参与到活动和项目中来，实际上这个课程的内容一字一句都是按照中国课程以及市场进行编写的，并不是根据已经在国外出版的作品进行改编的。实际上为中国专门设计这样一个课程和教材，在市场中能够获得很好的效果。5年之内，我们就已经销售了2.5亿册。同样对于“走出去”的项目，包括教育方面的项目也是一样，比如在海外教授中文的项目，很大程度上也是依赖于积极地编写中国的书面材料，并且能够根据海外当地市场和课程进行设计。所以能够给当地的教师以及学生提供一个更加适合他们的环境和材料，这些都显示出中国正在实现自己国际出版的目标。

出版业要做得好，除了有很好的人际关系外，还需要更多的因素，比如说财务、目标市场，有效地和世界范围的分销以及和当地的市场分销，还有创造性的数字系统，等等。而这些国际性市场的设施，对于出版商来讲是非常昂贵的，比过去的成本提高了很多，正是因为这个原因，现在在国际出版行业中出现了集团化的趋势。而这个趋势同时要考虑到对当地市场的了解，比如汇丰银行就有一个非常幸运的广告词，就是“世界性的本地银行”，这个口号也可以用于全球性的出版商。

今年的天津国际图书博览会上，中国出版集团副总裁、我的好朋友李朋义说，他认为中国出版行业“走出去”的过程需要“借船出海”，下面就“借船出海”这个主题再多说几句。

汇丰银行说它是“世界性的本地银行”，全球性的出版商也可套用此理念。

中国走出去的过程目前是借船出海的过程，即凭借与国外众多知名出版集团的合作伙伴关系，积极探索新的国际合作模式，寻求全球营销渠道，实现产品的多元化和本土化。这个过程不需要进行投资，或者说不需要自己建造这个船。有的船已经走了很长的时间，而且舵手可以非常清晰地看到未来前景在什么地方。未来几年，作者以及版权方面会得到进一步提高。但是“借船出海”只是解决方案当中的一部分，现在全球出版行业已经实现了完全的全球化，比如有美国、澳大利亚、荷兰、德国、英国以及西班牙的公司会拥有一些重要的企业，如果中国想进入到主流当中来，必须投资建造船只。要么就买，要么就建，总之不能只“借”。举一个例子，比如新加坡的时代出版集团，它就在伦敦买了自己的船，叫做原创国际，主要做教育儿童、贸易、工具书等类的书籍，这个过程使新加坡的时代出版集团能够在 14 个国家开展业务，包括在亚洲以及欧洲等国家都有经营活动。

2007 年，英国出版业的收入是 55 亿美元，规模是美国出版业的 70%。它们拥有出版语言学习类图书的优势，由于英国曾在多个国家和地区建立殖民地的历史背景，使它能够很好地适应各种贸易和海外的投资。2007 年的时候，英国图书出口达到了 21 亿美元，比美国多 20%。

我们现在可以看到世界各地的海外华人越来越多，中国进入国际市场是有基础的。在海外这些中国人可以成为国际拓展的一个先行兵。中国图书业如果想进入国际市场，必须融入到国际产业中，在海外建立出版公司，而不仅仅是卖一些版权而已。只有跟海外结成一体，如果做不到这一点，就很难走出去。

中国走出去的过程目前是借船出海的过程，即凭借外力实现产品的多元化和本土化。

在海外建立出版公司，而不仅仅是卖一些版权而已。

我忍不住又要提到金融危机的问题。虽然在网络越来越发达的今天，更多的人从网络而不是从图书中获得知识，但由于图书的便捷、阅读不受时间空间的限制，以及知识的再加工使内容更加系统和严密等特点，使得图书依然不可替代。即使在金融危机的背景下，人们用于阅读的时间还是保持稳定的。有数据显示，目前专业书籍和儿童读物的销售量都在增加，且不说是《哈利·波特》带来的效应，这带来很多新的读者，带来很多新的理念。因此，对于出版业，金融危机的来临不一定给我们带来很大灾难，我们要有信心。

（根据发言录音及同传速记整理）



陈翠玲

香港三联书店董事，总编辑。

三联书店（香港）有限公司（含智能教育出版社、天健出版社、南粤出版社等副牌）迄今已出版图书近三千种，其中包括近百套丛书系列书、百多种不同开本的图册。出版覆盖面广，图书种类齐全，除了哲学社会科学类图书以外，还包括文学、艺术、科学普及、医疗保健、语言学习、青少年读物等图书。最近几年，每年均有百多种新书与读者见面。

三联出版物素以编辑严谨、制作认真、讲求图书的文化品位见称，迄今已有十多种图书分别获得香港和国际书籍印制或书籍设计的奖项。编辑部致力于优化选题和发掘题材，出版了大量原创性的和引进欧美及中国大陆版权的优质图书。其中以香港史为中心所出版的一系列香港题材的图书备受海内外学术界瞩目；从欧美引进的多套文化普及和科学普及读物深受广大读者的好评。

关于中国出版“走出去” 的几点思考

中国出版如何“走出去”是一个很大的命题，这里我只结合香港三联的工作实际谈一些个人的想法。

香港三联可能是我国最早“走出去”的中资出版机构，它不仅经历了通常意义上的“走出去”，即走出国门、走向世界的各种尝试和过程，同时作为一家渊源自内地而又生长在香港的出版机构，它又不可避免地要面对融入香港和走向大中华的问题。“走出去”说到底是一个如何认识和处理文化差异的问题。

树立为目标读者服务的心态

我觉得“走出去”需要有一个很好的心态。这个心态就是一种融合的心态，甚至是一种融入的心态，要把他们当做我们，要有一颗赤子之心，为香港、为世界的读者服务，不管是出版还是门市，都要有这样一个为他们服务的心态。

2008年，我看奥运会口号的变化即从“开放的中国欢迎

您”，到“新北京，新奥运”，最后落脚在“同一个世界，同一个梦想”，给我启发很大。前面两个口号有意无意都给人一种宣传自己、推荐自己的味道，而最后的口号则让人有一种融合的、平等的感觉，很舒服。我们需要这样一个非常平和的、非常融合的心态，融入人类文化的创造当中去。这样，走出去才能够不乱分寸。

香港三联不仅渊源于内地，1949年后又主要是介绍中国内地的情况和文化，因此，要真正融入香港社会也是要做出很多努力的。

在长期的实践中，有些事例很感人。我们的前总经理赵斌先生就曾讲过这样一个例子：在2003年SARS期间，淘大花园发病率非常高，其中E座这幢楼，不明所以地每天都有人感染、死亡，总共发病120宗，编号为8的33个单元总发病率达73%！而三联恰好在那里有一间门市，我们要不要暂停营业？

这是一个困难的决定。前线员工的生命安全是第一位的，收入是不考虑之列的（事实上已经没有什么营业额），但三联的传统是以读者为先，对公众的心理与实际影响我们很在意。几个因素摆在面前，在征求了前线同事的意见以后，我们的决定是严密监视，充分防护，继续营业，再坚持几天。后来香港政府要求全部封闭，我们才关掉。

正如台湾大块的老总郝明义先生所说（详见本书第34页“郝明义：社群出版如何创造新的阅读需求。”——编者注），做传统出版要有一种建设社区文化的理念。要为社区服务，有这样一个东西，才能融进去，那块土地才能生你，养你。

我们需要非常平和的、非常融合的心态，融入人类文化的创造当中去。