

中国
图书
年鉴

2002

ZHONGGUOTUSHU
NIANJIAN

中国图书年鉴

ZHONGGUOTUSHU
NIANJIAN

2002

湖北人民出版社

鄂新登字 01 号

图书在版编目(CIP)数据

中国图书年鉴·2002/杨牧之主编.
武汉:湖北人民出版社,2004.6

ISBN 7-216-03982-3

I. 中…

II. 杨…

III. 出版发行目录—中国—2002

IV. Z852.7

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 056181 号

中国图书年鉴·2002

杨牧之 主编

出版: 湖北人民出版社
发行:

地址: 武汉市雄楚大街 268 号
邮编: 430070

印刷: 文字六 0 三厂
开本: 787 毫米×1092 毫米 1/16

经销: 湖北省新华书店

印张: 53.25

字数: 1647 千字

插页: 5

版次: 2004 年 6 月第 1 版

印次: 2004 年 6 月第 1 次印刷

定价: 135.00 元

书号: ISBN 7-216-03982-3/Z·41

本社网址: <http://www.hbpp.com.cn>

《中国图书年鉴》编委会

顾 问 于友先

主 编 杨牧之

副主编 阎晓宏 吴尚之 路用元 刘鼎华

编 委 (按姓氏笔画排列)

于文杰	马元春	马笑然	王 伟	王成法	王 岳	巨 伟
石 伟	叶 路	史可荣	白 烨	成云东	任桂香	刘玉山
刘艳丽	孙 颢	朱冬生	朱赛玉	伍先华	寿勤泽	苏立功
李华文	李显福	李 莉	吴体刚	陈 莹	汪嘉伦	张 炜
张 樱	杨旭红	杨德炎	邱久钦	周 思	罗见龙	项纯文
赵昌平	胡福生	夏代忠	聂震宁	高洪宝	郭志坤	朗杰平
殷爱平	黄日星	黄正慧	韩 舞	熊国祯	樊希安	德 博

《中国图书年鉴》编辑部

主 任	魏世弟				
副 主 任	刘 苏				
文字编辑	卢净璇	刘	苏	李 鹏	赖洁玉
责任分类	李 鹏				
编 务	章 玮				
电子编辑	陈 革				
责任印制	肖正华				
责任校对	余兆伟				
美术编辑	朱永锴				

编辑说明

一、编辑《中国图书年鉴》是我国图书出版事业的一项基本建设,其宗旨是总结图书出版工作经验,观察、分析图书出版的现状与发展趋势,为科研、教学、著述、学习和图书出版工作提供系统的参考资料。

二、《中国图书年鉴》与《中国图书大辞典》(1949~1992)的收书截止时间相衔接,对从1993年起国内出版的图书及资料进行收集整理,每年编辑出版1卷,本卷为总第九卷。

三、《中国图书年鉴》(2002)主要反映2001年度全国图书出版工作的状况和信息,其主要栏目有“专论”、“图书分类评述”、“图书出版研究”、“图书市场分析”、“新书简介”、“获奖书目”、“统计资料”、“图书出版纪事”、“索引”等。

“专论”——选载对全国图书出版有指导性意义的重要论文。

“图书分类评述”——特邀国内有关专家、学者及图书出版编辑,对各类图书的出版动向作评论分析。

“图书出版研究”——选录各报刊杂志上发表过的有关图书出版研究的文章。

“图书市场分析”——选录报刊杂志上发表过的有关文章,汇集图书市场信息,分析其发展态势。

“新书简介”——从当年新版图书总数中,按10%~15%的比例选取优秀图书和有代表性的图书,以条目形式作介评,并按学科分类编排。辞条以介为主,寓评于介,着重反映所诠释图书的基本内容及主要特征。

“获奖书目”——主要刊载该年度荣获“国家图书奖”、“五个一工程·一本好书奖”、“中国图书奖”、“中国辞书奖”的书目。

“统计资料”——汇编该年度全国图书出版情况,使用《中国标准书号》22类图书出版情况,各类课本以及少年儿童读物出版情况,图书销售及库存情况,图书出口、进口情况等。

“图书出版纪事”——记录该年度有关图书出版的重大活动。

“索引”——有“辞目分类索引”和“辞目笔画索引”。“辞目分类索引”以《中国图书馆图书分类法》(第四版)为框架,其编排方式与新书简介的正文相同;“辞目笔画索引”按辞目首字笔画数顺序编排。索引前注有使用说明。

四、编辑出版《中国图书年鉴》是一项文化积累和文化传播工程,此项工作得到了全国出版同仁及有关专家学者的支持与帮助,在此致以诚挚谢意。由于我们的水平和经验所限,该年鉴难免有不足和缺憾之处,恳请广大读者和各界人士批评指正。我们将不断改进工作,提高质量,以满足广大读者的需求。

目次

专 论

冲破旧观念 培育大市场 促进大流通	1
发展·改革·加强管理	4
我国图书出版业:现状、问题与对策	8

综 述

哲学、宗教类图书综述	11
经济类图书综述	15
社会科学总论类图书综述	18
历史、地理类图书综述	21
语言、文字类图书综述	23
文化、科学、教育、体育类图书综述	26

图书出版研究

图书出版业改革中的制衡战略	30
策划精品图书的方法	30
图书质量问题探析	31
建立有效的出版竞争机制	32
影响我国书业发展的五种力量要素	32
非国有书业的现实与未来	33
本版书的困境及其对策	34
中国出版业的痛——一般书出版	35
对图书版权引进的战略思考	35
加大选题策划的营销含量——现代出版营销新课题	36
科技出版如何扩大国际市场份额	37
第三次科普图书出版热扫描	37
我国少儿读物走向世界之探索	38

少儿出版十大流弊	39
大学出版社的发展:障碍·机遇·矛盾	40
大学出版社的现状、走势及对策	40
校园文化热现象剖析	41
出版社迎战“假日经济”	42
如何“做”好畅销书	42
“四共”模式——从版权贸易到成书贸易的飞跃	43
电子图书之外——出版业新技术的未来	44
电子出版的现状与发展	44
儿童图书的电子革命何时到来	45
网络与传统出版:如何“亲密接触”	46
中文图书网站的前景和我们的应对方略	46
中国书评二十年	47
加入 WTO 与北京书业的发展	48

图书市场分析

第十二届全国书市扫描	49
2001 年畅销书分析	49
从“2001 年全国少儿读物看样订货会”看少儿出版走势	50
国内图书市场的现状及发展趋势	51
图书市场存在的问题及整治建议	52
面临“入世”的国内图书零售业	52
我国图书发行连锁经营的必要性及其模式选择	53
图书上架率——“小”问题引发大思考	54
图书发行业的改革与民营书店发展脉络	

.....	55
发挥行业协会作用 构建高效有序的	
图书发行新体制	55
图书发行工作中的经济学	56
图书市场机会浅析	57
强化一般图书销售的八个关节点	58
市场调研与畅销常销书的策划	58
书业营销全面升级	59
市场营销——出版业的一个重要环节	
.....	60
现代图书的市场营销及其最新形式	61
中国出版业市场营销全面加强势在必行	61
靠策划做大市场蛋糕——出版营销	
手法分析	62
营销理论的研讨,发行实践的总结	63
新世纪图书出版发行经营模式的探讨	
.....	63
让营销宣传助图书“腾飞”	64
从图书市场格局变化探索发行“中	
盘”运作模式	65
书价上扬引发的负面效应及其对策	65
读者俱乐部目前面临的问题及对策思考	
.....	66

新书简介

A 马克思主义、列宁主义、毛泽东	
思想、邓小平理论	67
B 哲学、宗教	71
C 社会科学总论	93
D 政治、法律	111
E 军事	154
F 经济	157
G 文化、科学、教育、体育	216
H 语言、文字	265
I 文学	296
J 艺术	369
K 历史、地理	400
N 自然科学总论	466

O 数理科学和化学	474
P 天文学、地球科学	490
Q 生物科学	501
R 医药、卫生	512
S 农业科学	541
T 工业技术	558
U 交通运输	664
V 航空、航天	674
X 环境科学、安全科学	679
Z 综合性图书	686

获奖书目

第五届全国图书奖获奖名单	694
第八届“五个一工程”获奖图书名单	700
第四届国家辞书奖获奖图书名单	702

统计资料

2001年图书出版情况	704
2001年使用《中国标准书号》22类图书	
出版情况	704
2001年各类课本及少年儿童读物出版	
情况	706
2001年图书发行网点情况	707
2001年图书购进情况	707
2001年图书总销售及库存情况	708
2001年各类图书销售情况	708
2001年全行业批发销售情况	709
2001年图书出口情况	709
2001年图书进口情况	710

图书出版纪事

2001年图书出版大事记	711
--------------------	-----

索引

辞目分类索引	717
辞目笔画索引	783

专 论

冲破旧观念 培育大市场 促进大流通

柳斌杰

在新闻出版业的改革中,发行体制改革是一个中心环节。如何推进发行体制改革?从目前的实际看,主要是三句话:冲破旧观念,培育大市场,促进大流通。

一、冲破旧观念

解放思想,转变观念,是我们的当务之急。这个问题不解决,发行体制改革就难以进行。作为政府职能部门,首先要有一个出版物发行大流通、大市场的观念。应该说,经过 20 多年的改革,新闻出版行政部门的各级干部群众思想得到了一定的解放,观念也在与时俱进,在某些领域里也有创新和一些突破。从 80 年代初开始,发行体制改革就作为出版行业改革的重点。1982 年就提出要在全国组成以国营新华书店为主体,多种经济成分、多条流通渠道,多种购销形式、少流转环节,即“一主三多一少”的市场体系。今天发行单位能够发展到 6 万多个,其中非公有制的发行单位已经发展到 57000 多个,这与改革是分不开的。1988 年又提出,改革的基本目标是建立和发展开放式的、效益高的、充满活力的图书发行体制,放权承包搞活国营书店,放开批发渠道,搞活图书市场,放开购销形式和发行的折扣,搞活购销机制,推行横向经济联合,发展各种出版发行企业主体和企业集团,这个时期称为“三放一联”。1994 年明确提出要培育和建立全国统一开放、竞争有序的出版物市场,探索建立以提高社会效益和经济效益为目标的现代出版企业制度。中央“两办”17 号文件,又正式为发行工作定了位,要完全走向市场化、企业化,实行彻底的改革开放。这都是解放思想成果。但是,从适应加入世贸的要求、适应经济体制改革步伐以及适应我国出版业发展的要求来看,出版发行行业的改革还有很大的差距,从工作的角度讲,就是相当滞后。我们在解放思想、更新观念、推

进改革等方面,还不适应大局的要求。主要的问题有:

一是竞争意识不强,市场观念淡漠,过多地依赖教材,缺乏内在的活力。什么叫市场、统一开放的市场?对我们新闻出版行政部门来说,就是要冲破“只此一家,别无分店”的旧观念,应该面向全社会,建立跨地区、跨行业的大市场。不管发行企业的资本来自何方,不管它是哪个行业办的,只要是搞出版物发行,都应该受我们的欢迎。无论哪一个渠道能够发展起来,都是我们市场的主体力量,都对我们的出版业有好处。主渠道经过我们多少年的经营,越办越强,仍然发挥着重要的作用;其他的渠道也已经发展起来,邮政部门组建发行公司,供销社把出版物的发行列为供销社在基层发展的主要业务,教育部门也在积极组织发行力量,出版社、报刊社也在联合成立区域性的发行公司,都是要按市场化、企业化要求办事。市场主体正在日益多元化。面对这样一个现实,如果我们市场观念淡漠,只看见自己行业的那一点,就难以一视同仁地去支持这些发行渠道的发展。政府是人民的政府,不是行业的“老板”,必须对社会各种力量合法开办的发行业都纳入管理范围并一视同仁地加以引导、规范、支持。

二是我们自己的发行系统管理水平低,缺乏经营性的人才。出版行业知识性的人才比较多,但经营性的人才比较缺乏,高新技术的应用不够广泛,物流业对我们来说还比较陌生,市场渠道不畅通,出版社的书积压卖不出去,基层读者又买不到书,这样的问题到处都是。这里的关键是行业封闭和垄断经营。由于长期封闭在一个行业,既不开放,也不引进,人员、思路、办法都是老一套,外边的经营人才更是进不去。加上计划调拨,专营专卖那一套,已经根深蒂固,没有开拓市场、强化服务、公平竞争的意识,只想政府保护,其实越保护越落后。出路就是行业

开放。

三是统一开放、竞争有序的市场环境还没有形成。市场分割,地区保护,贸易壁垒等等,非常严重,这亟需加以规范。现在大家也很担心,害怕在目前的情况下,由一种垄断变为另一种垄断,由这个部门转到那个部门。如果是一个不规范的市场,这样的问题很可能发生,因为行政壁垒、条块分割、地方保护等都会成为建立统一市场的阻力。大市场、大流通就是要彻底解决这个问题。我们长期以来所说的发行,是一个很市场化的观念,因为我们党的发行事业是在65年前形成的,那时发行就是纯粹的宣传工作。以后多少年来,长期在这样的观念指导下,根本没有市场的观念,现在还束缚着很多人。所以我们不仅要传统观念中解放出来,还要从我们原来的领导方式和管理方式中解放出来。我们过去的领导方式是高度集中,大大小小的权力都集中上来。新闻出版总署最近在清理政府审批方面的文件,就是要逐步减少审批、分级管理,把一些权限分散到下面去。我们也要从地方、行业利益的偏见中解放出来。我们在设计改革的方案,考虑建立市场的时候,往往不能够从全局的大市场大流通的要求出发,而是过分注重地方、行业自身的利益。尤其是过去,政企不分、管办不分、局社不分,带来了严重后果。大家一定要从全局出发,暂时的局部的利益,该牺牲的就要牺牲。宏观调控、市场监管,这是我们政府的职能;公平竞争、自主经营是发行企业的任务。概念要明确,不能再把发行企业当成我们党政机关的一个附属机构。在管理上要强调的是依法行政,公开透明,完善法律体系,把我们的办事程序、工作标准制度化。出版行政主管部门领导头脑里要有这些新的观念,不能因为我们思想不解放、认识不到位、职责不清楚,而影响当前发行体制的改革和出版业的发展。

二、培育大市场

我们常说现在处在一个关键的时期。关键在什么?关键就在于尽快建立出版物的大市场,完成从计划体制向市场体制的转变。过去我们一直把发行当作事业,现在要当成企业,当成产业去做,要走向市场化、企业化,发行工作要变成市场营销。政府要从包办一切向市场监管转变,从行业保护向产业开放转变。解放思想,转变观念,这几个方面一定要先转变。当然,作为行政主管部门在发行体制的改革和管理上,还要有阵地意识。不能说走向市场化了,

就不考虑这个阵地,放弃这个阵地,文化市场的主导地位和国有经济的主体地位还要强化。所以我们所采取的措施,就是首先要支持国有主渠道成为市场竞争的主体,做大做强,通过市场竞争占领这个阵地。为什么要大家搞出版物发行网点设置的规划?一方面为应对“入世”后的要求,另一方面也有一个抢摊点、巩固阵地的问题。外国集团的战略是从控制市场入手,进而影响和控制出版业,我们的阵地意识不能丢。市场竞争是经济实力的较量,出版物除了它传递的信息,搭载的内容具有文化价值观的特性以外,它的整个过程符合经济发展的一切规律,也是一种特殊的商品,要运用市场经济规律去运作,要讲两个效益,不盈利就生存不下去,没有经济实力就谈不上竞争,市场是不同情弱者的。

培育大市场,就要深化改革开拓创新。改革是什么?就是打破旧的僵化的体制。改革也就是创新,深化改革、扩大开放实质上就是江总书记所说的体制的创新,机制的创新,市场的创新。有些同志总是认为我们这个行业效益还可以,小日子还过得不错,又何必去冒那个风险搞改革开放,尤其是对政企分开、管办分离很不理解。有些地方的改革方案为什么不合格呢?就是与改革的方向不一致。政府主管部门一定要按照政企分开,管办分离及中央“两办”17号文件精神进行改革。还有些同志一提政企分开,有一种失落感,留在政府部门,感觉下面没有了腿,实力大大减弱;要到企业的那一边,又感觉政治上有一些失落。所以我们就要进一步学习中央的有关精神,学习世贸的规则,解决好改革中的思想问题。加入世贸是严格限制了政府,政府不能参与一切带有竞争性的企业事业的经营。政府在新闻出版事业的经营方面也不能直接参与,只能进行政策上的支持、推动,不能成为市场主体。过去政府直接抓了很多的事情,企业都是隶属于政府,事业也都是隶属于政府,现在都要分离。企业是市场的主体,只要建立了法人治理结构,它就是一个独立自主的市场主体,独立经营、自负盈亏、承担经济责任和法律责任。发行改革也一样,首先必须解决体制问题,要走市场化的道路。

培育大市场,就要鼓励竞争。竞争是市场发育的内在动力,没有竞争就没有市场经济。传统文化是反对竞争的,在这种文化教育下的人不敢竞争。表现在我们的思维方式,往往和自己的过去比,安于现状。客观世界是在横向竞争,我们却保留的是纵向思维,横向竞争和纵向思维的矛盾困扰了不少人。

大家想一想,现在是世界性的开放的大市场,不是江苏和江苏竞争,浙江和浙江竞争,而是全国统一的大市场、世界性的大市场。中国人、美国人、德国人、日本人等一起竞争。中国的市场也是世界的市场、全球统一的市场。我们要适应竞争的世界性,开放的市场没国界。而我们的领导、干部、群众往往还是纵向思维,总是自己和自己比较,今年有一些什么发展,每年有些什么增长。这个完全不行,比来比去没有用。竞争不会因为你你不发达,落后,没有实力,就对你有什么优惠。市场不同情弱者,只认实力。现在要面对竞争,横向思考,才能达到与时俱进的要求。我们不能孤立地看发行,要放在全局去考虑,比如说目前的经济全球化,使国际竞争处处可见。西方国家通过经济全球化,不仅获得经济利益,而且还传播他们的价值观和民主制度。经济竞争同时也是文化竞争、政治竞争,也是国家和民族的生存竞争。从这样一个角度考虑,就会理解今天进行的改革。从发行行业来讲,改革开放的总的要求,就是要以发行企业集团为主体,以大中城市为重点,以新华书店为骨干,以连锁经营和物流配送的建设为突破口,加快现代出版物流通体系建设。原则上,有实力的省,市场比较大的省,就要加速集团化的步伐,加快股份制的改造,加快市场的整合,加快出版物流通现代化的建设。我们要求出版物发行的改革走在前面,首先把大市场培育起来,引入竞争机制,为其他出版环节上的改革创造有利条件。

培育大市场,就要组建市场主体。计划经济由政府主办,市场经济中企业是主体。组建发行集团实质上就是组建市场竞争的主体。我们已进行了几年的试点,实践证明组建发行集团的方向是正确的,能够利用已有的渠道和国有资产的优势做大做强。为了使发行集团实力快速增强,我们采取了果断措施:一是资产重组、调整结构,培育几个大集团。二是给集团融资政策,开放以后,更可以吸纳体外资金,进一步做大做强。三是股份制改造。新华书店是单一的国家投资主体,形不成企业法人治理结构这样一整套管理模式,我们优先让省级以上新华书店等发行主体通过股份制改造吸收其他资本壮大实力。四是连锁经营和与连锁经营相适应的物流配送中心建设。这一措施大大激发了产业活力,全国争先恐后。北京、上海、广州、成都、西安、沈阳等六个城市集中跨地区的配送中心,首先要抓好。目前还有十多个省也在规划建设自己的物流配送中心。我曾到沈阳去看辽宁发行集团建设的现代物流配送中

心,相当壮观、相当现代化,许多外国人来参观,说是具有国际一流水平。这说明我们的发行企业一旦组织起来,也能办很多大事情,一定能很快担当起市场主体的角色。

三、促进大流通

繁荣出版业,培育大市场,流通是个关键环节。计划经济与市场经济的重大区别之一就是前者以生产决定流通和消费,而后者则是消费、流通决定生产,大市场需要大流通。从生产上来说,出版业面临大好机遇,首先是我们整体生产能力很强,能够制造出精品和力作,具有世界水平的专家和技术装备,现代化水平很高。其次是我们的市场需求大,人均一本书就是十几亿册;最近有关部门进行大量的市场调查,说明出版物市场的潜力很大,发展的空间十分广阔。北京、上海的调查结果表明,从去年开始,人们物质用品和精神文化用品的消费比例已经发生很大变化,教育、书报刊、音像制品、信息网络、旅游、娱乐等文化用品及服务消费已经超过了吃穿住行的费用,现实生活已经为我们提供了一个广阔的市场。马克思讲没有流通就没有消费,没有流通就没有生产,流通是生产、消费之间的重要的环节。现代流通业是连接生产与消费的桥梁。大流通是与大生产、大市场紧密联系在一起的,它是人流、物流、资金流、信息流与空中、海上、陆路、电信、网络等交通、通讯业有机结合的共同体,将发货、运输、仓储、装卸、加工、整理、配送、结算、信息等结合起来,形成一个物品供应链,为生产者、消费者提供多功能服务,是一次物流的革命。过去在计划经济体制下忽视了流通领域的建设,服务业相对很不发达,制约了消费。近年来虽然有了一些改革、开放,流通渠道多了些,但总体还是“小流通”,行业封闭、地区分割、条条块块各自为政是基本现状,出版物流业处在起步阶段。在这种情况下,政府就要抓住机遇,积极利用当前有利的时机推动出版流通业的发展,尽快形成大流通的格局。目前政府要做的工作主要是这么几个方面:一个是进行宏观调控。流通市场面广线长,有一个宏观调控的问题,不然就会搞乱,这就是为什么组建发行集团及建立批发零售市场还要经过政府主管部门批准的原因。批零市场、物流配送的布局、规模、发行网络等都要有一个调控,不然就会出现资源浪费,出现低水平的重复。要制定长远的发展规划,包括将来对国外发行企业准入也要有宏观的调控。我们在加入世贸谈判的时候就注意到这

一点,哪一个城市要引进多少个集团、多少个连锁店都已经做了规定。二是要完善物流业发展的政策体系和技术支撑体系。三是创造多种经济成分、多种购销形式、多条流通渠道共同发展的新格局,不仅要关心主渠道,也要关心民营的其他的渠道;不仅要关心我们国内的,也要关心国外的;不仅要关心行业内的,也要关心行业外的;推动出版物流通融入现代化大流通中去。四是加强市场监管,为繁荣发展创造良好的市场环境。一方面要积极支持鼓励市场发展势头比较好的、健康的发行企业,推广它们的发展经验,支持市场开发,支持市场竞争;另一方面就是要依法监管市场,规范市场秩序,整顿那些散乱差的问题、盗版等非法出版物流入市场的问题等,这是我们政府管理流通的两手,一手是积极的支持、鼓励、推动,一手是打击非法的市场活动。正是沿着这个方向,总署正在调整工作部署,我们不再去干预企业怎

么具体运作的事情,而主要是完成市场法律体系的配套,制定竞争规则,依法加强管理,为出版物流通业创造公平竞争、健康发展的环境。

出版业的根本任务是促进社会主义先进生产力和先进文化的发展,满足人民群众日益增长的精神文化需求。而要完成这个根本任务,不仅需要创作生产、加工制造,而且更需要流通和市场,通过竞争机制和市场流通实现出版物消费使用的价值目标。我们一定要领会改革开放时代的真谛,解放思想,转变观念,开拓创新,与时俱进,以改革为动力,打通制约出版业发展的“瓶颈”,培育统一规范、竞争有序的出版物大市场,促进布局合理、四通八达的出版物大流通格局尽快形成,为我国整个新闻出版业的繁荣发展服务。

(原载《中国出版》2002.9)

发展·改革·加强管理

杨牧之

一、发展:形势逼人

我国的出版工作近年来取得了很大的成绩。我们出版了很多很好的图书,现在年出书达到了146000多种,其中80000种新书,60000多种重印书。相比二十年前,也就是十一届三中全会以前,我们的出版实力获得了很大的提高,现在只要有好的选题,只要是社会需要的书,无论是半年、三个月、哪怕只是三天,我们都有能力把它出出来,确实很了不起。过去有人说我们“大国家小字典”,工农商学兵,党政工青妇,使用的只有一本《新华字典》。现在我们什么样的工具书都有了。由江泽民总书记亲自颁发证书、获得首届国家最高科学技术奖的袁隆平,他的《杂交水稻育种栽培学》一书,是我们湖南科技出版社出版的,获得国家图书奖,同获此奖的吴文俊的书也是我们出的。深化改革取得了巨大的进展,虽然也有许多问题,但从成绩上看,1999年新闻出版销售收入1221亿元,在全国国民经济规模化产业中排在第21位;利润总额176亿多元,占第5位。虽然我们进展很大,成绩很显著,出版业的工作很有成效,但是相比于国外出版业,我们还是“小本生意”,

与航空母舰相比,只算是“扁舟一叶”,尚难与国际大出版机构相提并论。据统计数字显示,1999年德国的贝塔斯曼总销售额是106亿美元,英国的理德出版公司是16.3亿英镑,加拿大的汤姆森出版公司是56亿美元。我们国家1999年图书总销售额只有355亿元人民币(约合40多亿美元),整个国家比国外一家出版公司还要少得多。

所以,一方面我们取得了很了不起的进步,另一方面与国外相比,我们还存在着巨大的差距。宗源同志在全国新闻出版局长会议上的报告,第一个问题就讲“认清形势”,其核心就是讲“形势逼人”。这也是我们出版人共同的心声。“形势逼人”,“逼”在何处?从如下三个方面可以看得很清楚:

第一,江总书记在“三个代表”中指出,我们党只要始终代表先进文化的前进方向,始终符合中国社会先进生产力的发展要求,始终是中国最广大人民利益的忠实代表,我们党就永远立于不败之地,带领人民不断前进。其中文化的积累,文化的传承如果没有新闻出版是不可能实现的。这一方面说明新闻出版事业的重要性,另一方面也说明了从事新闻出版工作的同志所承担任务的艰巨。

第二,《中共中央关于制定国民经济和社会发展的第十个五年计划的建议》明确指出,进入新世纪的五到十年,是我国经济和社会发展的时期,是经济全球化加快发展,我国面临严峻挑战的重要时期。这给新闻出版业提出了新的更高的要求,今后五年和五到十年这两个重要时期,正是需要我们大干快上、深化改革、发展事业的时期。

第三,加入 WTO 的问题。加入世界贸易组织会对我国出版事业带来很大的冲击,因为从某种意义上讲,我国的出版业是比较严格的计划经济。到目前像我们这样完整的计划经济体制在国内其他行业已经很少或没有了。入世之后,愈是传统的计划经济体制受到的冲击也就愈大。但是加入 WTO,无论是对整个国家还是对新闻出版事业都是一个机遇,都是一个推动,利大于弊。这就要求我们深化改革,抓紧壮大自己,完善自己。

从目前我国新闻出版业的发展水平来看,加入 WTO 后,必定会给新闻出版业带来极大的压力,形势十分严峻。但为什么还要加入? 因为不能不加入。全世界已有 135 个国家加入了 WTO,还有 30 多个国家正申请加入, WTO 占据了全球贸易额的 95%,你不加入,在世界贸易领域就会受到排挤,甚至任人宰割。加入世贸组织后,又有五六十个法律文件,二十多个部长级文件,这些文件约束着我们的每一个商业行为,必须遵守,这些文件中关于最惠国待遇、国民待遇、市场开放原则、公平竞争原则等内容的规定,要求我们国内的企业享有什么权利,也要给予别人这个权利,给一个国家的权利,也要给加入世贸组织的所有国家。这个压力就很大,说形势严峻并不为过。比如说国民待遇,是指任何一个成员的产品或服务,进入另一个成员境内后享有不低于后一成员的产品或服务享有的待遇,也就是一个国家的出版社进入我们市场来了,享有不低于我国任何一家出版社所享有的待遇。什么是最惠国待遇? 就是给予任何一国的优惠条件必须立即、无条件地给予其他所有成员。还有关税减让,取消数量限制、透明度,等等,应当说都会给我们这些低水平的产业带来很大压力。宗源同志在报告中讲到:“我们面临的挑战是多方面的,我们要应对如何满足广大读者学习新知识、新科学的强烈愿望;我们要应对改革日益深入,开放不断扩大,随之而来的各种思想文化相互影响,相互激荡的复杂形势;我们要应对加入世贸组织以后形势发展的需要,迎接由此到来的各种机遇和挑战;我们要应对高科技飞速发展的需要,在

管理手段和生产方式上增加科技含量,提高科技贡献率;我们还要应对机构改革精简后人员少、任务重的实际情况,提高工作效率和工作水平,更有创造性地做好工作。”这五个应对都不是虚的,都是实的。比如,高科技的发展,“互联网”、“即时印刷”等新形式的出现给我们的管理工作带来了许多新的问题,这些问题不能很好地解决,我们就将失去我们的领导权。宗源同志在报告中讲,我们面临着多方面的挑战,既有政治的,也有经济的;既有来自国内的,也有来自国外的;既有来自行业内的,也有来自行业外的;既有体制和机制上的,也有科学进步和技术发展上的。所以,我们要积极探索建立新形势下既保证党对新闻出版事业的宏观调控能力,又能够按社会主义市场经济规律运作的调控机制;探索建立既保证思想文化阵地的喉舌功能,又具有现代企业特征的组织运作机制;探索建立既符合加入世贸组织要求,又掌握对外开放主导权的行政法规体系;探索建立既保证传播流通渠道,为弘扬主旋律服务,又促进优胜劣汰、竞争有序的市场环境;探索建立既吸收人类先进文明成果,又抵御“西化”“分化”,用好两个市场、两种资源的开放格局。这五个探索都是从两个方面讲的:一方面讲到市场规律;另一方面讲到社会主义意识形态的特殊性,这就是建设有中国特色的社会主义的要求。如果不从这两方面考虑,我们就不能做好这方面的工作。

归结到底,摆在我们面前的出路只有一条,就是抓住机遇,加快发展,在发展的过程中认识并解决的问题。要发展,就要坚持创新的原则,坚持实事求是,从实际出发、不拘一格的原则。这些原则对我们的改革都是很重要的。江总书记在讲话中曾提到过恩格斯在 1888 年从美国旅行归来时写过的一篇名为《美国旅行印象》的文章,恩格斯在文章中是这样评价建国只有 100 多年、正在快速发展的美国的:“这个新世界由于藐视一切继承和传统的东西而远远超过我们这些旧式的沉睡的欧洲人。这个新世界是由现代的人们根据现代实际的合理的原则。在处女地上重新建立起来的。”我认为,江总书记引用恩格斯的这段话,至少有两点应引起我们的重视,一个是讲到要创新,不要墨守成规,要打破传统;另一个讲到要从实际出发,实事求是地研究问题和分析问题,只有这样,才能得出科学的结论。这对于我们今天建设有中国特色的社会主义出版事业应该也是很有启发的。

二、改革:典型引路,点面结合

党的十一届三中全会以来,新闻出版业的改革取得了很大的发展,正在逐步走向深入。正如宗源同志在报告中概括的:“出版业的改革经过二十多年的艰难探索,取得了显著的进展。”

但是我们的问题还很多,有些问题还很突出,事关大局。如产业布局不合理的问题。这些年我们存在的非常典型的问题是均衡发展,发达省份的一套出版社,偏远的不发达省份也是这样一套,人民、文学、科技、少儿、文艺、古籍等等,没有就要求补上,带来的许多问题大家不言自明。记得当年海南要求建立20余家出版社,我们问,第一你哪找那么多编辑?第二你哪找那么多作者?第三你20余家出版社出的书往哪推销?我开玩笑说,只能“反攻大陆”,过琼州海峡到大陆找编辑、找作者,推销书,但想想你海南几百万人口,能竞争过内地的出版社吗?再举一个例子,我们有很多中央部委的出版社,它们是怎么建立起来的?追根溯源,很多社最早就是各部委的一个印刷所,印些内部文件,后来出了几本书,就成为出版社,发展到今天这个程度。现在大家呼声很高,要求政企分开,如果真的与主管单位脱钩,真的走向社会,会出现什么局面?恐怕很多社要关门。还有产品结构失衡、专业分工、机制的转换、贸易壁垒、粗放经营等问题,这些问题不解决,改革很难深化。体制不解决,机制改革也无法深入。

以上的问题都是客观存在的,有些问题更是牵一发而动全身。有的问题,看起来是个技术问题,是个简单的措施,过去也曾做过许多的论证,提出过一些解决的办法,但实际上并不像想象中那样容易解决。

认真抓好集团的试点工作

改革千头万绪,从何开始?宗源同志在报告中说:第一,要抓好集团试点。1. 试点集团要着重在转换机制上取得进展,要遵循经济规律,决不能靠行政手段勉强撮合。如果不能形成新的管理体制和运行机制,只是增加一个新的行政管理层,增加一个“婆婆”,除了加大经营成本外,很难有其他的积极作用。2. 要着重在跨地区、跨行业方面取得进展。由于政企不分造成的行政壁垒和市场分割,已经严重影响到全国统一开放,竞争有序的出版物市场的形成。国外发行集团进入我国市场后,将着力利用现代化科技搞全国性网络,如果我们不跨地区、不跨行业做大资产,势必要被打得落花流水。3. 试点集团

要着重在多种媒体兼营方面取得进展。4. 融资问题。出版业要加速发展,吸纳资金、为我所用是一个必然的途径。我们的实力确实有限,“扁舟一叶”,科学、合理地吸纳资金是解决问题的一个途径。

当前,新闻出版业的融资限于本系统的国有资产已不成问题。但要求突破,要突破本系统、甚至突破国界。吸收外资,还有许多政策性问题要研究。要尽快研究制定出版业融资的政策,完善融资的机制和管理措施。要允许融资,但同时还要求本单位国有资本必须能够控股。要解决这个问题,应该从下面几个方面多做考虑:①确定出版社亟待融资的项目,考察该项目融资的必要性,要从编辑水平、出版水平、策划能力等方面考核出版社的综合实力;出版业也要研究目前哪些项目急切地需要融资,是出版部门还是加工企业、销售企业。加工企业、销售企业可以适当放宽一些,出版部门目前还要求只限于国有资本。②要考虑资金的性质、来源是否会对产业的方向产生影响。目前的资金来源大体上是国有资本、新闻出版系统国有资本、非国有资本、外资四种情况。融资时资金的性质来源是否会对产业的方向产生影响是我们在融资过程中所必须考虑的。我们在以公有制为主体的多种所有制共存的情况下,要考虑有利于出版事业,不能有益于我们的总目标,要符合社会主义精神文明建设的需要,要坚持以我为主、为我所用。③要牢牢掌握进行融资的产业的领导权,不仅仅限于控股权,而且应该掌握经营管理权,掌握出版物终审的最终决定权。

江总书记讲过,国有经济起主导作用,主要体现在控制力上。什么是控制力,控制什么?我认为,主要是控制经营管理权,控制出版物终审的决定权,控制产业的方向,不能有益于我们中国特色社会主义的出版方向。

怎样区别融资与买卖书号的关系?融资而控不了股怎么办?从理论上讲,融资与买卖书号还是能区分的,核心内容有两条:第一条,对出版物的内容要坚持三审制。这是中国的特色,是有中国特色的社会主义所要求的。关键是出版物的内容不能出问题,要保证三审,而且三审不能只是流于形式,责任就要落实到社长、总编辑头上。第二条,资金不能出问题,要合法,不能逃税、漏税,国有资产不能流失。对出版社来说是必须能作到控股。以上这两条做到了,融资与买卖书号就能够区别开。

处理好试点集团与一般出版社改革的关系

推进试点集团改革要处理好试点单位与全行业

的关系,也就是“点”和“面”的关系。集团是“点”,那么“面”上的事情怎么办?

首先,应该说点、面是相关的、相连的,点和面是一致的。在去年的一次研讨会上我曾经讲过一个看法,对于试点集团,随着它的成长、发展、壮大,它所能带来的结果恐怕我们难以想象,加快试点集团的建设是当前出版业改革的重点,必须抓紧抓好。出版集团、发行集团的实验,给出版改革吹来一股强劲之风,让人兴奋,也让人思考和研究。第一,集团是新的组合、新的实体,集团内各家出版社专业分工的综合,意味着什么?第二,集团试验在各地建立编辑分部,这又意味着什么?集团内部实际上的企业管理和运行又意味着什么?另外,集团内部的管理和运行模式在实践中,又会出现怎样的发展变化?所以解决这些问题,既让人期待、让人兴奋,同时也让人感到压力,我们如果要做,就一定要做好,要正确处理各种矛盾。我们要牢记,权力越大,责任越大,压力也就越大。

其次,以点带面。点的经验教训可以带动面的发展;面的发展,反过来又促进了点。不断的发展就会出现新的典型、新的点,所以试点集团也要吐故纳新、优胜劣汰,也要评比考核。

第三,不搞一刀切,不要一个模式。在发展过程中,不同的地区、不同的单位不可能都是同一种模式。既可以是多家出版单位的横向联合,也可以是一家出版单位向纵深发展。总之要坚持因地制宜的方针,从实际出发,不搞一刀切。要扬长避短,走内涵发展的道路。

在处理点和面的关系上,在深入改革的潮流中间,一切应该从实际出发、解放思想、实事求是,既不要被条条框框所限制,又要严格按照中央的指示精神办,要正确地把握好“度”。

要抓好企事业单位内部改革

企事业单位内部改革,不论采取何种方式、何种形式,归根结底是要把自己做大、做好,在兼联合、激烈竞争面前才会立于不败之地。为加快发展,我们可以采取各种方法,如横向联合,其中还包括同类性质的出版社的联合。一些出版社面对同样的作者队伍、同样的读者群、同样一块市场,能否搞一个联合,避免出现抢作者或抢市场等这样或那样的问题。这是同类的联合,我们现在有很多出版社正在向这方面努力,正在这么做着,可能会产生一些经验,对别人会有启发,在试验中大家要相互交流、相互探讨,避免走弯路。改革的最终目的是为了地

成为人民服务、为社会主义服务的任务,所以必须坚持以邓小平建设有中国特色社会主义理论为指导,坚持江泽民总书记提出的“三个代表”的要求,坚持党的基本路线。有这样几点要请大家注意:

1. 要从实际出发,大胆改革。

第一要从实际出发,第二要大胆改革。换句话说就是要解放思想、实事求是。

为什么要从实际出发?因为离开了实际,就是“空中楼阁”;离开了实际,想法再好也无法实现。我们的实际就是在社会主义市场经济体制下发展社会主义新闻出版事业。这里有三个要点:一,既不是传统的计划经济,也不是资本主义的市场经济,而是社会主义的市场经济。二,既要坚定不移地以马列主义为指导,运用意识形态的管理手段,也要运用市场经济的规律和杠杆,自主经营,自负盈亏,自我发展。三,既要坚持社会效益,又要考虑经济效益,努力做到两个效益的统一。

2. 改革要有突破。

改革也是革命,实验要大胆,推广要慎重小心。特别是涉及到重大原则问题,要事先报告,要经过研究、经过批准,不要蛮干,否则就会影响改革的进程。

改革要有突破,不突破就不会前进。突破,要很好地把握政策。

3. 发展多种产业经营,要为壮大主业服务,核心是主业。主业指的是图书、刊物、音像电子出版物,等等。发展多种产业经营不能仅是为了多挣钱,而是为了要把主业做好。一个出版单位,如果没有好的出版物,它的钱再多也没有达到目的。

4. 坚持改革的力度与宏观管理的完善程度相适应。要完善出版单位的规章制度、奖惩制度。

5. 在面对加入 WTO 的关键时刻,我们既不要惶恐不安乱了方寸,也不能按兵不动,坐等变化,坐等指示。

三、管理:强化政府职能,严格依法管理

为什么要强化政府职能?一方面,我们的国家仍然处于社会主义初级阶段,这是我们的基本国情。社会主义初级阶段就是社会主义初级阶段的生产力,与此相适应,它决定了社会主义初级阶段的道德水平、管理水平。所以,我们考虑问题,一切要从社会主义初级阶段的基本国情出发,要加强管理。另一方面,我们管理工作面临的时代背景和宏观社会环境也决定了要加强管理,强化政府职能。江总书记讲过,“在当前历史条件下,社会经济成分多样化,

组织形式多样化,物质利益多样化,就业方式多样化。”所以人们的思想活动的独立性、选择性、多变性、差异性也明显增加,因此产生了许多问题。再加上西方的“西化”和“分化”,促使我们要不断强化政府职能,不强化政府职能,不加强管理,改革就不能顺利进行。

怎样强化?我们说强化管理,不是说事无巨细,眉毛胡子一把抓,事事强调“收”和“紧”,而是要明确职责,理顺关系。该管的一定要管好,不该管的就不要去管;该强化的一定要强化,该放开的就要放开。新闻出版行政机关履行职能、行使职权应该做到:一不越位,决不要再把那些不该管、管不了,实际上也管不好的事情揽在手里;二不缺位,该管理的事情就

要管住、管好;三不错位,不能既当“裁判员”,又当“运动员”,管办不分;四不搞官僚主义、形式主义,该管的事情,就要能把它管住、管好,办事手续要简便,不要繁琐,不要把简单问题复杂化。核心就是要确保从严治政、公正执法,推动新闻出版管理逐步由以行政管理为主,向法制管理为主转变。

在这些方面,我们还有大量的工作要做,问题还相当多,离党和国家的要求距离还很大。我们一定认真转变学风、工作作风和思想作风,和大家一起,努力开创新闻出版事业的新局面,推进新闻出版业的繁荣发展。

(本文为作者在在京出版工作

会议上的讲话摘要,原载《中国出版》2001.3)

我国图书出版业:现状、问题与对策

吴尚之

一、发展概况

新世纪的钟声刚刚敲过,回首上个世纪的中国出版业,其发展规模和成就令人瞩目。

1. 整体发展规模

从1999年年底的统计材料来看,1999年我国566家出版社(包括副牌社36家),共出版图书141 831种,其中新版图书83 095种,重版图书58 736种,总印数73.16亿册,总印张391.35亿印张,总定价436.33亿元,图书出版单位实现利润38.97亿元。从统计情况来看,我国一年内向读者提供的新书品种首次超过8万种,与德国年度新书品种相当。总印数表明,已连续3年超过70亿册大关。与此同时,图书出版单位实现的利润占全国出版系统企事业总利润的73.2%,每社平均创利735.28万元。

2. 微观情况分析

从1998年对全国出版单位年检的情况来看,年销售收入在5 000万~1亿元的出版单位有56家,1亿元以上的出版单位达43家。这与1990年重新登记时全国没有一家销售收入上亿元的情况相比,形成鲜明对照,而且,销售收入达2亿元以上的出版单位有13家,最高的4.9亿元。利润在5 000万元以上的出版单位已达11家。这说明,我国图书出版业

已出现一批各项经济指标已具相当规模的大出版社,它们已具有自己的品牌和品种优势,已成为拉动我国出版业经济增长的重要力量。

二、存在问题

我国图书出版业的发展状况,纵向比较,发展速度较快,且已具备了一定的规模和竞争实力。但是,横向比较,从整体衡量的角度来看,也还存在诸多问题。突出的问题是:

1. 竞争实力不强

从全行业来看,竞争实力不强主要表现在以下几个方面:一是经济规模不大,图书出版全行业的总定价不过436亿人民币,而德国一个大的出版公司的年销售额就是139亿美元,相当于1 153.7亿人民币。二是出版单位的竞争实力较弱。据了解,1998年,我国年销售收入在100万元以下的出版社就有9家,100万~1 000万元的出版社达173家,两者合计,共占全行业的34%。这些出版社不仅不具备与他人竞争的實力,而且从目前来看,出版社的生存还成问题。稍有风吹草动,这些出版单位就有可能陷入十分被动的局面。三是出版单位的市场竞争能力较弱,有相当部分出版单位内部机制不灵活,缺乏活力,缺乏应变能力,缺乏竞争力。

2. 品种结构失衡

在新出的图书中,一般图书与教材、教辅图书的品种与效益结构严重失衡。以1999年为例,课本为20 755种,总印数38.08亿册,总印张190.77亿印张,定价总金额171.5亿元。课本品种仅占图书品种总数的14.63%,但课本的总印数、总印张、总定价分别占图书总印数的52%、图书总印张的48.75%、图书总定价的39.3%。可以看出,图书出版中,对教材、教辅的依赖性相当严重。此外,在品种结构中,优秀图书、精品图书、双效图书在图书总数中的比重太小,而内容平庸、两个效益一般的图书不少。

3. 均衡布局问题

我国出版单位的设立有其特殊的时代背景和历史背景。出版单位往往是按地区或部门来申报设立的。从地区来看,这个地区有少儿、文艺、科技、美术,那个地区也有少儿、文艺、科技、美术,重复设立,没有特色。从部门来看,专业划分非常专、非常细,发展的空间很小,编辑人员的综合能力较弱,适应性不强。整个出版资源分散,没有合理配置,所以综合效益差。同时,这种均衡布局的问题,还带来了地方和部门的保护主义,谁都难以发展壮大。

4. 人员结构问题

1999年,我国图书出版单位的总人数为46 390人。在出版单位的人员结构中,有这样几多几少的现象:行政人员多,编辑人员多,单一性人才多,传统型人才多;而懂经营、会管理的人才少,科技人才少,复合人才少,现代型人才少,这是很大的缺陷。同时,还面临着激烈的人才竞争形势,出版单位本来就少的那些复合型人才,高科技人才,有经营头脑的人才,被挖走、抢走的势头越来越明显,有的出版单位将会出现人才流失的严重局面。

5. 深化改革问题

图书出版业的改革已经取得了重要的成果,但是与形势的发展和事业发展的要求还有较大的差距。当前,出版业进一步深化内部改革的余地和潜力还很大。在许多出版单位,三项制度的改革远没有到位。特别是有些部门的一些出版单位,工作方式还是机关模式,经营管理还是计划经济模式,内部机构的设置还是行政系统模式,这样的状况,很难有所作为,更谈不上发展。此外,出版改革中也还存在形式主义和假大空的问题。有的不从本地、本单位的实际出发,而是搞“一刀切”,搞行政捏合,搞新一轮大而全,丢掉了原来的优势,失去了原有的品牌和特色。

三、严峻挑战

今年是进入新世纪的第一年,我国将进入全面建设小康社会,加快推进社会主义现代化建设的新的发展阶段。图书出版业在新的一年,新的世纪来临之际,面临着严峻的形势和挑战。

一是要适应国民经济和社会发展新的形势的需要,图书出版业同样要突出发展的主题。“十五”期间,国家对整个经济和文化产业发展的要求越来越高,而我们现在发展的规模、质量和速度还远远不能适应这种需要。

二是要适应我国加入WTO以后形势发展的需要,积极应对各种严峻的挑战。从目前来看,在出版资源、人才资源、经营管理、市场竞争等方面都面临着强大的压力。

三是要适应高新技术高速发展的需要。微电子技术、数字化技术、网络化技术的发展,对图书出版业的冲击越来越大,这是挑战,又是发展的机遇。图书出版业增加科技含量,注重技术创新,依靠科技进步的问题迫在眉睫。

四是要适应改革日益深入,开放不断扩大,外来文化和意识形态的影响不断加大,各种思想文化相互激荡的复杂形势。出版物内容的把关,难度越来越大。

五是要适应出版单位加快出版改革步伐的要求。现在要求改革的呼声越来越强烈,不改革,就难以有大的发展,必须加大改革的力度,必须加大对改革试点单位的扶持力度。

四、当前问题

面对严峻的形势与挑战,我们当前亟须研究和解决的问题至少有四个:

第一,图书出版业如何突出发展的主题。发展是硬道理,是主题。这个文章怎么做?从行业来看,以结构调整为主线,包括产业结构、产品结构、地域结构、所有制结构、人才结构等等。通过结构调整,实现各种资源的优化配置,获得出版的最大效益,促进出版业的良性运行和持续发展。从出版单位来看,要结合自身的特点,不盲目追求单一化的发展模式。重点是找准自己的位置,确立切实可行的发展目标和发展思路,寻找发展的支柱点。

第二,出版单位如何进一步深化出版改革。出版单位的改革是全行业深化改革的基础,对全行业改革的顺利推进具有相当重要的意义。从目前的现