

中国出版业发展 若干问题研究



王关义等/著



中国财政经济出版社

中国出版业发展若干问题研究

王关义 等/著

中国财政经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国出版业发展若干问题研究/王关义等著. —北京: 中国财政经济出版社, 2012. 6

ISBN 978 - 7 - 5095 - 3651 - 3

I. ①中… II. ①王… III. ①出版工作 - 研究 - 中国 IV. ①G239.2 - 53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 082580 号

责任编辑: 周桂元 张怡然

责任校对: 胡永立

封面设计: 孙俪铭

版式设计: 兰 波

中国财政经济出版社出版

URL: <http://www.cfeph.cn>

E-mail: cfeph@cfeph.cn

(版权所有 翻印必究)

社址: 北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮政编码: 100142

营销中心电话: 88190406 北京财经书店电话: 64033436 84041336

北京财经印刷厂印刷 各地新华书店经销

787 × 960 毫米 16 开 13.5 印张 222 000 字

2012 年 8 月第 1 版 2012 年 8 月北京第 1 次印刷

定价: 26.00 元

ISBN 978 - 7 - 5095 - 3651 - 3 · 0073

(图书出现印装问题, 本社负责调换)

本社质量投诉电话: 010 - 88190744

目 录

绪 论		(1)
第一章	体制转换与出版强国建设	(6)
	第一节 中国出版业体制战略性转型	(6)
	第二节 中国出版业在改革中快速前行	(9)
	第三节 建设出版强国的宏观思考	(12)
第二章	我国出版产业链研究	(16)
	第一节 出版产业链研究的理论基础	(16)
	第二节 我国出版产业链现状	(23)
	第三节 构建我国出版产业链的对策与思考	(42)
第三章	我国出版企业资本运营研究	(49)
	第一节 我国出版企业资本运营的概念解析	(49)
	第二节 我国出版企业资本运营历程与现状	(58)
	第三节 我国出版企业资本运营主要方式	(66)
	第四节 我国出版企业资本运营问题与对策	(79)
第四章	我国出版企业融资问题研究	(83)
	第一节 企业融资基本问题概述	(83)
	第二节 我国出版企业融资现状	(90)
	第三节 我国出版企业融资对策	(107)

第五章	畅销书市场运作机制研究	(113)
	第一节 畅销书概论	(113)
	第二节 畅销书市场运作机制	(119)
	第三节 我国畅销书市场运作机制创新	(138)
附录 1	出版管理条例	(147)
附录 2	出版物市场管理规定	(161)
附录 3	新闻出版业“十二五”时期发展规划	(173)
附录 4	我国经济体制改革与出版企业资本运营相关 政策记录	(195)
参考文献		(198)
后 记		(210)

绪 论 ■■■■

与社会主义市场经济体制改革的方向一致,作为国家意识形态重要组成部分的我国出版业也经历着艰难而有成效的转型。部分出版集团转企改制后上市,更是对出版产业属性和出版单位企业性质的强化。改革开放 30 多年以来,作为文化产业主要构成部分的我国出版业得到长足发展,出版码洋增长较快,出版物品种日益丰富。出版业逐步摆脱了传统的发展模式,无论是经营性出版单位转企改制还是事业单位内部的机制改革,在体制变革与转换历程中初步实现了战略转型,以出版业为重要内容之一的中国文化产业对 GDP 增长的贡献率以及对国民经济增长的促进作用日益明显,北京、上海、云南、湖南、深圳等省市文化产业增加值占地区 GDP 比重已超过 5%,成为当地经济支柱产业。

我国“十一五”时期出版产业发展迅速,累计生产图书 138.8 万种、339.7 亿册,是“十五”时期的 2 倍,图书出版总印数居世界第一位,电子出版物出版总量居世界第二位。目前,我国有 1.2 万余种报刊,日报年出版总量达到 440 亿份,出版规模已连续 9 年居世界首位,成为世界发行总量最大的报业市场。新兴的数字出版产业发展异常迅猛,根据新闻出版总署的统计,2011 年,我国新闻出版业总产值已超过 1.5 万亿元,占文化产业总产值的 70% 以上,形成了比较完整的出版产业体系,其中数字出版业的产值已经突破 1000 亿元大关,超过纸质出版业产值。中国已进入世界出版大国的行列,但与世界出版强国相比,中国出版业无论在发展规模、企业规模、资产规模、发展格局,还是发展方式、发展质量、总产值和增加值在国内生产总值和市场份额中所占比重等方面,都存在着巨大的差距。

党的十七届六中全会提出了文化“大繁荣、大发展”的伟大号召,推动文化产业成为国民经济的支柱型产业,而出版业又是构成文化产业的主体部分。基于这种新形势,中国出版业目前已经进入关键的转型和变革时期:一是出版业正经历从传统计划经济体制向市场经济体制的转型;二是出版业

由传统的出版事业向出版产业化方向的转型,一批经营性出版单位转企改制成为出版物市场的主体,变成了追求利润最大化的企业;三是从传统的外延规模扩张式发展向更加注重素质提高的内涵式发展转型;四是从传统的劳动密集、知识密集型产业向现代知识密集、资本密集型的数字出版转型;五是出版业逐渐从主要面向国内市场的封闭经营模式转型为面向国内、国际两个市场的开放经营模式;六是出版业的国家垄断逐步向市场调控方向转变。适时推动出版产业的转型与升级,是实现出版业可持续发展和提高出版产业核心竞争力的重要途径。

一、中国出版产业发展目标

中国出版业发展的总体目标是:到“十二五”期末,出版业发展方式转变基本到位,数字出版等战略性新兴产业领域的发展达到世界先进水平。新闻出版产品和服务更加丰富,公共服务能力和水平进一步提高。基本扭转新闻出版产品和服务的出口逆差状况,大幅度提升中华文化的国际传播力和影响力。基本形成以公有制为主体、多种所有制共同发展的产业格局。基本建立起统一开放、竞争有序、健康繁荣的现代出版物市场体系,以人为本、面向基层、惠及大众的新闻出版公共服务体系,技术先进、传输快捷、覆盖广泛的现代传播体系。

“十二五”时期,出版产业增长速度达到19.2%,到“十二五”期末将实现全行业总产出29400亿元,实现增加值8440亿元,年图书出版总印数达到79.2亿册(张);报纸出版总印数达到552.3亿份;期刊出版总印数达到42.2亿册。出版物实物出口数量超过1150万册(份、盒、张),版权输出品种数达到7000种。实现人均年拥有图书5.8册、期刊3.1册,每千人拥有日报达到100份,国民综合阅读率达到80%,千人拥有出版物发行网点数0.13个,版权登记数量70万件。

“十二五”时期,科技投入在行业增加值中所占比重逐年增加,绿色印刷企业在全部印刷企业中所占比重超过30%。未来5年,我国将形成10个左右具有较强辐射能力的报刊出版产业集聚中心,打造10家左右跨地区、跨行业、跨媒体经营的大型国有报刊传媒集团,实现每期发行量超过百万份的综合性日报20种,每期发行量超过百万册的大众服务类期刊30种。

到“十二五”期末,全国报刊出版单位数量将减半,降至5000家以

下。版权引进与输出比例降至 2:1。我国将以内容创新和数字化转型为重点,加快资源整合,继续发展图书、报纸、期刊等纸介质传统出版产业;以业态创新和服务创新为重点,加快新技术应用,大力发展数字出版等战略性新兴产业;以原创创意为重点,快速提高国产动漫出版产品的数量和质量,加速发展动漫游戏出版产业;以技术升级和绿色环保为重点,加快数字化技术推广,坚持发展印刷复制产业;以区域整合为重点,创新出版物传播手段和渠道,积极发展新闻出版流通和物流产业。我国还将打造一批大型出版传媒“航空母舰”、重组一批大型印刷复制企业、组建一批大型发行物流集团。

二、中国出版业发展的战略支点

国家新闻出版总署提出要尽快实现由出版大国向出版强国的转变,其具体目标是:到 2020 年,出版产业总产值占当年全国 GDP 的 5% 左右,成为国家经济发展的重要产业,基本实现人均消费图书 6 册、期刊 3.2 册,报纸每千人日 130 份以上;数字媒体等新兴产业的发展达到世界先进水平。基于这一宏伟目标,立足出版产业市场化、现代化、国际化和数字化的宏观背景,面对出版业发展的实际,迫切需要探询推动中国出版产业素质升级的对策。

(一) 在人力资本方面,适应世界范围内出版业发展的新趋势,努力提升出版业从业人员的基本素质和专业素质

目前,我国城乡居民在文化消费支出总量在 7000 亿元以上,城镇居民和农村居民人均纯收入持续增长,人均收入不断提高使文化消费空间进一步扩大,各类居民用于学习方面的支出都会增长,对出版物的需求也会不断增长,为推动出版业快速发展提供了巨大的需求动力。从国际经验看,人均 GDP 突破 1000 美元以后,国民对精神文化的需求会越来越大,文化消费支出总量将稳步增长,文化消费的比重也将逐步提高。2010 年我国人均 GDP 已经超过了 4000 美元,这预示着文化需求旺盛的时代正在到来。因此,出版物市场需求潜力巨大,推动出版产业素质升级的关键,是要重点培养一支适应行业发展新要求的人才队伍。包括图书策划人才、编辑人才、资本运作人才、市场营销人才、成本核算人才等。

（二）在出版技术方面，推动传统出版产业升级，应对数字技术对传统出版的严峻挑战

数字出版是传统出版和高新技术相互结合的新兴出版业态，它就是利用数字化技术，将各种图、文、声、像信息以数字形式存入信息库中，出版者根据市场需要对这些信息进行筛选、编辑、加工、整合，然后以纸介质出版物、光盘或网络出版物等形式投放市场的出版活动。简单地说，数字出版就是利用计算机技术或网络技术来代替一些传统的出版活动。新兴的数字媒体如新闻网站、电子图书、数字杂志、在线音乐、网络游戏，以手机为载体的手机报、手机小说、手机音乐等新的阅读方式和阅读载体就是数字出版的重要内容。数字出版代表着出版产业未来的发展方向。在数字化出版领域，中国已和先进国家处于同一起跑线上，有的技术甚至领先世界。目前，数字化出版已成为中国出版业的新增长点。数字出版正在悄然改变着读书人的习惯，也正在深刻地影响并改变着传统出版业，形成涵盖电子图书、数字报、数字音像、电子杂志、网站、手机报、网游、动漫、多媒体等跨领域的数字出版产业体系。

（三）在宏观管理方面，要尽快实现管理的科学化

政府职能部门必须加快出版管理体制机制方面的创新，加快培育文化市场主体，为出版企业健康发展创造良好的制度环境和市场环境。适应出版业市场化、产业化这一趋势，要逐步转变出版管理部门的职能，为出版企业建立现代企业制度和科学的内部管理机制创造良好的条件，通过改革和发展，逐步形成统一开放、竞争有序、健康繁荣的新闻出版大市场体系。未来几年内，随着经营性出版单位转企改制的全面完成，出版行业将面临重新洗牌，全国出版格局必将发生重大变化。政府要强化宏观管理职能，出版行政管理要从微观管理转向宏观管理，工作重点要放在以下几方面：一是加快重塑和培育出版市场主体，加快出版物市场体系建设。建设统一开放、竞争有序、健康繁荣的现代出版物市场体系，建立良好的出版秩序。除公益性出版事业单位需要在政府扶持下规范运作外，其他出版单位都应以建立现代企业制度为目标，创新体制、转换机制，真正成为自主经营、自负盈亏、自我发展、自我约束的文化市场主体。二是要着力构建和完善出版社会公共服务体系。在转型和变革背景下，出版产业发展的新态势和国内国际市场竞争的新形

势，决定了引导出版产业发展、增强产业竞争力应成为出版行政管理的核心经济职能。三是加快出版领域的结构调整，建立健全统一、开放、竞争、有序的现代出版市场体系，促进出版业内部各种生产要素的合理流动。四是积极运用高科技改造、提升传统出版产业，开发新兴出版业态。五是要加强宏观调控，制定宏观产业发展政策。通过加强信息统计和调查研究，定期发布新闻出版产业发展的状况、前景和趋势，制定产业发展规划、重点项目和产业政策，调控出版总量、产业结构和产业布局，推进产业升级和结构调整。六是加强出版市场制度建设。建立出版微观运行制度，将试点经验和政策性措施转化为制度性安排，重塑出版市场主体。要建立和完善各类事关行业发展的管理制度，如出版内容审查制度、行业准入和退出制度、数字新媒体监管制度、出版业公平竞争制度、民营资本介入出版制度等。要加强行业自律，建立和完善行业诚信制度和职业道德制度等。七是形成参与国际竞争的体制机制，形成公共服务和市场监管到位的政府行政管理体系。

第一章

体制转换与出版强国建设

体制改革是牵引中国出版业发展的“火车头”，改革开放 30 多年以来，尤其是进入 21 世纪以来，作为计划经济的一大堡垒，中国出版业体制机制加速转换，与社会主义市场经济体制改革的目标日趋吻合。本章在总结和梳理出版业体制实现战略性转型的基础上，分析出版业发展现状，提出了推动出版业大发展、建设出版强国的具体思路。

第一节

中国出版业体制战略性转型

自 2003 年开始，远远滞后于整个社会主义市场经济体制改革步伐，长期被视为意识形态领域的中国出版业以“政企分开、政事分开、政资分开、管办分离”为突破口的体制改革也拉开了序幕。通过近年来的一系列改革，中国出版业体制初步实现了战略性转型。

一、出版业经历了从传统计划经济体制向市场经济体制的转型

从一定意义上说，出版业是我国市场化进程最迟缓的产业之一，与日趋完善的社会主义市场经济体制极不适应。对长期形成的传统的出版管理体制进行改革是一场深刻的制度革命，没有这种制度性的变革，出版业就不会实现大发展。出版业改革主要从如下路径取得突破性进展：一是塑造市场主体，围绕转企改制深化改革。把经营性出版单位、新华书店系统以及非时政类报刊作为进入市场的主导行业，重塑市场主体，推进市场化、企业化改革。2003 年，中央确定了 35 家文化体制改革试点单位，新闻出版单位占了

21 家,如今 528 家经营性出版单位正在或已完成转制;3000 多家新华书店完成转制,1069 家非时政类报刊登记或转制为企业法人,100 多家新闻出版企业集团成功组建。二是推进出版事业单位改革。针对一些时政类报刊和公益性出版单位,实行内部“三项制度”改革,塑造公共文化服务的主体。目前,所有党报、党刊都完成了采编业务和经营业务两分开。三是调整结构,加快转变发展方式。目前,通过改革调整,形成了 27 家出版集团、49 家报业集团、4 家期刊集团和 24 家国有发行集团。与此同时,管理方式也在进一步创新和优化,书号、条码、CIP 数据以及版权代理、软件登记等,全部实行了公开、免费。通过转企改制、重塑市场主体、提高市场化水平等改革措施产生的效应正在逐步显现,出版领域传统的计划管理体制逐步向计划管理和市场调节相结合,多数出版社和出版物以市场调节为主,行业界限、业态界限、地区界限逐渐被打破的格局转变,传统的出版管理体制经历了根本性转型。

二、通过转企改制出版单位实现了投融资体制的重大转变

出版业传统的单纯依靠国家财政和国有银行投资的单一渠道向多元化投资转型,投融资体制改革取得重大突破。2009 年 3 月,国家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》,把开辟融资渠道问题作为一项重点工作进行了部署,重点将在推动跨媒体、跨地区、跨行业、跨所有制的战略重组的同时,积极开辟融资渠道,支持条件成熟的出版传媒企业,特别是跨地区的出版传媒企业上市融资,积极引导出版企业采取内部融资、业内融资、业外融资、发行企业债券、引进外资、上市融资等方式进行融资。目前,包括出版、报业、新媒体、印刷、发行等在内的新闻出版上市企业已达 45 家,总市值达到 5700 亿元,这些骨干企业在市场上发挥着主流媒体和主渠道的作用。

三、大多数出版单位实现了从传统的外延规模扩张式发展向内涵式发展的转型

通过改革与体制转换,我国出版业整体上实现了由以往依靠图书品种的外延型数量扩张逐步向依靠再版、新书开发等内涵型增长的方向转变。出版产业发展向高层次递进,出版产业发展呈现新态势,出版形态混业经营的趋势更加明显,出版单位从单一媒体形态向多种媒体交叉融合的形态演进,集

团化、集约化经营的步伐进一步加快,跨地区、跨媒体、跨所有制的兼并重组不断出现,出版产业微观经营主体呈现融合趋势。数字出版、在线出版、电子商务、物流配送等新型业态的蓬勃发展,使出版的载体形式、传播方式、运营模式、生产流程发生了革命性的变革。

四、出版业长期形成的垄断局面被逐步打破

我国出版业体制改革是在政府主导下自上而下推进的,政府主导改革仍是现阶段出版体制改革的主要特征。从长远来看,我国出版产业发展应以市场为导向,充分发挥市场资源配置的基础性作用。随着社会主义市场经济体制的形成,我国出版产业发展面临的市场活力不足、企业融资困难、投资渠道不畅等问题。出版业市场化、产业化趋势,客观上也要求要逐步转变出版管理部门的职能。在市场经济条件下,基于市场经济固有的自主性、平等性、竞争性、开放性的特点,要求与之适应的政府是有限政府、服务型政府和法治政府,为此,政府就要转变职能,集中精力抓好经济调节、市场监管、社会管理和公共服务,政府职能转变的目标是要从传统的管理型政府向现代的服务型政府转变。

五、出版业逐渐从面向国内市场的封闭经营模式向面向国内、国际两个市场的开放经营模式转型

近年来,在转型和变革的背景下,面对全球化发展的新态势和国内国际市场竞争的新形势,出版业的国内国际竞争日趋激烈,出版业也逐步扩大对内、对外开放。目前,我国图书出版规模已居世界第一,中国出版机构与国外出版企业之间的交流与合作日趋紧密,中国图书在实物出口、版权贸易、合作出版、境外直接出版等方面也全面拓展。在坚持对外开放的同时,出版业实现了由“引进来”向“走出去”的转变,参与国际竞争、利用国际资源、国际市场加快发展成了行业的共识,中国出版业国际化程度逐步提高,从单纯的图书贸易和版权输出发展到越来越多的与国外同行合作。据统计资料,2001年,中国共引进版权8250种,仅输出版权653种,引进与输出比例为12.6:1,而到了2008年,这一比例已降低到6.5:1,2009年为3.3:1,版权引进和输出的比例进一步降低,版权进出口逆差逐步缩小,中国出版业走向世界的国际化开放格局正在形成。

第二节

中国出版业在改革中快速前行

中国出版业通过重塑市场主体,引入市场机制,实现战略性转型,体制机制发生了重大变革,对内和对外开放非公有资本和外资全面进入有了进展,以公有制为主体、多种所有制共同发展的产业格局不断完善,图书、报纸和期刊等传统出版介质借助现代科技升级换代,产业结构加快调整,战略性新兴产业迅猛发展。

一、出版业持续增长,成为文化产业的主力军

近年来,我国出版产业快速发展,出版品种和数量创历史最高水平。据统计,整个“十一五”时期,出版业累计生产图书138.8万种,339.7亿册,是“十五”时期的2倍;报纸年发行量接近500亿份,日报出版规模连续9年位居世界第一,图书出版品种与销售总额仅次于美国位居世界第二。世界日报发行量百强中我国内地占了25席;版权相关产业增加值占到国内生产总值的6.4%,战略性出版产业迅速崛起,一大批出版、物流和数字出版基地孵化能力不断增强,各具特色的区域产业集群基本形成。2009年,中国共出版图书30.2万种(70余亿册)、报纸1937种、期刊9851种、音像制品25384种、电子出版物10708种。图书出版品种和实物量连续5年居世界第一。2011年,我国新闻出版产业总产出超过1.5万亿元,增加值占国内文化产业核心层增加值的70%以上,成为文化产业的主力军(见图1-1、图1-2、图1-3)。

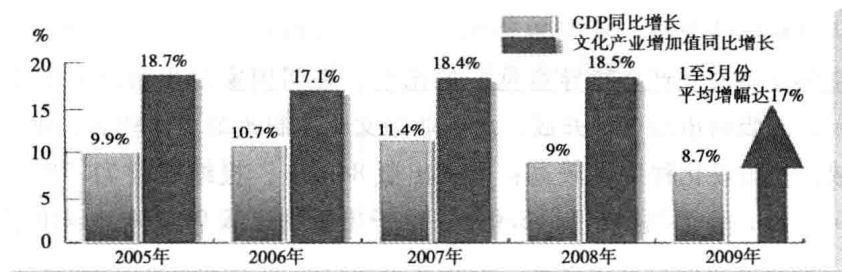


图1-1 我国文化产业发展情况

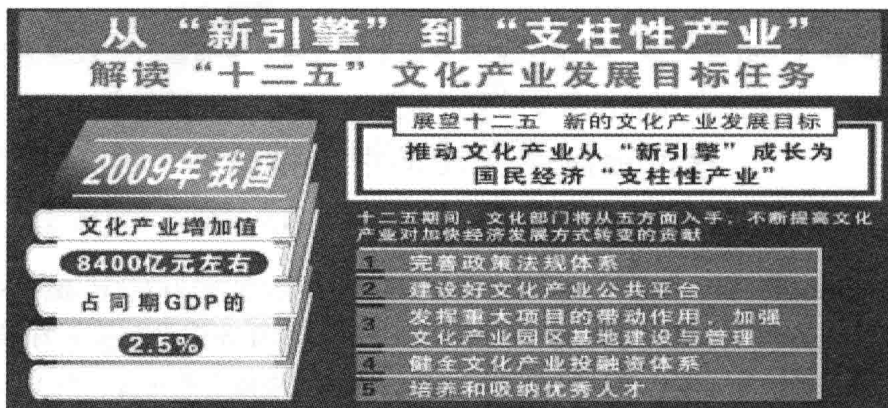
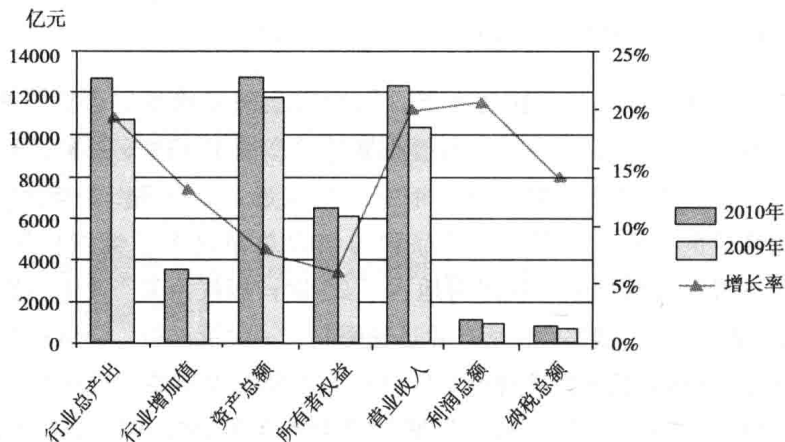
图 1-2 我国文化产业“十二五”时期发展目标^①

图 1-3 2010 年新闻出版业主要经济指标及增长情况

二、出版业体制改革取得突破性进展，相对独立的市场主体已经形成

从宏观环境分析，从 2009 年的《文化产业振兴规划》到 2010 年的九部委《金融支持文化产业指导意见》的出台，表明国家对出版产业的支持力度更大，出版物市场更加开放。出版业是文化体制改革步伐较快、成效较大的领域，其市场化程度都较高：图书出版 84.7%，报纸出版 71.7%，期刊出版 67.1%，音像制品出版 88.0%，电子出版物出版 91.2%。以出版业为

^① 本图由曲振东编制，新华社发。

核心的中国文化产业不仅增长速度快于同期 GDP 增长建设,而且文化产业增加值占 GDP 的比重,也从“十一五”末期的 2.15% 提高到 2009 年的 2.5%。出版产业发展规模扩大,出版产业在国民经济中的“分量”也越来越重。目前,在全国 35.7 万家新闻出版单位中,非公有经济单位超过 32.4 万家,占到单位总数的 90.8%,另有 3.7% 的企业法人单位为港澳台商投资和外商投资企业。经营性图书、音像出版单位基本完成转企改制,1251 家非时政类报刊出版单位转制或登记为企业法人,一批大型出版企业集团公司通过兼并重组组建起来。2010 年 10 月,中南传媒上市冻结资金达 3800 多亿元(一次性筹资 42 亿元),创下中国资本市场冻结资金的最高纪录;安徽出版集团借壳科大创新,不到三年资产升值 25 亿元;华谊兄弟首次发行股票募集的资金约为 11.48 亿元,一批出版企业公开上市融资,中国出版业经历着新一轮深刻变革。

三、出版产业初步实现了由传统出版向现代出版的转型,数字出版发展迅速

我国出版业已经走出“传统出版的丛林”,逐步向数字化方向迈进。根据国内一位资深出版人的经历,他在美国四个城市的飞行旅途期间,发现共有 33 人在阅读图书,其中:阅读纸质图书的读者只有 4 人(中国读者 2 人,职业经理;美国读者 2 人,1 名儿童与 1 名青年),用 iPad 阅读的有 21 人,用 iPhone 阅读的有 5 人,用亚马逊 Kindle 的有 2 人,用巴诺(Barnes & Noble)的 NOOK 的有 1 人。此例充分说明,随着全球技术进步和数字化时代的到来,数字出版趋势不可逆转。2009 年,中国数字出版总产出值已达到 799.4 亿元,2010 年超过 1200 亿元,总体规模上了一个新台阶,初步形成了北京、上海、广东等数字出版产业集聚区(见表 1-1),成为出版产业新的增长点。

表 1-1 2008 年法人单位文化产业增加值占本地区 GDP
比重超过全国平均水平(2.28%)的省份

省份	北京	广东	福建	上海	浙江	湖南	江西
文化产业占 GDP 比重(%)	5.77	4.20	2.74	2.69	2.47	2.46	2.28

四、中国出版业的国际竞争力显著增强,版权贸易逆差逐年缩小

国际出版业发展需要交流与合作。近年来,我国出版业“走出去”的

方式和渠道有了极大拓展,我国图书和期刊等出版物发行进入193个国家和地区的公共图书馆,报刊发行覆盖了80多个国家和地区,我国出版业的国际竞争力提高到一个新的水平,版权贸易引进品种与输出品种比例从2005年的7.2:1转变为2009年3.3:1,逆差明显缩小,实物出口总量也不断扩大。2009年,全国出版物进出口经营单位累计出口图书、报纸、期刊数量增长10.39%,尤其是期刊出口的数量增长了129.94%。与此同时,一些新闻出版企业开始在海外投资,设立分支机构,建立合资企业,据初步统计,目前这类机构已经达到300多家。我国图书出版品种和总印数量居世界第一位,5年累计发行2000万册以上的10种图书中,我国就占了3种;电子出版物总量居世界第2位,出版大国的地位更加巩固。

第三节

建设出版强国的宏观思考

2010年10月18日,党的十七届五中全会第一次把文化作为单独的部份列入国家经济和社会发展规划建议,提出推动文化产业成为国民经济支柱性产业的战略目标。面对全球新技术、新媒体、新产业不断产生和发展的现实,我国正在从出版大国向出版强国迈进。但从目前的实际情况来看,差距巨大。据世界知识产权组织调查,发达国家国内生产总值(GDP)中版权产业所占份额平均在6%左右,部分发展中国家达到了3%以上,而我国目前出版业的整体水平还达不到发展中国家的平均水平。我国文化产业占世界文化产业的份额不足4%。为了尽早实现建设出版强国的目标,出版业要以加快转变发展方式为主线,确定若干个重点领域优先发展,以点的突破带动全行业的发展,具体思路如下:

一、适应世界范围内出版业发展的新趋势,提升出版业从业人员的基本素养和专业素质

据相关资料预测,“十二五”期末,我国城乡居民文化消费总量将约为1.5万亿元,占到全部文化消费总量的78%以上。城乡居民文化消费平均每年递增1000多亿元,年平均增长11.5%左右,呈直线上升趋势,文化消费