



北京工商大学博士学术文库

我国图书出版产业的市场 竞争与创新战略

WoGuo TuShu ChuBan ChanYe De ShiChang
JingZheng Yu ChuangXin ZhanLue

王勇 著



经济科学出版社
Economic Science Press

北京工商大学博士学术文库

我国图书出版产业的市场 竞争与创新战略

王 勇 著

经济科学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

我国图书出版产业的市场竞争与创新战略/王勇著.
—北京: 经济科学出版社, 2011. 3

(北京工商大学博士学术文库)

ISBN 978 - 7 - 5141 - 0372 - 4

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

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 022176 号

责任编辑: 王长廷 袁 激

责任校对: 王苗苗

版式设计: 代小卫

技术编辑: 邱 天

我国图书出版产业的市场竞争与创新战略

王 勇 著

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

社址: 北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮编: 100142

总编部电话: 88191217 发行部电话: 88191540

网址: [www. esp. com. cn](http://www.esp.com.cn)

电子邮件: [esp@ esp. com. cn](mailto:esp@esp.com.cn)

北京密兴印刷有限公司

880 × 1230 32 开 8.125 印张 210000 字

2011 年 3 月第 1 版 2011 年 3 月第 1 次印刷

ISBN 978 - 7 - 5141 - 0372 - 4 定价: 30.00 元

(图书出现印装问题, 本社负责调换)

(版权所有 翻印必究)

目 录

第1章 绪论	1
1.1 研究背景	1
1.1.1 国家软实力战略中的图书出版产业	1
1.1.2 我国图书出版产业的快速发展	2
1.1.3 我国图书出版产业发展的两大趋势	4
1.1.4 我国图书出版产业当前存在的问题	5
1.2 本书所研究的主要问题	8
1.3 本研究的意义	9
1.3.1 理论意义	9
1.3.2 实践意义	10
1.4 研究内容与方法	11
1.4.1 研究内容	11
1.4.2 研究方法	12
1.4.3 研究思路	12
1.5 本研究的创新之处	14
第2章 图书出版产业市场结构、创新与绩效的 相关理论综述	15
2.1 本研究所涉及的相关概念	15
2.1.1 图书出版产业	15

2.1.2	创新	18
2.1.3	图书出版产业的创新	21
2.1.4	图书出版产业的新图书开发	22
2.1.5	图书出版产业的新技术应用	22
2.1.6	图书出版产业的绩效	23
2.2	相关文献综述	25
2.2.1	市场结构、创新与绩效的相关理论综述	25
2.2.2	企业创新的相关理论研究综述	37
2.2.3	国际图书出版产业发展经验的研究综述	40
2.2.4	我国图书出版产业的相关研究	47
2.3	前人研究的主要不足	49
2.3.1	关于市场结构与创新关系的研究不足	49
2.3.2	关于我国图书出版产业的研究不足	50
第3章 图书出版产业及其创新的特点分析		51
3.1	图书出版产业的特点分析	51
3.1.1	图书自身的特性	51
3.1.2	图书出版产业的特点	52
3.2	图书出版产业创新的特点分析	55
3.2.1	图书出版产业创新的总体方向	55
3.2.2	图书出版产业创新的总体特征	56
3.2.3	图书出版产业新图书开发的主要特点	60
3.2.4	图书出版产业新技术应用的主要特点	61
第4章 我国图书出版产业的发展现状分析		63
4.1	我国图书出版产业的发展历史	63
4.2	我国图书出版产业的图书销售现状	65
4.3	我国图书出版产业当前的市场结构现状	67
4.3.1	我国图书出版产业的市场集中度	67

4.3.2 我国图书出版产业的进入和退出壁垒	69
4.3.3 我国图书出版产业的集团化发展	72
4.4 我国图书出版产业的创新现状	74
4.4.1 我国图书出版产业的新图书开发现状	74
4.4.2 我国图书出版产业的新技术应用现状	76
4.5 我国政府对图书出版产业的管制、保护与扶植	77
第5章 宏观图书出版产业市场结构、创新与 绩效的实证分析	80
5.1 描述统计分析	80
5.1.1 我国图书出版产业市场集中度的 时间演变	80
5.1.2 我国图书出版产业市场绩效的时间演变	81
5.1.3 我国图书出版产业新图书开发的 时间演变	83
5.1.4 我国图书出版产业新技术应用的 时间演变	84
5.2 我国图书出版产业市场结构与绩效的时间 序列模型分析	87
5.2.1 市场集中度与绩效的相关性	87
5.2.2 市场集中度与绩效的时间序列模型	88
5.3 我国图书出版产业市场结构与新图书开发的 时间序列模型分析	92
5.4 我国图书出版产业市场结构与新技术应用的 时间序列模型分析	94
5.4.1 市场结构与图书生产制作新技术应用的 回归模型分析	94
5.4.2 市场结构与图书发行销售新技术应用的 回归模型分析	96

5.5 我国图书出版产业新图书开发与新技术应用	
对绩效的影响分析	97
5.5.1 新图书开发和新技术应用对图书	
销售额的影响分析	98
5.5.2 新图书开发和新技术应用对图书销售	
利润额的影响分析	100
5.5.3 新图书开发和新技术应用对图书销售	
利润率的影响分析	103
5.6 宏观实证分析的结论总结	105
第6章 微观图书出版社市场竞争、创新和绩效的结构	
方程模型构建及探索性因子分析	108
6.1 微观图书出版社竞争、创新与绩效的	
实证模型构建	108
6.1.1 产业组织理论 SCP 范式关于市场结构、	
创新与绩效的分析	109
6.1.2 企业战略理论关于市场竞争、创新与	
绩效的分析	110
6.1.3 图书出版产业自身及其创新的特点	113
6.1.4 本研究的结构方程模型构建及相关假设	115
6.2 变量的设计及测量指标的选择	123
6.2.1 图书出版产业结构类变量的测量指标选择	123
6.2.2 图书出版社行为类变量的测量指标选择	124
6.2.3 图书出版社绩效类变量的测量指标选择	128
6.3 调查问卷设计与数据收集	129
6.3.1 调查问卷的设计	129
6.3.2 数据获得	130
6.3.3 调查数据的描述统计分析	130
6.4 探索性因子分析	131

6.4.1	图书出版产业市场竞争的探索性 因子分析	131
6.4.2	图书出版产业制度环境的探索性 因子分析	133
6.4.3	图书出版产业需求特征的探索性 因子分析	135
6.4.4	图书出版社资源状况的探索性因子分析	139
6.4.5	图书出版社市场导向的探索性因子分析	143
6.4.6	图书出版社新图书开发的探索性 因子分析	146
6.4.7	图书出版社新技术应用的探索性 因子分析	149
6.4.8	图书出版社新图书市场推广的探索性 因子分析	154
6.4.9	图书出版社经济绩效的探索性因子分析	158
6.4.10	图书出版社社会效益的探索性 因子分析	160
6.5	探索性因子分析总结	162
 第7章 微观图书出版社市场竞争、创新与绩效的验证性 因子分析和最终模型拟合		
7.1	测量指标的信度分析	165
7.2	验证性因子分析	166
7.2.1	图书出版产业市场竞争状况的验证性 因子分析	167
7.2.2	图书出版产业制度环境的验证性 因子分析	168
7.2.3	图书出版产业需求特征的验证性 因子分析	170

7.2.4	图书出版社资源状况的验证性 因子分析	172
7.2.5	图书出版社市场导向的验证性分析	174
7.2.6	图书出版社新图书开发的验证性 因子分析	175
7.2.7	图书出版社新技术应用的验证性 因子分析	178
7.2.8	图书出版社新图书市场推广的验证性 因子分析	181
7.2.9	图书出版社社会效益的验证性因子分析	182
7.3	概念模型的拟合修订与最终模型的确立	184
7.3.1	原概念模型的拟合与修正	184
7.3.2	最终模型的确立与拟合	187
7.4	我国图书出版产业竞争、创新与绩效类变量 之间的影响关系分析	190
7.4.1	图书出版社市场导向因子的 影响因素	190
7.4.2	图书出版社资源状况的影响因素	191
7.4.3	图书出版社新图书开发的影响 因素	192
7.4.4	图书出版社新图书市场推广的影响 因素	193
7.4.5	图书出版社新技术应用的影响因素	195
7.4.6	图书出版社经济绩效的影响因素	196
7.4.7	图书出版社社会效益的影响因素	198
7.5	结构方程模型实证分析总结	199
7.5.1	验证性因子分析总结	199
7.5.2	结构方程模型分析总结	200

第 8 章 研究总结及相关建议	205
8.1 实证研究的主要发现	205
8.1.1 宏观图书出版产业时间序列实证分析的 主要发现	205
8.1.2 微观图书出版社横截面结构方程分析的 主要发现	206
8.1.3 微观实证发现对宏观现象的理论解释	207
8.2 对我国图书出版产业发展的相关建议	211
8.2.1 对我国政府发展图书出版产业的相关建议	211
8.2.2 对我国图书出版社发展的相关建议	218
8.3 研究的不足及将来的发展方向	222
8.3.1 研究的主要不足	222
8.3.2 将来主要的研究方向	223
附录	224
参考文献	233
后记	247

第1章 绪 论

1.1 研究背景

1.1.1 国家软实力战略中的图书出版产业

经过 30 多年的改革开放,我国的总体经济实力得到了迅速提升,综合国力得到了显著提高。与此同时,我国的科技、文化等方面也出现了欣欣向荣的发展局面,文化和意识形态等方面体现出了空前的活力,在与世界各国的沟通和交流中,我国的文化影响力日益增强。

为了进一步促进我国的文化发展,提高我国在国际上的文化影响力,胡锦涛总书记在党的十七大报告中明确提出了“推动社会主义文化大发展、大繁荣”的战略任务。他指出,文化已经成为综合国力竞争的重要因素,我们应当在坚持社会主义先进文化前进方向的基础上,兴起社会主义文化建设新高潮,激发全国人民文化创造活力,提高我国的国家软实力。这是我国第一次将文化的发展与繁荣提升至“综合国力”和“国家软实力”的战略高度。

要实现我国社会主义文化的大发展、大繁荣,则必须通过文化创新。胡锦涛总书记在十七大报告中进一步明确指出,文化创新就是要“在时代的高起点上”,推动内容形式、体制机制和传播手段三个方面的创新。只有这样才能真正解放和发展文化生产力,才是

“繁荣文化的必由之路”(刘伯根^①, 2008)。

而对于图书出版产业而言, 作为我国文化建设的重要组成部分, 图书出版产业的发展对于我国文化软实力的提升具有非常重要的意义。在推动社会主义文化大发展、大繁荣的战略任务中, 我国的图书出版产业应当承担起自己责无旁贷的历史使命。而我国对于文化创新的三个方面要求, 对于图书出版业来说, 不仅完全适用, 而且更具特别的现实的针对性(潘凯雄^②, 2008), 推动我国图书出版产业的内容形式、体制机制和传播手段的创新, 已经成为我国政府和各个图书出版社所共同关心的话题。

1.1.2 我国图书出版产业的快速发展

随着世界经济的不断发展和居民生活水平的不断提高, 消费者对于文化类产品的需求也不断增加, 文化产业在发达国家中的地位也不断提高, 并日益成为增加就业和提高国民收入的重要途径。其中, 美国和日本作为世界文化产业的强国, 其文化产业的规模已经超过了传统的农业、工业、交通和建筑等行业, 成为国民生产总值的重要来源。而作为文化产业的一个重要组成部分, 国际图书出版产业在近些年也得到迅速的发展。目前, 发达国家的图书出版产业都已经形成了比较成熟的产业链、市场和消费群体, 并成为不少发达国家的支柱产业(郝振省, 魏玉山^③, 2005)。

在国际图书出版产业迅速发展的同时, 我国的图书出版产业也得到了长足的发展。20世纪90年代以来, 随着我国经济的快速发展, 人民生活水平的显著提高, 我国消费者对于图书产品的需求也开始迅速增加, 图书出版产业已经成为20年来我国发展速度最快

① 刘伯根:《出版创新的路径与文化软实力的提升》, 载自《香山论坛2007:文化软实力与出版创新》, 中国出版集团2008年第1版。

② 潘凯雄:《我所理解的出版创新》, 载自《香山论坛2007:文化软实力与出版创新》, 中国出版集团2008年第1版。

③ 郝振省, 魏玉山:《国际出版业状况及预测》, 中国书籍出版社2005年第1版。

的产业之一，具体表现为：

首先，我国消费者对于出版图书的需求开始迅速上升。2003年，我国的人均国内生产总值（GDP）首次超过1000美元，城镇居民和农村居民的恩格尔系数已经分别下降到40%和50%以下，这是一个非常重要的转折点。在此之后，我国居民消费的总体水平和内部结构将会出现重大变化，一个基本的趋势是从温饱型向享受型、发展型转变。因此消费者对于文化类产品，特别是出版图书的需求开始迅速增加。

其次，我国政府日益关注图书出版产业的发展，制定并出台了許多相关的产业发展政策和改革指导意见，不断推动图书出版产业的市场化、商品化和企业化的进程。2002年，党的十六大报告第一次把文化产业与文化事业作为两个概念区分开来，并把文化产业定性为“繁荣社会主义文化、满足人民群众精神文化需求的重要途径”。2006年初，国务院发出《关于深化文化体制改革的若干意见》，为我国文化产业的发展指明了方向和改革思路，其中明确提出绝大多数出版社要转成企业，完善图书出版产业的市场机制，促进图书出版产业的市场竞争等改革思路。此外，近些年来，我国政府对于图书出版社的知识产权保护力度，以及出版创新、图书出版物流园区建设等方面的扶植也正在不断加强。

最后，对于我国图书出版产业的发展现状而言，目前我国图书出版产业已经初具规模并保持了稳定的增长速度。《中国图书统计年鉴（2008）》的统计资料显示：2007年全国共有出版社578家；出版图书248283种，比上年增长6.1%，其中新出图书136226种，比上年增长4.58%。2006年，全国共销售图书64.08亿册，总销售额达到了504.33亿元，与上年相比金额增长2.25%；实现利润62.9亿元，与上年相比金额增长10.75%（柳斌杰等^①，2008）。

① 柳斌杰、邬书林、阎晓宏：《中国图书年鉴》，湖北人民出版社2006年版。

1.1.3 我国图书出版产业发展的两大趋势

1.1.3.1 集团化的发展趋势

集团化已经成为国际出版产业发展的流行趋势,从20世纪60年代起,西方发达国家尤其是美国出版产业的集团化发展浪潮不断涌现,出版企业之间以及跨行业之间的兼并和收购行为频繁发生,而且规模越来越大,影响越来越广(周蔚华,2005)。

而对于我国的图书出版产业而言,集团化的发展也是一种必然的趋势。一方面,随着我国市场经济体制改革的不断深化,迫切地需要建立统一、开放、有序竞争的图书市场。因此,在对我国的图书市场进行培育、引导和规范外,组建一些跨地域、跨行业甚至跨所有制的大型出版集团也是一种可行便捷的办法。另一方面,我国加入世界贸易组织(WTO)之后,由于图书出版产业是意识形态很强的领域,我国并未承诺出版领域对国外企业开放。但是随着世界经济一体化进程的加快,贸易自由化的不断加强,以及WTO中的国民待遇原则、权利和义务对等原则的进一步落实,出版领域的开放是不可避免的。因此,利用我国加入WTO后对出版领域保护和缓冲的良好机会,推动图书出版产业的不断整合,组建一些具有国际竞争力的大型出版集团,对于抵御国际大型出版集团的激烈竞争具有非常重要的意义。

自20世纪90年代开始,在我国地方和中央政府的推动下,成立了一批地区性和全国性跨行业的出版集团,截至2005年,我国已经批准成立了的集团达到19家,集团化建设取得了较大的进步,对于优化我国图书出版产业的市场结构,提高国际竞争力,促进图书出版资源的有效配置具有非常重要的意义。

1.1.3.2 新图书开发和新技术应用的趋势

图书出版产业既属于文化创意产业,同时又是信息产业的重要组成部分,是知识密集型的产业。因此,无论图书产品方面的创新还是图书生产、发行技术方面的创新都对图书出版产业的发展具有

非常重要的意义。近些年来,各种新版图书产品不断开发,以及各种计算机和信息网络等现代技术的不断应用,已经成为图书出版产业发展的明显趋势。

首先,新图书是图书出版产业产品供给的主流,即图书出版产业是以供给新产品为主的产业,新产品既包括创意市场化后的新版图书,也包括对原有图书的编辑再版。在图书的生产制作过程中,内容创意在图书的整个生产过程中占据核心地位,创意投入是最重要的成本,创意结果是构成图书产品市场价值的最重要因素。相比较而言,内容创意完成后的印刷复制以及发行的成本都是比较低的。(邓晓辉^①,2006)。

其次,现代技术的应用对于图书出版产业的发展具有重要作用。在图书出版产业的发展过程中,不断升级的现代计算机、信息和网络技术的运用具有越来越重要的作用。一方面带来了图书生产能力和图书质量的提升,以及生产成本的下降,使更多的原始创意转变为现实的产品和服务,以实现“新产品占据产品供给主流”的特征;另一方面,现代的信息和网络技术的应用也带来了图书出版产业的销售和营销方式的转变以及消费者对图书购买和消费方式的巨大变化。

1.1.4 我国图书出版产业当前存在的问题

根据以上的论述可以看出,伴随着国际图书出版产业的迅速发展,我国的图书出版产业保持了平稳较快的增长,市场化改革也取得了一定的成效。但是与此同时,我国图书出版产业发展仍然面临着许多的问题,具体包括:

1.1.4.1 产业化程度仍然较低

由于我国政府早期重点关注的是文化产品的社会效益,对文化

^① 邓晓辉:《新工艺经济时代的文化创意产业研究:基于技术、组织与消费的三维视角》,复旦大学管理学院产业经济学专业2006年博士学位论文。

产品实行严格的行政管制，因此我国图书出版业长期以来主要由事业单位来经营，而并没有作为一个产业来发展。随着我国政府对图书出版经济效益的日益关注，以及市场经济体制改革的不断推进，我国图书出版业的产业化进程才逐步开始。目前，我国图书出版产业在管理体制及市场体系等方面都亟待按照市场化的要求进行改革，资源配置机制与市场化要求的矛盾十分尖锐，资源潜力不能转化为产业优势，产业链条极为脆弱。市场化体制的落后带来了图书出版产业发展的许多弊端。

1.1.4.2 图书出版产业市场结构不合理

首先，我国图书出版产业的市场进入存在很高的行政壁垒。改革开放以来，图书出版产业受国家高度控制，国有出版企业在竞争中的主体地位突出，垄断性较强。中国目前对出版社的建立仍然实行严格的行政审批制度，从而限制了出版社的数量。《中国出版年鉴》的统计数字显示，从1996年到2000年的整个“九五”期间，全国出版社只增加了1家，出版社实行行政审批制对保持出版社的社会主义导向、坚持正确的政治方向是一种有效的手段，但是这种审批制也起到了保护落后、阻碍竞争的作用。

其次，我国图书出版产业正处于产业发展的初期，各个图书出版社的规模都较小，图书出版产业的市场集中度较低。2001~2004年，我国图书出版产业的CR4^①一直保持在10%左右，CR8一直保持在15%左右，总体呈小幅攀升的态势^②。与此相比，美国图书出版产业在不断的收购和兼并浪潮中，CR4已经达到了30%以上，CR8达到了50%以上（周蔚华，2005）。产业集中度偏低已经成为导致我国图书出版产业难以获得规模效益、竞争能力弱的重要原因。

① 市场集中度指标，表示该产业中前4家企业的销售额所占产业总销售额的比重，CR8类同此意。

② 《中国图书出版产业报告（2003~2004）》，中国人民大学出版社2006年第1版。

1.1.4.3 图书出版产业市场行为混乱

由于我国图书出版产业刚刚开始市场化的改革,因此目前各个图书出版社的市场行为还比较混乱,出现了出版图书质量参差不齐,假冒伪劣产品充斥市场;平均印数急剧下降;成本持续上升,利润率持续走低;图书发行折扣越打越大,图书退货率不断上升;图书库存金额直线上升,资金周转明显放缓;图书货款结算期越来越长,信用问题严重;中小学教材的价格偏高,中小学教材的出版与发行体制陈旧等众多问题(韩琳^①,2007)。

1.1.4.4 图书出版产业的技术水平低,创新能力差

首先,由于我国图书出版产业发展的起步较晚,受到体制、资金、人员、经营主体以及自身技术力量等种种因素的制约,我国图书出版产业当前的总体技术水平较低,且与高新技术的融合水平也很低,使得图书出版产业无法获得来自高新技术的强力推动。

其次,由于我国政府长期对图书产品的行政管制,导致图书出版产业的市场竞争不充分,各个图书出版社的市场竞争压力较小,因此出版社内部缺乏技术创新的动力和机制,以规模数量维持生计,而不是在以质量效益寻求发展。技术水平低,创新能力差,严重影响了我国图书出版产业的国际竞争力。

1.1.4.5 面临更多的国际竞争和挑战

近几年,我国图书出版产业的总体规模和综合实力明显提高,在国民经济中的地位不断提升,发展前景良好。但在产业发展质量、效益、竞争力和影响力等方面与发达国家相比还有很大差距。

特别是加入WTO以后,我国政府承诺在入世后一年内有条件放开零售权,三年之内放开批发权。尽管我国不承诺放开编辑出版环节,但国外许多大出版集团纷纷把目光投向中国市场,有的甚至在中国变相设立分支机构,伺机进入中国市场,有的已经通过各种

^① 韩琳:《我国图书出版产业组织研究》,西北大学国民经济专业2007年硕士学位论文。