

出版空间

理念与实务架构

汪耀华○著

上海大学出版社

出版空间 理念与实务架构

汪耀华○著

上海大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

出版空间：理念与实务构架 / 汪耀华著. —上海：上海大学出版社，2009.9

ISBN 978 - 7 - 81118 - 425 - 9

I. 出… II. 汪… III. 出版工作 — 研究 IV. G23

中国版本图书馆CIP数据核字 (2009) 第132102号

责任编辑 傅玉芳

封面设计 陈楠 王蓓

出版空间：理念与实务构架

汪耀华 著

上海大学出版社出版发行

(上海市上大路99号 邮政编码 200444)

(<http://www.shangdapress.com> 发行热线 66135110)

出版人：姚铁军

*

上海华业装璜印刷厂有限公司印刷 各地新华书店经销

开本：890 × 1240 1/32 印张：7.75 字数 200千字

2009年9月第1版 2009年9月第一次印刷

ISBN 978 - 7 - 81118 - 425 - 9/G · 510 定价：20.00元

静心阅读 总有收获

□文 / 邓伟志

我与汪耀华同志相识已有二十多年了，记忆之中，他一直在上海新华书店从事图书的策划、写作、销售、推广工作，2007年在北京参加中国民主促进会第十次全国代表大会时，他已调至上海人民出版社《中外书摘》编辑部。现在，他的《出版空间理论与实务架构》出版，嘱我先读并写序，我欣然从命。

1991年6月，民进上海市委宣传部、学林出版社、上海新华书店三家单位联合举行了“《谈书笔录》出版暨上海书评走向讨论会”，《谈书笔录》是汪耀华同志的第一本作品。我当时也参加了这个讨论会。在会上，我说：“新华书店能出汪耀华同志这样一个人才，对社会对知识界是件好事。《谈书笔录》中有篇《读书·买书·卖书》，而且现在还评书、写书，这很不容易。学林出版社能出这样的书，对指导我们写书有好处，这是我最大的感受。小汪是我会年轻成员，也是民进的光荣。”（原刊《上海民进》1991年第5期）之后的很多年，汪耀华同志在报刊上发表的文章和出版的著作，只要能见到的我都

阅读，从中了解书业的现状和趋势，也对他的思考、写作的变化有所了解。近年，他出版了《写在书的空白处》、《书香圣殿》、《书展》、《书店风格》、《书城视线》、《书道》、《书香》、《书街》、《民国书业经营规章》、《十年书梦》等著作，以其勤奋的努力、敏锐的眼光和独特的研判，成为中国书业研究的专家，这是值得高兴的事。

汪耀华同志现在还是我们民进市委委员，民进上海新闻出版委员会副主任，教育、出版界是民进的老根据地，有很多资深的中坚力量，汪耀华同志也在这个群体中获得了养料。

这本书记录了汪耀华同志从2007年至今对于出版产业改制上市多元求变、区域联动模式探索、版权输出战略搭建、网络平台培育嫁接以及实现城市文化地标组合、营造书展文化平台、推进农家书屋建设等领域的研究成果，对当今出版产业的现状、趋势和生存空间给出了鲜活、独到、扎实的操作意见。在当下多媒体阅读日益挤压纸质出版物市场的大背景下，提出了诸多新的理念和实务，对于行业的发展具有警示价值，使读者可以由此展开思路，使决策更明智，执行更主动，效益更显著。

这样一本专门讨论出版空间的专著，能够由上海大学出版社出版，也是一件好事，说明我从教的上海大学的出版社开始与同行一起进入了研究出版空间的新态势、扩展出版形态的新领域。我也希望其他从事出版工作的同志也能静下心来读读这本书，一定会有收获。

2009年6月24日于天纵书洞

目 录

上编

第一章 多元求变 获得发展升腾的空间	003
第二章 改制上市 书业生存实务的路径	025
第三章 放眼星空 搭建出版输出的战略	036
第四章 星星点灯 发现“农家书屋”的价值	046

下编

第五章 天罗地网 培育网络嫁接的空间	063
第六章 扬长补短 寻找区域联动的机缘	125
第七章 以书聚人 营造书展文化的平台	141
第八章 落地生根 实现城市地标的组合	201

后记.....	240
---------	-----

上 编

第一章

多元求变 获得发展升腾的空间

中国出版业的体制改革是伴随着国家改革开放、加入WTO等大背景进行的，经过三十年尤其是近十年的发展，取得了阶段性的成果，已组建23个出版集团、29个出版物全国连锁经营企业、9家出版传媒上市公司，出版物全国连锁经营企业已达29家，23个省级新华书店实现了省内或跨省连锁经营；全国建成10万平方米以上图书物流中心5个，年赢利水平千万元以上的10个，为今后整个行业的升腾创造了条件。但是，在整个发展过程中也出现了一些新的问题、新的瓶颈，例如，图书品种急剧上升，平均印数急剧下降；成本持续上升，利润率持续走低；图书发行折扣越来越大，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，信用问题开始出现。

本章以如何进一步解放思想、按照科学发展观的要求、推动中国出版业的体制改革和整体发展，从出版体制改革的现

状、问题和发展切入，针对出版体制改革亟需解决的若干问题展开，寻找新的突破口。

一、出版体制改革的进程和特点

（一）出版体制改革是在国家改革开放大背景下进行的改革

出版业的改革在整个中国经济体制改革大潮的初期是被动进入的，实质性的改革是“十六大”以后才开始的，而且难度极大。由于出版业所具有的意识形态属性，使得出版业改革相较于其他产业显得更加艰难，而且是渐进式的，同经济、社会发展的步伐拉开了一定的距离。

我国经济体制改革是从1978年农村“包产到户”、“包干到户”开始的。当时的改革首当其冲是为了解决吃饭问题，“双包”挑战的是农村集体经济体制。不久，人民公社解体，农业改革一步到位。但是，当时出版社的改革不敢触及体制，只是在经营方式上提出过地方出版社“立足本省、面向全国”、“地方化、群众化、通俗化”一类的改进方向，新增加了一些出版单位，有了量的扩张。这仅仅是出版范围的改变、出版方式的改良，并没有牵动出版体制。后来，发行业开始连续推进“一主三多一少”、“三放一联”、“三建二转一加强”、“承包责任制”、“目标责任制”等改革探索，1992年以后发行业的零售向民营资本开放、组建出版发行集团，在性质不变的条件下谋求更大发展，但与同一时期其他领域改革的深度相比仍有一定差距。

国家经济实力的快速增长，已经有能力为特殊行业的改革提供强有力的支持，其他行业深化改革的成功经验也会助推出版业。一个国家，当人均生活水平和物质消费指数达到一定程度时，文化需求和文化对社会的参与性与日俱增。当今世界，迫切需要名牌的文化产品、强势的文化市场，文化软实力是世界舞台上综合国力和竞争力较量的一个重要指标。2003年，党中央、国务院决定启动文化体制改革试点。

（二）出版体制改革的进程

2001年8月24日，中共中央办公厅、国务院办公厅转发了《中央宣传部、国家广电总局、新闻出版总署关于深化新闻出版广播影视业改革的若干意见》。《意见》提出文化体制改革要以发展为主题，以结构调整为主线，以集团化建设为重点和突破口，着重在宏观管理体制、微观运行机制、政策法律体系、市场环境、开放格局五个方面积极进行探索创新，以进一步壮大实力，增强活力，提高竞争力。

2003年10月，党的十六届三中全会通过的《完善社会主义市场经济体制若干问题的决定》又将文化体制改革的目标进一步深化和明确，第一次明确提出文化体制改革要形成一批大型文化企业集团。

2003年6月，全国新闻出版改革试点工作开始。在中央文化体制改革领导小组领导下，共确定了9省市共35个宣传文化单位作为试点地区和单位。在这35个宣传文化单位中，新闻出版系统有21家，包括出版集团7家、发行集团6家。中央对这次试点工作高度重视，中办、国办下发通知进行了专门部署。新

闻出版总署成立了改革试点工作领导小组及办公室，并印发了《新闻出版体制改革试点工作实施方案》，对新闻出版系统改革试点工作做了具体安排。

2006年年初，中共中央、国务院发出《关于深化文化体制改革的若干意见》。3月底，全国文化体制改革工作会议召开，这次会议对文化体制改革试点工作做了总结，并对推进文化体制改革做出具体部署。4月，新闻出版总署表示要积极稳妥推进新闻出版体制改革。

出版体制改革经历了初期的破冰之旅和改革过程中的种种阵痛。时至今日，中国出版业的改革取得了阶段性的成果。

（三）出版体制改革的成效

经过近十年的努力，新闻出版体制、机制发生了根本变化。出版方面23个集团已经或正在变成企业集团公司，100多家图书出版社改制到位，上千种经营性报刊转企改制，40多家报业集团实现企、事分开，面向市场经营。29个省、自治区、直辖市的新华书店系统完成了转企改制，有些已经完成了股份制改造。出版物全国连锁经营企业已达29家，23个省级新华书店实现了省内或跨省连锁经营；全国建成10万平方米以上图书物流中心5个，年赢利水平千万元以上的10个；全国性民营连锁经营企业8家，民营发行网点达10万个，中外合资、合作或外商投资书报刊发行企业40多家；一批网络发行企业快速成长；出版传媒业有上市公司9家，市值2000多亿元，净融资达180多亿元。

2007年10月，新闻出版总署署长柳斌杰阐述了“十六大”

以来我国新闻出版业所取得的巨大成就：第一，推动体制创新，把原来计划经济体制下一些经营性出版单位转到市场经济轨道上来。第二，培育市场主体，通过集团化、股份制改造、企业重组等方式，培育出版传媒方面的集团公司作为市场竞争主体。这方面成效显著，我们现在有一批报业集团和出版集团公司；有7家在香港和内地上市的报业和出版发行公司，完全走上规范的公司制发展路子；改制后，凡是实行企业化发展的出版单位，国有资产的增值每年都在40%以上，有的产值翻番，利润增长在30%以上，效益非常好。第三，国家实施重大出版工程，推动基础建设项目和文化积累类型的项目，带动了整个出版业的繁荣。第四，国际市场上中国出版也有了影响力。在2006年的法兰克福书展上，中国首次实现了版权贸易顺差。中国出版业正在走向国际，参与国际市场竞争，我们也积极吸收其他国家文明成果，不断丰富和传播中国文化。

（四）出版体制改革的特点

1. 管理集团化

最早一轮的出版体制改革是以组建集团为突破口的。从1998年左右开始，随着整个经济体制的市场化进程和加入WTO后国外资本进入的压力，“做大做强出版业，迎接国际出版巨头的挑战”成为出版业的主旋律。在这个背景下，集团化发展成为出版业的应对之策，并进而成为新的中心议题。在这个思想的指导下，许多省市纷纷通过行政力量将本地新闻出版局系统的出版、发行、印刷、物资供应等企事业单位甚至专业学校系统整合到一起，向集团化进军。在这个过程中，一些集团上升

为新闻出版总署批准的国家级试点集团，一些没有挤进去的集团则成为省级集团化试点。集团化的巅峰之作，是中国出版集团的成立。

自2001年开始到2002年初，全国共组建了包括中国广电集团和中国出版集团在内的文化集团72家，其中报业集团38家、出版集团10家、发行集团5家、广电集团12家、电影集团5家。这些集团的组建，探索了文化体制和机制的改革，加快了市场整合和结构调整，迅速提高了文化企事业单位的竞争力。

2. 经营企业化

2003年开始的新一轮文化体制改革，重点之一就是要将经营性文化事业单位转换为合格的市场主体。在转制的实践中主要有三种情况：一是对重要媒体的经营性部分剥离转制，二是对经营性文化事业单位整体转制为企业，三是对具备条件的文化单位直接进行股份制改造。2004年4月9日，中国出版集团公司挂牌成立，成为第一个明确为企业的出版集团，出版业的企业化转制由此拉开大幕。到2007年底，29个省（区、市）的新华书店注册为企业，122家图书出版社、25家音像出版社、1000多种非时政类报刊、27家国有影视制作单位、32家国有电影（发行）公司、29家艺术院团转企改制。

3. 人员市场化

“人员能进能出，岗位能上能下，报酬能升能降”是这轮出版事业单位人事改革的重点。一些出版社（譬如大象出版社）早在20世纪90年代就开始探索劳动人事制度改革，全面推行聘用制度，使聘用制度成为出版事业单位基本的用人制度，

实行“全员聘用制，双向选择，优化组合，落聘待岗”的措施。建立岗位管理制度，对每个聘用人员全部实行岗位目标责任制，由各科室定岗定员、实行岗位工资、实行绩效挂钩并确定年终奖金分配、实行固定合同制与聘用合同制同工同酬。

2006年，中央组织部、中央宣传部、人事部、新闻出版总署发布了《关于印发〈关于深化新闻出版事业单位人事制度改革的实施意见〉的通知》（国人部发）〔2006〕35号文件，进一步推动了出版事业单位的人事制度改革。

4. 分配货币化

在出版改革未全面展开之前，出版社已经参照城乡改革的“双包”经验，在出版社内部实行了程度不等的编辑室承包制，有的社的做法还作为先进的经验予以推广。随着改革的逐步推进，承包制进一步向深度和广度发展。在出版体制改革推进的同时，承包式的分配制度改革成为众矢之的。各试点出版社在分配制度上实行了现代企业的薪酬制度，把工资与职工的岗位职责、工作业绩和实际贡献挂钩，形成重实绩、重贡献的分配激励机制。

（五）出版体制改革预期中的时间表和路线图

2008年5月，新闻出版总署确定了今后三年新闻出版改革时间表、路线图：

在图书出版方面，今后三年将大力推进158家中央在京出版社（含副牌）改革，计划年底完成50家出版社的转企改制；三年内基本完成103家高校出版社转企改制，2008年任务是20多家。

柳斌杰署长曾表示：“新闻出版改革今年要有大突破，政府将进一步完善宏观环境，加大对改革的支持力度和推动力度，加快高校出版改革步伐，推动部委出版单位按不同类型兼并重组转企改制。”“三年内基本完成体制改革，打破地域、行业限制，形成统一开放有序的大市场格局。”

（六）中国出版业的十年蓝图

自2007年始，中国出版业经过两个五年计划，将主要完成三大转变：从以纸质出版为主的传统出版方式向以数字出版为主的现代出版方式转变；从阅读形式和内容的简单、狭窄向个性化、多样化发展，品种数量越来越多，满足不同地域、不同年龄、不同文化水平的读者的需求；由国内一个市场向国内、国际两个市场转变。

如果这三个转变顺利实现，中国出版的面貌会发生非常大的变化，将从出版大国向出版强国方向发展。

二、出版体制改革遇到的主要问题

随着出版业体制改革的步伐加快和涉及的面日益宽广，进入21世纪后，中国出版业也出现了一些阻碍深入发展的问题：图书品种急剧上升，平均印数急剧下降；成本持续上升，利润率持续走低；图书发行折扣越来越大，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；图书货款结算期愈来愈长，信用问题开始出现。与此同时，出版业的改革在集团化建设的基础上进行转企改制，一些深层次问题已经逐步显现。如何看待当前中国出版业的现状及发展与改革过程中出现

的各类问题,并采取切实有效的措施加以解决,成为业内普遍关心的话题。

(一) 外部生存环境

1. 阅读环境

2008年7月23日,中国出版科研所主持的第五次全国国民阅读调查结果公布,2007年,我国国民图书阅读率为48.8%,比2005年的调查结果微升0.1%,这是自1999年此项调查开展以来图书阅读率首次上升。在1999年、2001年、2003年和2005年进行的前四次调查中,这一数字分别是60.4%、54.2%、51.7%和48.7%,呈连年下滑趋势。但考虑到近两年来我国社会发展的整体进步水平、国家有关部门对读书的倡导与推动力度的加大,这一数字无论从绝对数值和相对数值来看,仍不能令人乐观。

“全国国民阅读调查”是为了解全国国民阅读倾向、发展趋势与文化消费现状而进行的调查。数据显示,报纸以73.8%的阅读率高居我国国民阅读率首位;杂志阅读率比2005年增长10.5%,以58.4%超过图书阅读率,排在第二位;互联网阅读率比2005年提高了17.1%,迅速拉近了与图书阅读率的距离,以44.9%位列第四。考虑到文化娱乐类、家居生活类期刊在期刊阅览率中分别占45.9%和39.7%,与纸质图书的实际阅读状况相综合可以看出,目前纸质读物的“浅阅读”趋向愈加明显。

据统计,目前我国国民家庭藏书量平均为76本,其中城镇家庭平均藏书105本,远远高于农村家庭的48本。

此项调查显示:①我国国民图书阅读率连年走低,今年虽有微升,但不容乐观。②纸质读物的“浅阅读”趋向愈加明