

ZHEJIANGSHENG CHUBAN
LUNWEN XUAN

浙江省出版 论文选

(第七集)

浙江省出版工作者协会 编



浙江人民出版社
ZHEJIANG PEOPLE'S PUBLISHING HOUSE

ZHEJIANGSHENG CHUBAN
LUNWEN XUAN

浙江省出版 论文选

(第七集)

浙江省出版工作者协会 编

浙江人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

浙江省出版论文选. 第七集/浙江省出版工作者协会
编. —杭州: 浙江人民出版社, 2008. 12

ISBN 978 - 7 - 213 - 03954 - 6

I. 浙… II. 浙… III. 出版工作—文集 IV. G23 - 53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 003658 号

书 名	浙江省出版论文选(第七集)
作 者	浙江省出版工作者协会 编
出版发行	浙江人民出版社 杭州市体育场路 347 号 市场部电话: (0571)85061682 85176516
责任编辑	洪希平
责任校对	杨 帆
封面设计	厉 琳
电脑制版	杭州大漠照排印刷有限公司
印 刷	杭州丰源印刷有限公司
开 本	850×1168 毫米 1/32
印 张	8.75
字 数	20.2 万
插 页	2
版 次	2008 年 12 月第 1 版·第 1 次印刷
书 号	ISBN 978 - 7 - 213 - 03954 - 6
定 价	18.00 元

如发现印装质量问题,影响阅读,请与市场部联系调换。

目 录

中外出版业空间集中度比较研究	吴明华 (1)
数字出版:新的革命	傅 强 (12)
基于高水平大学教育学术知识库的数字出版模式研究	傅 强 金更达 (21)
“互联网时代”的传统出版社应对之浅见	章 依 (29)
当代出版生态观刍议	夏 烈 (34)
精神和心灵的守望者	
——论出版的审美取向和文化责任	孔则吾 (42)
出版计划管理浅探	杨念迅 (54)
试论我国城市出版社的竞争战略	马玉娟 (92)
构建出版企业的核心竞争力	蒋宁秋 (104)
论图书的系列化出版	朱丽芳 叶国斌 (112)
“三农”图书出版发行的实践与探索	章建林 (117)
新的市场格局下少儿出版工作的思路与对策	陈纯跃 (125)
重塑文艺类出版社的品牌及品牌文化	项 宁 (130)
简论编辑的社会责任意识	杨秋林 (138)
关于历史解读类图书的理性思考	柳明晔 (145)
浅议学术图书选题策划中的编辑主动介入	王 锴 (149)
作者资源的特征、价值体现与合理开发	阮海潮 (156)
出版社如何搞好经营机制和管理机制创新	任路平 (162)
论出版社的企业文化建设	邓东山 (166)

出版信息管理的机遇与挑战	徐 虹 (175)
试论张元济出版思想的特点与实践启发	寿勤文 (179)
《夏衍全集》的出版及特色	叶晓芳 (187)
近取诸身,远取诸物	
— 论中国文化对中国书籍装帧形态的深层影响	徐新江 (190)
论中国古代印本书版式设计	曾国兴 (197)
插画与书籍装帧	江健文 (209)
校对质量责任量化管理初探	张振华 (214)
拾与补	
— 浅谈校对的看家本领	孙旭明 (222)
校对信息管理系统的设计与使用	顾 均 (229)
论校对敏感性的培养	许红梅 (233)
老生常谈“文字功”——略谈汉字的造字法	李育智 (239)
中国出版业:警惕 2006!	
— 兼析“十一五”出版产业大变局	郑 重 (247)
共有、共为、共享、共荣	
书业分销变局下新型客户关系探讨	郑 重 (265)

中外出版业空间集中度比较研究

吴明华

出版业有广义和狭义之分。广义的出版业包括出版价值链上的编辑、印刷、发行和印刷物资供应等,狭义的出版业仅指图书的编辑制作。本文讨论的出版业是狭义的出版业。中国出版业是国家行政垄断控制仅存的极少数行业之一。自新中国成立以来,中国出版业一直保持计划经济时代的模式。宏观上国家严格按行政区划和行政级别进行出版社空间布局,严格控制出版社数量和图书品种数量,严格控制外资及行业外资金进入出版社,禁止出版社跨地区经营,从而导致出版社数量和出版物数量严重不足,出版产业难以集中,出版社空间分布极不合理。

中国出版业正处在从计划经济向市场经济转轨过程中。加入WTO后,中国经济将逐步融入世界经济之中,出版业也不例外。刚刚推行的允许部分国有资本有条件地进入出版业组成股份制出版单位,在全国范围内实行中小学教材出版、发行公开招标,出版集团的试行等一系列政策举措,说明政府主管部门已经意识到出版改革的迫切性,开始加大出版改革的力度。

集中度是衡量产业集中程度的一个量纲,分产业集中度和空间集中度两种。产业集中度主要揭示产业向某些企业(如大型集团)集中的现象,空间集中度主要揭示企业在某些特定空间区域集中的现象。集中度揭示了产业的不均衡发展规律。

产业集中和组织结构多元是出版业市场成熟的标志。宏观的产业集中以微观的产业集团形式来体现。西方发达国家经历数百

年的市场经济发展,均形成了成熟的出版产业。本文通过中外出版业空间集中度对比分析,理清出版业发展的内在规律和自然脉络,为中国出版业改革提供一定的借鉴。

一、中外出版业空间集中度比较

(一) 世界出版业空间集中度分析

据欧洲 Euro monitor 报道,2000 年全球图书销售额约为 850 亿美元,其中美国占 1/3,其次是德国、日本、英国、法国等。1996 年,全球图书销售额排名前 20 位的国家和地区的年图书销售额占全球图书销售总额的 93.53%,余下的不足 6.5%由近 200 个国家分享。而前 20 位中又以美国为最,占据了全球近 1/3 的图书市场份额(见表 1)。

表 1 图书销售额居前 20 位的国家和地区(1996 年)

单位:亿美元

序号	国家和地区	GNP	图书销售总额	占全球的份额	序号	国家和地区	GNP	图书销售总额	占全球的份额
1	美国	74335	261.27	32.66%	9	意大利	11405	25.00	3.13%
2	德国	23646	97.37	12.17%	10	中国	9061	18.67	2.33%
3	日本	51492	91.26	11.41%	11	加拿大	5699	12.96	1.62%
4	英国	11521	46.72	5.84%	12	澳大利亚	3678	12.43	1.55%
5	法国	15336	33.06	4.13%	13	荷兰	4026	11.55	1.44%
6	西班牙	5632	29.81	3.73%	14	比利时	2686	10.83	1.35%
7	韩国	4831	27.42	3.43%	15	墨西哥	3417	8.20	1.03%
8	巴西	7096	26.78	3.35%	16	瑞士	3137	7.86	0.98%

续表

序号	国家和地区	GNP	图书销售总额	占全球的份额	序号	国家和地区	GNP	图书销售总额	占全球的份额
17	奥地利	2265	7.26	0.91%	20	阿根廷	2951	6.40	0.80%
18	俄罗斯	3560	6.78	0.85%		前 20 位合计		748.27	93.53%
19	中国台湾		6.64	0.83%		全球合计		800.00	100%

资料来源: <http://bookpub.top263.net/report/world%20report.htm>.

(二) 发达国家出版业空间集中度分析

1. 美国: 东西两点式的空间分布格局

美国是世界第一经济大国,也是世界第一出版大国。1996 年还在正常开展出版业务的出版社共有 3460 家,分布于全美 51 个州和特区,但集中分布在纽约和加利福尼亚两地,其中纽约 659 家占 19.05%,加利福尼亚 488 家占 14.1%,两者合计出版社数量占全国 1/3。前 10 地的出版社数量达 2182 家,占全美国出版社数量的 63.06%(见表 2)。

表 2 美国出版社空间分布(1996 年)

序号	州名称	出版社数量	空间集中度	序号	州名称	出版社数量	空间集中度
1	纽约	659	19.05%	6	宾夕法尼亚	126	3.64%
2	加利福尼亚	488	14.10%	7	哥伦比亚特区	117	3.38%
3	伊利诺伊	181	5.23%	8	得克萨斯	103	2.98%
4	马萨诸塞	168	4.86%	9	佛罗里达	98	2.83%
5	新泽西	150	4.34%	10	马里兰	92	2.66%

续表

序号	州名称	出版社 数量	空间 集中度	序号	州名称	出版社 数量	空间 集中度
11	康涅狄格	91	2.63%	32	堪萨斯	18	0.52%
12	弗吉尼亚	81	2.34%	33	南卡罗来纳	18	0.52%
13	华盛顿	81	2.34%	34	肯塔基	16	0.46%
14	俄亥俄	80	2.31%	35	俄克拉何马	16	0.46%
15	明尼苏达	78	2.25%	36	亚拉巴马	13	0.38%
16	科罗拉多	77	2.23%	37	路易斯安那	13	0.38%
17	密歇根	73	2.11%	38	蒙大拿	13	0.38%
18	威斯康星	57	1.65%	39	罗得岛	13	0.38%
19	亚利桑那	53	1.53%	40	阿肯色	11	0.32%
20	印第安纳	49	1.42%	41	内布拉斯加	11	0.32%
21	密苏里	49	1.42%	42	内华达	11	0.32%
22	俄勒冈	48	1.39%	43	阿拉斯加	8	0.23%
23	北卡罗来纳	42	1.21%	44	爱达荷	8	0.23%
24	佐治亚	36	1.04%	45	夏威夷	5	0.14%
25	田纳西	34	0.98%	46	西弗吉尼亚	5	0.14%
26	犹他	27	0.78%	47	怀俄明	5	0.14%
27	缅因	26	0.75%	48	特拉华	4	0.12%
28	新罕布什尔	26	0.75%	49	密西西比	3	0.09%
29	新墨西哥	26	0.75%	50	南达科他	3	0.09%
30	佛蒙特	26	0.75%	51	北达科他	1	0.03%
31	艾奥瓦	23	0.66%		合计	3460	100%

资料来源：陆伯华主编《世界出版业·美国卷》，P4—5，世界图书出版公司北京公司，1998年4月。

2. 德国：三点一线式的空间分布格局

世界第二出版大国德国早在 15 世纪已成为世界出版中心。1945 年,德国分为东西两部分之前,首先是莱比锡,后来是柏林逐渐成为德国出版中心,那里不仅是很多出版社的集中地,而且还集中了大多数德国出版社的代理人和业务经纪人。现在莱茵河畔的法兰克福是德国书业的组织中心,它是德国出版商和书商协会、法兰克福图书博览会、德国书商学校等所在地。

德国出版社空间分布形成明显的三点一线格局:慕尼黑、柏林、汉堡是德国的三大城市,集中了全国 22.53% 的出版社;纽伦堡、莱比锡、汉诺威分别是离慕尼黑、柏林、汉堡不远、规模稍次的城市,也集中了不少出版社,与三大城市合计集中了全国 25% 以上的出版社;位于莱茵河流域的斯图加特、法兰克福、科隆、杜塞尔多夫、波恩、埃森、威斯巴登、海德堡、达姆施塔特、弗赖堡、美因茨、明斯特集中了全国 22.7% 的出版社(见表 3)。

表 3 德国出版社空间分布(1996 年)

序号	城市名称	出版社数量	空间集中度	序号	城市名称	出版社数量	空间集中度
1	慕尼黑	310	10.33%	9	埃森	42	1.40%
2	柏林	227	7.57%	10	威斯巴登	39	1.30%
3	汉堡	139	4.63%	11	莱比锡	36	1.20%
4	斯图加特	130	4.33%	12	海德堡	35	1.17%
5	法兰克福	126	4.20%	13	汉诺威	33	1.10%
6	科隆	90	3.00%	14	达姆施塔特	26	0.87%
7	杜塞尔多夫	61	2.03%	15	弗赖堡	26	0.87%
8	波恩	58	1.93%	16	美因茨	25	0.83%

续表

序号	城市名称	出版社数量	空间集中度	序号	城市名称	出版社数量	空间集中度
17	明斯特	23	0.77%	20	比勒费尔德	20	0.67%
18	贝尔吉施格拉德巴赫	21	0.70%		合计	1488	49.60%
19	纽伦堡	21	0.70%		总数	3000	100%

资料来源：宋晓红、韩云主编《世界出版业·德国卷》，P6，世界图书出版公司北京公司，1997年3月。

3. 日本：集中一点式的空间分布格局

据《日本出版年鉴 2000》，日本共有出版公司 4406 家，其中 3461 家集中在东京，约占全日本出版社数量的 78.55%。一座城市集中全国 78% 以上的出版社，这在世界上是十分罕见的（见表 4）。

表 4 日本出版社空间分布(1996 年)

序号	都道府县名称	出版社数量	空间集中度	序号	都道府县名称	出版社数量	空间集中度
1	东京	3578	78.46%	10	长野	32	0.70%
2	大阪	237	5.20%	11	广岛	19	0.42%
3	京都	140	3.07%	12	静冈	19	0.42%
4	神奈川	81	1.78%	13	福岡	18	0.39%
5	爱知	61	1.34%	14	宫城	17	0.37%
6	埼玉	51	1.12%	15	青森	15	0.33%
7	兵庫	37	0.81%	16	冲绳	13	0.29%
8	北海道	35	0.77%	17	石川	11	0.24%
9	千葉	33	0.72%	18	新潟	11	0.24%

续表

序号	都道府县名称	出版社数量	空间集中度	序号	都道府县名称	出版社数量	空间集中度
19	爱媛	9	0.20%	34	富山	5	0.11%
20	茨城	9	0.20%	35	栃木	5	0.11%
21	岩手	9	0.20%	36	岐阜	5	0.11%
22	冈山	8	0.18%	37	德岛	4	0.09%
23	熊本	8	0.18%	38	福井	4	0.09%
24	高知	7	0.15%	39	和歌山	4	0.09%
25	三重	7	0.15%	40	鹿儿岛	4	0.09%
26	山口	7	0.15%	41	山梨	4	0.09%
27	山形	7	0.15%	42	香川	4	0.09%
28	奈良	6	0.13%	43	宫崎	3	0.07%
29	秋田	6	0.13%	44	佐贺	2	0.04%
30	群马	6	0.13%	45	大分	1	0.02%
31	滋贺	6	0.13%	46	岛根	1	0.02%
32	长崎	5	0.11%	47	鸟取	1	0.02%
33	福岛	5	0.11%		合计	4560	100%

资料来源：李桂兰、冀元主编《世界出版业·日本卷》，P3—4，世界图书出版公司北京公司，1997年1月。

（三）中国出版社空间集中度分析

新中国成立至今50多年，中国的出版事业经历了曲折的发展过程，改革开放之后才真正步入快速、持续的发展轨道，但在出版社空间布局上一直按计划经济均衡发展原则进行布局。如果将在京的中央出版社除外，地方出版社空间分布缺乏集聚现象。只有

上海由于历史原因,拥有 37 家出版社,占全国出版社总数的 6.54%,其他各省、市、自治区出版社数量不超过 20 家,最多为广东 19 家,最少为西藏和青海各为 2 家,大部分为 10 家左右,约占全国出版社数量的 2%,没有明显的区分度(见表 5)。

表 5 中国出版社空间分布(1999 年)

序号	省级行政单位名称	出版社数量	空间集中度	序号	省级行政单位名称	出版社数量	空间集中度
1	中央	220	38.87%	18	安徽	9	1.59%
2	北京	16	2.83%	19	甘肃	9	1.59%
3	上海	37	6.54%	20	新疆	9	1.59%
4	广东	19	3.36%	21	山西	8	1.41%
5	辽宁	18	3.18%	22	广西	8	1.41%
6	山东	17	3.00%	23	云南	8	1.41%
7	四川	17	3.00%	24	河北	7	1.24%
8	江苏	16	2.83%	25	内蒙古	7	1.24%
9	湖北	15	2.65%	26	江西	7	1.24%
10	陕西	15	2.65%	27	海南	4	0.71%
11	吉林	14	2.47%	28	贵州	4	0.71%
12	浙江	13	2.30%	29	重庆	3	0.53%
13	天津	12	2.12%	30	宁夏	3	0.53%
14	黑龙江	12	2.12%	31	西藏	2	0.35%
15	河南	12	2.12%	32	青海	2	0.35%
16	湖南	12	2.12%		合计	566	100%
17	福建	11	1.94%				

资料来源:新闻出版署计划财务司编《中国新闻出版统计资料汇编 2000》,P249-254,中国劳动社会保障出版社,2000 年 7 月。

二、发达国家出版业空间集中原因分析

（一）经济是决定世界出版业空间分布的主导因素

全球出版业空间集中度十分明显，主要集中在那些综合国力较强的大国。出版业发达的国家，必定是经济发达的国家。因此决定世界出版业空间分布的主导因素是经济，这是因为：首先，经济能刺激图书消费，图书是文化消费品，收入弹性较大，国内居民的高收入决定图书需求旺盛；其次，经济发达国家对其他国家有很强的辐射能力，促使图书也向别国辐射。从出版业的排名与 GNP 排名基本一致可见，综合经济实力已成为出版业的第一大区位要素，而人口、文化传统要素反而退居其次，这也说明作为文化产业的世界出版业其经济特性日益明显。

（二）文化是决定一个国家出版业空间分布的主导因素

对一个国家来说，影响出版业空间分布的更主要因素是中心城市在本国中的文化地位，即文化是决定一个国家出版业空间分布的主导因素。因为在市场经济环境下，出版业的竞争主要是图书内容质量的竞争，而决定图书内容质量的是编辑的眼光和作者的水平以及信息的及时获得，而这一切都依附在文化中心城市，由此不难理解分别作为美国、德国、日本文化中心的纽约、慕尼黑、东京成为各自出版社集中之地。文人往往喜欢寻求文化氛围浓厚的环境，因而有聚居现象。文化中心城市是那些学校和科研机构集中的城市，出版社本身也是文化单位，它只有处在文化中心城市，与文化人保持频繁的接触，才能源源不断获得选题信息和作者的作品。

德国是西方国家中出版历史最为悠久的国家。早在 15 世纪，

由于谷登堡活字印刷术的发明和推广,使图书大批量出版成为可能,所以当时的德国已成为欧洲出版和印刷中心。莱茵河是德国经济价值最大的河流,也是欧洲内河运输最繁忙的航道。在汽车和火车等现代交通工具发明之前,河运是主要的交通运输方式,从而使得莱茵河沿岸成为德国乃至欧洲经济发达地区,沿岸城市成为德国的出版产业带,并一直延续至今。可见,出版中心城市也许会随着城市职能的转变而衰退,但一旦形成产业带,这种衰退要迟缓和困难得多。文化传统也会在一定程度上影响一个国家出版社的空间分布。

三、中国出版业空间集中度低的原因分析

新中国成立初期,尚有私营出版社,并主要集中在上海和北京两座城市。新中国出版社的设立一直采取行政计划审批制度,且严格按既定规程操作,如每个省级行政区分别设立新闻出版局,下设人民出版社、教育出版社、文艺出版社、科技出版社、美术出版社、古籍出版社、少儿出版社等专业出版社;每个部级单位(各部委、工青妇、各民主党派)可设立一家出版社;副省级的计划单列城市可设立一家综合性出版社;重点大学可设立出版社;少数民族集中地区可设立民族出版社。出版社规模严格按事业单位编制执行,每年的书号由新闻出版总署核定控制。不得跨地区设立分支机构。因而现今中国的出版社空间分布完全是在政府政策严格控制下形成的,政策是决定中国出版业空间分布的主导因素。

但事实上,由于自然和历史的原因,导致每个地区、每个城市拥有不同的文化,并且在一个国家中处于不同的地位。中心文化城市代表一个国家和地区的主流文化,聚集着大量文人,是出版社的信息源和稿源地。北京是中国第一位的文化中心城

市,聚集着数百所大专院校和科研机构,是京派文化的代表;上海是中国第一大经济城市,荟萃众多全国著名的学府和科研院所,是海派文化的典型。可以说中国图书出版物的作者绝大部分集中在北京和上海这两座城市。许多出版社编辑经常往北京、上海两地出差,有些外地出版社干脆在北京、上海设立办事处,以节省费用,也是为了抢占先机。这无疑都将大大增加出版社的成本。

为了提高出版的规模经济性,有必要打破我国现有的出版业空间分布格局。假如政策许可出版社可以按照自身的发展需要扩大规模,出版社可以异地设立,甚至出版社的设立和书号不再用计划手段控制,那么首先大量的出版社会在北京和上海集聚,北京可能会占到总数的20%左右,上海会占到总数的10%~15%,两者合计应占全国三分天下。其次在一些人口数量巨大、经济较为发达、高校和科研院所集中、文化积淀深厚的区域中心城市如广州、西安、武汉、成都、沈阳等地可能会形成中国区域性出版中心。从而形成我国以北京、上海两点为主,多点区域中心为辅的出版业空间分布新格局。

(作者单位:浙江教育出版社)

数字出版：新的革命

傅 强

20 世纪末兴起的数字出版浪潮，对传统出版业乃至整个内容产业产生了巨大的冲击和深刻的变革。出版的载体从纸张、磁带扩展到光盘、计算机、手机、互联网和电子纸，出版的形式从图书、电子出版到网络出版、手机出版和跨媒体出版，内容的表现形式、传播方式和阅读方式也发生了深刻的变化。出版、传媒、影视、信息乃至服务等行业之间的壁垒正在不可阻挡地被打破，数字出版的范围延伸到了包括移动内容、互联网服务、游戏、动画、影音、出版和数字化教育等几乎所有的数字内容产业。

显然，推动和主导这一变革的无疑是互联网应用的深入，计算机、信息和网络技术的突破性进展。计算机、信息和网络技术既是催生数字出版的重要动力，也是重新定义数字出版存在和发展的基础，引发了出版业乃至整个内容产业的新革命。特别是日益普及和深入的互联网应用已经使得数字内容产业不可避免地成为整个互联网产业的一部分。在这一背景下，数字出版与传统出版相比，在内容产品、市场消费、产业形态、商业规则等方面呈现出革命性的变化。

一、内容的革命

互联网的普及特别是各种 Web2.0 应用的出现，已经使互联网从通常意义的“信息高速公路”转化成大规模协作平台，为内容