




# 再不断思考



ZAI BU DUAN SI KAO

杨 荣◎著

 广东省出版集团

全国优秀出版社  广东教育出版社



# 再不断思考

ZAI BU DUAN SI KAO

杨荣◎著

广东省出版集团

全国优秀出版社 广东教育出版社

· 广州 ·

## 图书在版编目 (CIP) 数据

再不断思考 / 杨荣著. — 广州: 广东教育出版社, 2008. 9  
ISBN 978-7-5406-7192-1

I. 再… II. 杨… 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 (2008) 第 144866 号

责任编辑\黎 雷

责任技编\肖作勤

装帧设计\陈国梁

广东教育出版社出版发行

(广州市环市东路 472 号 12-15 楼)

邮政编码: 510075

网址: <http://www.gjs.cn>

广东新华发行集团股份有限公司经销

佛山市浩文彩色印刷有限公司印刷

(南海区狮山科技工业园 A 区)

850 毫米×1168 毫米 32 开本 4.5 印张 90 000 字

2008 年 9 月第 1 版 2008 年 9 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5406-7192-1

定价: 9.60 元

质量监督电话: 020-87613102 购书咨询电话: 020-34120440

## 自序

1998年，广东省版协为推动省内出版科研活动，将我1988年至1997年期间所写文章的大部分汇编成《不断思考——杨荣出版研究十年文选》，作为广东出版界第一本个人论文集，并在广东教育出版社的大力支持下出版。

1998年至2007年期间，我坚持结合出版实践，思考问题，继续写了一些文章。近日，拟整理其中的大部分结集《再不断思考》出版。因为2005年省版协换届，我到协会工作。所以，由个人向广东教育出版社提出要求，同样得到大力支持。

在此，感谢广东教育出版社先后有关社领导对出版科研工作的理解和重视。事实上，广东教育出版社领导对出版科研工作的支持是一贯的。2005年，广东教育出版社就推出《回味书香——广东教育出版社书评、论文选（1995—2005）》；第四届省版协选编的第一本出版科研论文集《向往飞翔——广东省出版科研论文集》，也是2006年由广东教育出版社出版的。

《再不断思考》收入的文章大都发表过，或入选相关理论研讨会。各篇文章思考的着重点虽有所不同，但许多篇文章都表达同一个思考：出版单位需要尽快

建立现代企业制度，出版业需要尽快实行政企（事）分开，并认为只有真正地推进出版体制机制自主创新，出版产业才能获得长足的发展。

2006年底搬办公室整理资料时，我发现数份20世纪90年代初期给省新闻出版局党组或局主要领导写的工作建议。重读之余，觉得其中三份属思考类文章，本次结集也将它们作为附录，放在后面。

思考类文章肯定会有不足和不妥之处，欢迎出版业同行批评指正。

2008年6月16日

## 目 录

- 对 21 世纪上半叶中国出版业的简要展望 ..... 1
- 关于组建有中国特色的出版集团有限公司的几点  
思考 ..... 29
- 中国出版业实现跨越式发展的若干思考 ..... 39
- 再论转变传统思维方式 ..... 52
- 做好我省出版业社会团体工作浅见 ..... 57
- 追求稳健发展  
——关于中山大学出版社 2000—2005 年的调研  
报告 ..... 60
- 找准定位，注重创新  
——关于华南理工大学出版社 2001—2005 年的  
调研报告 ..... 68
- 广东音像出版业的困境及对策分析 ..... 77
- 注重体制机制自主创新，大力发展广东出版产业  
——读《继续出好广东这部大书》（访谈录）的  
思考 ..... 89
- “广东出版走出去”调研报告 ..... 100
- 附录：
- 合并面对的问题及解决问题的办法 ..... 122
- 需对筹建广东新华印刷系列集团公司之事拍板 ... 129
- 找船出大海，借梯上高楼，管理规范化 ..... 131

# 对 21 世纪上半叶 中国出版业的简要展望

建立社会主义市场经济体制是我国经济振兴和社会进步的必由之路。社会主义市场经济，不仅同社会主义基本经济制度、政治制度结合在一起，而且同社会主义精神文明结合在一起。社会主义精神文明建设面临新的形势和任务，同样，既是精神文明建设一部分，又是物质文明建设一部分的中国出版业的发展，亦面临新的形势和任务。可以预计，随着改革开放的不断深入，现代化建设的持续发展，到 21 世纪上半叶，中国出版业将会逐步成为国民经济的重要支柱产业之一。所以，认真研究中国出版业将会出现的新情况、新问题，积极探索发展出版业的新思路、新办法，将是十分必要的，也是应该的。

## 一、关于题目的两点说明

### 1. 为什么只对上半叶进行展望？

中华人民共和国成立 50 周年，特别是改革开放 20 年，中国出版业已经发生翻天覆地的变化，江泽民同志在党的十五大报告中指出：“到下个世纪中叶建国一百年时，基本实现现代化，建成富强民主文明的社会主义国家。”即按照中国社会主义现代化的进程，21 世纪上半叶这 50 年，是中国追赶和赶上世界中等发达

国家水平的时期。那么，未来 50 年中国出版业的发展，恐怕是前 50 年远远不可比的。其变化将为更深刻的、更深层次的。另一方面，我个人的研究水平十分有限，根本没有能力对中国出版业未来整个世纪的情况作出预见。

## 2. 为什么只能简要展望？

未来 50 年巨变的全貌，一篇短文绝对不可能描绘出来。本文也只能将涉及出版业的几个主要方面作粗线条的展望。其实，本文所涉及的许多问题，每一问题都可以写成一篇分量不轻的文章，甚至可以写成本专著。我殷切地期待着有更多的同行能进行这方面的研究。努力探讨出版业改革的思路，预测未来，寻找规律性。这应是历史赋予出版业从业人员的任务之一。

## 二、简要的展望

本文提及的出版业，其概念应是大的，而不是狭义的，其最少应该包括图书、报纸、期刊、音像、电子出版物的出版、印刷、发行，以及物资供应等。

### (一) 图书出版

#### 1. 图书出版专业分工政策将逐步被弱化。

原来曾为中国图书出版发展发挥过积极作用的、但因为没配套相应政策而产生过负面影响的图书出版专业分工政策，将会逐步被弱化淡化。各图书出版单位依靠积累的、开拓的、争夺到的出版资源，办出其特色，将会在较为平等的市场竞争中赢得一定的市场份额和社会公认。这样，一直以来一个行政区域内（指省、市、自治区）一定有各种专业图书出版单位的出版格局将被打破。旧的出版格局的打破会为跨地区



的兼并或联合创造条件。可以预计，全国将逐步形成若干个图书出版中心，这些图书出版中心将会占有全国图书出版的大部分市场份额。

2. 取得教材、教辅出版专有权的出版单位要缴交专项教育税。

由于诸种原因，国家对教育事业的投入一直处于较低的水平。为了弥补教育经费的不足，一直来不断有人提出，把教材、教辅的出版交由教育行政部门负责。按照中国改革的思路，政企（事）必须分开。故教材、教辅交由教育行政部门出版的做法是不适宜的。我以为，很有可能出现的、较为规范的做法是，取得教材、教辅（除图书外，还包括音像、电子出版物）出版专有权的出版单位要缴交专项教育税。国家把收缴的税金作为财政划出的教育经费拨给教育部门。这种做法的实施，将意味着部分出版单位依赖生存和发展的基础被彻底动摇。

可以预计，教材、教辅出版专有权的获得，不像现在由行政管理部门授予，而是通过竞争，由具有权威的教材、教辅审定机构来决定哪个出版单位编辑出版的教材、教辅获得通过，可以推荐给学校选用。

3. 政企（事）分开的逐步实施，为真正意义的书业集团的出现铺平了道路。

20世纪90年代以来，先后有多种形式的出版集团成立。因为这些集团的销售、利润的组成，均以图书占绝对的比例，故只能称为书业集团。由于这些集团大多数没有实现政企（事）分开，也基本上没有按现代企业制度来规范集团的运作，故这些集团还不能称为真正意义的集团。20世纪90年代末，从中央到地

方实行政企（事）分开，才为真正意义上的书业集团的出现铺平了道路。

可以设想，这些书业集团一般由若干个图书出版单位自愿组合。开始时，规模不一定十分大，只能属“巡洋舰”级别。可能要经过一段时间的磨合，集团优势显露出来后，才有可能吸引其他图书出版单位和其他出版物出版单位的参与，才有实力去兼并各类出版单位。事实上，“巡洋舰”能否成为“航空母舰”，还有待条件、时机。

应该看到，作为较大型的书业集团，因其讲求经营效益运作的需要，其内部亦会有一些的专业分工的，只不过这种专业分工已完全不同于以前的那种概念了。

## （二）报纸出版

1. 报纸彩印、多版将成为发展趋势之一，报纸价格会相应提高。

随着资金投入的增大，技术设备的更新，计算机的广泛使用，出报速度的提高，时效性的加强，中国报业将会跨入一个新的时期。报纸彩印、多版，适应社会进步的需求，所以赢得较大的发展空间。

报纸彩印、多版，可提供的信息量大，符合广告客户和各类读者的广泛要求。随着办报的各项成本的变化，报纸的价格会相应提高。届时，部分大报日出20~24版，报业集团的主报日出40~48版。价格升幅将视日出版数而定，部分大报升幅将达1倍，报业集团的主报升幅将达1.5倍，另外，个别专业性十分强的大报，升幅将达到2倍左右。

2. 可能会出现巨型报业集团，报纸的数量会相对减少。

自广州日报报业集团诞生后，全国已先后成立了多个报业集团。严格来讲，这批报业集团成立时尚未按现代企业制度去规范整个组织架构和联结的链条。经过一段时间的运作实践，其中若干个能逐步按现代企业制度去规范组织架构的报业集团将会脱颖而出，有可能成为巨型的报业集团。

就大出版业概念而讲，报业具有很多得天独厚的地方。如报社采编、印刷、发行和管理等各部门的各类人才济济；如报纸的信息量十分大，各种资源相当丰富；如本身在发展中，已创办图书出版社、期刊社、各种小报、彩印中心、发行中心（连锁店）、广告制作中心、物资供应公司、物业管理公司、房地产开发公司等，有的甚至与有关单位联办影视制作中心等。在充分利用报业集团自身优势时，还逐步涉足音像、电子出版。在其发展过程中，主办演唱会、体育比赛等活动，乃至开办旅行社和票务中心，等等。届时，已发展到巨型规模的报业集团会成长为名副其实的大型出版传媒集团。可以预计，中国出版业的大型出版传媒集团，由报业集团演进而成的概率最大。

同样，可以想象，报业集团的主报和部分大报的不断发展，使只占报纸种数 20% 的报业集团主报和部分大报，占据了报业年总印张数的 70%、年广告营业额的 80% 以上。这迫使部分小报赖以生存的空间逐步缩小，使其可占得的市场份额逐步减少。也可以这样说，报业集团的主报和部分大报发挥的功能作用，已经可以替代这部分小报的功能作用了。相比之下，报业集团的主报和部分大报付出的成本比这部分小报付出的成本低得多。部分小报将因没有继续存在的必要

而自然消失。可以预计，届时报纸的数量会相对减少。

### (三) 期刊出版

1. 依赖行政摊派维持发行份额的期刊将逐步被推向真正的市场，期刊数量呈减少的趋势。

20世纪90年代后期，大部分文学期刊“断奶”，除停刊的外，均转向在市场中求生存与发展。这一转变，迫使不少期刊探索新的办刊方式，将自身适应的定位和读者的选择作为期刊生存的基础，走出“适者生存”的新路。

同样，随着政企（事）分开，那些依赖行政权力摊派维持发行份额的期刊，亦将逐步被推向真正的市场。靠摊派维持的发行数量，往往是脆弱的，经不起行政管理权丧失的打击。不少以行政命令支撑的期刊，质量也很一般。这些刊物，较好的遭遇是能发到读者的手里，不好的遭遇是当发行环节哪一环上“搁浅”了，整捆地躺在角落，其后又整捆地送到废品站。可以预计，只有那些能赢得读者的期刊才能赢得市场与发展，不适者将被淘汰。中国期刊数量在一段时间内呈自然减少的趋势。

2. 少数实力较强的名牌期刊，经过一段时间的全面拓展，会成立以名牌期刊为龙头的集团。

20世纪八九十年代，改革开放的浪潮，造就了一批名牌期刊。这些名牌数量虽然很少，但能量十分大。这批名牌期刊月发行量均上百万，有的甚至数百万，出版的盈利相当可观。加上由于发行量大，吸引到的广告量也相当大。这批名牌期刊，多以刊为背景或契机，除派生出新的期刊、报纸外，还会派生出系列公司、中心、工厂，等等。由于名牌期刊的类别不同，

这些公司、中心、工厂也涉足方方面面。如医疗卫生类期刊，以期刊名字创办医药公司、美容保健中心、制药厂等，甚至涉及服务业的其他领域。这样，既宣传了名牌，增加了知名度，吸引到人才，创造社会、经济效益，为其发展增添了后劲，从而为期刊社组建集团奠定了良好的基础。可以预计，这批名牌期刊组建的集团，其综合实力虽不能与巨型报业集团抗衡，但足可与书业集团较量。

3. 给社办期刊应有的地位、权力，其才能成为真正的经济增长点。

社办期刊作为近年出版社新的经济增长点，初步显示出了生命力。部分省、市、自治区组建的报刊出版中心，正逐步发挥作用。如黑龙江新组建的报刊出版中心已拥有12家期刊，新增利润300万元。但与非社办的期刊相比，各方面差距仍然十分之大。有不少文章研究其原因，列举许多方面，我均有同感。最主要的一条是轻视期刊特点，以管理图书出版的模式管理期刊，致使绝大多数（188家中的162家）无独立的成本核算，缺乏激励机制。当然，作为思想观念来讲，则是“重书轻刊，以刊养书”的观念，扼杀和消耗着社办期刊的创造力，使期刊不能按产业发展要求，自我发展壮大。

事实上，整个中国期刊市场发展的潜力是相当大的：一是发行量尚有很大潜力；二是广告经营大有开发余地。问题的关键是期刊如何在市场中找准自己的方向，占领自己的份额。对于绝大多数社办期刊来说，解决问题的出路亦十分明显，或期刊编辑部改制，使其成为一个有法人资格的地地道道的、独立自主的期

刊社。社刊工程是一项系统工程，不能简单理解为出版社在期刊数量上的增加，而是要正确处理好书与刊的关系，实现书刊整体发展的战略，给社办期刊以更有生命力的经营机制，调动办刊人员的积极性，使期刊真正按自身规律组织生产，其才能成为出版社真正的经济增长点。

#### (四) 音像、电子出版

1. 复制设备盲目投产的势头没有得到有效的遏制，相比之下，节目源，特别是有影响的自有节目数量明显不足，仍然是阻碍音像、电子出版业发展的重要原因之一。

像中国出版业的书刊印刷厂争上设备一样，由于管理系统条、块分割等原因，总量控制、宏观调控的力度，在音像、电子出版单位同样没能掌握好。像20世纪80年代争上音带、像带复录设备，像20世纪90年代争上CD、LD、VCD复制设备，到20世纪90年代末，21世纪初，争上DVD等复制设备，盲目投产已成了“顽症”。究其原因，因其投资大，见效快，利润高而发展迅猛，往往导致“一窝蜂”现象的产生。事实上，往往只是最早上马的饮“头啖汤”的少数几个单位在短期内效益不错。而在后面盲目上马的多数单位，运气就差了。因此，复制设备盲目投产，将成为阻碍发展的重要原因之一。

试图解决上述问题的办法主要有二：一是在经过充分调查研究的基础上，宏观调控的手段要硬，打破条、块分割，实施全面布局由国家（中央）掌握，审批权亦只在国家（中央）那里，其他任何部门、地区不得开口子；二是下力气抓好自有节目源的工作，特

别是重点抓好有影响的自有节目的编制，以满足群众的正当需求，以确保复录、复制设备的高效运作。

2. 冲破“小而散”、“作坊式”的生产方式，实行强强联合的大型音像、电子出版社，因走集团化、专业化道路，从而成为音像、电子出版业产业化发展的主导。

在相当长的一段时间内，数百家音像、电子出版单位的生产方式，均处于“小而散”、“作坊式”的状况。其可支配的资源十分有限，其抗御风险的能力亦十分低，其本身的薄弱环节在发展中逐步暴露出来，如复录、复制设备盲目投产，如自有节目源不足，特别是有影响的自有节目数量明显不足，等等，如不改革将严重制约其发展，音像、电子出版业在21世纪有条件成为中国出版业新的经济增长点之一，将会成为一句空话。改革的突破口为加快音像、电子出版单位产业化的进程。

音像、电子出版单位产业化进程，有两个主要标志：一为实现强强联合，走集团化的道路；二为以资产为纽带进行重组的各单位，将突出各自特色的专业化，从而形成多层次、整体发展的格局。

由于音像、电子出版单位在同影视、音乐、艺术、科教、图书、期刊、报纸等单位有广泛联系和较好的合作基础，故音像、电子出版单位强强联合组建的集团拥有广阔的发展空间。可以预计，其综合实力虽不及巨型的报业集团，但可与期刊、书业集团形成三足鼎立的局面。

(五) 图书、报纸、期刊、音像、电子出版业共同面对和需要解决的主要问题

1. 需全力遏制、打击猖獗的盗版活动。

中国出版业的各个出版领域均受到盗版的强烈冲击，按出版物受冲击的程度而排序，依次为音像、电子、图书、期刊、报纸。许多出版单位的负责人惊呼：“盗版猛于虎”。可以说，中国出版业发展必须面对的问题有很多很多，但亟待解决最重要的有二：一是继续深化出版业体制改革；二是全力遏制、打击猖獗的盗版活动。

遏制、打击盗版需中国出版业从业人员乃至全国人民，树立起这样的观念：购买、拥有盗版出版物属犯罪行为，只有购买、拥有正版出版物的人，才会像守法的公民受到全社会的尊敬。也就是说，应努力促使购买主体不买盗版而买正版。

遏制、打击盗版活动，不仅需要出版业与其他相关行业联手共建反盗版联盟，而更需要全力呼唤有关法律的出台，逐步贯彻有关法律，更有力地遏制、打击盗版活动。有关法律应分别给制造、贩卖、购买者定罪。

遏制、打击盗版不仅需要出版业与其他相关行业倡导自爱、自律，抵制和不参与盗版，而更需要出版业从业人员钻研业务，加强管理，降低生产成本，使正版出版物从质量到价格都可以挑战乃至战胜盗版出版物。并创造发明和应用防盗版的高新技术，维护出版者的权益。

2. 需下大力气，开拓出版物的农村市场。

像许多行业的产品瞄准、争夺农村市场一样，出版物一个潜在的大市场也应该在农村。这是因为全国人口的大部分在农村，农民也渴望能得到其需要的各



种出版物。问题是这些出版物要有实用价值，而且价格相应便宜。

事实上，农村市场大，不仅是因为农村人口多，而更重要的是农村改革的深入发展，推进农村精神文明建设和物质文明建设，事业的壮大和人才的成长，均离不开各种出版物的支持。

“三农”的出版物，要做到适销对路。出版单位首先应做到有针对性地策划选题，其次要适应农民阅读的特点，多讲为什么，并尽量图文并茂，再次，装帧用料能简就简，能用便宜就用便宜的。

开拓农村市场的关键，除出版物要适销对路，图文并茂，通俗易懂，物美价廉外，还在于能否建立起一个有效的发行网络。这个网络要上下畅通，让出版物真正到达农民的手中。

### 3. 需加大管理力度，努力降低不良库存。

作为市场经济，适度的合理的库存是十分必要的。其有利于为市场提供有效的供给。但自20世纪90年代以来，出版物不良库存不断上升的势头，没有得到有效的遏制。许多业内人士曾多次呼吁重视此问题，并指出不良库存上升的危险性。亦有人比喻，不良库存像银行的不良贷款。银行的不良贷款会导致金融风暴，危及一个国家或地区的经济，出版物的不良库存不尽快解决，将威胁到出版单位的生存和发展。应当承认，如彻底清算不良库存，一批出版单位就要宣告破产。

事实上，20世纪80年代中后期，出版单位掌握出版物的总发行权后，备货——这个营造“蓄水池”的任务，基本上全落到出版单位的身上。由于新旧体