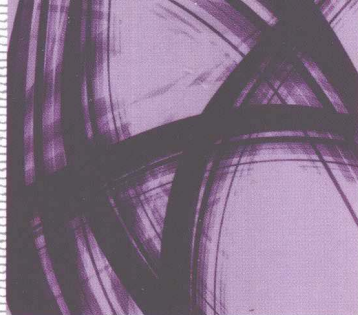




新闻出版优秀博士论文文库

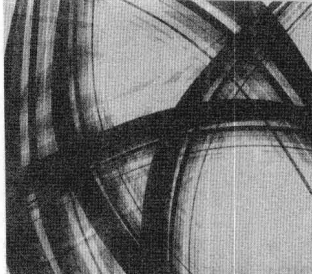
图书出版产业 评价体系

*Research on
Book Publishing Industry
Evaluation System*

徐小傑/著



中国书籍出版社
China Book Press



新闻出版优秀博士论文文库

图书出版产业评价体系

*Research on Book Publishing Industry
Evaluation System*

图书出版产业评价体系



中国书籍出版社
China Book Press

图书在版编目 (CIP) 数据

图书出版产业评价体系/徐小傑著. — 北京:中国书籍出版社, 2010. 12

ISBN 978 - 7 - 5068 - 2282 - 4

I. ①图… II. ①徐… III. ①图书—出版工作—评价—研究 IV. ①G23

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 263605 号

策划编辑 / 李建红

责任编辑 / 张卓宏 贺原平

责任印制 / 孙马飞 张智勇

封面设计 / 3A 设计工作室

出版发行 / 中国书籍出版社

地址:北京市丰台区三路居路 97 号 (邮编:100073)

电话:(010) 52257142 (总编室) (010) 52257154 (发行部)

电子邮箱:bptougao@126. com

经 销 / 全国新华书店

印 刷 / 北京京海印刷厂

开 本 / 700 毫米×1000 毫米 1/16

印 张 / 15

字 数 / 180 千字

版 次 / 2011 年 1 月第 1 版 2011 年 1 月第 1 次印刷

定 价 / 38.00 元

摘 要

本书从系统构成的角度构建了一套包括图书出版物、图书出版单位和图书出版产业在内的出版产业综合评价体系，以弥补现有针对图书出版单位和图书出版产业评价体系的研究中存在的不足。在对图书出版产业评价的过程中，不仅是从产业自身运行角度以及产业组织自身运行角度，而且分别从产业的细胞——图书出版物、产业生产主体——图书出版单位以及产业本身三方面分别进行评价，通过构建针对不同主体的评价体系形成一套对图书出版产业的综合评价体系。

在对上述三个不同主体评价的过程中，本研究关注的不仅是它们的市场运行状态，更关注的是那些隐藏在表面运行状态背后的影响因素，通过对影响因素的解释性描述，力图对上述三个不同主体形成一套全面的评价体系。

在针对图书出版物的评价体系研究中，分别从图书出版物的同一性特征以及多样化、差异化特征角度，构建了既能反映图书出版物市场表现结果，又能反映影响其不同市场表现结果的指标。在对图书出版物同一性特征考察后指出，有关图书出版物的质量标准应该成为对图书出版物进行评价的核心内容。另一方面，由于图书出版物的多样化和差异化特征，使得我们还必须从影响图书出版物多样化和差异化特征的要素上，即影响消费者购买行为的因素上，进行评价指标的选取。

在针对图书出版单位的评价体系研究中，首先按照生产对象的

公益性和商品性，区分了公益性出版单位和经营性出版单位，并且厘清了长期以来人们在对经营性图书出版单位评价过程中存在的认识上的偏差。在对经济效益概念的内涵和外延分别进行了详细的阐释后，本书指出，经济效益概念的内涵首先强调的是一种物质效用，是一个质和量相结合的概念，因此以往将图书出版物的质量标准列入社会效益的评价指标中，是不全面的。其次，经济效益强调的是一种投入产出关系，其中投入不仅仅包括有形资产的投入，而且包括无形资产的投入。再次，在分别对经济效益和社会效益的内涵进行考察后指出，尽管经济效益和社会效益不具备同级比较的可能，不直接构成一对矛盾，但是通过引入“企业社会责任”这一概念，将经营性图书出版单位的社会效益放在一个更加宏大的背景中加以认识，即不仅仅是从消费者的角度，而是从其利益相关者的角度，认识经营性图书出版单位的社会责任，体现了在市场竞争环境中实现多赢的思想。

在针对图书出版产业的评级体系研究中，从既能反映图书出版产业市场发展规模现状，又能反映影响其未来发展需求因素和供给要素的角度，构建评价指标体系。在对图书出版产业市场规模的研究中指出，尽管图书出版产业的供给能力和贸易能力在过去的五年间有了明显增长，但是它在整体传媒产业中所占的比重，自2006年开始一直处于下降状态。其中主要原因来自于市场需求结构的变动。对于图书出版产业而言，要想获得在未来持续发展的动力，必须进行内容和技术上的创新。此外就图书出版产业的政府规制而言，它是决定图书出版产业向什么方向发展以及如何发展的先决条件。但是，如果仅从图书出版产业自身产值规模的变动角度来衡量图书出版产业对国民经济的贡献，会再次陷入到片面性中。本文根据外部性理论说明，这是由于图书出版产业对国民经济的贡献不是体现在其产值规模上，而是体现在其对于政治、文化以及人们社会生活的

促进方面。

尽管“理论是灰色的”，笔者仍然期望通过此次研究，能让研究成果更符合实践的需要，为图书出版产业的决策者更加有针对性地引导图书出版产业发展提供理论上的支持。

Abstract

Based on a point of view from the system, this paper constitutes a comprehensive evaluation system including how to evaluate book publications, book publishers and book publishing industry, to compensate for the shortcomings of the existing evaluation system. In this evaluation system, we focus not only on the perspective of the industry itself, or on the industrial organization itself, but also on the cell of the industry, which is book publications. The main task of this paper is to construct a comprehensive evaluation system including three different parts of the book publishing industry.

On how to evaluate the three above-mentioned different parts, our focus is not only on the status quo of their operation, but on the-how. In other words, we try to determine the hidden factors which are behind their operations. From both the “what” factors and the “how” factors, we try to set up a comprehensive evaluation system.

On how to evaluate book publication, after analyzing its identity, as well as its diversification and differentiation characteristics, we constitute an evaluation index system which indexes not only reflect the results of book publications market performance, but also reflect the reason why book publications show such market performance. After analyzing the identity characteristics of the book, we pointed out that the quality standard

of the book publications should be the core content of evaluation. On the other hand, due to its diversified and differentiated features, we also need to take the affecting factors into consideration, that is, from the point of view of the factors that influence consumer buying behavior, to choose the evaluation indexes.

On how to evaluate book publishing houses, we try to clarify the long-misunderstanding on the evaluation of commercial book publishing houses. After analysing the connotation and extension of the concept of economic benefits, we point out that, the connotation of economic benefits is a concept of combination of the quality and quantity of the goods, which means in the past, when we evaluate the economic benefits of the commercial book publishing house, we take book publication quality standards into the evaluation of its social indicators, is incomplete. Next, the concept of economic benefits stresses a kind of input-output relationship, which means, the input item not includes tangible asset inputs, but also intangible inputs. Furthermore, we point out that, the concept of economic and social benefits does not directly pose a contradiction, however, through the introduction of the concept of corporate social responsibility, we could address the problem that long exists the evaluation of commercial book publishing houses. Due to the reason that the concept of corporate social responsibility focuses not only on the consumer's point of view, but on the perspective of interest-related parties, when we evaluate the social responsibility of commercial book publishing houses, from the perspective of interest-related parties we could achieve a win-win thinking.

On how to evaluate book publishing industry, we try to constitute an evaluation system from its market size and affecting factors. During the development of the book publishing industry in the past five years, although

its market size has been steadily grown, its overall proportion in the media industry has been declined rapidly since 2006. The main reason results from the demand structure changes. As for the book publishing industry itself is concerned, if it wants to obtain the driving force in the future, it must depend on its content and technical innovation. In addition, as for the government regulation of book publishing industry, it is the pre-condition of the development of book publishing industry because it determines the direction of its development. Furthermore, the overall proportion of book publishing industry in national economy is small; however, the significant impact of book publishing industry on national economy lies not in its economic promotion, but in its knowledge dissemination and cultural continuity.

Although the theory is gray, we still hope that through this research, we could do something in need, which could support the decision-makers to frame more targeted development policies of book publishing industry.

目 录

第一章 绪 论 / 1

一 研究背景与研究思路 / 2

(一) 研究背景 / 2

(二) 研究思路 / 3

二 研究现状与研究意义 / 6

(一) 有关图书出版单位的评价研究综述 / 6

(二) 有关图书出版产业的评价研究综述 / 29

(三) 价值评估相关领域的研究现状 / 39

(四) 研究意义 / 42

三 研究方法与研究框架 / 44

(一) 研究方法 / 44

(二) 研究框架 / 46

第二章 图书出版物的评价 / 49

一 图书出版物的同一性特征 / 49

(一) 图书出版物的天然外部性特征 / 49

(二) 作为商品的图书出版物及其特征 / 57

(三) 建立以图书出版物质量标准为核心的评价标准 / 64

- 二 图书出版物的多样化和差异化特征 / 70
 - (一) 图书出版物的多样化特征 / 70
 - (二) 图书出版物的不同需求弹性特征 / 73
 - (三) 图书出版物的差异化特征 / 76
 - (四) 对影响图书出版物差异化构成要素进行评价的必然性 / 78
- 三 对影响图书出版物差异化构成要素的评价 / 80
 - (一) 影响图书出版物差异化的构成要素 / 80
 - (二) 图书出版物的质量管理 / 82
 - (三) 图书出版物的营销策略 / 88
 - (四) 构建图书出版物评价指标体系 / 96
- 四 本章小结 / 97

第三章 图书出版单位的评价 / 99

- 一 建立针对不同性质图书出版单位的不同评价 / 99
 - (一) 对图书出版单位性质的认识 / 99
 - (二) 建立两类不同的评价标准 / 106
- 二 理解“两个效益” / 107
 - (一) 对“两个效益”提法的历史性考察 / 107
 - (二) 对“两个效益”内在逻辑的重新审视 / 111
- 三 图书出版单位的经济效益 / 115
 - (一) “经济效益”概念的内涵和外延 / 115
 - (二) 图书出版单位经济效益的内涵及评价指标 / 120
- 四 图书出版单位的无形资产评价 / 131
 - (一) 会计准则上无形资产的定义 / 131
 - (二) 图书出版单位的无形资产构成及评价 / 133
 - (三) 构建图书出版单位经济效益评价指标体系 / 147
- 五 图书出版单位的社会责任 / 149

- (一) 引入企业社会责任概念的重要性 / 149
- (二) 企业社会责任的层次结构 / 152
- (三) 图书出版单位的社会责任内容及评价指标 / 154

六 本章小结 / 158

第四章 图书出版产业的评价 / 160

- 一 对图书出版产业规模现状的评价 / 160
 - (一) 对近五年来图书出版产业规模状况的纵向比较 / 161
 - (二) 对近五年来图书出版产业规模状况的横向比较 / 172
- 二 影响图书出版产业市场需求的因素 / 177
 - (一) 对居民文化娱乐支出费用的考察 / 177
 - (二) 对图书出版物及其替代产品之间关系的考察 / 179
- 三 影响图书出版产业市场供给的因素 / 182
 - (一) 图书出版产业的创新能力 / 183
 - (二) 图书出版产业的政府规制 / 188
- 四 构建图书出版产业评价指标体系 / 195
- 五 对图书出版产业推动国民经济发展的认识 / 197
- 六 本章小结 / 199

第五章 结束语——兼议图书出版产业评价体系的内在逻辑 / 201

- 一 图书出版产业评价体系的内在逻辑 / 201
- 二 结束语 / 203

参考文献 / 207

后 记 / 215

图 表 索 引

- 图 1 - 1 图书出版产业评级体系构成要素图 / 4
- 图 2 - 1 2003 ~ 2008 书籍、课本总印数和同期人均收入变动情况 / 75
- 图 2 - 2 2003 ~ 2008 书籍、课本总印张和同期人均收入变动情况 / 75
- 图 2 - 3 影响女性读者购买图书出版物行为的因素 / 81
- 图 2 - 4 新华书店系统销售收入占全国新华书店系统、出版社自办发行单位出版物总销售收入之比 / 94
- 图 4 - 1 2004 ~ 2008 年我国图书出版产业的实际供给能力 / 164
- 图 4 - 2 2004 ~ 2008 年我国图书出版产业库存量增长率 / 164
- 图 4 - 3 2004 ~ 2008 年我国图书出版产业的总印数与库存量 / 165
- 图 4 - 4 2004 ~ 2006 年我国图书出版产业的销售收入和销售利润 / 165
- 图 4 - 5 2004 ~ 2008 年我国图书出版产业的进出口贸易逆差 / 168
- 图 4 - 6 2004 ~ 2008 年我国图书出版产业的版权贸易逆差 / 168
- 图 4 - 7 2004 ~ 2008 年图书出版与移动媒体各占传媒市场规模的比重 / 175
- 图 4 - 8 2007 我国国民获取信息的途径 / 180
- 图 4 - 9 我国国民图书阅读率与互联网阅读率变动情况 / 182
- 图 5 - 1 图书出版产业评价体系构成主体层次图 /
- 表 1 - 1 “六五”计划期间出版社考核指标 / 7
- 表 1 - 2 高等学校出版社评估指标体系 / 7

- 表 1-3 出版企业目标管理指标体系 / 9
- 表 1-4 企业经济效益评价指标体系 / 11
- 表 1-5 上海市出版社社会效益评估办法 / 12
- 表 1-6 出版企业绩效评价标准 / 14
- 表 1-7 经营性图书出版单位等级评估办法 / 15
- 表 1-8 图书效益指标 / 18
- 表 1-9 “九五”期间中国图书出版社市场竞争评估初探 / 19
- 表 1-10 出版社竞争力评价指标体系 / 22
- 表 1-11 出版单位竞争力评价指标 / 26
- 表 1-12 中国图书出版业竞争力评价指标 / 31
- 表 1-13 中国出版业国际竞争力评价指标体系 / 34
- 表 2-1 美国部分商品需求收入弹性系数 / 74
- 表 2-2 图书出版物评价指标体系 / 96
- 表 3-1 图书出版单位的生产能力 / 125
- 表 3-2 图书出版单位的获利能力 / 126
- 表 3-3 图书出版单位的营运能力 / 128
- 表 3-4 图书出版单位的偿债能力 / 129
- 表 3-5 图书出版单位的经营增长能力 / 130
- 表 3-6 无形资产分类内容 / 135
- 表 3-7 品牌资产十要素评估指标 / 141
- 表 3-8 Interbrand 品牌强度系数影响因素 / 142
- 表 3-9 图书出版单位经济效益评价指标体系 / 147
- 表 3-10 利益相关者分类表 / 150
- 表 3-11 企业社会责任与利益相关者对应表 / 153
- 表 3-12 图书出版单位的社会责任评价指标体系 / 156
- 表 4-1 2004 ~ 2008 年我国图书出版产业规模状况 / 161
- 表 4-2 2003 ~ 2006 年我国图书出版产业的销售利润率 / 166

- 表 4-3 2004~2006 年图书出版产业市场集中度 / 170
- 表 4-4 2006 年图书出版产业市场集中度 / 171
- 表 4-5 2004~2008 年我国传媒产业市场规模 / 174
- 表 4-6 2004~2008 年传媒产业细分市场占传媒市场规模的比重 / 176
- 表 4-7 2004~2007 年城镇居民文化娱乐支出占总支出的比重 / 178
- 表 4-8 媒体功能与首选图书的比例 / 181
- 表 4-9 图书出版产业评价指标体系 / 196

第一章 绪 论

图书出版产业作为一个相对独立的文化产业体系，是我国文化产业的重要组成部分。它肩负着传承文化、积累知识、传播科技、维护稳定的重要使命，对人类社会的进步起了极其重要的推动作用，是国家经济和社会生活中不可或缺的重要组成部分。

图书出版产业作为生产知识产品和精神产品的图书出版产业有其产业的特殊性。它所提供的产品是为了满足人类的精神需求，但是对这种精神需求的满足并没有固定的边界特征，不能简单地以物质产品满足人类物质需求的标准来衡量。另一方面，图书出版产业提供的产品又是商品，需要经过市场交换获取经济收益。这与其他制造业一样，具有一致性特征。图书出版产业的这种特殊性和一致性的产业特征，长期以来一直贯穿于该产业的生产实践过程中。在当前出版体制改革的背景下，如何既按照市场化的经济规律发展图书出版产业，又兼顾到图书出版产业生产的特殊性，已经成为影响图书出版产业长期稳定、持续、健康发展的主要因素。

尽管改革开放之初，图书出版业界就开始探索建立一套将其一致性和特殊性相结合的评价体系以促进行业发展。但是在众多的评价体系中，由于在指标选取时，或是只重经济效益的考核，或是只重社会效益的考核，或是误将经济效益指标当做社会效益指标，或是存在不可量化的问题，使得每一套评价体系都不能反映出评价对

象的真实情况。在当前出版体制改革向纵深发展的时候,出版产业迫切需要建立一套既能反映其生产的特殊性,又能反映其市场竞争状况的评价体系,以作为对它参与市场竞争程度进行检验和认定的依据。因此科学地建立一套切实可行的图书出版产业评价体系,无论是对于图书出版业界还是理论界而言,都已经到了刻不容缓的时候了。

一 研究背景与研究思路

(一) 研究背景

2009年4月新闻出版总署下发《关于进一步推进新闻出版体制改革的指导意见》。《意见》中明确指出,除人民出版社、民族出版社、中国盲文出版社、中国藏学出版社保留事业单位性质外,其余所有经营性图书出版单位要在2010年底之前全面完成转制。在当前这场针对图书出版单位的体制改革中,要求构成我国图书出版产业主体部分的经营性图书出版单位全面面向市场,并在市场竞争中做大做强。

现代经济学理论告诉我们,企业在成长的过程中,尤其是在资本原始积累时期,会更偏重于追求利润的最大化。因为在这一时期,利润就意味着生存。只有在企业发展的高级阶段,诚信、品牌和服务等维持企业长期发展的要素才会上升到第一位。对于转制后的经营性图书出版单位而言,它首先面临的依然是如何在市场竞争中生存的问题,即在不断拓展自身经济效益实现方式和实现手段的过程中,如何最大化地创造企业利润,为企业获取在市场上的生存空间。

但是另一方面,经营性图书出版单位生产的产品并不仅仅是一种商品,而且是一种精神产品和知识产品,它们具有天然的外部性特征,这使得它们在生产的过程中,并不能盲目地追求经济利益,