

THE NUCLEUS OF PUBLISHING ECONOMICS

STUDY ON THE PRICE ISSUES OF PUBLICATION BASED ON MARKET MECHANISM

# 出版经济学的核心

## 基于市场机制的出版物价格问题研究

© 吴贇 著



同济大学出版社  
TONGJI UNIVERSITY PRESS

国家社会科学基金项目(编号:08CXW007)研究成果

浙江大学“985”创新平台“数字未来与媒介社会研究院”支持成果

浙江省传播与文化产业研究中心(浙江省哲学社会科学重点研究基地)学术成果

# 出版经济学的核心

## 基于市场机制的出版物价格问题研究

The Nucleus of Publishing Economics: Study on the Price Issues of  
Publication Based on Market Mechanism

吴 贇 著



同济大学出版社  
TONGJI UNIVERSITY PRESS

## 内 容 提 要

本书围绕出版物价格——出版业与受众之间最为直接而敏感的交叉点和矛盾点,对出版业市场机制和产品价格体系及与此密切相关的一系列出版产业发展问题进行了深入的研究。全书依据“理论分析—历史分析—比较分析—对策分析”的思路展开。主要研究内容包括:出版经济研究的逻辑起点——出版产品的经济学特征,基于均衡价格理论的出版产品市场供求机制研究,出版业价格活动的场域——出版业的市场垄断与竞争分析,中国出版业价格问题的历史研究,两种出版价格体系比较研究,当代中国出版物价格体系与定价机制改革研究。

本书可供传媒、出版、媒介管理、文化产业等专业方向的师生及文化传媒行业从业人员和其他社会人士阅读、使用。

### 图书在版编目(CIP)数据

出版经济学的核心——基于市场机制的出版物价格问题研究/吴贇著. —上海:同济大学出版社,2014.6

ISBN 978-7-5608-4783-2

I. 出… II. ①吴… III. ①出版业—市场机制—研究—中国 ②出版物—价格理论—研究—中国 IV. ①G239.2  
中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 021728 号

---

---

## 出版经济学的核心

基于市场机制的出版物价格问题研究

吴 贇 著

策划编辑 杨 闯

责任编辑 李小敏

责任校对 徐春莲

封面设计 潘向葵

---

出版发行 同济大学出版社 [www.tongjipress.com.cn](http://www.tongjipress.com.cn)

(地址:上海市四平路 1239 号 邮编:200092 电话:021-65985622)

经 销 全国各地新华书店

印 刷 同济大学印刷厂

开 本 787mm×960mm 1/16

印 张 20.25

字 数 405 000

版 次 2014 年 6 月第 1 版 2014 年 6 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-5608-4783-2

---

定 价 48.00 元

---

---

本书若有印装质量问题,请向本社发行部调换

版权所有

侵权必究

# 序

这本书选择以出版业的市场机制与价格问题为切入点进行出版研究,是基于以下两方面的考虑:首先,出版业的市场机制和价格问题是影响出版经济、出版产业发展的关键问题,也是出版经济学的核心内容,出版业的方方面面无不与此相关,从出版业市场机制和价格问题出发,可以“见微知著”。其次,对出版业市场机制与价格问题进行研究,始自十多年前我的第一次科研经历,这本书即是对我最近十多年在相关领域的思索、研究进行凝练、总结的产物。

严格地说,我的第一次科研只能算是“业余科研”,因为那只是一个本科学生在科研、学术门外的一次“探头张望”。1998年秋,在武汉大学读大二的我写了一篇《我国书籍定价过高探源》,当时也没有投稿、刊载的想法,纯属有感而发,写好后也不管它,将其锁进抽屉。后来因为学校举办一年一度的大学生科研与文艺创作竞赛,我又把它拿出来,将手写稿复印了两份,找到方卿教授和黄先蓉教授,请他们给予指正。两位老师看了后,很快给我回复,并让我拿去评奖。令我感动也出乎意料的是,两位老师在评语中给予那篇稚拙的文章以很好的评价,还在评语中专门说明“建议评一等奖”。后来,我的这篇“作品”荣获那一年的武汉大学大学生科研与文艺创作竞赛一等奖。再后来,十年之后,我申报的研究课题“中外出版价格体系比较及完善我国出版物定价机制的对策研究”获得2008年度的国家社会科学基金资助。也许这是一种历史机缘巧合(课题名称与当初的论文题目存在关联),但我想,如果没有那“第一次”,就没有我之后的成长、进步。在我看来,这篇论文就是那则爱因斯坦儿时故事中的“糟糕的小板凳”,但我很庆幸,我的老师没有像爱因斯坦的老师那样生气、对学生进行批评,老师们给予我的是可贵的勉励和提携。

与本科时期的那次业余科研主要是出于有感而发的浅层次论述不同,这本《出版经济学的核心:基于市场机制的出版物价格问题研究》是从学理的角度对出版业市场机制与价格问题及与此密切相关的出版经济、出版产业问题进行客观、理性的观照。这本书依循“理论分析—历史分析—比较分析—对策分析”的思路展开。为了避免就出版物价格论出版物价格,将出版物价格问题的研究置于一个

较为宏阔的理论背景之中，书中设计了“理论分析”部分，力图厘清与出版物价格、出版物价格体系相关的基本概念和关键的理论问题，为后面几个板块的研究提供坚实的理论依托。之所以要将“理论分析”部分放在研究框架中的首要位置，是基于以下原因：

首先，出版产品（包括实体出版物和版权）的经济学特征是出版经济研究的逻辑起点，出版产品的经济学特征直接决定出版机构的生产行为、产品供给模式和运行机制，也直接决定着出版业的价格体系和出版机构的价格行为。就另一角度而言，价格是价值的货币表现，价值的变动是价格变动的内在的、支配性的因素，是价格形成的基础。要深入探讨出版业市场机制与价格问题，必须对包括出版产品价值在内的一系列出版产品经济特征进行考察。因此，出版产品的经济学特征应被视作出版经济研究的重要逻辑起点。笔者基于这一考虑，设计、撰写了第二章“出版经济研究的逻辑起点——出版产品的经济学特征”，该章下设三节内容：“一、出版产品的内容产品与文化商品属性分析”，“二、出版产品的公共产品与私人产品性质之辨”，“三、版权的经济学分析”。

其次，市场作为调控经济活动的一只“看不见的手”，其职能很大程度上是通过以价格传导机制为核心的供求关系互动来实现的，从经济学角度而言，一种商品的价格取决于商品的供应及需求，出版市场是与出版物价格相关的一系列活动的重要平台，出版产品的市场供求机制决定、影响着各个出版机构在不同类别出版产品上的价格行为，属于不同市场结构类型的出版市场也有不同的价格行为，因此，笔者出于这一考虑，设计、撰写了第三章“基于均衡价格理论的出版产品市场供求机制研究”和第四章“出版业价格活动的场域——出版产业的市场垄断与竞争分析”。

任何事物和现象总有其来龙去脉，其当下形态、今后发展趋向与其历史面貌及特征有着重要的深层次联系。为了对中国出版物价格体系与定价机制的现状和走向进行尽可能深入、透彻的分析，本书设置了“历史分析”部分，即第五章“中国出版业价格问题的历史研究”。这部分内容对古代中国出版物价格的相关研究进行了梳理、分析；对民国时期中国出版业价格问题进行了研究，通过研究发现：出版物转售价格维持制度、纸张供给影响出版经济运行、社会读者对书籍定价的抱怨、出版行业价格战等现象，皆非始自今日，也非今日中国出版界所独有，有些历史甚至对当代中国出版业产生了深远影响，历史上曾经出现的一些现象和事物对今日出版界有着重要的启示意义和镜鉴价值；“历史分析”部分还有一个重点内容——对当代中国出版物价格政策的历史演变进行分析，本书将当代中国出版物价格政策的演进历程划分为四个阶段：建国初出版机构自行定价时期、国家实施出版物价格管制时期、出版物定价制度由计划向市场过渡时期、出版物定价制度

市场化时期,在此基础上本书对当代中国出版物价格政策进行了评价。

为了更好地分析、阐述中国出版业在出版物价格体系与定价机制上存在的经验教训及其发展所面临的国际环境,笔者设计了第六章“两种出版价格体系比较研究”。该部分内容运用比较研究方法,将出版物价格体系与定价机制置于国际视野中进行考察。在比较研究的思路与方法上,笔者坚持以下原则:其一,坚持整体、动态、开放的研究视野。在研究过程中,从整体、动态、开放的研究视野出发,考察不同文化环境、经济环境、技术环境、政策制度环境中出版物价格体系发展的异同;探讨不同国度和文化背景中的出版业与全球化、数字化等人类社会发展趋势之间的互动关系;借鉴历史学等学科研究中的“宏观大视野”,以联系、全面、发展的眼光进行比较研究。其二,遵循可比性的研究原则。比较研究的开展必须遵循一个重要的原则:研究的对象确实具有比较的可能和价值,即具有可比性。如果根本没有可比性,那么比较研究就如同立足于沙丘之上,没有存在的可能和必要。在比较研究过程中,笔者充分关注不同国家的相关专业概念、范畴、标准、数据是否一致、对应,相关事件和现象在时间状态上是否具有可比性,如不同国家对于出版物的分类标准是不一样的,诸如此类的问题在研究过程中得到了重视。其三,注重科学的研究规范。科学的研究规范对于保证比较研究的价值具有重要意义。比较研究中,尤其需要注意资料来源、研究程序和注释规范三个问题。笔者在进行比较分析时尽量采用第一手资料和数据,尽可能地实现资料的权威性、精确性和时效性,在引用资料时尽可能保持其原貌,以避免出现断章取义。比较研究的一般程序由描述、解释、并置、比较四个环节组成。在研究资料收集齐备之后,笔者在选取合理的研究方法的基础上,遵照上述程序进行比较研究。对于比较研究所需资料来源的注释,笔者遵照学术界通行的规范:对有关资料的来源或出处予以准确标注;不仅对第一手资料的来源进行注释,而且对于转引的第二手资料,也注明详细的出处;在文献性注释中,注意注释的真实性、完整性和准确性。

为避免比较研究停留在单一的现象描述和简单类比层面,实现深入的、实质性的比较研究,本书对不同国家所采用的两类出版价格体系(固定价格体系和自由价格体系)的异同及其实质进行了深度阐释和理论辨析。具体内容详见第六章第三节“对两种出版价格体系的比较分析与结论”,该节下设两方面的内容:“两种出版价格体系的实质比较”、“‘自由竞争’还是‘文化例外’——新自由主义和文化例外论的深层次影响”。

第七章“当代中国出版物价格体系与定价机制改革研究”为本研究的“对策分析”部分。该部分内容首先以图书出版业、数字出版业、出版市场的价格战为分析重点,考察了中国出版物市场价格现状,具体包括中国出版物价格变动的总体情况及特征、中国数字出版物市场价格的现状及特征、中国出版市场的“价格战”及

其负面影响；继而对当代中国出版价格体系进行评价，对中国现阶段出版价格体系的不足和弊端进行分析。在此基础上，从政治经济学视角对中国出版物价格体系与定价机制改革的总体背景——当代中国出版业转型变迁进行考察，对影响中国出版物价格体系与定价机制改革的深层次关键因素进行分析。最后，从“完善出版物价格体系、定价机制和价格规制方法”，“优化出版市场竞争机制，实现出版市场的有效竞争”，“加强出版诚信体系建设，化解出版业价格信用危机”三方面对中国出版物价格体系和定价机制改革的路径与策略进行了分析，并提出了一些建议。

本书是国家社会科学基金项目“中外出版价格体系比较及完善我国出版物定价机制的对策研究”（编号：08CXW007）的研究成果，是浙江省传播与文化产业研究中心（浙江省哲学社会科学重点研究基地）、浙江大学“985”创新平台“数字未来与媒介社会研究院”和浙江省重点学科“传播学”学科（浙江大学）的学术成果之一。本书的撰写、出版离不开许多师长、前辈的指导和督促，离不开我的家人、亲友们的关心与帮助，同济大学出版社李小敏女士、杨闯先生为本书的面世提供了极大帮助，笔者在此深表谢意。有人说，出版是一门遗憾的艺术。作为一名出版研究者，我希望在这本研究出版的著作中尽可能地少留遗憾，但即便如此，本书肯定还存在需要继续完善的地方，恳请各位专家、学者多予指正。

吴贇

2013年10月

于威斯康星大学 Eagle Heights

# 目 录

## 序

<b>第一章 绪论</b> .....	1
<b>第一节 国内外相关研究进展</b> .....	1
一、国外相关研究进展 .....	1
二、国内相关研究进展 .....	2
<b>第二节 研究意义</b> .....	5
一、学术意义 .....	5
二、现实意义 .....	6
<b>第三节 研究思路与创新之处</b> .....	6
一、相关概念的界定 .....	6
二、基本思路和方法 .....	7
三、主要研究内容 .....	7
四、核心观点 .....	9
五、创新之处 .....	12
<b>第二章 出版经济研究的逻辑起点</b>	
——出版产品的经济学特征 .....	14
<b>第一节 出版产品的内容产品与文化商品属性分析</b> .....	15
一、出版产品是内容产品——精神产品与物质产品的统一形式 .....	15
二、出版产品是文化商品——文化资本与经济资本结合的产物 .....	16
<b>第二节 出版产品的公共产品与私人产品性质之辨</b> .....	19
一、技术、市场因素对出版产品经济属性的影响 .....	21



二、制度、政策因素对出版产品经济属性的影响 .....	22
三、部分出版产品的混合产品或准公共物品属性 .....	23
四、社会需要公共产品与私人产品共存的出版业 .....	23
第三节 版权的经济学分析 .....	24
一、经济学视野中的版权概念 .....	25
二、版权的经济性质分析 .....	26
三、出版产品外部性与版权保护 .....	28
第三章 基于均衡价格理论的出版产品市场供求机制研究 .....	31
第一节 出版传媒机构的经济性质和运营机制选择 .....	31
一、出版机构经济性质与出版产品经济特征的内在逻辑联系 .....	32
二、以出版产品经济属性为依据划分的出版机构类型分析 .....	33
三、出版行业分类发展背景下决定出版机构运营机制的经济学 要素 .....	35
第二节 出版产品供给与出版机构生产行为研究 .....	37
一、出版产品供给的基本规律 .....	38
二、出版生产函数与供给决策 .....	41
三、出版生产成本的经济分析 .....	46
四、出版产品价格的经济分析 .....	52
五、出版机构生产行为的规律 .....	57
第三节 出版产品需求与消费者行为研究 .....	69
一、出版产品需求的基本特点 .....	69
二、出版产品消费者决策的原理 .....	75
三、出版产品消费者行为模式 .....	82
四、“长尾理论”与出版产品消费者需求的开发、利用 .....	85
第四章 出版业价格活动的场域	
——出版产业的市场垄断与竞争分析 .....	87
第一节 出版产业市场结构的特征 .....	87
一、对出版业市场类型与特征的判断 .....	88

二、出版市场特征的实证分析 .....	90
第二节 完全竞争和完全垄断条件下的出版市场 .....	95
一、完全竞争假设条件下的出版市场分析 .....	95
二、完全垄断出版市场的均衡行为与市场绩效 .....	100
第三节 垄断竞争和寡头垄断条件下的出版市场 .....	104
一、垄断竞争出版市场的均衡行为与市场绩效 .....	105
二、寡头垄断出版市场的企业行为与市场绩效 .....	108
第四节 出版市场规制的经济学缘由与理论范围 .....	110
一、垄断与出版市场的政府规制 .....	112
二、外部性与出版市场的政府规制 .....	113
三、信息失灵与出版市场的政府规制 .....	114
第五节 国际比较视野中的出版市场政府规制分析 .....	115
一、出版传媒规制的立法 .....	116
二、出版市场进入规制 .....	117
三、出版机构行为规制 .....	119
<b>第五章 中国出版业价格问题的历史研究 .....</b>	<b>121</b>
第一节 古代中国出版物价格的相关研究 .....	121
一、出版史、文化史视域的出版价格研究 .....	122
二、经济史视角的出版价格研究 .....	124
三、文学史研究者对出版价格的研究 .....	125
四、古代中国有关图书价格与价值问题的总结性观点 .....	126
第二节 民国时期中国出版业价格问题研究 .....	127
一、民国时期的中国出版业价格体系 .....	128
二、纸张供给影响出版经济运行并波及出版物价格 .....	130
三、民国时期中国书价水平与社会对高书价的反应 .....	132
四、出版机构在降低成本、控制价格上的典型举措 .....	133
五、民国时期中国出版界与出版物价格相关的经营方略 .....	135
第三节 当代中国出版价格体系的历史演变 .....	138
一、建国初出版机构自行定价时期(1949—1955年) .....	138
二、国家实施出版物价格管制时期(1956—1984年) .....	147

三、出版物价格制度由计划向市场过渡时期(1984—1992年) .....	150
四、出版物价格制度市场化时期(1993年至今) .....	153
<b>第六章 两种出版价格体系比较研究 .....</b>	<b>155</b>
<b>第一节 出版业的固定价格(限价)体系 .....</b>	<b>156</b>
一、德国的出版价格体系 .....	156
二、法国的出版价格体系 .....	158
三、荷兰的出版价格体系 .....	160
四、瑞士的出版价格体系 .....	161
五、西班牙的出版价格体系 .....	161
六、日本的出版价格体系 .....	162
七、韩国的出版价格体系 .....	164
八、墨西哥的出版价格体系 .....	165
<b>第二节 出版业的自由价格体系 .....</b>	<b>166</b>
一、英国的出版价格体系 .....	166
二、美国的出版价格体系 .....	169
<b>第三节 对两种出版价格体系的比较分析与结论 .....</b>	<b>170</b>
一、两种出版价格体系的实质比较 .....	171
二、“自由竞争”还是“文化例外”——新自由主义和文化例外论的 深层次影响 .....	172
<b>第七章 当代中国出版物价格体系与定价机制改革研究 .....</b>	<b>177</b>
<b>第一节 中国出版物市场价格现状分析 .....</b>	<b>177</b>
一、出版物价格变动的总体情况及特征 .....	177
二、数字出版物市场价格的现状及特征 .....	189
三、出版市场的“价格战”及其负面影响 .....	198
<b>第二节 现阶段中国出版物价格体系的评价分析 .....</b>	<b>202</b>
一、对当代中国出版物价格体系的总体评价 .....	202
二、中国现阶段出版物价格体系的弊端分析 .....	204
<b>第三节 中国出版物价格体系与定价机制改革的总体背景</b>	

——当代中国出版业转型变迁的政治经济学考察 .....	207
一、当代中国出版业变迁的若干阶段和重要转折点 .....	208
二、当代中国出版业变迁的政治经济学动因 .....	211
三、政治经济语境下中国出版业转型的主要层面 .....	213
第四节 影响中国出版物价格体系与定价机制改革的深层次 关键因素 .....	215
一、中国新闻出版体制改革与行业转型的深层动力和实质 .....	215
二、“市场”和“资本”能否有效解决中国新闻出版业的所有问题 .....	217
三、如何评判中国新闻出版体制改革中的“转企改制” .....	220
第五节 中国出版物价格体系改革的路径分析 .....	222
一、自由定价制度能否适用于转型期的中国出版业 .....	222
二、完善出版物价格体系、定价机制和价格规制方法 .....	224
三、优化出版市场竞争机制,实现出版市场的有效竞争 .....	228
四、加强出版诚信体系建设,化解出版业价格信用危机 .....	233
附录 中国现代出版史上与价格、市场问题相关的部分重要规章、 规范性文件 .....	240
上海市书业同业公会为划一图书售价办法公告(1936年) .....	240
附件:教育部训令:划一图书售价实施办法 .....	241
上海市书业同业公会划一图书价目实施办法(1936年) .....	242
关于1950年秋季教科书减低并划一售价及供应办法的决定 (1950年) .....	250
关于1951年春季教科书的售价及生产供应办法的决定(1950年) .....	252
人民出版社图书成本及定价核算暂行办法(1951年) .....	254
文化部、邮电部关于颁发“全国报纸定价标准表”的联合通知 (1956年) .....	255
文化部颁发全国杂志、书籍定价标准的通知(1956年) .....	256
文化部通知降低书籍定价,并将一般书籍和课本的定价标准改为参考 标准(1958年) .....	263
国家计划革命委员会转发出版口《关于图书定价试行标准的请示报告》	

(1973年) .....	265
附件:关于图书定价试行标准的请示报告 .....	265
关于调整图书定价的通知(1984年) .....	270
转发《同意印数在三千册以下的学术著作和专业著作可参照成本定价》 的通知(1988年) .....	272
附件:同意印数在三千册以下的学术著作和专业著作可参照成本 定价 .....	272
附件:关于申请部分科技图书进行价格改革试点的请示 .....	273
关于改革书刊定价办法的意见(1988年) .....	274
关于严格控制书刊定价利润率的通知(1989年) .....	275
关于调整少数民族省(区)图书发行折扣的若干规定(1991年) .....	276
关于调整少数民族省(区)图书发行折扣的补充规定(1992年) .....	278
关于改革书刊价格管理的通知(1993年) .....	279
关于继续对宣传文化单位实行财税优惠政策的规定(1993年) .....	280
关于对宣传文化单位增值税先征后退范围等问题的补充通知 (1995年) .....	283
关于继续对宣传文化单位实行增值税优惠政策的通知(1996年) .....	284
关于进一步完善文化经济政策的若干规定(1996年) .....	285
关于培育和规范图书市场的若干意见(1996年) .....	287
图书公平交易规则(2010年) .....	293
<b>参考文献</b> .....	297
中文文献 .....	297
外文文献 .....	300

# CONTENTS

## Preface

<b>Chapter 1 Prolegomenon</b> .....	1
I. The Related Research Progress at Home and Abroad .....	1
1 The Related Research Progress Abroad .....	1
2 The Related Research Progress in China .....	2
II. Research Significance .....	5
1 The Academic Significance .....	5
2 The Realistic Significance .....	6
III. Research Design and Innovations .....	6
1 Definitions of Related Concepts .....	6
2 Fundamental Research Ideas and Methods .....	7
3 Main Research Contents .....	7
4 Core Viewpoints .....	9
5 Innovations .....	12
<b>Chapter 2 The Logical Starting Points of Publishing Economics; The Economic Characteristics of Publications</b> .....	14
I. Analysis of Publications' Attributes as Content Products and Cultural Commodities .....	15
1 Publication is Content Product — Unified Form of Intellectual Product and Material Product .....	15
2 Publication is Cultural Commodity — Combined Result of Cultural Capital and Economic Capital .....	16
II. Analysis of Publications' Attributes as Public Goods and Private Goods .....	19

1	Influence of Technical and Market Factors on Publications' Economic Attributes .....	21
2	Influence of Institutional and Policy Factors on Publications' Economic Attributes .....	22
3	Some Publications' Attributes as Hybrid Products or Quasi-public Goods ...	23
4	Modern Society Needs Coexistence of Public Goods and Private Goods in the Publishing Industry .....	23
III.	Economic Analysis of Copyright .....	24
1	The Concept of Copyright from the Perspective of Economics .....	25
2	Analysis of Copyright's Economic Characteristics .....	26
3	Publications' Externality and Copyright Protection .....	28

### **Chapter 3 Research on the Market Mechanism of Publications' Supply and Demand Based on the Equilibrium Price Theory .....**

I.	Publishing Institutions' Economic Characteristics and the Choice of Operating Mechanism .....	31
1	The Intrinsic Logistic Relations between Publishing Institutions' Economic Characteristics and Publications' Economic Features .....	32
2	Analysis of Publishing Institutions' Types Based on Publications' Economic Characteristics .....	33
3	Economic Factors that determine Publishing Institutions' Operating Mechanism under the Background of Multi-track Development of the Publishing Industry .....	35
II.	Research on Publications' Supply and Publishing Institutions' Production .....	37
1	Fundamental Rules of Publications' Supply .....	38
2	Publishing Production Function and Decision Making of Supply .....	41
3	Rules of Publishing Institutions' Production .....	46
4	Economic Analysis of Publishing Production Costs .....	52
5	Economic Analysis of Publications' Prices .....	57
III.	Research on Publications' Demand and Consumer Behavior .....	69
1	Main Characteristics of Publications' Demand .....	69
2	Principles of Decision Making of Publications' Consumers .....	75
3	Consumer Behavior Patterns of Publications .....	82

4	“The Long Tail” and the Development and Utilization of Publications’ Consumer Demand .....	85
<b>Chapter 4 The Platform of the Publishing Industry’s Price-behaviors: Analysis on Market Monopoly and Competition of the Publishing Industry .....</b>		
	<b>87</b>	<b>87</b>
I.	Characteristics of the Publishing Industry’s Market Structure .....	87
1	Categories and Characteristics of the Publishing Market .....	88
2	Empirical Analysis of the Publishing Industry’s Market Characteristics .....	90
II.	Publishing Markets under Conditions of Perfect Competition and Monopoly .....	95
1	Analysis on Publishing Markets under the Assumption of Perfect Competition .....	95
2	Equilibrium Behavior and Market Performance under Completely Monopolized Publishing Markets .....	100
III.	Publishing Markets under Conditions of Monopolistic Competition and Collusive Oligopoly .....	104
1	Equilibrium Behavior and Market Performance under Monopolistic Competition Publishing Markets .....	105
2	Corporate Behavior and Market Performance under Collusive Oligopoly Publishing Markets .....	108
IV.	Economic Reasons and Theoretical Sphere of Publishing Market Regulation .....	110
1	Monopoly and Government Regulation of Publishing Markets .....	112
2	Externality and Government Regulation of Publishing Markets .....	113
3	Information Failure and Government Regulation of Publishing Markets .....	114
V.	Analysis of Publishing Market Regulation from the Perspective of International Comparison .....	115
1	Legislation of Publishing Industry Regulation .....	116
2	Regulation of Publishing Market Access .....	117
3	Regulation of Publishing Institutions’ Behavior .....	119



**Chapter 5 Historical Research on China's Publishing Industry**

<b>Price Issues</b> .....	121
I. Related Research on Ancient Chinese Publications' Prices .....	121
1 Publication Price Research from the Perspective of Publishing History and Cultural History .....	122
2 Publication Price Research from the Perspective of Economic History .....	124
3 Publication Price Research from the Perspective of Literary History .....	125
4 Ancient Chinese Summative Opinions about the Book Price and Value Issues .....	126
II. Analysis of China's Publishing Industry Price Issues during the Period of the Republic of China .....	127
1 Publishing Industry's Price System during the Period of the Republic of China .....	128
2 The Publishing Economy Experiencing the Effects of the Paper Supply .....	130
3 The Book Pricing Levels during the Period of the Republic of China and Society's Response to High Book Prices .....	132
4 Publishing Institutions' Measures on Cost Reduction and Price Control .....	133
5 Price-related Business Strategies in the Publishing Circle during the Period of the Republic of China .....	135
III. Historical Evolution of Contemporary China's Publication Price System .....	138
1 The Period of Publishing Institutions' Autonomous Pricing during the Foundation of the People's Republic of China (from 1949 to 1955) .....	138
2 The Period of Government Control on Publication Pricing (from 1956 to 1984) .....	147
3 The Transition Stage of Publication Price System from Planned to Market (from 1984 to 1992) .....	150
4 The Marketization Phase of Publication Price System (from 1993 to the Present) .....	153
<b>Chapter 6 Comparative Research of Two Types of Publication Price System</b> .....	155
I. Fixed Price (Price-control) System of Publishing Industries .....	156
1 Publication Price System of Germany .....	156
2 Publication Price System of France .....	158