

高等学校新闻出版专业教材

出版经济管理与实务

张其友◎著

C HUBAN JINGJI
GUANLI YU SHIWU



北京师范大学出版集团
BEIJING NORMAL UNIVERSITY PUBLISHING GROUP
北京师范大学出版社

高等学校新闻出版专业教材

出版经济与实务

C HUBAN JINGJI
GUANLI YU SHIWU

ISBN 978-7-303-14960-5



9 787303 149605 >

定价：45.00 元

高等学校新闻出版专业教材

出版经济与实务

张其友◎著

C HUBAN JINGJI
GUANLI YU SHIWU



北京师范大学出版集团
BEIJING NORMAL UNIVERSITY PUBLISHING GROUP
北京师范大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

出版经济与实务/张其友著. —北京: 北京师范大学出版社, 2012.7

ISBN 978-7-303-14960-5

I. ①出… II. ①张… III. ①出版工作—经济管理
IV. ①G231

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 154365 号

营销中心电话 010-58802181 5885532
北师大出版社高等教育分社网 <http://gaojiao.bnup.com.cn>
电子信箱 beishida168@126.com

出版发行: 北京师范大学出版社 www.bnup.com.cn

北京新街口外大街 19 号

邮政编码: 100875

印刷: 北京中印联印务有限公司

经销: 全国新华书店

开本: 170 mm × 240 mm

印张: 24.75

字数: 445 千字

版次: 2012 年 7 月第 1 版

印次: 2012 年 7 月第 1 次印刷

定价: 45.00 元

策划编辑: 张 翌	责任编辑: 张 翌
美术编辑: 王 蕊	装帧设计: 王 蕊
责任校对: 李 茵	责任印制: 李 啸

版权所有 侵权必究

反盗版、侵权举报电话: 010-58800697

北京读者服务部电话: 010-58808104

外埠邮购电话: 010-58808083

本书如有印装质量问题, 请与印制管理部联系调换。

印制管理部电话: 010-58800825

序 言

在党的方针政策指引下，中国文化体制改革全面推进、深入发展。截至 2010 年年底，全国经营性出版单位转企改制工作全部结束。改制以后，中国出版企业以往的“事业单位企业化管理”的管理模式在形式上已被彻底打破，出版社已经成为公司制的文化企业，国内新闻出版业正在进入一个新的发展时期。回顾当今世界市场竞争环境，入世以后的中国出版业正迅速形成新的、更高水平的开放条件，这既为中国出版企业实施“走出去”战略开辟了宽广的通道，但也使得国际一流出版企业的进入国内市场的壁垒迅速降低。面对一流竞争对手，刚刚经历了转企改制后的中国出版企业既面临千载难逢的发展机遇，也面临着前所未有的巨大压力和挑战。同时，由于出版企业市场主体身份的转变和确立，使得国内出版企业之间在市场上的竞争程度日益加剧。另外，在全球经济一体化与信息技术飞速发展的环境中，在开放与竞争的市场条件下，消费者的选择成本大幅度降低，选择范围不断扩大，需求偏好也出现多样化发展趋势。更为挑剔和成熟的消费群体的形成，导致出版物目标市场的细分程度越来越高。这些变化必然对出版企业的经营管理水平提出更高的要求。所以，在中国出版业的后改制时代，要求出版业必须全面贯彻落实党的十七届六中全会提出的建设社会主义文化强国的宏伟目标和推动社会主义文化大发展大繁荣的战略任务，从市场经济的新视角，重新审视、调整出版业的发展战略，坚持党和国家的政策导向，以科学发展为主题，以转变出版业发展方式为主线，遵循市场经济规律，发扬科学创新精神，加快出版业的体制与运营机制的改革，建立以“产权清晰、权责明确、政企分开、管理科学”为基本特征的现代出版企业制度，抓住机遇，强化管理，优化资源配置，创造竞争优势，应对挑战，做大做强。

然而，必须清醒地看到，出版企业在形式上的转制并不等于实质性的转制。目前中国的出版企业与真正意义上的文化企业标准和要求还相距甚远，创建现代出版企业的任务还异常艰巨。转企改制后，中国出版业在市场竞争中面临着诸多问题，比如：出版企业的法人治理结构才初步建立，公司治理制度体系尚不完善，出版企业产权结构不尽合理，地域垄断机制尚未全面消除，导致市场行业、区域条块分割的现象依旧存

在,真正统一开放的市场格局尚未完全形成,出版资源的匮乏或现有资源使用的低效率(甚至是浪费),出版企业的规模化、集约化程度较低,出版业经济结构不尽合理,知识、人才、技术在出版产业要素中的比重较低等。总之,在参与国际出版市场的竞争中,中国出版业的整体竞争优势尚未形成。而提高知识、人才、技术在出版产业要素中的比重则是增强市场竞争力的主要因素,出版人才又是起决定性作用的第一要素。但是,目前中国出版业尚未从事业单位企业化管理的模式中完全走出来,高素质、高水平的出版领军人才队伍建设工程最近几年才刚刚启动,从事新闻出版专业人员的资质考核认定管理办法及在岗培训制度也刚刚开始建立和实施。在现有的新闻出版从业人员队伍中,由于大多数人未经过系统的专业学习或培训,导致既熟悉出版业务又懂得出版经营的复合型、创新型人才十分缺乏,后转制时代的中国出版业人才队伍的培养任务还十分艰巨,这是一项事关建设出版强国的重要战略任务。党的十七届六中全会提出:“推动社会主义文化大发展大繁荣,队伍是基础,人才是关键。要深入实施人才强国战略,牢固树立人才是第一资源思想,全面贯彻党管人才原则,加快培养造就德才兼备、锐意创新、结构合理、规模宏大的文化人才队伍。要造就高层次领军人物和高素质文化人才队伍,加强基层文化人才队伍建设……”国家新闻出版总署柳斌杰署长在2010年全国新闻出版工作会议上强调指出:“从出版大国向出版强国迈进,人才是发展事业的根本保障。当前急需一大批有眼光、有智慧、有能力的领导人物。我们还要以职业准入和岗位为基础,加大新闻出版复合型、创新型人才的培养力度,建设一支适应出版强国需要的新闻出版工作队伍。”因此,中国出版业在改革和发展的进程中面临的一项重要任务,就是要尽快培养出一大批既熟悉现代出版业务,又具有现代出版经营理念和勇于迎接挑战、化解风险的高素质现代出版人才,或者说,要培养和造就一大批适应现代出版企业制度要求的出版专家、管理专家、营销专家和专业技术人才。这是中国出版业尽快摆脱目前所面临的种种困境,应对竞争与挑战,顺利走向市场、走向世界的根本措施;也是培育具有国际竞争力的国内一流、国际有影响的现代出版企业,进而推动中国新闻出版业向出版强国迈进的重要保证。

国内外出版业发展的实践证明,在市场经济社会,出版经济学研究的水平直接影响着出版产业的发展水平,出版产业的发展离不开出版经济学研究的理论支撑。二者相互促进,息息相关。因此,在加强现代化出版人才培养的重大工程中,根据出版业改革与发展形势的需要,遵循

市场经济规律，加强出版经济管理理论的学习与研究，提高运用经济学的理论、方法分析和解决出版业生产经营中问题的能力，对于培养和造就现代出版人才队伍、推动出版产业的可持续发展，具有十分重要而又深远的意义。但是，目前在中国出版研究领域从经济学视角对出版业经营管理的理论研究还比较薄弱，出版经济理论研究相对于出版产业的迅猛发展明显滞后，还远不能适应出版产业发展实践的需要。在出版经济研究方法层面，目前还以定性研究、思辨研究为主，大多还只是停留在经验总结和描述层面，在定量研究、理论应用的探讨和创新方面亟待加强与深入。在对出版经济理论研究成果的表现形式上，大多仍以独立发表各类学术论文为主。随着我国社会经济的发展，出版产业化进程加快，出版单位对高层次出版人才的需求不断增加，培养应用型编辑出版各类专业人才已经成为当务之急。尤其是在经过转企改制后，我国出版业对出版人才这方面的专业素质的要求愈发迫切。《出版经济管理与实务》所研究的基本内容是依据市场经济规律和价值规律，运用微观经济学和管理经济学的方法体系，采用定性研究与定量研究相结合的方法，联系当今出版经营管理过程中的具体案例，着重分析研究出版物市场需求规律和环境影响因素，探讨系统管理出版物生产经营全过程的经济活动的理论和方法，寻求出版资源优化配置的有效途径，提供制定与实施出版企业发展战略决策的正确理论依据和科学方法体系。本书力图使所研究的理论更贴近当前出版业改革和发展的新形势，所探讨和解决的问题更切合目前出版企业经营管理的实际，所选择的案例对象是目前国内外出版业最新的、最有代表性的成功案例。考虑到学员不同的专业学科背景及对经济学基础知识的了解程度不同，将本书内容共分为十章，所涵盖的内容既有微观经济学和管理会计学等基础知识的重点介绍，又有出版管理经济学理论的系统阐述与研究，还有出版经济理论在出版经营管理实践中的应用方法。在定量研究构建出版企业经营决策模型的方法上，尽量运用高等数学和统计学中最简单的知识内容作为研究工具，以便于非理工科专业背景的读者的学习和掌握。

由于作者水平所限，本书内容难免存在诸多方面的问题，请专家学者及同人给以批评指正。

编者的话

《出版经济管理与实务》所研究的基本内容是依据市场经济规律和价值规律，运用微观经济学和管理经济学的方法体系，采用定性研究与定量研究相结合的方法，联系当今出版经营管理过程中的具体案例，着重分析研究出版物市场需求规律和环境影响因素，探讨系统管理出版物生产经营全过程的经济活动的理论和方法，寻求出版资源优化配置的有效途径，提供制定与实施出版企业发展战略的正确理论依据和科学方法体系。本书力图使所研究的理论更贴近当前我国出版业改革和发展的新形势，所探讨和解决的问题更切合目前我国出版企业经营管理的实际，也是出版理论研究工作者和出版企业经营管理者最为关心的话题，所选择的案例是目前国内外出版业最新的最有代表性的典型案例。

本书内容共分为十章，既有出版管理经济学理论的系统阐述与研究，又有出版经济理论在出版经营管理实践中的应用策略与方法，同时将微观经济学和管理会计学等一般基础理论知识应用于有关内容之中。在定量研究构建出版企业经营决策模型的方法时，尽量运用高等数学和统计学中最为简单的知识内容作为研究工具，以便于非理工科专业背景的读者阅读、学习和掌握。

本书可作为高等学校新闻出版专业硕士研究生或本科高年级学生的专业课教材，也可作为出版业培训在职人员参考用书，同时还可以作为出版企业经营管理者提高出版经济管理理论水平、增强经营管理实践能力的指导读物。

目 录

第一章 概 述/1

- 第一节 出版业在国民经济发展中的重要地位与作用 /1
- 第二节 出版业的资源配置 /7
- 第三节 出版经济管理的基本概念 /17
- 第四节 出版经济管理的特点和地位 /25

第二章 出版企业组织结构与内部控制/29

- 第一节 出版企业组织的类型及分析 /29
- 第二节 集团化管理的出版企业内部控制 /39

第三章 出版企业机遇与风险管理策略/51

- 第一节 出版企业市场机遇的特征分析 /51
- 第二节 出版企业市场机遇的作用 /57
- 第三节 出版机遇的价值链管理策略 /61
- 第四节 出版企业风险的内涵与分类 /70
- 第五节 出版企业风险特征分析 /77
- 第六节 出版企业风险管理 /81

第四章 出版企业竞争战略决策行为/95

- 第一节 出版企业两种类型战略的分析 /95
- 第二节 出版企业在市场竞争中必须应对的挑战 /100
- 第三节 出版企业竞争战略定位 /112
- 第四节 出版企业利基战略 /121
- 第五节 信息时代图书市场的长尾理论现象 /131
- 第六节 出版企业经营中的博弈论 /137
- 第七节 出版企业竞争博弈与决策行为 /144
- 第八节 非价格因素主导的市场竞争策略 /152

第五章 出版成本分析与决策行为/160

- 第一节 出版成本的基本概念 /160
- 第二节 出版外显成本按照成本性态分类方法 /162
- 第三节 出版物销售量、成本和利润之间关系分析 /166
- 第四节 出版物销售量、成本和利润关系边际分析 /178
- 第五节 出版企业经营利润弹性分析与应用 /183
- 第六节 几个重要经济成本概念的内涵与应用 /191
- 第七节 出版企业目标成本预算管理 /202
- 附 录 微分学与出版经济管理 /210

第六章 出版企业存货控制策略/215

- 第一节 出版企业存货的作用与存货成本 /215
- 第二节 出版物材料经济订购批量决策 /218
- 第三节 出版物印制批量决策 /227
- 第四节 出版企业加强出版物库存管理策略 /234

第七章 出版企业战略成本管理的分析与过程/241

- 第一节 出版企业战略管理对传统成本管理的挑战 /241
- 第二节 出版企业战略成本管理的内涵 /246
- 第三节 出版企业战略成本管理的基本分析 /249
- 第四节 出版企业战略成本管理的基本特点 /256
- 第五节 出版企业战略成本管理的过程 /258

第八章 出版物价格决策行为/263

- 第一节 出版物定价目标定位 /263
- 第二节 出版物定价原则 /267
- 第三节 出版物定价的影响因素 /270
- 第四节 出版物价格策略 /275
- 第五节 出版物定价方法 /278
- 第六节 出版物发行折扣决策方法 /284
- 第七节 出版物发行折扣变更策略 /292
- 第八节 出版物生命周期的测定与发行折扣策略 /294

第九章 出版物需求分析及应用策略/300

- 第一节 出版物需求结构分析 /301

第二节	出版物企业需求预测分析方法 /304
第三节	出版物需求价格弹性分析 /310
第四节	出版物需求价格弹性在经营决策中的应用 /315
第五节	出版物需求交叉弹性分析 /320
第六节	出版物需求交叉弹性在经营决策中的应用 /323
第七节	出版物需求收入弹性分析 /326
第八节	出版物需求收入弹性在经营决策中的应用 /329
第九节	出版物需求弹性的微观调控策略 /331

第十章 出版企业资本经营战略决策行为/338

第一节	出版企业资本扩张经营战略 /338
第二节	出版企业生产要素投入效果分析 /344
第三节	出版企业规模经济的度量 /350
第四节	出版企业多元化经营分析 /355
第五节	出版企业对外投资决策 /365
第六节	出版企业对外直接投资决策行为 /371
第七节	出版企业合并的决策行为 /377
第八节	出版企业分立的决策行为 /380

参考文献/383

第一章 概 述

出版业肩负的历史使命是传承和积累人类先进文化，基本功能是记载和传播人类的先进文化和创新成果，其载体是多种形态的出版物。纵观人类社会发展史，历史上的先进文化、重要的思想创新、科学发现和技术进步等，基本上是通过出版物得以记载、积累、传承和发展的。随着社会的进步、现代科学技术的飞速发展、人们物质生活水平的不断提高以及对精神文化生活的广泛需求，出版业的基本功能、业务范畴、经营领域、经营规模等都得到空前的拓展，在推动国民经济发展中的重要的地位与作用越发凸显。当今的出版业是一个国家精神文明、物质文明建设水平的反映，是科学技术发展的一个层面，是一个国家经济实力和人民精神文化生活水准的反映，它涉及政治、经济、科技、文化等领域，既直接影响到整个国家民族素质的提高，又关系到该国的社会和经济的发展。

第一节 出版业在国民经济发展中的重要地位与作用

世界上无论是发达国家还是发展中国家，都非常重视包括新闻出版业在内的文化事业的繁荣和文化产业的发展。作为新经济的产业类型，虽然世界各国对文化产业从不同角度进行了不同的定义，但由于文化产品的精神性、娱乐性等基本特征明显，因此，文化产业无疑是具有精神性、娱乐性的文化产品的生产、流通、消费活动。在 2004 年国家统计局制定下发的国统字 24 号《关于印发〈文化及相关产业分类〉的通知》中，文化产业被界定为：“为社会公众提供文化、娱乐产品和服务的活动，以及与这些活动有关联的活动的集合。”该文件明确了我国文化产业涵盖的行业范围包括提供文化产品（如图书、音像制品等）、文化传播服务（如广播电视、文艺表演、博物馆等）和文化休闲娱乐（如游览景区服务、休闲健身娱乐等）的活动，它构成文化产业的主体；同时，还包括与文化产品、文化传播服务、文化休闲娱乐活动有直接关联的用品、设备的生产和销售活动以及相关文化产品（如工艺品等）的生产和销售活动，它构成文化

产业的补充。在当今经济全球化、文化多样化的时代,文化产业发展势头强劲,并将成为一个国家最重要的支柱产业之一。

一、世界主要发达国家的文化产业发展概况

在许多发达国家,文化产业不仅是国家文化的基本形态之一,而且越来越成为强大的经济实体,创造出了可观的经济效益,成为经济发展的引擎。当今的文化,已实实在在成为社会生产力的重要组成部分,并成为一个国家综合国力的最直观、最具体的反映。众所周知,美国的电影业和传媒业、日本的动漫产业、韩国的网络游戏业、德国的出版业、英国的音乐产业等都成为国际文化产业的标志性品牌。据统计,截至2004年,文化产业增加值占本国国内生产总值(GDP)的比重,美国为5.83%、英国为7.61%、加拿大为3.8%。美国的文化产业在其国内产业结构中仅次于军事工业,位居第二位。自1996年以来,美国的文化产品出口就超过航天工业,成为第一大出口创汇产业;英国文化产业也已发展到相当大的规模,到2001年,文化产业所创造的年产值接近900亿英镑,超过了任何一种传统制造业所创造的产值;日本文化产业的规模比电子业和汽车业还要大,截至2005年年底,日本与动漫有关的市场规模已超过2万亿日元,动漫产业成为日本第三大产业;澳大利亚文化产业的年产值近200亿澳元,是澳大利亚第三产业中的支柱产业和主要出口行业。^①随着各国积极推行面向全球的文化产业发展理念,世界文化市场可谓四分天下:美国占有市场总额的43%,欧洲34%,亚洲、南太平洋国家19%,其他国家占有剩余的份额(4%)。美国的电影产量虽然仅占全球的6%,但市场占有率却高达80%,音像产品占国际音像市场份额的40%;2002年日本文化产品的市场销售额约为100亿美元,其波及效果甚至高达200亿美元。正如美国学者沃尔夫所言,“文化、娱乐——而不是那些看上去更实在的汽车制造、钢铁、金融服务业——正在迅速成为新的全球经济增长的驱动轮”。在“全球化”背景下,投资文化产业,已成为促进一个国家经济发展的有效途径,独特的文化资源无疑是各国参与世界经济竞争的法宝。

^① 全球文化产业发展现状及未来趋势分析. 中国北京国际文化创意产业博览会组委会官方网站(<http://www.iccie.cn>), 2007年9月11日

二、中国文化产业在国民经济发展中的重要地位与作用

2000年,在中国共产党的十五届五中全会通过的《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十个五年计划的建议》中,第一次明确提出文化产业概念,从而将文化产业逐步从理论层面上升为国家发展规划的重要概念。2010年,中国共产党第十七届五中全会明确提出推动文化产业成为国民经济支柱性产业的建议,把文化产业提升到社会发展和国民经济的战略地位,强调指出:文化是国家发展和民族振兴的强大力量,要提高全民族文明素质,推进文化创新,繁荣发展文化事业和文化产业,在“十二五”时期基本建成公共文化服务体系,推动文化产业成为国民经济支柱产业。中共中央总书记胡锦涛同志在2010年7月的中央政治局第二十二次集体学习时的重要讲话中,从中国特色社会主义事业的总体布局,从民族复兴的历史纵深,从国际竞争的战略高度,对文化及文化产业的重要地位和作用进行多维审视,强调指出:深入推进文化体制改革,促进文化事业全面繁荣和文化产业快速发展,关系全面建设小康社会奋斗目标的实现,关系中国特色社会主义事业总体布局,关系中华民族伟大复兴。^①2011年3月5日,在十一届全国人大四次会议上发布的《国民经济和社会发展规划纲要(草案)》提出:加快发展文化产业,推动文化产业成为国民经济支柱产业,增强文化产业整体实力和竞争力。推进文化产业结构调整,大力发展出版发行、印刷复制、数字内容和动漫等重点文化产业,培育骨干企业,鼓励文化企业跨地域、跨行业、跨所有制经营和重组。^②2011年10月18日,党的十七届六中全会公报指出:当今世界正处在大发展大调整时期,文化在综合国力竞争中的地位和作用更加凸显,维护国家文化安全任务更加艰巨,增强国家文化软实力、中华文化国际影响力要求更加紧迫。当代中国进入了全面建设小康社会的关键时期和深化改革开放、加快转变经济发展方式的攻坚时期,文化越来越成为民族凝聚力和创造力的重要源泉、越来越成为综合国力竞争的重要

① 柳斌杰.抓住战略机遇,把握主题主线,科学谋划精心实施新闻出版业“十二五”规划.在全国新闻出版工作会议上的报告.2011年1月11日

② 王坤宁.“十二五”规划:传承创新推动文化大发展大繁荣.新闻出版报,2011年3月7日

因素、越来越成为经济社会发展的重要支撑。^① 据国家有关部门统计,中国 2009 年文化产业增加值为 8 400 亿元,占国内生产总值(GDP)的比重为 2.5%;2010 年文化产业增加值为 11 052 亿元,占国内生产总值的 2.75%。^② 目前,中国文化产业已经登上国家战略性产业高度,呈现出强劲快速发展势头。

三、中国出版业独立产业地位的确立

新中国成立 60 多年来,作为文化产业重要组成部分的中国出版业在党的新闻出版方针指引下,有了突飞猛进的发展。尤其是党的十一届三中全会以来,改革开放给中国的出版业注入了无限的生机与活力。进入 21 世纪以后,中国书报刊出版总品种数量居世界第一位,一跃而跻身于世界出版大国的行列。虽然目前还不属于出版强国,但在改革与发展的进程中已经取得了举世瞩目的成就,为中国社会主义的政治文明、精神文明和物质文明建设作出了积极的贡献。出版业的发展越来越受到党和国家以及全社会的高度重视,在党和国家各项事业中的地位得到日益提升,在中国整个国民经济和社会发展中占有越来越重要的地位。目前,中国出版业通过深化改革,已经成为国民经济中不可忽视的产业部门和重要力量,在推动国家经济发展方式转变过程中发挥着日益重要的作用,成为国内发展速度快、效益明显、发展潜力大的行业之一。

1. 中国已跻身于世界出版大国的行列

根据国家新闻出版总署公布的《2010 年新闻出版产业分析报告》,2010 年全国共有新闻出版单位 35.4 万家,其中个体经营户 20.7 万家。全国新闻出版业直接就业人数为 461 万人。2010 年,中国内地共出版图书 32.8 万种(其中新版图书 18.9 万种),图书总印数 71.4 亿册(张),总印张 604.7 亿印张,总定价金额 930.9 亿元,图书出版实现总产出 561.9 亿元,营业收入 537.9 亿元,利润总额 77.2 亿元;出版报纸 1 939 种,报纸总印数 452.1 亿份,总印张 2 148.0 亿印张,总定价金额 367.7 亿元,报纸出版实现总产出 734.9 亿元,营业收入 729.4 亿元,利润总额 100.8 亿元;出版期刊 9 884 种,期刊总印数 32.2 亿册,总印张 181.1 亿印张,总定价金额 217.7 亿元,期刊出版实现总产出 156.5 亿元,营

^① 中国共产党第十七届中央委员会第六次全体会议公报。人民出版社,2011 年 10 月

^② <http://www.askci.com/news/2011-09/23/83391002.shtml>

业收入 150.6 亿元,利润总额 18.5 亿元。2010 年,全国音像、电子和网络出版增长迅猛,已形成较为完整的产业体系,并具备了一定的产业规模。2010 年,全国共出版音像制品 21 552 种,出版数量 4.2 亿盒(张),发行数量 3.8 亿盒(张),发行总金额 20.1 亿元,营业收入 20.2 亿元,利润总额 2.4 亿元。全国共出版电子出版物 11 175 种,年出版数量 2.6 亿张,电子出版物出版实现总产出 7.5 亿元,营业收入 7.4 亿元,利润总额 1.0 亿元。2010 年,数字出版实现总产出 1 051.8 亿元,营业收入 1 051.8 亿元,利润总额 89.1 亿元。印刷产业结构不断优化,竞争力不断增强,复制产业发展势头良好。2010 年,全国图书、报纸、其他出版物印刷复制实现总产出 8 178.2 亿元,营业收入 7 918 亿元,利润总额 578.4 亿元。出版物发行业形成多元化格局。2010 年,全国新华书店系统和出版社自办发行单位实现出版物总销售额 1 728.5 亿元,共有出版物发行网点 16.8 万处,出版物发行总产出 1 923.9 亿元,营业收入 1 898.5 亿元,利润总额 206.8 亿元。网络遍布城乡。连锁经营与物流配送、网上书店等新型发行业态已经形成并迅速发展。总之,中国已经跻身于世界出版大国的行列。^①

2. 中国出版业在国民经济中确立了独立产业地位

不断繁荣发展的中国出版业,在努力满足人民群众日益增长的多方面、多层次、多样性的精神文化需求的同时,其在国民经济中的地位也在不断提升。随着党和国家对出版业转企改制的战略部署的全面落实、出版业旧的计划经济体制被打破、社会主义市场经济体制不断得以完善,出版企业真正走向市场,成为市场的主体,其市场竞争机制已然形成,并极大地推动了中国出版业经营规模的扩大和经济规模的迅猛扩张。全国出版、发行等单位在国家有关部门的关心和指导下,经过转企改制之后,正在按照现代企业制度的要求,创建新型出版发行企业。许多出版发行企业以资本和业务为纽带,采取联合兼并重组等方式或内涵式扩张、专业化发展的方式,组建出版集团、报业集团、发行集团等较大规模的出版业专业化经营实体,形成新型的市场竞争主体。这些集团的成立,很快显示出其强劲的龙头作用,积极发挥区域性或行业性的比较优势,利用合并、并购、联合、上市融资等手段,进行资源有效配置和资本经营。江苏凤凰传媒出版集团 2008 年成为中国内地首家总资产与总销售收

^① 马莹,文东.最新中国出版产业数据亮出.中国图书商报,2011 年 7 月 22 日



入双双突破百亿元的大型出版集团。据统计,2010年年底,全国已有45家新闻出版、发行、报业公司成功上市,总市值达5700多亿元,产业实力空前壮大。而随着新闻出版体制改革不断取得新突破,全国2011年已组建120多家新闻出版企业集团,48家涉及新闻出版业务的企业集团上市。我国新闻出版产业发挥文化产业主力军作用,实现了健康快速发展。新建国家级新闻出版产业基地5个,已累计建成各类国家级产业基地(园区)27个,产业聚集效应充分发挥。全国58个省市级印刷园区总投资210亿元、产值217亿元,9个国家级数字出版基地建设成效显著。

全国新闻出版业在2009年总产值突破万亿元大关,实现总产出10668.9亿元的基础上,2010年实现总产值12698.1亿元,占同期国内生产总值的0.9%,营业收入12375.2亿元,利润总额1075.9亿元,资产总额为1273.4亿元,所有者权益为6531.9亿元,纳税总额为707.7亿元。据有关部门初步统计,2011年新闻出版行业总产值已超过1.5万亿元。中国新闻出版业已挺进世界出版大国的行列,成为文化产业的生力军,成为国民经济中不可忽视的产业部门和重要力量。事实说明,中国的出版业已经具备了一定的经营规模,积累了一定的经济实力,在国民经济中确立了备受关注的独立产业地位,并为促进中国国民经济的发展,传播中华文化、提升我国文化软实力和综合国力做出了积极的贡献。目前,在党的十七届六中全会提出的建设社会主义文化强国,推动社会主义文化大繁荣大发展的战略方针指引下,作为国家文化产业重要组成部分的出版产业借助全国文化体制改革的强大动力,在市场经济的大潮中不断发展、壮大,正在由新闻出版大国向新闻出版强国迈进。

总之,新闻出版行业作为国家文化的主阵地、文化建设的主力军,在解放和发展文化生产力方面,在塑造民族精神与灵魂、提高全民族思想道德素质与科学文化素养和为经济社会发展提供精神动力、智力支持和文化条件方面,在提升经济发展质量和文化内涵、支撑国民经济新的增长、推动经济发展方式加快转变方面,都发挥着越来越重要的作用。认真总结中外各国社会发展经验充分说明,出版业的发展与繁荣可直接促进国家各项事业的发展和社会的进步,在推动国民经济快速、可持续的发展进程中发挥着不可替代的重要作用。正像美国著名出版家达塔斯·史密斯评价出版业在一个国家社会发展过程中所起的作用时所指出的:出版业像一个能启动并控制一台巨大机器运行的小开关,或像一个