

王关义 陈丹 等著

# 北京建设国际出版产业中心 优势 and 对策



中国财政经济出版社

北京市哲学社会科学规划项目

(项目编号: 07BaJG139)

北京市教委人文社科重点项目

(项目编号: SZ200710015006)

# 北京建设国际出版产业中心： 优势和对策

王关义 陈丹 等著

中国财政经济出版社

**图书在版编目 (CIP) 数据**

北京建设国际出版产业中心：优势和对策 / 王关义等著. —北京：  
中国财政经济出版社，2008.5

ISBN 978 - 7 - 5095 - 0490 - 1

I. 北… II. 王… III. 出版工作 - 研究 - 北京市 IV. G239.271

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 017134 号

中国财政经济出版社出版

URL: <http://www.cfeph.cn>

E-mail: [cfeph@cfeph.cn](mailto:cfeph@cfeph.cn)

(版权所有 翻印必究)

社址：北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮政编码：100036

发行处电话：88190406 财经书店电话：64033436

北京牛山世兴印刷厂印刷 各地新华书店经销

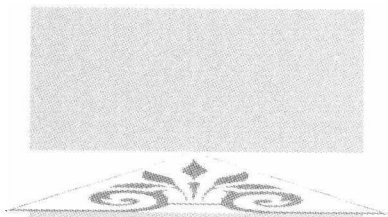
787×960 毫米 16 开 19.25 印张 275 000 字

2008 年 6 月第 1 版 2008 年 6 月北京第 1 次印刷

定价：40.00 元

ISBN 978 - 7 - 5095 - 0490 - 1/F·0412

(图书出现印装问题,本社负责调换)



**项目特邀专家：**

郝振省 中国出版科学研究所  
所长，研究员

**项目承担单位：**

北京印刷学院  
中国出版科学研究所

**项目主持人：**

王关义 北京印刷学院院长助理  
兼出版传播与管理学院  
院长，教授，管理学博士

**项目组成员：**

陈 丹 刘俊敏 刘 彤 李治堂  
何志勇 付海燕 周 康

# 绪 论



出版业既是我国社会主义文化事业的重要组成部分，也是国民经济的重要产业部门之一。改革开放以来，随着中国经济的繁荣，中国出版业（包括图书、报纸、期刊、音像、电子、网络六大出版领域）获得了长足的发展，其规模和速度都有了显著的增长。统计资料显示，2006 年我国共出版图书 23.4 万种（其中新出版图书 13.03 万种），总印数达 64.08 亿册，总印张 512 亿印张，定价总金额达 649.13 亿元；出版期刊 9468 种，总印张 136.94 亿印张；出版报纸 1938 种，总印数达 424.52 亿份；出版录音制品 15850 种，发行 2.2 亿盒（张）；出版录像制品 17856 种，发行 2.41 亿盒（张）。出版电子出版物 7207 种，共计 16035.72 万张；各类印刷企业约 10 万家，年产值已过 4000 亿元大关，成为世界第三大印刷基地，与 40 多个国家和地区有印刷服务贸易关系，年对外加工贸易产值达到 400 亿元。我国出版业已有相当规模，出版物的品种和数量都居世界前列。在这期间，北京的出版产业同全国出版形势一样，也获得了较快的发展。北京出版界在组建出版集团、出版社内部三项制度改革、图书分销市场改革等方面进行了一系列大胆探索，保持了出版产业良好的发展势头，已成为全国重要的出版发行基地，规模和水平位居全国前列，初步确立了国家出版产业中心的地位。

国际出版产业中心，一方面是指在某一区域积聚了众多的出版资源和出版单位，出版产业已经形成比较完整的产业链条，另一方面是指它成为影响世界出版业的国际出版重镇，在国际出版领域具有先进性、示范性、重要性、辐射性。

从世界范围来看，目前已经形成了多个国际出版产业中心，但这些出版中心都在经济发达国家，尤其在西方发达国家。这些西方发达国家不仅在经济上具有强大的影响力，政治上也无疑有着举足轻重的地位，并且其科学文化往往走在世界的前列，国民的科学文化素质也较高。因此，我们认为，要成为国际出版产业中心，必须具备强大的经济实力和政治影响力，较高的科技文化水平等基本因素，并且还必须具备较高的国民素质以完成出版物的基本消费，在此基础上进行出版物的境外扩散，从而形成庞大的出版物生产、交换、分配和消费中心。

正是基于北京出版产业发展已经形成的坚实基础、优越的发展环境、良好的发展态势等因素，本课题提出要把北京建设成为国际出版产业中心的目标。我们认为，作为国际出版产业中心，一个重要的体现就是能够以其出版业界资源要素汇集地的强势地位，形成行业著名品牌，传播业界各种信息，培育行业精英，引领行业发展趋势，影响世界出版产业的发展，引起国际范围的关注。

随着国民经济的持续快速发展，北京出版业也面临着巨大的挑战。由于改革未能触及到体制深层，在出版领域尚未塑造出新的真正意义上的市场竞争主体。出版产业结构趋同，集中度低；市场环境不尽如人意，统一、规范、竞争、有序的市场体系尚未真正形成，侵权盗版问题依旧比较严重，出版社创新机制还不健全，一些出版单位占用大量书号、纸张等资源，粗放型经营和低水平出书，出版总量和利润过分依赖教材和教辅图书，原创图书缺少畅销书和精品力作，单靠品种和规模的扩张，缺乏核心竞争力。北京的出版业走的仍然是一条高投入、高消耗、低产出、低效益的发展道路，使得北京的出版产业面对强大的国际出版集团的竞争仍然处在弱势地位。现有的增长和发展模式，已不能适应把北京建成国际出版产业中心的要求，必须树立和落实科学发展观，抓住机遇，加强体制改革的力度，依靠体制创新和外向开拓，在借鉴其他国际大都市出版产业经验的基础上，大力扶持出版集团，扩大开放，拓宽出版产业的发展空间，力争把北京建成覆盖全国、具有世界影响力的国际出版产业中心。

## 一、北京建设国际出版产业中心：宏观环境分析

一个行业的健康发展离不开良好的外部环境。北京建设国际出版产业中心的宏观环境如下：

### (一) 国际环境

经济全球化是当今世界经济发展的重要趋势,它是生产力和国际分工向高级阶段发展的必然结果。进入 20 世纪 90 年代以来,伴随着世界经济全球化和一体化进程的推进、知识经济时代的到来及现代信息技术的发展,世界出版业发生了有史以来最为迅速、广泛、深刻的变化。出版经济全球化快速推进,少数跨国集团以并购为手段,将触角延伸到世界的各个角落,通过规模经营,赚取可观的利润。目前的英语出版市场基本上控制在少数的跨国出版集团手中,它们除了经营图书、报纸、期刊外,还经营广播、电影、电视、音乐、网络服务等。根据澳大利亚统计局的统计,1999~2000 年度 10 个最大的出版商的销售收入约占澳大利亚当年总销售收入的 70%。美国 1999 年图书交易额达 290 亿美元,其中前 20 名出版公司的销售总额为全美的 95%。这些跨国出版集团规模巨大,一个集团的年销售额(包括图书和其他传媒产品)就接近或超过整个中国的图书销售额,如贝塔斯曼集团 2002 年年收入达 183 亿欧元,约合人民币 1600 亿元。这些集团不仅规模巨大,而且都是多种经营,集团与集团之间除了纯粹的竞争外,也互相联合,彼此渗透,从而进一步控制世界市场。

随着科学技术的进步和社会生产力的发展,知识更新的速度越来越快,经济的发展要求人们不断提高自身的文化素质,人们对知识的需求日益增强,居民越来越重视教育的投入,不断提高个人的文化素质,除了对子女的教育消费支出不断增长以外,成人的教育费用也不断提高。这不但会促进与教育相关行业的发展,还会进一步带动图书出版业、计算机教学软件业、信息服务业等相关行业的发展,使教育产业成为扩大内需、拉动经济增长的重要途径。近年来,我国城乡居民教育费用持续攀升,大大强化了居民的储蓄意愿,子女教育费用在居民总消费中排在首位,超过养老和住房消费。人们频繁地看到这样的数字:英国文化产业的年产值将近 600 亿英镑,从业人员约占全国就业总人数的 5%;日本娱乐业的年产值早在 1993 年就超过汽车工业的年产值;美国的文化产业更加发达,其视听产品已经成为第一大出口产品,并在国际市场上占据了 40% 以上的份额。伴随着这一趋势,出版业也面临着竞争全球化的问题,特别是我国加入 WTO 之后,中国出版物分销市场逐步开放,对图书出版业产生了不可低估的长远影响。国际出版集团在国际出版市场竞争中的优势地位主要表现在:一是在资本规模上占有优势;二是在管理经验上占有优势;

三是在出版最新科技信息的内容上占有优势。目前，欧美占据世界核心期刊的96%以上，反映科技进展的专业出版几乎被他们垄断。在这方面，我国还没有形成应有的出版理念，更没有形成出版发行的良性运行机制，在版权贸易方面已形成了巨大的贸易逆差。如前所述，从世界范围来看，目前已经形成了多个国际出版产业中心，如伦敦、纽约、法兰克福、东京等，但这些出版产业中心都在发达国家。因此，要把北京建成国际出版产业中心，应积极借鉴这些国际出版产业中心的发展经验，在不断提高整个城市的经济实力、政治影响力和科技文化水平的同时，努力提高国民对出版物的消费水平，从而形成具有一定规模的出版物的生产、流通、消费中心。

## （二）国内环境

未来相当长的一段时间内，新闻出版业将获得极为难得的历史发展机遇：国民经济将继续保持平稳发展势头，人民生活水平不断提高，将为新闻出版业的繁荣发展提供重要的物质基础和更加广阔的消费市场空间；文化体制改革，将突破体制、机制障碍，进一步解放和发展新闻出版生产力；网络通讯和数字技术等高科技的迅猛发展，将有力促进新闻出版业产品及产业结构的调整、生产方式的转变和产业升级；党的十七大又明确提出，要优先发展教育事业，建设人力资源强国。出版产业面临良好的发展机遇，主要表现在：

### 1. 语言环境方面的优势

在联合国承认的语言中，仅有英文、法文、俄文、西班牙文、中文这五种语言文字被公认为是联合国工作语言。在这五种语言中，汉语具有数量最多的使用者，因此，从世界范围来看，汉语也具有强大的竞争力。在现代出版业中，人们除了重视出版物的生产之外，对出版物的消费也更加重视，在出版物消费中，除经济因素之外，人口因素也是很重要的考虑条件，如伦敦和纽约作为国际出版产业中心，除本国的人口作为基本消费人口外，庞大的旧殖民地英语国家也是其重要的出版物消费地。甚至英国和美国的英语语言培训也已经成为其文化输出的重要部分。就中国内部来说，在56个民族13亿人口中，汉族人口占93%以上，国家也支持、鼓励少数民族语言文字的出版。在我国少数民族出版物得到发展的同时，汉语出版物的发展更为普遍。在中国大陆地区之外的港澳台地区、东南亚地区等泛中华文化圈以及海外华人聚居区也对汉语出版物有极大的需求。

## 2. 文化创意产业发展迅速, 出版产业规模逐步扩大

自 2000 年党的十五届五中全会将文化产业正式列入我国国民经济和社会发展战略的重要组成部分以来, 党中央对文化事业和文化产业的发展给予了高度重视, 相继出台一系列推动文化产业发展的政策。在 2005 年 10 月 11 日召开的党的十六届五中全会上, 将积极发展文化事业和文化产业、深化文化体制改革、完善文化产业政策, 作为“十一五”期间丰富人民群众精神文化生活、推进社会主义和谐社会建设的重大措施。同年 12 月 23 日, 《中共中央国务院关于深化文化体制改革的若干意见》更进一步明确了文化体制改革的重要性和紧迫性, 强调推进改革, 加快结构调整, 大力提高文化产业规模化、集约化、专业化水平, 培育和建设文化产业基地, 为我国出版业的改革与发展指明了方向。

近年来, 我国文化创意产业发展迅速, 规模不断扩大, 销售收入不断攀升。从 2004 年的平均 2410.69 万元, 增加到 2005 年的 4221.18 万元, 2006 年又进一步提高到 5242.29 万元。文化创意产业利润的增长连续三年超过 GDP 的增长。近年来, 中国新闻出版业坚持以人为本, 走可持续发展之路, 呈现出欣欣向荣的景象, 增强了行业的实力, 规模进一步扩大, 已经成为世界出版大国。据不完全统计, 新闻出版系统 2004 年的资产总额逾 2000 亿元, 市场销售总额 1600 亿元, 出版业已经成为不少省区市的支柱性产业。据 2004 年我国首次组织的全国出版行业增加值统计, 2003 年, 全行业实现增加值 1939.7 亿元, 约占当年 GDP 的 1.7%, 占第三产业增加值的 5%。2005 年, 我国 573 家图书出版社 (包括副牌社 35 家), 出版图书 224823 种, 其中新版图书 124121 种, 比上年增长 7.9%。出版报纸 1939 种, 出版期刊 9423 种, 出版物版权引进共 10894 项, 版权输出 1517 项, 输出与输入比为 1:7.2, 打破了一直徘徊于 1:10 的比例。2006 年, 我国出版图书 23.4 万种, 比 2002 年的 17.1 万种增加了 36.86%, 全年共向海外输出版权 2057 项, 比 2002 年输出的 1297 项增加 58.6%。我国出版业正逐步进入结构优化、整体推进的新阶段。国家出版业发展的宏观形势对于北京建设国际出版产业中心是一个有力的支撑。

## 3. 出版业改革逐步深入

中国发展出版产业有着得天独厚的条件。中国文化有着巨大的影响力, 世界上使用华语的人口为世界之最, 中国悠久的历史文化除在中国境内, 还在东南亚、北美及欧洲的华人区具有广泛的影响。这应该说是中国出版企业进行市场开拓的最有利条件, 因为语言和文化的差异一直被认为

是经济全球化和国际交往中的最大消极因素。在经济学的垄断竞争理论中，保持产品差异被认为是维持产品在市场上的垄断力量的关键。图书产品的差异首先是来自价值观及表达手段的独特性，文化差异也是我们在国际竞争中和在赶超发达国家时可以依赖的比较优势。出版行业意识形态属性较强，长期受垄断政策的保护，因此对出版业来说，扩大开放应包括向行业外资本开放，向民营资本开放，向外资开放。

一个行业的健康发展离不开良好的市场环境，北京建设国际出版产业中心必须强化管理，重在提升新闻出版业的竞争力上下功夫，着力推动市场秩序建设，为行业健康协调发展提供良好的外部环境。近年来，我国出版发行界按照中央关于深化文化体制改革的要求，不断进行体制改革和机制创新，出版发行业呈现出繁荣发展的良好势头。全国出版物销售数量稳步上升，出版物的内容质量进一步提高，涌现出一大批实力雄厚、有影响的出版发行企业，为弘扬社会主义先进文化发挥了重要作用。

2003年，党中央、国务院决定对文化体制改革进行试点。在所确定的35个文化体制改革试点单位中，新闻出版单位就有21家，占了近2/3。2005年，新闻出版总署贯彻中央关于全面推进和深化文化体制改革的精神，明确了深化出版发行体制改革的总体思路 and 具体任务。按照重点抓好一批中央部委出版社、一批高校出版社、一批经营性报刊转企改制，继续推动地方出版单位深化改革的要求，各出版单位转企改制正有条不紊地进行。全国新闻出版业全面深化改革，大力推动增长方式的转变，树立和落实科学发展观，推动体制机制转变，推动政府职能转变，坚持优化市场、政策和工作三大环境，加快出版产业发展，坚持先进文化前进方向，构建公共服务体系，不断改进和加强行政管理。出版发行体制改革不断深化，及时提出了精品战略、集约化战略、科技兴业战略、人才战略和“走出去”等五大战略，使出版业摆脱单纯数量扩张、盲目布局、低效运行的低水平重复的发展模式。有关方面加大了宏观调控力度，提出了图书、报业、期刊、音像、电子、软件、互联网出版的重点规划和重点项目，制定了印刷业、复制业、发行业、版权业结构、布局及总量调控的指导意见。加大了结构调整和生产方式创新的力度，推动了增长方式由数量扩张型向质量效益型转变。出版产业发展日益充满活力，始终保持了积极、向上、健康、繁荣的生动局面，新闻出版体制和机制发生了根本变化。到目前为止，除新疆、西藏之外，92.6%的地区已完成政事分开、政企分开、管办分离，实现了政府职能的根本转变。

在出版领域，23个集团已经或正在变成企业集团，100多家图书出版社改制到位，上千家经营性报刊转企改制，40多家报社实现企事分开，面向市场经营。29个省、市、自治区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10万平方米以上的图书物流中心5个，年盈利水平千万元以上的10个；民营及民营控股的出版物总发行单位达到16家，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。一批出版集团发展强劲，发行、印刷等领域的多元投资格局也已初步形成。“走出去”战略的实施强有力地推动了我国新闻出版业和中华文明走向世界，开放了印刷业和出版物分销服务市场，创办外商投资、合资、合作印刷发行企业2400多家，加快了新闻、出版国际合作的步伐，报刊版权合作50多家，图书每年合作600多种，凡是世界市场上流通的好书、畅销书在中国市场上都能看到，这表明中国的新闻出版制度的开放、开明和尊重文化多样性的立场。

在坚持对外开放的同时，出版业又实现了由“引进来”向“走出去”的转变，参与国际竞争、利用国际资源、国际市场加快发展成了行业的共识。近年来，我国每年参与40多个国家或地区的书展、书市，宣传、展示和推介中国出版物，以产品带动文化“走出去”，以市场竞争扩大我国文化的国际影响。法兰克福、巴黎、纽约、莫斯科等一些大型书展上，中国都成为最大的亮点之一。中国的文化魅力，出版物的质量、品种都具有强大的吸引力。展会的规模越来越大，展出的品种越来越多；版权贸易结构逐年改善，年均增长58.6%，2006年进出口比例缩小到5:1；实物出口总量逐年增加，图书出口达730多万册，是进口的两倍；报刊出口达到400多万份，发行到了80多个国家和地区，年均增长62.4%；“走出去”的渠道日渐多元化，国际书展、国际合作、国际交流、境外办社势头很好，国际竞争实力日益增强。

#### 4. 教育和文化消费对出版业大发展构成强大支撑

文化消费是人们用于文化、娱乐产品和服务等相关方面的支出和消费。较高的国民素质是和较高的文化消费能力直接关联的，较低的国民素质通常使得居民较少地把资金用于文化消费，而出版物消费正是文化消费的一个重要组成部分。出版物消费能力是影响出版物消费的重要因素，这种消费能力分为两个层次，基本层次是经济消费能力，可用恩格尔系数来

考察，恩格尔系数的高低直接反映着居民的消费水平，西方发达国家的恩格尔系数通常较低，而我国的恩格尔系数较高。随着经济水平的不断提高，必然会使得恩格尔系数下降，这样居民能够拥有更多的金钱用于基本生活以外的消费，这其中也包括出版物消费。

众所周知，吃是人类生存的第一需要。在收入水平较低时，其在消费支出中必然占有重要地位。随着收入的增加，在食物需求基本满足的情况下，消费的重心才会开始向穿、用等其他方面转移。恩格尔系数所反映的就是食品支出占家庭或个人消费总支出的比例，所以恩格尔系数在国际上常用来衡量一个国家和地区人民生活水平的状况，同时也成为反映一国居民家庭消费结构变化的重要标志。近年来，我国城镇居民的恩格尔系数逐年下降，1980年城市居民消费的恩格尔系数为56.9%，1995年为49.9%，2000年，我国城镇居民恩格尔系数达到39.2%，首次低于40%，2001年我国城镇居民的恩格尔系数为37.9%，2003年，我国城镇居民恩格尔系数更进一步降为37.12%，这说明食品支出占城镇居民的消费总支出的比重正呈下降的趋势。世界主要国家和地区的经济发展历程和居民消费结构演变的历史经验表明，恩格尔系数水平低于40%时是启动以居民住房消费和交通通讯消费为标志的居民消费结构升级的临界点。因此，以恩格尔系数作为重要的参考标准的话，我国新一轮的消费结构升级已经来到。按照联合国粮农组织提出的标准，恩格尔系数在59%以上为贫困，50%~59%为温饱，40%~50%为小康，30%~40%为富裕，低于30%为最富裕。我国居民的恩格尔系数已下降到45%以下，这标志着目前我国居民生活水平已经达到小康。居民用于满足吃穿等基本生活方面的支出明显减少，而用于文化消费方面的支出大幅度上升，这为中国出版产业的壮大构成有力的支撑。近日，中国社科院在京发布《2005年社会蓝皮书》，提醒人们注意教育消费不断攀高现象。近年来，我国城乡居民教育费用持续攀升，大大强化了居民的储蓄意愿，子女教育费用在居民总消费中排在首位，超过养老和住房消费。

从需求方面来说，2006年，我国人均GDP已经达到了2000美元以上，反映城乡居民生活水准的恩格尔系数也降至45%以下。城镇居民人均可支配收入达到6280元，人均消费性支出是4998元，其中被列入统计的，与文化相关的旅游、娱乐和耐用消费品、教育、文化服务、通讯等项消费总计949元，占到可支配收入的19%。按照我国目前大约有4亿城镇人口计算，我国目前城镇居民文化消费需求大约有3796亿元。而农村

居民人均收入达到 2253 元,人均消费支出中通讯和文教娱乐类支出 280 元,总计达到 2520 亿元。这样算下来,我国与文化相关的消费需求应该在 6000 亿元至 6500 亿元之间(6314 亿元)。

#### 5. 图书出版业呈现出良好的发展势头

据专家预测,“十一五”期间,我国新闻出版业增加值预期年均增长 7%。到 2010 年,图书出版预期达到 600 亿印张、70 亿册,种数控制在 25.5 万种,出版重点图书 1370 种;报纸出版预期达到 2030 亿印张、500 亿份;期刊出版预期达到 140 亿印张、30 亿册;音像电子出版物的品种、数量年均增长 5% 以上;大力发展以互联网、通讯网、电视网为基础的电子报纸、电子期刊、网络文学、网络数据库、手机报纸、手机期刊、手机小说等新型数字媒体,开发出版 100 种具有自主知识产权的大型民族网络游戏,明显提高中文内容在国际互联网上的比例和影响力。预期实现国民百万人均年拥有图书 192 种,人均年消费图书 5.3 册,期刊 2.4 册,每千人拥有日报 90 份,报纸普及率每户平均 0.3 份;全国发行网点预期达到 18 万个,具有出版物总发行权的企业达到 100 家以上,具有出版物批发权的企业达到 9000 家;印刷行业工业总产值预期达到 4400 亿元。

国家出版业发展的宏观形势对于北京建设国际出版产业中心是一个有力的支撑。前面所给出的几组数字固然令人欣喜,然而出版界人士却普遍指出,我国是出版大国却很难说是出版强国。联合国公布全世界最畅销书的排行,也就是发行 1000 万册以上的图书,我国从来没有进入(我国特定期限发行的政治性图书除外)。这表明我国出版业看来数量规模很大,但出版市场还是一个弱势出版市场,这意味着我国出版产业还存在着巨大的发展空间。

### (三) 北京出版产业现状

出版业是文化产业的主体部分,它的改革和发展一直受到党和政府的关注。北京作为全国的政治中心、文化中心、信息中心、教育中心和科技中心,具有悠久的历史文化传统,出版资源积累深厚,发展基础良好。特别是北京作为全国政治中心的地位,更加大了北京在出版资源上的综合优势。

#### 1. 北京文化创意产业发展迅速

改革开放以来,北京外向型经济蓬勃发展,在许多领域,北京经济已与国际经济接轨,而出版业作为总体经济的有机组成部分,在对外开放方

面，虽然起步较早，但发展不快，至今仍是“弱项”，与北京国际性大都市的地位极不相符。因此必须加大出版业对外开放的力度，充分利用国内外两种出版资源，开发海内外两个市场，扩大出版业的发展空间。近年来，北京文化创意产业持续保持良好的发展势头，产值已达到 960 多亿元人民币，约占北京市 GDP 的 10% 以上。据测算，到 2010 年北京文化创意产业实现增加值将达 1000 亿元人民币，从而成为首都经济的重要支柱产业。由北京市委宣传部主持制定的《2004~2008 年北京市文化产业发展规划》明确提出，北京市文化产业发展的思路是：以体制改革和落实政策为突破口，实施品牌战略，打造一批文化精品，把北京建成全国的文艺演出中心、出版发行和版权贸易中心、影视节目制作和交易中心、动漫和互联网游戏研发制作中心、文化会展中心和古玩艺术品交易中心，实现文化产业的跨越式发展。2006 年，北京创意产业从业人员达 89.5 万人，资产总计 6161 亿元，占全市 GDP 的 10.3%，比 2005 年增长了 15.9%。北京文化创意产业的集聚效应日益明显。

目前，北京的图书出版业已经占到了全国市场份额的 40%，成为北京文化创意产业的核心产业，取得了良好的社会效益和经济效益。“十五”期间，北京地区共出版图书 426770 种，其中新出图书达 253133 种。2001 年北京地区年出版图书 63928 种，其中新书 39356 种，到 2005 年北京地区年出版图书达 105633 种，增长 65%，新出图书 58987 种，增长 50%。北京地区年图书出版总数与新书出版都保持着比较平稳的上升势头。据统计资料，2006 年，北京地区出版（含版权贸易）和发行业总资产约 740.12 亿元，同比增长 6.41%，全行业销售收入达到 426.22 亿元，同比增加 6.60%。2007 年北京新闻出版业利润总额为 23.17 亿元，占全市文化创意产业利润总额的 10.63%。2006 年北京市人大和政协会议提出，文化创意产业已成为北京市新的经济增长点，北京将重点发展包括出版发行和版权贸易产业在内的六大文化创意产业。

## 2. 北京出版产业发展的优势

无论从历史的角度看，还是从发展的现状看，北京建设国际出版产业中心都具有显著的优势。

(1) 从历史线索来看，北京具有丰富的历史文化资源。从历史文化资源来看，能够成为出版产业中心，需要有较长时期的历史文化资源，一方面这些文化资源能够成为出版资源的内容，另一方面是这些历史文化资源能够对国民产生积极的出版物消费方面的影响，营造出出版物消费的良好

氛围。作为首都的北京无疑在中国具备无可替代的政治地位。从文化线索来看,北京作为城市有 800 多年的历史,并且作为中国封建王朝首都也超过 600 年。北京是著名古都、世界历史文化名城,长期的历史文化积淀为北京提供了丰富的出版资源和特殊的产业发展禀赋,同时北京已经是中国的出版中心之一,因此,把北京建成国际出版产业中心具有良好的历史文化基础。

(2) 从出版资源的密集分布来看,北京具有显著的区位优势。北京出版产业集中度要明显高于全国水平,资产结构相对密集。北京作为全国政治、文化、教育和科技中心,在出版、教育、金融、信息技术等方面实力雄厚,作为全国的新闻出版中心,北京汇聚了丰富的出版资源,且名牌出版单位多。据统计资料,北京地区共有出版单位 3507 家、印刷复制单位 2025 家、发行单位 7808 家、与出版有关的文化公司 7000 家、从事有关网络出版的单位 2500 家、外埠新闻出版单位驻京机构 500 多家。北京地区新闻出版(版权)从业人员已达到 36 万人,其中新闻采编人员 11.7 万多人,出版编辑人员 6.2 万多人、印刷复制人员 10.2 万人、出版物发行人员 8.4 万人。2005 年北京地区出版发行业 and 版权服务业增加值为 110.4 亿元,占北京地区文化产业增加值的 30%,占全北京地区国内生产总值(GDP)的 1.6%,比 2004 年增加了 5.5%;版权登记也呈现大幅度上升趋势,其中作品登记 161184 件,软件登记 23961 件,图书版权引进 35007 种。2001~2004 年,北京地区出版产业增长速度为:资产总额年均增长率达到 13% 以上,销售收入增长率约在 15% 左右,利润增长率也高达 10% 以上。北京聚集了“国”字头的全部出版集团(机构),这些出版集团(机构)不仅在规模实力上在我国出版界位居前列,代表了我国出版业的最高水平,同时在体制革新上,也处在前沿。如人民文学出版社、中华书局、三联书店、外语教学与研究出版社、商务印书馆、高等教育出版社、清华大学出版社等,这些出版社享誉中外、历史悠久,作为我国出版界具有旗舰性质的出版企业,基本上代表了我国出版业的发展方向,具有风向标的意义,而这也是北京成为国际出版产业中心的重要基础。

北京出版技术实力强,科技领先,选题策划、市场开拓等方面的人才密集,拥有众多的高新技术企业,科研成果数量多,教育资源丰富,有 80 多所高等院校和众多的科研院所,教师、科研人员、学生数量庞大,这些群体不仅对出版物有旺盛的需求,而且为出版产业的大发展提供了充足的后备人才。

北京出版业发展迅速，已形成门类齐全、比较完整的出版格局和产业体系，出版业和版权服务业的社会贡献率及在文化产业中的比重不断提高。目前在全国 573 家出版社中，有 237 家在北京，占全国出版社总量的 41.2%；报刊出版单位发展到 3062 家，约占全国的 1/3；音像、电子出版单位 225 家，占全国的 45%；网络出版单位 43 家，占全国的 26%，生产的电影和电视剧数量分别占到全国的 55%。北京已经形成了以《人民日报》、《光明日报》、《经济日报》、《工人日报》、《农民日报》、《法制日报》等中央大报和以《北京日报》、《北京晚报》、《北京青年报》为核心的首都报业品牌群，以《时尚》、《瑞丽》、《十月》等为核心的首都期刊品牌群，以外语教学与研究出版社、高等教育出版社、北京出版社出版集团等为核心的首都名牌图书出版社以及一批代表高新出版技术水平的音像电子和数字网络出版群体。北京出版资源的高度聚集，已经形成了比较完整的出版产业集群。

此外，北京地区还拥有多个在国内、国际上具有重大影响力的出版社。比如国际出版商协会（International Publishers Association）推出的“中文出版社世界影响力排名三十强”中，北京地区的出版社就占了 21 家。在年销售码洋方面，据《中国图书商报》的调查，2005 年全国销售码洋排在前 22 位的出版社当中，北京占有 14 个，占总数的 63.64%。

（3）从发展前景看，北京出版产业发展的空间是巨大的。从北京未来的城市规划来看，作为全国的政治中心和文化中心，居民的消费能力必将提高，文化素质也将提高。据北京市新闻出版局起草的首都新闻出版业“十一五”发展规划中的设想，北京新闻出版行业 2010 年增加值将超过 300 亿元，比“十一五”初期增长 50%，年平均增长率为 9%，占全市当年文化产业增加值的 60%，实现利税 150 亿元，将成为北京市国民经济的支柱产业。出版发行业空间布局不断优化，经济贡献稳步提升。“十五”期间，北京地区总发行单位数量持续增长，截至 2005 年 4 月 30 日，北京地区共有总发行单位 174 家，国有单位仍占绝对优势，民营总发行单位还只是刚刚起步。在零售领域，北京地区依然呈现以新华书店为主体并与其他形式共同发展的格局。连锁企业的迅猛增长，也是近年来北京地区出版业的一个重要特征。目前北京地区共有连锁经营总部 31 家，连锁门店已发展到 800 多个，其中全国性连锁经营总部 9 家，北京市连锁经营总部 23 家。作为一种现代物流形式，网上书店在北京也获得了读者的青睐，截至 2005 年 4 月 30 日，北京地区共有网上书店 44 家。与全国相比，北京图书

发行业发展态势良好。

(4) 从体制改革等因素的保证方面看,北京出版业集团化经营发展迅速,出版业资产规模逐步扩大。自2002年3月起,中国出版集团、中国科学出版集团、北京出版集团相继在京成立。2004年4月5日,国务院下文批准中国出版集团转制为中国出版集团公司,科学出版集团、人民邮电出版社等多个出版、发行集团均实现了由事业体制向企业体制的转变。以中国出版集团公司为例,该集团无疑称得上是一个“巨无霸”级的超大型出版机构。中国出版集团公司由人民出版社、人民文学出版社、商务印书馆、中华书局、中国大百科全书出版社、中国美术出版总社、人民音乐出版社、三联书店、中国对外翻译出版公司和新华书店总店、中国出版对外贸易总公司、中国图书进出口(集团)总公司等12家大型企事业单位组成,内部资产与收入结构趋于合理,产业集中度正在提高。“十五”期间,北京地区的出版社规模不断扩大,较大规模的出版社逐渐占有重要位置,其中资产规模上亿元的出版社达到49家,占在京出版社的20.76%,其销售收入占到在京出版社总销售收入的64.55%。

(5) 从社会的消费环境看,北京城市居民的生活水平明显提高。改革开放以来,北京已连续第八个年头保持两位数的增长速度,2006年北京实现地区生产总值7720.3亿元,人均达到4.95万元人民币(折合6210美元),突破了6000美元大关,达到了世界中上等国家的中间水平。来自市统计局、国家统计局北京调查总队的数据显示,2006年,北京城市居民的恩格尔系数(食品支出金额与总支出金额的比值)降至31.8%,比2000年降低4.5个百分点,比1978年的58.7%降低了近27个百分点,平均每年降低一个百分点。北京市城市居民消费支出的结构已经出现明显变化。31.8%的恩格尔系数与北京目前的经济发展水平是相称的。业内专家分析,目前一些发达国家的恩格尔系数在20%左右,北京与此还有一定的差距。当然,恩格尔系数也会受一些因素的影响,比如粮油涨价、在外用餐时服务性收费增加等都会导致该系数放大。而目前存在的医疗、教育、购房支出居高不下的情况也可能对食品支出起到一定的抑制作用。北京市居民的生活水平,已经从改革开放初期的“温饱型”,上升到目前的“富裕型”。

(6) 从科技信息资源的流动来看,北京科技资源雄厚且分布集中。科技资源也是出版中心的重要支持因素,现代社会能够进入信息社会,科技推动信息的发展,并且科技信息还存在着从高科技地区向低科技地区流动