

新闻传播学文库

北京市社会科学理论著作出版基金资助

周蔚华 著

出版产业研究

中国人民大学出版社

周蔚华 著

NEWS

出版产业研究

图书在版编目 (CIP) 数据

出版产业研究/周蔚华著.

北京:中国人民大学出版社,2005

(新闻传播学文库)

ISBN 7-300-06757-3

I. 出…

II. 周…

III. 出版工作-研究

IV. G230

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 092191 号

新闻传播学文库

北京市社会科学理论著作出版基金资助

出版产业研究

周蔚华 著

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街 31 号

邮政编码 100080

电 话 010-62511242 (总编室)

010-62511239 (出版部)

010-82501766 (邮购部)

010-62514148 (门市部)

010-62515195 (发行公司)

010-62515275 (盗版举报)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com>(人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 河北涿州星河印刷有限公司

开 本 890×1240 毫米 1/32

版 次 2005 年 9 月第 1 版

印 张 10.75 插页 2

印 次 2005 年 9 月第 1 次印刷

字 数 308 000

定 价 19.00 元

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换

总 序

自 1997 年国务院学位委员会将新闻传播学擢升为一级学科以来,中国的新闻传播学学科建设突飞猛进,有了重大发展,也对教学、科研以及学术著作出版提出了新的、更高的要求。

继 1999 年中国人民大学出版社推出“21 世纪新闻传播学系列教材”之后,北京广播学院出版社、华夏出版社、南京大学出版社、中国社会科学出版社、新华出版社等十余家出版社纷纷推出具有不同特色的教材和国外新闻传播学大师经典名著汉译本。但标志本学科学术水平、体现国内最新科研成果的专著尚不多见。

同一时期,中国的新闻传播学教育有了长足进展。新闻传播学专业点从 1994 年的 66 个猛增到 2001 年的 232 个。据不完全统计,全国新闻传播学专业本

科、专科在读人数已达5万名之多。新闻传播学学位教育也有新的增长。目前全国设有博士授予点8个，硕士授予点40个。中国人民大学新闻学院、复旦大学新闻学院等一批研究型院系正在崛起。北京大学和清华大学的新闻传播学教育以高起点、多专业为特色，掀开了这两所百年名校蓬勃发展的新的一页。北京广播学院以令人刮目相看的新水平，跻身中国新闻传播教育名校之列。武汉大学新闻与传播学院等以新获得博士授予点为契机所展开的一系列办学、科研大手笔，正在展示其特有的风采与魅力。学界和社会都企盼这些中国新闻传播教育的“第一梯队”奉献推动学科建设的新著作和新成果。

进入新世纪以来，随着以互联网为突破口的传播新媒体的迅速普及，新媒体与传统媒体的联手共进，以及亿万国人参与大众传播能动性不断强化，中国的新闻传媒事业有了全方位的跳跃式的大发展。人民群众对大众传媒的使用，从来没有像今天这样广泛、及时、须臾不可或缺，人们难以逃脱无处不在、无时不有的大众传媒的深刻影响。以全体国民为对象的新闻传播学大众化社会教育，已经刻不容缓地提到全社会，尤其是新闻传播教育者面前。为民众提供高质量的新闻传播学著作，已经成为当前新闻传播学界的一项迫切任务。

这一切都表明，出版一套满足学科建设、新闻传播专业教育和社会教育需求的高水平新闻传播学学术著作，是当前一项既有学术价值又有现实意义的重要工作。“新闻传播学文库”的问世，便是学者们朝着这个方向共同努力的成果之一。

“新闻传播学文库”希望对于新闻传播学学科建设有一些新的突破：探讨学科新体系，论证学术新观点，寻找研究新方法，使用论述新话语，摸索论文新写法。一句话，同原有的新闻学或传播学成果相比，应该有一点创新，说一些新话，文库的作品应该焕发出一点创新意识。

创新首先体现在对旧体系、旧观念和旧事物的扬弃。这种扬弃之所以必要，人文社会科学工作者之所以拥有理论创新的权利，就在于与时俱进是马克思主义的理论品质，弃旧扬新是学科发展的必

由之路。恩格斯曾经指出，我们的理论是发展的理论，而不是必须背得烂熟并机械地加以重复的教条。一位俄国作家回忆他同恩格斯的一次谈话时说，恩格斯希望俄国人——不仅仅是俄国人——不要去生搬硬套马克思和他的话，而要根据自己的情况，像马克思那样去思考问题，只有在这个意义上，“马克思主义者”这个词才有存在的理由。中国与外国不同，旧中国与新中国不同，新中国前30年与后20年不同，在现在的历史条件下研究当前中国的新闻传播学，自然应该有不同于外国、不同于旧中国、不同于前30年的方法与结论。因此，“新闻传播学文库”对作者及其作品的要求是：把握时代特征，适应时代要求，紧跟时代步伐，站在时代前列，以马克思主义的理论勇气和理论魄力，深入计划经济到市场经济的社会转型期中去，深入党、政府、传媒与阅听人的复杂的传受关系中去，研究新问题，寻找新方法，获取新知识，发现新观点，论证新结论。这是本文库的宗旨，也是对作者的企盼。我们期待文库的每一部作品，每一位作者，能有助于把读者引领到新闻传播学学术殿堂，向读者展开一片新的学术天地。

创新必然会有风险。创新意识与风险意识是共生一处的。创新就是做前人未做之事，说前人未说之语，或者是推翻前人已做之事，改正前人已说之语。这种对旧事物旧体系旧观念的否定，对传统习惯势力和陈腐学说的挑战，对曾经被多少人诵读过多少年的旧观点旧话语的批驳，必然会招致旧事物和旧势力的压制和打击。因此，执著于理论创新的学人们，又必须时时唤醒自己的风险意识。再说，当令的社会进步这么迅猛，新闻传媒事业发展这么飞速，新闻传播学学科建设显得相对迟缓和相对落后。这种情况下，“新闻传播学文库”作者和作品的一些新观点新见解的正确性科学性有时难以得到鉴证，即便一些正确的新观点新见解要成为社会和学人的共识，也有待实践和时间。因此，张扬创新意识的同时，作者必须具备同样强烈的风险意识。我们呼吁社会与学人对文库作者及其作品给予最多的宽容与厚爱。这里并不排斥而是真诚欢迎对作品的批评，因为严厉而负责的批评，正是对作者及其作品的厚爱。

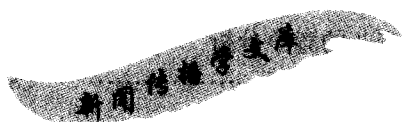
当然，“新闻传播学文库”有责任要求作者提供自己潜心钻研、

深入探讨、精心撰写、有一定真知灼见的学术成果。这些作品或者是对新闻传播学学术新领域的拓展，或者是对某些旧体系旧观念的廓清，或者是向新闻传媒主管机构建言的论证，或者是作者运用中国语言和中国传统文化对海外新闻传播学著作的新的解读。总之，文库向人们提供的应该是而且必须是新闻传播学学术研究中的精品。这套文库的编辑出版贯彻少而精的原则，每年从中国人民大学校内外众多学者的研究成果中精选三至五种，三至四年之后，也可洋洋大观，可以昂然耸立于新闻传播学乃至人文社会科学学术研究成果之林。

新世纪刚刚翻去第一页，中国人民大学出版社经过精心策划和周全组织，推出这套文库。对于出版社的这种战略眼光和作者们齐心协力的精神，我表示敬佩和感谢。我期望同大家一起努力，把这套文库的工作做得越来越好。

以上絮言，是为序。

童兵



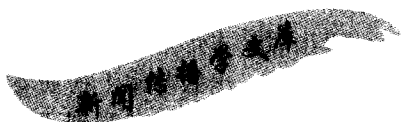
出版产业研究

目 录

导论：从出版发展史看出版功能的转换	(1)
第一章 出版产业分析的新视野	(11)
第一节 学术界对出版产业的研究进展	(12)
第二节 出版的产业定位和经济功能	(16)
第三节 出版产业的双重特性	(27)
第四节 出版物的双重功能	(31)
第五节 出版产业与经济增长	(38)
第二章 中国图书出版产业结构分析	(41)
第一节 中国图书出版产业的供求分析	(42)
第二节 中国图书出版产业的产业关联分析	(53)
第三节 中国图书出版产业的结构分析	(63)

第三章	中国图书出版产业组织分析	(71)
第一节	中国图书出版产业的竞争分析	(71)
第二节	中国图书出版产业的垄断	(83)
第三节	中国图书出版产业的集中度和 规模经济	(89)
第四章	中国图书出版产业集团化分析	(100)
第一节	中国图书出版产业集团化进展的现状	(101)
第二节	中国图书出版产业集团化的若干政策	(115)
第三节	中国图书出版产业集团化面临的问题	(117)
第四节	中国图书出版产业集团化的应对措施和 发展趋势	(122)
第五章	出版产业的管理变革	(128)
第一节	学习型组织与出版产业	(129)
第二节	核心竞争力与出版产业	(141)
第三节	流程再造与出版产业	(147)
第六章	科技变革与出版产业	(161)
第一节	科技革命与出版发展	(161)
第二节	E化管理与出版产业	(172)
第三节	电子商务与出版产业	(177)
第四节	网络出版及其影响	(187)
第七章	全球化与出版产业	(195)
第一节	中国加入 WTO: 出版产业的机遇与 挑战	(196)
第二节	中国出版走向世界	(210)
第八章	出版产业改革与发展: 宏观分析	(220)
第一节	发展: 出版产业的永恒主题	(221)

第二节	改革：出版产业发展的动力	(236)
第三节	管理：转变政府职能，加强宏观调控	(246)
第九章	出版产业改革与发展：微观分析	(259)
第一节	深化改革，形成以改革促发展的 新思路	(260)
第二节	加强管理，实施提升效益和品牌的 新举措	(266)
第三节	迎接挑战，构建集团化战略的新蓝图	(274)
结束语：	中国出版产业发展的十大趋势	(281)
附录 1：	从出版物的双重属性看出版者的社会责任	(291)
附录 2：	从产业组织理论的视角看出版改革的症结所在	(304)
主要参考文献		(324)
后 记		(333)



出版产业研究

导论：

从出版发展史看出版 功能的转换

从 20 世纪 80 年代起，我们开始进入一个新的时代——信息时代。与此相应，我国社会进入了一个三元结构即农业社会、工业社会和信息社会并存的新阶段。社会的最重要的资源发生了变化：农业社会最重要的资源是土地，工业社会最重要的资源是原材料和资本，信息社会最重要的资源变成了信息和知识。知识和信息不仅被广泛应用于生产的每一个环节、经济的每一个领域，而且它应用的范围越广，发挥的作用就越大，它本身已成为经济增长的一个源泉。以信息和知识为核心，一种新的经济形态——知识经济或信息经济正在形成。

知识和信息的生产、传播、消费，需要一定的物质承担者，而出版就是通过一定的物质载体，将知识

成果制成各种形式的出版物，以传播知识、信息和进行思想交流的社会活动。出版发展的历程表明，随着出版技术形态的变化，出版的功能也在发生变化。在漫长的历史长河中，出版基本上扮演着知识的储存和传播功能，它所发挥的主要是文化功能，只是到了近些年出版物才像其他文化产品一样逐步变成“工业”，出版的功能也随着得到延伸，成为一种产业，而且是最有朝气的产业——信息产业的一个重要组成部分。出版从单纯的传播知识，到成为工业社会的发展动力之一，再到形成一个独立的产业部门即出版产业，经历了一个漫长的历史过程。

人就其本质而言，是社会的存在物，是各种社会关系的总和。而交往是维系社会关系的最基本的手段。人类的交往离不开信息的交流、传播、互动和存储延续。从现在开始，沿着历史的长河往上追溯，人类在信息的沟通和使用上经历了五次革命：第一次是语言的产生，使人类有了最基本的沟通工具。人类丰富的语言表达方式和交流方式，使人类从动物中提升出来。第二次是文字的产生。有了文字，信息才可以记载下来、保存下来，从而使得信息传递的准确性、延续性有了保障。第三次是印刷术和造纸技术的发明。前者使人类摆脱了单数次的刻字及书写的困难，从而使印制有了可重复性，提高了效率，避免了重复劳动；后者则为信息提供了价格低廉、传递方便的载体。这样，从时间维度上说，人类的知识和信息就可以得到记录、积累和流传；从空间维度上说，印刷术和造纸技术的应用，可以把信息传递到人类所及的任何地方，从而极大地推动了文化的发展和文明的进步。第四次是电在通讯中的应用和推广，即电报、电话以及后来的传真、广播、电视的发明，这些发明都在一定程度上克服了传播在时空上的障碍。第五次是计算机技术、通讯技术尤其是现代网络技术有机结合而形成的现代信息技术的迅猛发展所引起的交往方式的变革，它完全打破了时空的界限，扩大了人类智力活动的范围，为人类创造能力的发挥提供了广阔的舞台，从而在改变人类的生产方式、生活方式、消费方式、文化艺术活动方式以及受教育方式等方面，使社会有了一种全新的运行方式。

人类交往的历史表明，这五次信息交往的革命至少有三次与出版的变革密切相关，从而也形成了出版发展的三个大阶段。

第一阶段与农业社会相适应，是文字的产生和古代书籍出版的形成阶段。

文字产生后，有了创造书籍的基本条件。当人们开始有意识地将文字写在各种各样的材料上，记录事件、总结经验、传播观念、表达思想，并使之传播久远的时候，真正的书籍便开始出现了。但早期的文字及书籍，最初的目的却不是为了传播信息，而是为了记载占卜、宗教仪式以及社会生活中的重大事件，并为上层社会所垄断，即所谓的“学术在官”。到了封建社会初期，“学术在官”的局面才被打破，开始了“学术下移”，而造纸术和印刷技术的发明则对“学术下移”起到了加速作用。

在古代中国，自从蔡伦发明造纸术，以及雕版印刷技术得到推广后，在以后几百年的实际运用中，人们越来越认识到这两项发明的巨大作用，从而使这种发端于民间的工艺日益成为人们不可或缺的事业，由于它能在较快的时间内复制大量的图书从而使图书渐渐进入流通领域，从而使图书具有了商品的性质。从这时起，图书出版才作为社会公共事业，作为一种手工业体系，作为文化的积累手段，从其他门类中相对独立出来，形成独特的形式、机构、格局和人员建制。当时，从事出版事业的力量来自三个方面：（1）政府出版机构。由于政府有充足的人力、物力、组织等保证，因而用料优、付印快、质量高，成为传统出版的主体。官办出版机构出版的书籍，一为收藏，二为赠送，三为售卖。但售卖的很少，且不以赢利为目的。（2）私人自费刻书或集资出版。（3）商办的书坊书肆。书坊刻书在刻书业中出现最早、地域分布最广、刻印数量在社会图书生产总量中所占的比例最大，是图书商品流通的主体。宋代以后图书市场相当活跃，刻书业发达地区、重要城市和交通要道，都有繁荣的图书市场。刻书业发达地区不仅书肆林立，而且大多开设作坊，雇佣工人，从事印刷，成为兼营制作与售卖的工商联合体。这类书坊具有一定的生产规模，往往子承父业，使出版成为世业，出现了一些出版世家；他们有丰富的经营经验，在市场中有较强的竞

争能力。而且，自宋代以后，在长期的图书交流中还形成了较为完备的工价和图书定价制度。

国外图书史的发展演变历程与此相类似。现存最早的书是一个有关洪水的古巴比伦的迦勒底故事，它在公元前4 000年刻在一块泥土上。埃及人用纸莎草纸卷来记载文字，形成图书。罗马人的手抄本《圣经》是近代图书形式的起源。他们用纸莎草纸或者用羊皮纸或仿羊皮纸作为书写对象，装订成书。英文中 BOOK 一词是从古德语词 BOC 变异而来，意思是“山毛榉”及装订用的木材。最早的图书是宗教书或虔诚的信仰类图书，也有关于巫术、占星术、医药、历史等方面的书籍。在古希腊罗马时期，图书一度较为繁荣，出现了很多私人图书馆，图书贸易也兴盛起来了，书店用招贴画的形式做广告推销图书。到了中世纪，西方的出版业开始走下坡路，出版活动仅仅在寺院中进行。但从 13 世纪以后，由于纸张的使用和眼镜的发明，才使读书和出书的热潮再次兴起。

总之，在农业社会，出版业主要是为宗教、为宫廷、为上层社会的统治、为政治上层建筑服务的，虽然图书也进行贸易交流，但它为经济发展所发挥的功能微乎其微，古代社会从来未把出版当作一个有影响的、有一定经济规模的行业，出版基本上起一种教化的功能。

第二阶段与工业社会相适应，是活字印刷技术的应用及其与现代大工业的结合阶段。

15 世纪以后随着谷登堡把活字印刷变成实用的技术，使得印刷和出版进入到一个新的发展时期，书籍印刷很快传遍欧洲，书籍出版成了一个繁荣的行业。随着书籍需求量的增加，出版者、印刷者、售卖者开始有了分工。到了 16 世纪，在意大利的威尼斯、米兰、佛罗伦萨，法国的巴黎，英国的伦敦，德国的莱比锡，奥地利的维也纳以及荷兰的安特卫普等地形成了若干出版中心。但在此期间出版物的主要内容是宗教，如圣经、弥撒书和祈祷书等。这种状况到了 18 世纪以后才有所改变，尤其是在大学，传播科学知识成为其主要任务，大学师生对书籍的广泛需要使得书籍生产越来越非宗教化。与科学相关的教科书以及学术著作开始涌现。与此同时，

知识产权开始受到重视和保护。英国在 1709 年颁布了世界上第一部版权法,“它是通过印刷作者的作品,同时由读者购买其作品,来鼓励学习的法律”^①。这部版权法试图在作者和读者的利益之间做出界定和平衡,并尽力防止盗版。19 世纪以后,随着工业革命的成果在出版印刷方面的应用和推广,铅字、蒸汽机的使用、机械植字和排版等都极大促进了出版工艺的改进和出版效率的提高,工业革命的另一个结果是使造纸成本下降,这两方面的因素都推动了出版的发展和繁荣。从此开始崛起一批大型出版公司,如英国的 Thomas Nelson & Son (1798), William Blackwood & Son (1804), William Collins & Son (1819), 德国的 C. H. Beck (1763), 法国的 Garbuer (1833) 等,其中很多公司一直延续到现在并具有世界性影响。

中国虽然最早发明了印刷术和造纸技术,但在近代以前却从未形成有品牌、有影响的出版企业。近代以降,随着中外文化交流和技朧交流的发展,西方先进的印刷技术以及工业革命所形成的管理理念、方法和手段等也影响到中国的出版。从 19 世纪后期到目前,中国的出版经历了 3 个阶段:从 19 世纪末到 20 世纪 50 年代初为第一阶段,在这一阶段,诞生了一批有较大影响的民族出版企业,如商务印书馆、中华书局、世界书局、开明书店、生活书店等,它们在当时无论是规模还是其管理方式都已初具现代出版的雏形。尤其是商务印书馆,在最鼎盛时期,其分支机构遍布国内各主要城市,仅上海本部的从业人员就达近 4 000 人,年出新书近 5 000 种,经营业务包括图书出版、十几种期刊出版、印刷所、图书销售网,还建有规模宏大的图书馆等^②。这种规模和经营方式即使与当时国外的大型出版公司相比也不逊色。从 20 世纪 50 年代初到 20 世纪 80 年代为第二阶段,在这一阶段,对民族出版业进行了社会主义

① [英] 伊恩·麦高文等:《国际出版原则与实践》,30 页,北京,中国书籍出版社,2000。

② 参见杨扬:《商务印书馆:民间出版业的兴衰》,117~124 页,上海,上海教育出版社,2000。

改造，出版业实行了单一的国有事业体制，从选题、材料供应到发行等各个方面实行了高度集中的计划经济出版体制，这种体制直到 20 世纪 80 年代后期才开始被慢慢打破。从 20 世纪 80 年代后期到目前是第三阶段，即出版业从高度集中的计划经济出版体制向社会主义市场经济条件下的新出版体制的逐步过渡、培育及形成时期，这一阶段还在继续进行，并呈加速趋势。

在第二阶段，出版已经和现代大工业紧密结合在一起，工业革命促进了印刷技术等科学技术及其在出版领域的广泛应用，反过来，出版的发展促进了科学技术的迅速传播，又进一步推动了工业革命的进步。在这一阶段后期，尤其是第二次世界大战之后，出版业的发展异常迅猛，成为成长最快的产业，成了吸引投资者和冒险资本家的行业。随着现代企业制度的兴起和发展，在出版领域也形成了一些和大工业公司规模相当的大出版公司。西方很多大的传媒公司进入到了世界 500 强的行列，并对整个社会的舆论导向产生决定性的影响。这样，出版的功能也发生了变化，它不仅起一种信息传播的功能，而且融入到经济生活中，成为现代经济的有机组成部分，从而有了产业的功能。近几十年来，西方发达国家一直把出版作为一个独立的产业来发展。但是，在工业社会，知识和信息还未成为生产的一个环节，人们通过知识的中介在生产中发挥作用，它还外在于生产过程，知识的生产、传播是作为消费品而进入经济活动的。

与第二阶段相交叉，从 20 世纪 80 年代末开始，随着电子技术尤其是网络技术在出版中的广泛运用，人类出版进入到一个新的阶段，即与信息社会相适应的现代网络出版阶段。

网络出版是出版形态上新的革命，是出版技术的质的飞跃，它打破了传统的时空界限，从此出版走向以全球化、网络化、数字化为标志的新阶段。这是第五次信息传播革命和出版的互动。网络出版的兴起使出版有了全新的内涵，其功能也发生了巨大的变化。

工业社会是人的肢体的延伸，它是近现代经济发展的动力之源；信息社会是人的大脑的延伸，它正在并将继续成为经济发展更

为重要的动力之源。

在知识经济中，知识作为信息本身就是资源，是经济过程中的要素，信息资源成为诸多资源中的最重要的部分，与信息相关的一切行业都纳入了知识经济的产业范畴。这就使出版作为知识和信息载体的提供者成为一种产业，最终从产业外的行业（意识形态和宣传）进入产业内的行业（信息服务业），形成真正意义上的出版产业。

在知识经济中，人力资本是最重要的资本，人才资源是第一资源。而人才的成长、培养和发展，离不开知识和学习。“干中学”、终身学习的观念是知识经济时代最重要的观念。学习的过程是和出版、出版物紧密相关的。出版、出版物通过对人力资本的哺育，直接进入生产环节，进入经济活动之中，成为国民经济不可或缺的因素。

出版产业作为信息服务业，是信息产业的核心，是信息产业的“软件”，信息产业离开了“软件”，就像失去大脑活动能力的植物人一样，就称不上是“信息产业”。在信息社会，机器是与现代信息技术相结合的机器，是信息化、智能化的机器，离开了信息系统，它就操作不起来；而工业则是经过信息化改造和带动的工业，是信息化带动起来的工业，离开了信息，它就无法正常运转。这样，信息技术不仅成为国民经济的一个重要组成部分，而且通过对其他产业的带动，自然就成为国民经济发展中的核心部分。

知识经济时代的出版，不仅仅是文化现象，不仅仅属于文化范畴，不仅仅是一种文化的传播、文化的积累和文化的传承，而且它本身具有经济的属性，是经济过程本身的内在要素，不仅具有产业属性，而且它本身就是一种产业。承担知识传播、积累和开发任务的出版产业在信息社会中扮演着举足轻重的角色。出版产业的总产值、人均利润等指标在各产业部门中已名列前茅，成为国家具有独立产业地位的部门经济。从 20 世纪 80 年代起，西方主要发达国家的出版印刷业的增长率在各工业行业部门中的增长都居前十名，如美国居第十名，日本居第九名，德国居第七名，法国居第四名，英