



Reform and Development of **Chinese Publishing**

中国出版业 体制改革与发展研究

王关义 | 等著



中央编译出版社
Central Compilation & Translation Press

中国出版业体制改革与发展研究

■ 关义 等著



中央编译出版社
Central Compilation & Translation Press

图书在版编目(CIP)数据

中国出版业体制改革与发展研究 / 王关义等著. —北京: 中央编译出版社, 2017.9

ISBN 978-7-5117-3346-7

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

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 161113 号

中国出版业体制改革与发展研究

出 版 人: 葛海彦

出版统筹: 贾宇琰

责任编辑: 王丽芳

责任印制: 尹 珺

出版发行: 中央编译出版社

地 址: 北京西城区车公庄大街乙 5 号鸿儒大厦 B 座 (100044)

电 话: (010) 52612345 (总编室) (010) 52612349 (编辑室)
(010) 52612316 (发行部) (010) 52612346 (馆配部)

传 真: (010) 66515838

经 销: 全国新华书店

印 刷: 北京佳信达欣艺术印刷有限公司

开 本: 787 毫米×1092 毫米 1/16

字 数: 430 千字

印 张: 28.5

版 次: 2017 年 9 月第 1 版

印 次: 2017 年 9 月第 1 次印刷

定 价: 86.00 元

网 址: www.cctphome.com 邮 箱: cctp@cctphome.com

新浪微博: @中央编译出版社 微 信: 中央编译出版社 (ID: cctphome)

淘宝店铺: 中央编译出版社直销店 (<http://shop108367160.taobao.com>) (010) 55626985

本社常年法律顾问: 北京市吴栾赵阎律师事务所律师 闫军 梁勤

凡有印装质量问题, 本社负责调换。电话: (010) 55626985

目 录

绪 论	1
-----------	---

第一部分 中国出版业体制改革研究

出版领域的“双轨制”应该尽早结束	53
从新制度经济学角度看我国出版业体制改革的动力及特征	59
大学出版社体制改革的难点与思路	68
对中国出版业体制改革的思考	75
论我国出版产业发展中的信用制度创新	82
试析我国出版产业现状与体制创新	87
中国出版社绩效考核评价指标体系探讨	94
中国出版业改革思路探析	102
出版社企业化将无法回避	107
多元利益角逐下的出版社改革	111
对体制转换与出版强国建设的宏观思考	117
我国出版业供给侧改革思路	129

第二部分 中国出版业转型研究

中国出版业战略转型及产业素质升级的思路	139
我国出版业计划色彩依然浓厚、财税扶持政策不配套	148

面临转型 迎接挑战	154
转型环境下出版资源的重构与管理	165
我国出版业市场化转型分析与思考	173
国际化背景下的中国出版业改革思路	182
日本出版业发展现状及特点	189
我国出版业国际化转型现状、问题与对策	195
运用波特的集群“钻石”模型浅析中国出版业国际竞争力	203
我国出版业国际化转型的几种模式	211

第三部分 中国出版产业发展研究

数字技术环境中出版产业素质升级对策	219
图书退货的原因及对策	226
中国出版业发展：现状趋势与变革	234
我国书报刊印刷业“拐点期”的发展趋势与对策	244
构建出版管理学的探讨	255
诚信何以缺失？	264
经济危机环境中我国出版业逆势上扬的原因及对策	269
着力提高文化软实力是国家发展的重大战略	278
传统出版与新兴出版融合发展机制探讨	279
原地待命还是突破前进？	286
中国文化创意产业商业模式创新的路径选择	290
以 IT 吸收促进数字出版服务创新能力提升	298
出版企业品牌塑造的支点选择	306
网络书店可挖掘潜在读者	312

第四部分 中国出版企业资本运营与绩效研究

推动传统出版与新兴出版融合发展的财税政策研究	317
出版集团上市面临的内生矛盾探析	326
出版传媒类上市公司融资结构与经营绩效关系研究	335
出版上市公司股权结构与绩效关系实证分析	344
从股市表现看上市出版企业存在的问题与对策	351

第五部分 中国出版行业人才培养研究

论我国高等教育体制转型与发展支点的选择	363
人才供求状况对高校人才培养的启示	372
关于构建高校教学质量保障体系与实施系统的思考	381
关于高校内涵发展构筑教育质量大堤的思考	391
我国行业特色类高校人才培养思路探析	400
中国印刷业发展的人才瓶颈及相关思考	407
本科招生、培养、就业联动机制研究	412
参考文献	419
后 记	425
附 录	441

绪 论

文化产业是朝阳产业，出版业是文化产业的核心部分。体制机制改革是牵引中国出版业发展的“火车头”，改革开放 39 年以来，与社会主义市场经济体制改革的总体目标相一致，我国出版管理体制也进行了一系列重大改革，社会主义市场经济体制建立并逐步得以完善，改革不仅确立了新闻出版业管理主体、市场主体、服务主体各自的边界，也促进了政府职能、体制机制和发展方式的转变，进而形成了支持改革发展的政策机制，出版单位的发展潜能得到有效释放和激发。

通过多年持续不断的改革和转型，中国出版业逐步摆脱了传统计划经济条件下的发展模式，无论是经营性出版单位转企改制还是出版事业单位内部的机制改革，都取得了根本性转换。总体上来看，中国出版业正在经历由成长期向成熟期的转型跨越，发展动力也逐渐从投资驱动转向技术驱动和消费需求市场拉动，发展方式逐步从数量规模型走向质量效益型，出版物市场已从总体上的“短缺状态”转向“短缺”与“过剩”状况并存，出版物品种日益丰富，出书品种和出版码洋持续增长，以出版业为核心的文化产业对 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。

伴随着我国经济发展新常态阶段的到来，中国出版业在体制机制变革中正在实现战略转型和升级。经营性图书、音像、电子出版社转制工作基本完成，组建了一批出版传媒集团和报业、期刊、发行集团。转制后的出版企业成为市场主体，竞争能力显著增强，投融资渠道不

断拓宽，跨媒体、跨行业、跨地区、跨国界和跨所有制的并购重组取得突破性进展，社会资本进入新闻出版领域和规模不断扩大，以公有制为主体、多种所有制共同发展的格局正在形成，新闻出版业在互联网技术的推动下和其他产业的融合以及传统出版与新兴出版业态的融合进一步加强。

一、党和国家发展战略重心的重大调整： 以文化建设为中心

（一）文化是启动人类社会文明进程的钥匙

文化是一个民族的精神和灵魂，是国家发展、民族振兴的强大力量，文化具有巨大的辐射力和影响力。一个强大的国家，一定具有强大的文化，一个国家的核心竞争力和软实力，归根到底取决于这个国家的文化影响力和国民素质。正基于此，习近平总书记指出：“要坚持走中国特色社会主义文化发展道路，弘扬社会主义先进文化，推动社会主义文化大发展大繁荣，不断丰富人民精神世界，增强人民精神力量，努力建设社会主义文化强国。”

在人类历史发展的长河中，文化始终是启动人类社会文明进程的发动机，是增强民族凝聚力、向心力和内生动力的重要元素。文化使人类告别野蛮与愚昧，塑造了民族、国家、社会的骨骼，带来高度发达的物质文明和精神文明，从游牧文明到农耕文明，从农业文明到工业文明，从工业文明到现代信息社会和现代文明，文化始终是启动人类文明并促使其不断攀升的钥匙和云梯。

赋予劳动力更高的文化素养，赋予生产资料更多的文化元素，赋予生产工具更强的文化塑造功能，赋予产品更多的文化内涵，所有这些都是人类社会文明进程提升所必需的。中华民族的伟大复兴，离不开中华文化的伟大复兴，民族的复兴一定要以民族文化的复兴为支撑，没有民族文化的复兴，民族的复兴是难以想象的。习近平总书记指出：“一个

国家、一个民族的强盛，总是以文化兴盛为支撑的，中华民族伟大复兴需要以中华文化发展繁荣为条件。”五千年的中华文化，应该生生不息、代代相传。中国社会的文明和进步既要体现为物质财富的丰富和进步，也要体现为文化繁荣和进步。全面建成小康社会，不仅需要强大的物质基础，更需要高度的精神文明，因此，在经济社会发展顶层设计中，要始终重视发展文化和文化产业，真正使“文化”融入经济社会发展的全过程。

（二）文化是推动经济增长的引擎

从文化与经济的关系看，世界范围内的经济发展经历了从产品经济到服务经济再到文化产业经济逐步提升的过程，文化产业的巨大经济潜力已被许多发达国家所认同。美国和欧盟等发达经济体的文化产业已发展成为支柱产业，其增加值也远远超过了其他产业，增长率普遍高于经济总量的增长率，俄罗斯、巴西等新兴市场经济体的文化产业正朝着支柱产业的方向发展，其增加值所占比重也在迅速提升。文化产业在全球的快速发展和融合，既推动经济发展、创造就业机会、增加出口收益，也促进社会包容和文化多样性，促进人类文明的进程。

文化是催生新产业、新创意、新业态的牵引机，在经济发展新常态的背景下，文化产业已成为助推经济结构转型升级的重要引擎。当今社会，文化软实力已成为国家间竞争战略中的重要因素。随着科学技术的进步，人类发展进入了信息社会时代，经济发展越来越多地依赖于文化竞争力和科技竞争力，信息技术的突飞猛进，文化已渗入经济社会的方方面面。文化具有经济与政治双重功能，文化产业不仅是经济的输出和市场的占领，也是文化精神、价值观的输出和意识形态的交互融合和较量，文化产品在生产和经营过程具有意识形态和产业“双重属性”，文化产业是兼有文化属性和经济属性的产业形态，由此表现出相应的社会效益和经济效益，在文化体制改革和文化产业发展中，要正确处理意识形态属性和产业属性、社会效益和经济效益的关系，《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十三个五年规划的建议》指出：“推动物质文明和精神

文明协调发展。坚持两手抓、两手都要硬，坚持社会主义先进文化前进方向，坚持把社会效益放在首位，社会效益和经济效益相统一，加快文化改革发展，加强社会主义精神文明建设，建设社会主义文化强国。”随着经济发展进入新常态，我国经济发展方式正从规模速度型的粗放增长转向质量效益型的集约增长，在这种宏观背景下，如何拓展文化产业发展的维度空间，让文化产业成为经济转型升级的新引擎，成为文化产业发展过程所面临的重大课题。

（三）文化产业：拉动经济发展的“火车头”

文化产业的概念，是30多年前由联合国教科文组织正式提出的，它是指按照工业标准生产、再生产、储存、分配文化产品和文化服务。文化产业本质上是文化生产及再生产过程。一般来说，文化产业可分为三个类别：一是生产与销售文化产品的产业；二是文化服务产业；三是具有较高文化附加值的产业。在现实生活中，如美国所说的版权产业，欧盟所说的内容产业，英国所说的创意产业，日本所说的感性产业等都是不同国家对文化产业的不同称谓，但不论这种称谓如何差异，文化产业与经济的融合，文化产业与社会建设的深度融合是当前及未来世界范围发展的大趋势。

就我国的实际情况来看，根据国家统计局的定义，文化产业是指为社会公众提供文化产品和文化相关产品的生产活动的集合。2004年，国家统计局制定发布的《文化及相关产业分类》（2012年进行了修订）。国家统计局《文化及相关产业分类（2012）》把文化产业分为两大部分、十个大类，两大部分分别是“文化产品的生产”和“文化相关产品的生产”，十个大类包括新闻出版发行服务、广播电视电影服务、文化艺术服务、文化信息传输服务、文化创意和设计服务等方面。具体分类（见表1）。

文化产业属于知识密集型新兴产业，它主要有以下特征：

（1）文化产业具有高知识性特征。文化产品一般是以文化、创意理念为核心，是人的知识、智慧和灵感在特定行业的物化表现。文化产业与信

息技术、互联网技术、传播技术和自动化技术等广泛应用密切相关，呈现出高知识性、智能化的特征。

表 1 国家统计局文化及相关产业分类（2012）

两大部分	十个大类
文化产品的生产	新闻出版发行服务 广播电视电影服务 文化艺术服务 文化信息传输服务 文化休闲娱乐服务
文化相关产品的生产	文化产品生产的辅助生产 文化用品的生产 文化专用设备的生产

（2）文化产业具有强融合性特征。文化产业作为一种新兴的产业业态，它是经济、文化、技术等相互融合的产物，具有高度的融合性、较强的渗透性和辐射力。

（3）文化产业具有高附加值特征。文化产业处于技术创新和研发等产业价值链的高端环节，是一种高附加值的产业。另一方面，科技是文化产业发展的催化剂，“文化+科技”会拓展文化产业的发展空间。

近年来，各国发展的实践证明，文化产业是拉动国民经济发展的“火车头”，是促进经济社会转型升级的重要力量。文化产业本质上属于“内容产业”，文化产业发展也离不开国民经济体系支撑，文化与经济的联姻，使得经济在文化的基因中裂变，文化在经济的承载下绽放，其构建形成的产业，以文化为魂，能够更好地融入社会、链接市场、亲和大众，并因经济效益与社会效益的兼容性而充满生命力。党的十七届五中全会提出，要推动文化产业大发展大繁荣，发展成为国民经济的支柱性产业，中华文化影响持续扩大。这一奋斗目标的确立，充分体现了党站在新的历史制高点上，审时度势，高瞻远瞩，不仅确定了文化产业的发展方向和发展目标，而且进一步为文化产业的发展提出了具体要求和路线图，“十三五”规划纲要也提出“推进文化业态创新，大力发展创意文化产业，促进文化与科

技、信息、金融等产业融合发展，推动文化企业兼并重组”的具体要求。当前，我国的经济的发展进入了新常态，客观上需要培育出经济发展的新增长点和新动力，而文化产业作为新兴朝阳产业，已经成为我国重要经济增长点。文化产业具有消耗少、污染低、附加值高、渗透性强等特点，可以促进一、二、三产业的整合与提升，有利于推动经济转型升级。随着经济发展和人民生活水平的提高，人们对文化消费的愿望和能力不断增强，对文化产品和服务的需求日益扩大，文化产业越来越成为支柱性、先导性、引领性的产业形态。

（四）建设社会主义文化强国，已上升为国家重大战略

1. 我国文化产业尽管发展迅猛，但与经济方面所处的国际地位很不相称

18 世纪和 19 世纪之交的法国大革命和英国工业革命以后，西方在经济上和政治上发生重大变化，自那时起，中国很快就落后了，随着时间的推移，中国同西欧和美国的差距越拉越大，以致一直受到东西方列强的侵略和奴役，处于半殖民地、半封建社会长达一百多年。1949 年新中国成立之后，尤其是 1978 年党的十一届三中全会之后，中国经济保持了持续的长达 30 多年的高速增长。国家统计局发布数据显示，自 2009 年我国超越日本成为世界第二大经济体以来，国内生产总值稳居世界第二位，占世界经济总量的比重逐年上升。据国际货币基金组织的测算，2015 年，我国 GDP 占世界的比重为 15.5%，比 2012 年提高 4 个百分点。同时，与美国的差距明显缩小，2015 年我国的 GDP 达 67.7 万亿元人民币，将近 11 万亿美元。GDP 相当于美国的 63.4%，比 2012 年提高 11 个百分点。人均 GDP 达 8000 美元左右，一些东部沿海地区的城市已经超过 10000 美元，甚至超过 15000 美元。2016 年年底，中国国内生产总值（GDP）总量达到 744127 亿元，比上年增长 6.7%，中国经济增速重回全球第一，人均 GDP 由 1952 年的 119 元增加到 2016 年的 5.35 万元，外汇储备已接近 4 万亿美元，这一数字已是全球第二大外汇储备国日本的两倍，人民币作为全球支付货币的位置不断提升。中国模式、中国道路得到越来越多国家的关注和认同，中

国对世界的影响迅速扩大。约书亚·科兰兹克在《魅力攻势：看中国的软实力是如何改变世界》中写道：“中国已经急剧地在世界很多地方改变了它的危险形象，变得亲善。在亚洲某些地区，中国可能已经成为突出的大国。中国可能会在全球的其他地方，如中亚或非洲，形成中国影响圈。”

(1) 从文化产业的发展历程来看，我国文化产业起步晚，但发展速度快。若从2004年算起，经过10年发展，文化产业已经初步形成了门类齐全的体系，成为国民经济新的增长点，文化产业占GDP的比重也在稳步上升，这在产业发展史上是个奇迹。2004年，全国文化产业法人单位31.8万户，从业人员873万人，资产总额1.8万亿元，主营收入为1.6万亿元，增加值3440亿元，占GDP的比重为2.15%。到了2013年，10年间，全国文化产业领域法人单位增加了近2倍，从业人员增加了1倍，资产总额增加了4.6倍，主营收入增加了4.1倍，增加值增加了4.8倍。2010年以前，文化产业增加值年均增量在千亿元上下，2010年以后年份的年均增量超过了2000亿元。“十二五”期间，我国文化产业快速增长：2011年文化产业增加值13479亿元，同比增长21.96%，2012年为18071亿元，同比增长16.5%，2013年为21351亿元，同比增长11.1%，2014为24017亿元，同比增长12.1%，高于同期GDP增长的7.4%，占GDP的比重也提高到3.77%，这表明文化产业在拉动经济增长中贡献突出，在推动经济转型升级中发挥越来越重要的作用。2016年，根据对全国规模以上文化及相关产业5万家企业调查，2016年，上述企业实现营业收入80314亿元，比上年增长7.5%。整个“十二五”期间，我国文化产业增加值占GDP的比重从2.75%增加到3.82%，增速均高于同期GDP的增速。无论从增量还是占比来看，文化产业在国民经济中的地位正逐年攀升，国家“十三五”规划纲要中明确提出了要实现“文化产业成为国民经济的支柱性产业”的目标。通过对全国各省、自治区、直辖市的国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要研究发现，23个省、自治区、直辖市都提出推动文化产业发展成为国民经济支柱性产业或2020年文化产业增加值占地区生产总值比重达5%的目标。无论从文化产业自身地位的确立，还是现有文化产业发展模式的转型升级，都确定了文化产业已成为助推中国经济发展的重要引擎。文

化产业以完整的产业体系和庞大的消费支撑，借助科技和互联网不断提升实力，已成为推动我国文化产业增长的强劲力量，在国民经济发展中的地位已经举足轻重。

一般地，一个产业要成为国民经济支柱性产业，首先要达到一定规模，公认的标准是该产业应占国民经济总量（GDP）的5%以上。我国文化产业增加值占GDP的比重，2004年为2.15%，2015年，全国文化及相关产业增加值27235亿元，占GDP的比重为3.97%。到2020年，我国GDP约为111万亿元，据此推算，我国文化产业的增加值必须超过5.5万亿元，占GDP的比重才能达到5%，才能成为名符其实的支柱性产业。因此，未来文化产业发展的空间巨大。“十三五”的5年内需增加1.03个百分点，年均0.21个百分点。

从实际情况来看，目前，我国总体上还未达到5%这一数量上的标准，但也有多个省份迈过了这一“门槛”：北京文化产业增加值占GDP比重已超过13%，上海2015年文化创意产业增加值占GDP的比重达到12%左右，京沪两地远远领先于全国其他省份，其他一些东部和中部地区近年来也表现突出：浙江2013年达到这一目标，文化产业增加值达1880.4亿元，占

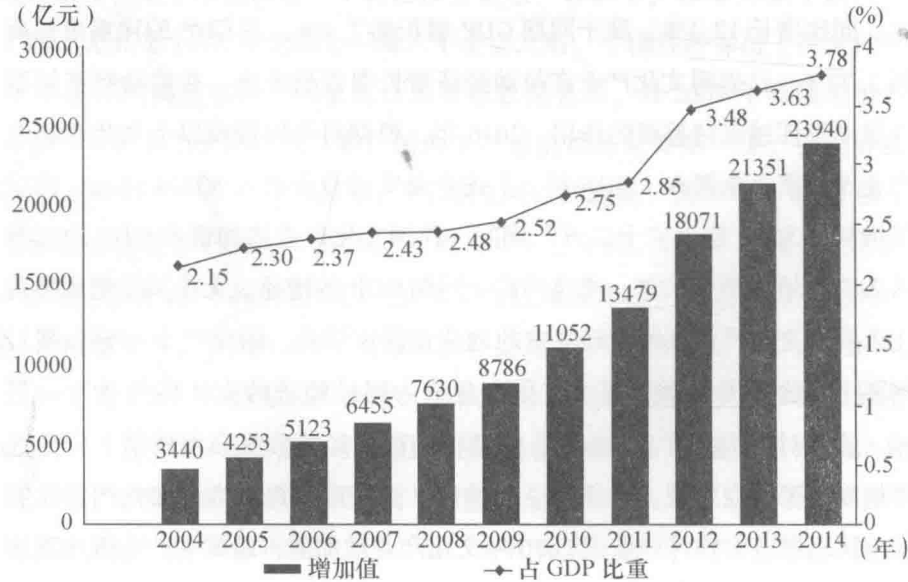
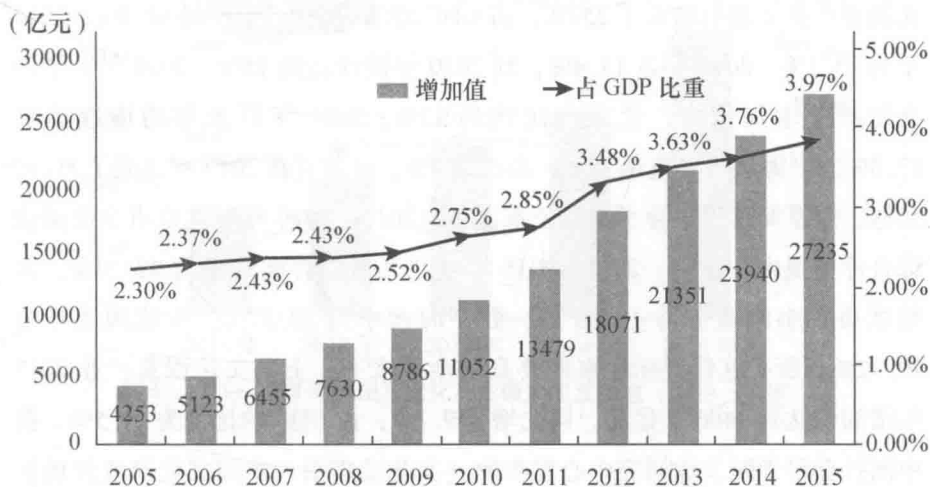


图1 中国文化及相关产业增加值占GDP的比重

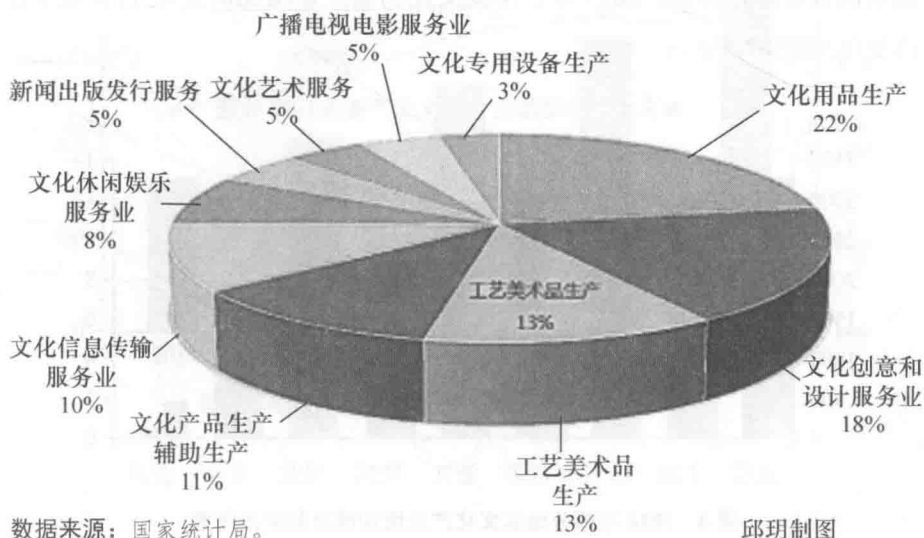
全省生产总值比重为5%；福建2013年文化产业增加值为1180亿元，这一比重达5.4%；江苏2014年达5%；湖南2015年文化和创意产业增速达13.2%，占GDP比重约5.9%。



数据来源：国家统计局。

邱玥制图

图2 2004—2015年我国文化产业增加值及占GDP比重



数据来源：国家统计局。

邱玥制图

图3 2015年文化产业增加值行业构成

从全国主要区域的发展情况来看,北京市自2005年启动文化创意产业以来,文化创意产业已经成为首都经济增长中的第二大支柱产业,当前,北京市正围绕“政治中心、文化中心、国际交往中心、科技创新中心”的定位加快发展文化产业。相关数据显示,从2005年至2013年,北京市文化创意产业增加值增长了257%,占GDP的比重由9.7%升到12.3%,2014年为13.1%,2015年达13.4%,到2020年预计达到15%。2014年,全国文化产业增加值中,北京占比达到12%,2004年以来年均增速达到17.3%。上海这一比重达12%,浙江达7%,江苏省在2014年达到了5%的目标。北京阅读季领导小组办公室发布《2015—2016年度北京市全民阅读综合评估报告》显示:2015—2016年度北京市综合阅读率为92.24%,人均纸质图书阅读量为10.88本,数字阅读率为83.57%,纸质阅读率为79.72%,所有这些指标北京都要高于全国水平。上海文化创意产业2013年增加值达到2406.7亿元,同比增长9.1%,占GDP的比重为11.5%。据中国社会科学院文化研究中心发布的《文化蓝皮书:中国文化产业发展改革报告(2015—2016)》,截至2013年年末,广东文化产业从业人员数量达到374万人,在全国排第一,占据全国17.54%的比重,2015年年底,广东文化及相关产业增加值占全国文化产业增加值比重超过1/7,连续13年位居全国各省区市首位,2015年,深圳文化创意产业增加值实现1757亿元,占全市GDP10.1%。

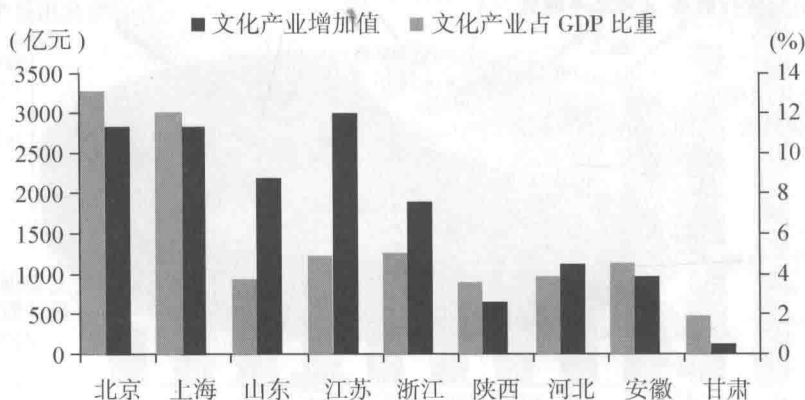


图4 2014年部分地区文化产业增加值及其所占比重

再以杭州市为例,最新数据表明:2015年,杭州文创产业实现增加值2232.14亿元,同比增长20.4%,占GDP比重超过15%。

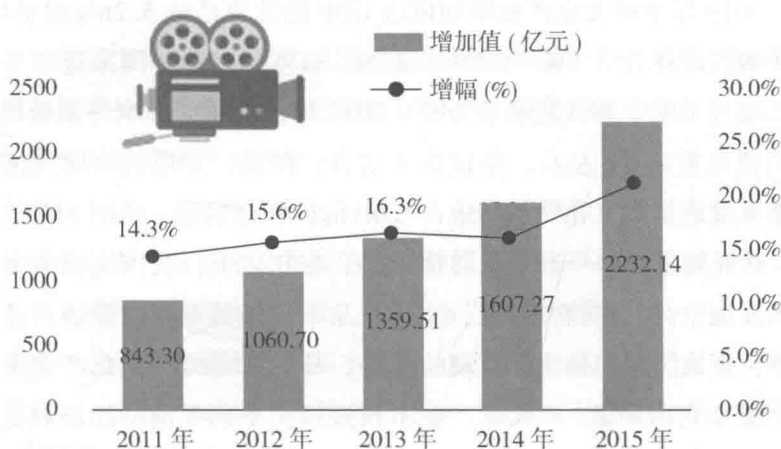


图5 2011—2015年杭州市文化产业增加值及增速 (制图: 陈恒)

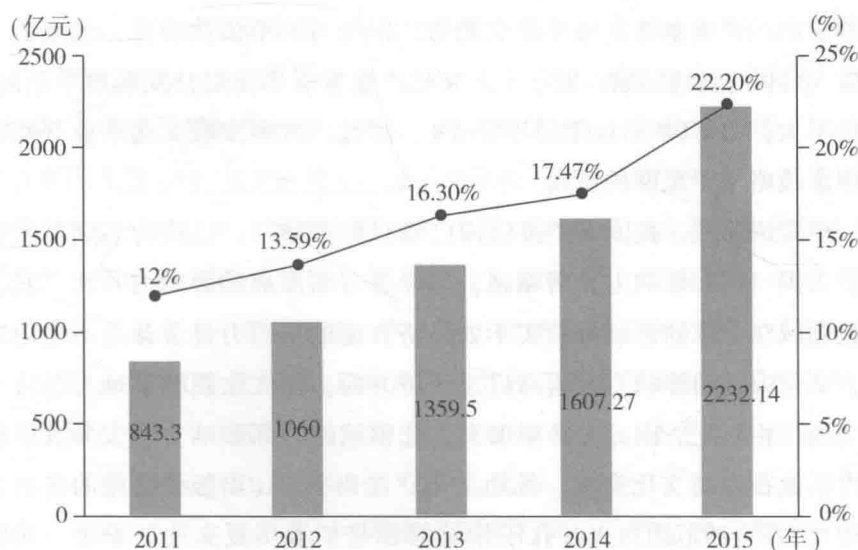


图6 杭州市文化创意产业增加值及占GDP比重