

中国出版产业论

曾庆宾摇著

中南大学出版社

目摇录

第一章摇出版和出版物	(员)
摇出版的起源	(员)
摇出版的涵义	(圆)
摇出版物	(缘)
摇摇出版物的演变	(缘)
摇摇出版物的特征	(苑)
第二章摇出版业与出版产业	(怨)
摇出版业的概念和内容	(怨)
摇传统出版业与现代出版业	(员)
摇摇传统出版业	(圆)
摇摇现代出版业	(圆)
摇摇传统出版业与现代出版业的区别	(猿)
摇出版产业	(猿)
摇摇出版产业的概念	(猿)
摇摇出版产业的产业属性	(肆)
摇现代出版产业的特征	(肆)
摇摇以市场经济体制为基础	(肆)
摇摇高度的社会化生产和专业化分工	(伍)
摇摇生产过程和手段的现代化	(伍)
摇摇资本运作特征明显	(伍)
摇摇国际间的密切合作与激烈竞争并存	(伍)
第三章摇西方出版业概况	(圆)
摇西方主要国家出版业的演变	(圆)
摇摇美国出版业的演变	(圆)
摇摇英国出版业的演变	(圆)
摇摇日本出版业的演变	(圆)

摇摇猿源	德国出版业的演变	(猿)
猿	西方主要国家出版业的现状	(猿)
摇摇猿	美国出版业现状	(猿)
摇摇猿	英国出版业现状	(猿)
摇摇猿	日本出版业现状	(猿)
摇摇猿	德国出版业现状	(猿)
猿	西方主要国家出版产业的特征	(猿)
摇摇猿	市场化程度高	(猿)
摇摇猿	组织结构优化	(猿)
摇摇猿	行业集中度高	(猿)
猿	西方出版业的发展势态	(猿)
摇摇猿	出版物丰富多彩,精品迭出,各国很注重交流	(猿)
摇摇猿	世界主要图书市场为少数发达国家所控制	(猿)
摇摇猿	图书出版的竞争及销售市场的争夺很激烈	(猿)
摇摇猿	垄断世界图书市场的一些大国,其版权收入巨大	(猿)
摇摇猿	现代科技发展迅速,电子出版物勃兴	(猿)

第四章 中国港、澳、台地区出版产业 (猿)

源	香港出版业	(猿)
摇摇源	香港出版业的历史	(猿)
摇摇源	香港出版业的现状	(猿)
摇摇源	香港出版业的特点	(猿)
源	台湾出版业	(猿)
源	澳门出版业	(猿)

第五章 中国出版业的发展史 (猿)

缘	中国出版的起源	(猿)
缘	手工抄写出版时期	(缘)
缘	手工印刷出版时期	(缘)
缘	机械印刷出版时期	(缘)
缘	新中国出版史(略)	(缘)
摇摇缘	起步发展阶段(员年 员月~员年)	(缘)
摇摇缘	受破坏摧残阶段(员~员)	(缘)
摇摇缘	恢复繁荣阶段(员年至今)	(缘)

第六章 中国出版业的现状分析	(远)
中国出版业实力增强，内部竞争初步形成	(远)
中国出版物质量提高，精品迭出，买方市场形成	(远)
中国科技应用水平提高，载体形式发生变化	(远)
中国出版管理体制逐步建立与完善	(远)
中国出版的法制建设加强，行政管理水平提高	(远)
中国出版队伍稳步发展，出版业的凝聚力增强	(远)
中国出版对外交流不断扩大	(远)
中国产权结构有所变化	(远)
第七章 中西出版业的比较	(苑)
中国出版规模不同	(苑)
中国出版业现代化程度不同	(苑)
中国出版资源整合化程度不同	(苑)
中国文化、文字上有巨大差异	(苑)
中国出版业赖以生存的市场基础不同	(苑)
中国出版业体制背景不一样	(苑)
中国出版业资金实力差距很大	(苑)
中国出版物的出口能力不同	(苑)
中国出版业市场化程度不同	(苑)
第八章 中国出版业发展中存在的问题	(愿)
中国出版业自身存在的问题	(愿)
中国出版规模偏小	(愿)
中国企业产权结构不合理	(愿)
中国行业结构不均衡	(愿)
中国产品结构不合理	(愿)
中国企业组织结构不完善，管理不科学	(愿)
中国产业布局结构过于均衡	(愿)
中国人员素质总体偏低	(愿)
中国技术创新能力低，出版手段落后	(愿)
中国出版市场体系不完善	(愿)
中国宏观管理体制不完善，存在“双重管理”问题	(愿)

摇摇摇摇外部生存环境问题	(员圆)
摇摇摇摇产业上游所处环境堪忧	(员圆)
摇摇摇摇产业下游所处环境恶化	(员圆)
摇摇摇摇产业融资不规范	(员圆)
摇摇摇摇税收优惠政策不完善	(员圆)
第九章 宰裁与中国出版业	(员圆)
摇摇宰裁的相关条款与我方承诺	(员圆)
摇摇摇摇宰裁的基本情况和准则	(员圆)
摇摇摇摇宰裁中与出版业有关的规章条例	(员圆)
摇摇摇摇宰裁协议中我国对外承诺的出版领域开放要点	(员圆)
摇摇加入 宰裁给中国出版业带来的挑战	(员圆)
摇摇摇摇我国现行的对出版业的保护措施	(员圆)
摇摇摇摇加入 宰裁对中国出版业的挑战	(员圆)
摇摇加入 宰裁给中国出版业带来的机遇	(员圆)
第十章 需要澄清的三个概念	(员圆)
摇摇出版物是否是商品	(员圆)
摇摇摇摇理论综述	(员圆)
摇摇摇摇结论	(员圆)
摇摇出版社是否是企业	(员圆)
摇摇摇摇理论综述	(员圆)
摇摇摇摇结论	(员圆)
摇摇出版业是否是产业	(员圆)
摇摇摇摇理论综述	(员圆)
摇摇摇摇结论	(员圆)
第十一章 中国出版产业发展战略	(员圆)
摇摇产业发展	(员圆)
摇摇摇摇产业发展的涵义	(员圆)
摇摇摇摇产业发展的模式	(员圆)
摇摇中国出版产业的发展战略目标	(员圆)
摇摇摇摇发展战略目标的涵义	(员圆)
摇摇摇摇制定发展战略目标的条件	(员圆)

摇摇员圆缘员中国出版产业制订发展战略的现实基础	(员圆缘)
摇摇员圆缘圆中国出版产业的发展战略目标	(员圆缘)
员圆缘猿中国出版产业的发展战略	(员圆缘)
摇摇员圆缘源以规模经济为目标的多元化战略	(员圆缘)
摇摇员圆缘缘以争夺世界出版产业市场为目标的全球化战略	(员圆苑)
摇摇员圆缘远以实现出版资源优化配置为目标的非均衡发展战略	(员圆苑)
摇摇员圆缘愿以出精品、创名牌为目标的品牌战略	(员圆缘)

第十二章 中国出版产业结构调整

员圆苑员中国出版产业结构调整的理论依据	(员圆苑)
员圆苑圆中国出版产业结构	(员圆苑)
摇摇员圆苑猿中国出版产业结构现状	(员圆苑)
摇摇员圆苑源调整中国出版产业结构的选择	(员圆苑)
员圆苑缘中国出版企业组织结构	(员圆源)
摇摇员圆苑远中国出版企业组织结构变迁的轨迹	(员圆源)
摇摇员圆苑愿优化中国出版企业组织结构的探索	(员圆缘)
员圆苑怨中国出版产业的产品结构	(员圆远)
摇摇员圆苑园中国出版产业的产品结构问题	(员圆远)
摇摇员圆苑员优化我国出版企业产品结构的策略	(员圆苑)
员圆苑圆中国出版产业布局结构	(员圆愿)
摇摇员圆苑猿中国出版产业布局的结构特点	(员圆愿)
摇摇员圆苑源调整我国出版产业布局的策略选择	(员圆愿)

第十三章 中国出版产业的产业制度创新

员圆愿员产权制度的创新	(员圆愿)
摇摇员圆愿圆产权的定义与出版业产权的界定	(员圆愿)
摇摇员圆愿猿中国出版业产权的现状	(员圆愿)
摇摇员圆愿源出版业产权改革方向：产权结构多元化	(员圆愿)
摇摇员圆愿缘国有出版企业产权改革的措施	(员圆源)
员圆愿远经营制度的创新	(员圆远)
摇摇员圆愿苑公司法人治理结构内涵	(员圆远)
摇摇员圆愿愿中国出版企业法人治理结构的现状与问题	(员圆苑)
摇摇员圆愿怨中国出版企业法人治理结构创新的构思	(员圆怨)
员圆怨园管理制度创新	(员圆怨)
摇摇员圆怨员企业家的内涵	(员圆怨)

摇摇员建德瑶企业家的激励与约束模型	(员缘)
摇摇员建德瑶通过报酬机制对中国出版企业经营者进行激励和约束	(员缘)
摇摇员建德瑶通过声誉(砸瓷砸瓷)机制对中国出版企业经营者进行激励和约束	(员缘)
摇摇员建德瑶通过竞争机制对中国出版企业经营者进行激励和约束	(员缘)
摇摇员建德瑶通过对企业家控制权的动态调整实现对中国出版企业经营者的激励和约束	(员缘)
第十四章 摇摇中国出版产业的核心竞争力	(员缘)
员缘员瑶人力资源因素	(员缘)
摇摇员缘员瑶我国出版产业人力资源状况	(员缘)
摇摇员缘员瑶优化我国出版产业人力资源的策略选择	(员缘)
员缘员瑶科学技术因素	(员缘)
摇摇员缘员瑶科学技术创新的内容与模式	(员缘)
摇摇员缘员瑶科学技术创新能力及其影响因素	(员缘)
摇摇员缘员瑶中国出版产业科学技术的创新思路	(员缘)
员缘员瑶企业文化因素	(员缘)
摇摇员缘员瑶企业文化的内涵	(员缘)
摇摇员缘员瑶构建企业文化的重要性	(员缘)
摇摇员缘员瑶出版企业文化构建的思路	(员缘)
第十五章 摇摇中国出版产业的产业政策	(员缘)
员缘员瑶产业融资政策	(员缘)
摇摇员缘员瑶融资方式的选择	(员缘)
摇摇员缘员瑶我国出版产业融资政策的策略选择	(员缘)
员缘员瑶产业税收政策	(员缘)
摇摇员缘员瑶特殊税收政策的现实选择	(员缘)
摇摇员缘员瑶我国出版产业可操作的税收政策	(员缘)
员缘员瑶产业保护政策	(员缘)
摇摇员缘员瑶国际上通行的做法	(员缘)
摇摇员缘员瑶我国出版产业保护政策的策略选择	(员缘)
主要参考文献	(员缘)
后摇摇记	(员缘)

第一章 出版和出版物

出版起源

出版（~~孕~~）是人类文明的一种高级形式，人类文明达到一定阶段后，人们才发明了出版这种文明形式，它既是人类文明的必然结果，也是保全和传承文明的重要载体；出版是一种传播，出版的功能是通过传播实现的，如果没有传播功能，出版就没有存在的必要；出版既是为传播而存在的，也是为阅读而存在的，阅读是出版之所以产生的前提之一，只有不断地拓展人的阅读空间，才能持久地扩大出版空间及相应的市场空间。作为人类社会生活中传播思想、普及知识、积累文化的活动，出版对于人类文明的意义无疑是重大的，正是随着出版的不不断演变，文明才得以启蒙、积淀与发展。同样地，出版作为人类文明史上的一个重要符号，在历史的不同阶段，改变着自己的角色和位置。

版，是中国古代用以书写的木片的称谓。出版的概念内涵是随着印刷技术和社会历史的发展而发展演变的，我国古代出版与印刷活动密切相关，唐五代称为梓行、模勒、雕刻、雕印、雕版、刻印板、镂板；宋元时期称为镂板、刻版、雕印、印刷、开板、摹刻、印行、入梓、版行、刷印等；明清至近代以前称为印版、梓行、版行等。这些概念所反映的内容主要是印刷，或者是印刷和发行的内容，没有反映编辑工作。

中国最早使用“出版”一词是在 ~~元~~ 世纪末。在印刷术尚未问世的时代，无论东方或西方，书籍均以手抄复制的方法供少数读者阅读，这是出版的原始形态，还不能算是正式的出版。我国古代的金文、石刻只是极其原始的出版行为，隋唐时靠人工抄写流传的手抄本，也还不是正式的出版活动，唐明宗长兴三年（~~元~~）“敕令国子监博士儒徒”将儒家经典西京石经本第一次雕版印行，是记载最早的出版活动。至宋代毕昇发明了活字印刷术，延续了 ~~元~~ 年，宋代以后，出版活动日趋发达，出现了接受委托、从事刻印或出售书籍的书商。直到近代，从西方传入铅字排版、机械印刷技术之后，才正式形成“出版”这个概念。中国出版发展史上占有举足轻重的地位的

商务印书馆（悦毛集器器器器器），起初也是纯粹的印刷企业。其主要创始人夏瑞芳言：我国向无印刷事业，君乃亲赴日本考察，有所得，归而仿行之。另四位股东的背景——鲍咸恩、鲍咸昌、鲍咸亨和高凤池均是印刷工人。从1907年正式开办之初，商务印书馆的主要业务是承印小件印刷品和洋行的商业簿册报表等。1915年，张元济入主编译所，商务印书馆才完成从印刷商向出版商转化的过程。

“出版”一词，法语为 ~~先遣器器器器器~~ 英语为 ~~先遣器器器器器~~，这些词来源于古拉丁语 ~~先遣器器器器器~~ 本义为“公诸于众”，即把一种书、作品公之于众，使之问世。在英语和欧洲多数语种中，“出版”一词也都与“印刷”有关。在国外，起初的从业者无一例外地是以印刷商或书商的角色出现的，从这个意义上说，早期出版史可以说就是印刷商史或书商史。直到19世纪末，印刷商在英文中还常被称作“~~先遣器器器器器~~”，因为它们除承印报纸图书外，还揽接诸如证书、请柬、招贴、账本、表册等印刷杂活。

因此我们现在国内仍有一些学者对出版做如下定义：（夙）凡将文字、图画或其他符号印刷到纸上，或把它们印成图书报刊的工作，都称为出版（赵晓恩：《出版词典》）。（圆）狭义的出版专指把著作物编印成为图书报刊的工作（《辞海》）。（獭）把书刊、图画等编印出来，把唱片、音像磁带等制作出来（《现代汉语词典》）。这些观点认为出版活动主要是出版物的印刷工作，这是在我国出版界长期占主流地位的传统观点。

显然，早期的印刷商由于各种因素的影响，还缺乏主动开发图书来获取更大利益的意识。把出版概念等同于“印刷”的认识，忽略了出版活动其他重要的环节。例如把发行活动排斥于出版之外，就是缺少对出版内涵最关键部分——出版目的的认识。

夙圆 出版的涵义

国内外学者关于“出版”有不同的理解，因此也有各自的定义。

联合国教科文组织1952年讨论通过，1954年修订出版的《世界版权公约》第2条给出版所下的定义是：可供阅读或者通过视觉可以感知的作品，以有形的形式加以复制，并把复制品向公众传播的行为。

美国1968年的《不列颠百科全书》中对出版（~~先遣器器器器器~~）的解释是：对书籍、报纸、杂志、小册子等印刷品的选稿、编辑和发行。在“世界出版史”条目中说：出版涉及印刷品的选择、编辑和销售活动，它从小规模

的原始阶段发展成为一个大规模的综合行业，负责推销从最高级到最普通的各种文化资料。

1952年《世界图书百科全书》的解释是：出版就是把富有想像力的人们创作的经过编辑、选择、加工的并由印刷厂印刷的文字、图片公之于众。

1954年《新知识之书》认为：将印刷文字以图书、杂志和报纸的形式供给公众的生意。

英国 1959年的《牛津英语大词典》认为：出版是指发行或向公众提供用抄写、印刷或其他方法复印的书籍、地图、版画、照片、歌篇或其他作品。

日本学者认为：采用印刷术及其他机械的化学的方法，对文稿、图画、照片等著作品进行复制，将其整理成各种出版物的形态，向大众颁布的一系列行为，统称为出版。^①

《实用出版词典》认为：出版即出版机构有目的地接受来自社会上的各种有价值的信息，经审定和加工整理以后，通过出版生产手段使其附以不同形式的物质载体，再经流通渠道（即发行）传播于社会。

《编辑实用百科全书》认为：出版即社会上各种作品，包括文稿、图片、信息、音响、录像制品等等原件，汇集到出版机构以后，经过审定、选择、编辑和加工，使用一定的物质载体，复制成各种形式的出版物，通过流通渠道传播到全社会。^②

《辞海》认为现代出版概念包括三方面的内容：（猿）印刷图书，复制录音、录像盘带，利用微缩技术将书籍、报刊、文章等，复制成微缩胶片，以及利用电子技术制作计算机可读磁带、软磁盘、只读光盘等。（圆）泛指出版事业中编辑、印刷、发行三方面的工作。（猿）专指出版社内部负责管理书稿印刷、生产方面的工作。

《中国大百科全书·新闻出版》认为：出版是通过一定的物质载体，将著作制成各种形式的出版物，以传播科学文化、信息和进行思想交流的一种社会活动。出版通常是指图书报刊的编辑、印刷和发行；广义的出版不仅是指图书报刊，还指录音、录像以及其他文字语言和图像的媒介载体的编辑、印刷、制作和传播。

《新闻出版工作基础知识》把出版看成是人们交流思想、传播知识、积累文化的重要手段，是思想文化工作的一个组成部分。认为出版是指出版社

^{①②} 中国出版科学研究所：《编辑实用百科全书》，北京：中国书籍出版社，1989年版。

构根据一定的方针和计划，选择、整理人类的思维成果和资料，通过出版生产赋予它们一定的物质形态，然后向社会传播。出版的对象一般是编撰者的著作物，也包括用语言、符号、音响、图像等记载的其他精神产品。

1990年颁布的《中华人民共和国著作权法实施条例》指出：出版是将作品编辑加工后，经过复制向公众发行。

综观上述关于出版的定义，可以看出，出版的基本内涵应包括以下三方面内容：（员）出版是对已有的作品进行选择、编辑等并使之形成为出版物的过程。（圆）原始作品需经过大量的复制，并通过有形的载体形式，成为出版物。（猿）要通过一定的方式使公众获得这些出版物。对于出版这三方面内容，各家观点的注重点不同，其中《辞海》和《中国大百科全书·新闻出版》的定义是比较全面的。

我们认为出版活动的内涵应包括以下几个基本内容：

第一，出版是对已有的作品进行深层次开发的社会活动。

出版不是对原始信息的开发，而是对已有的现成作品的开发，原始信息主要由作者完成。出版过程虽不是知识信息的主要形成过程，但却是一个对知识信息体系进行选择的过程。使其成为适合于读者消费的出版物的过程。一本书或一种其他的出版物的出版都需要经过一定的策划和设计。这是好的出版物得以产生的主体工作，也是我国出版业非常重视编辑工作的原因。

第二，出版是对加工好的已有作品进行大量复制使其成为供大众消费的出版物的过程。这个过程即一般所说的“印刷”过程。只有通过大量复制，作品中所含的知识信息才能被众多的读者所接受，

第三，出版是把出版物广泛向读者传播，“公诸于众”的过程。通过一定的方式使公众获得这些出版物，是出版活动不可或缺的重要组成部分。是出版活动的内在动机和根本目的。英语 *publish* 和法语 *publier* 均源自拉丁语 *puber*，而 *puber* 的本义即是“公诸于众”。

用图 员原表示如下：

由上图看来，出版工作的努力体现在过程中，过程也就是流程，出版的流程包括编辑、印刷、销售（发行）、管理等等多个阶段或环节。出版的上源是作者、是智力，出版的下源是读者、是市场。通过出版，把智力与市场连接起来了，出版本身又分为编、印、发、供等环节。其中，出版物是出版过程的结晶体，是这个过程的最终物质形态。

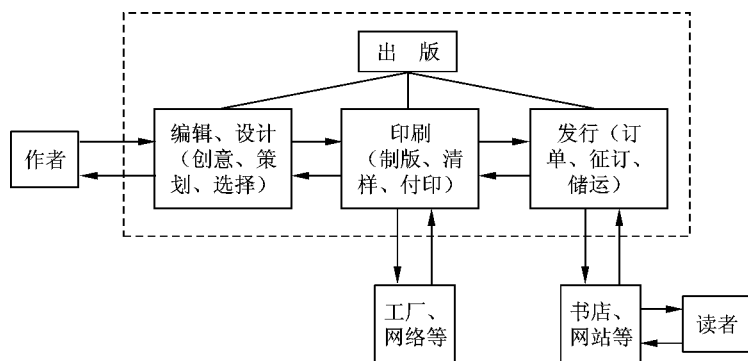


图 1-1-1 出版流程图

出版物的演变 (Evolution of Publishing)

出版物的演变

出版物一般是指用传统的印刷手段或其他非印刷手段生产制造的记录人类知识、传递信息的载体，是精神创作与物质生产的统一体。

出版物作为出版活动的直接产物，其概念也随着“出版”的概念发生着历史的演变。

中国古代没有出版物这个概念，只有书、图书、图策、典册、典籍、简策、帛书等概念，中国古代形成的图书概念与以后出现的出版物的概念有区别。最早的图书，如中国殷商时代的龟册、埃及的纸莎草书籍及东西方的手抄书，只是出版物的萌芽形态，并不是严格意义上的出版物。出版物的出现和发展与印刷术的发明和使用有密不可分的关系。中国唐代雕版印刷术的发明，特别是宋代毕昇发明了活字印刷术，解决了一个原版复制多份的问题，出版物才算正式出现，并得到了巨大的发展。

早期的出版物是专指那些以文字图画为符号，以纸张为载体的图书。1713年，清朝的《大清印刷物件专律》出现了印刷物件和记载物件的概念，未使用出版物概念。“所谓记载物件者，或定期出版或不定期出版，即新闻丛录等，依本律各自谓之记载物件。”1909年，北洋政府公布《出版法》使用了出版物的概念，但未直接对出版物作解释。一些重要的出版专业工具书

和研究著作对出版物作了如下定义：

在《中国大百科全书·新闻出版》中，王益给“出版物”词条下的定义是：出版物是出版工作的成果和产品，是积累文化的重要工具，又是传播思想、知识、信息的重要媒介。其狭义的概念只包括图书和杂志。其广义的概念包括有报纸、杂志和图书。人们还把缩微制品、视听材料、电子出版物称为出版物，又合称音像读物。戴文葆在“编辑学”词条中说：出版物指通过编辑工作的创造性劳动将各类作为精神产品的著作转化为可供读（听、视）者消费利用的具有一定物质形态的产物，主要包括图书报刊出版物和音响出版物两大类。

在《出版词典》中，边春光说，出版物是指用传统的印刷手段或其他非印刷手段生产制造的记录人类知识、传递信息的载体，是精神创作和物质生产的统一体。根据载体不同，可分为印刷型出版物和非印刷型出版物。

在《简明编辑出版词典》中，王业康说，出版物是人们为了社会需要，有意识地把文字、形象、符号、声音通过一定的物质形式表现出来，便于传播的作品。

随着出版技术的发展，出版物的载体材料及信息知识的记录方式等发生了很大的变化。这种变化包括有：

第一，记录信息知识的方式发生了变化。除印刷外还有光录、磁录。

第二，记录的载体发生了变化。除印刷用纸外，还有感光材料、磁录材料。

第三，知识信息的表达形式发生了变化。除文字、图表外，还有声音、活动图像、数码等。

第四，传递信息、知识的工具和手段发生了变化。除了传统的印刷品外，还有广播电视、远程通讯、网络技术、电子计算机、通讯卫星等。

第五，接受与利用知识信息的方式也发生了变化。除了通过阅读文字接受信息外，还通过视听设备、阅读还原设备以及多媒体计算机来接受与利用知识信息。

这些因素使得现代出版物的概念外延显得十分宽泛。包括了图书、期刊等印刷出版物，还包括其他用可见、可触及、可听到的符号或信号系统（如图画、乐谱、音频、视频等）制作的非印刷出版物。

广义的出版物，根据联合国教科文组织的规定，包括定期出版物和不定期出版物两大类。定期出版物又分为报纸和期刊。不定期出版物主要指图书，图书又可作为书籍、课本、图片三者的总称。传统的出版物，包括报

纸、杂志和图书，都是印刷品。自 19 世纪末留声机发明后，由于唱片的功用、生产方法与图书相接近或类似，都是将精神产品转化为物质形态，制成原版，并加以复制便于在一定范围传播，因而将唱片的生产，也称为出版。唱片便也成为出版物的一种。20 世纪初期和中叶，缩微成像技术、录音技术和录像技术相继被发明，又有了电子计算机成为传播各类信息资料的媒介，人们把经过不同技术手段复制，具有一定传播功用，成为精神产品载体的缩微胶片、录音带、录像带、软盘的生产也称为出版，于是这一类产品也被视为出版物，又合称音像读物，或分别称为缩微制品、视听材料、电子出版物。随着现代技术的进步，出版物的物质形态和它所负载的内容相应将有许多新的发展。^①

出版物又可分为传统印刷型与非印刷型。前者主要指图书、期刊及其他连续出版物、特种文献等；后者主要指脱离了文字形式，以声频、视频等作表达方式，以磁性材料或感光材料为载体制成的出版物，又可分为声像型、电子型、缩微型等；此外，还有印刷型与缩微型、印刷型与声像型合而为一的出版物。

随着科学技术的不断进步，出版物的生产制作方式与载体材料也不断更新，各种新类型的出版物会不断增多。许多出版专家认为，现代出版商、图书馆员将处于纸电双媒体世界，出版业将有四种形式的产品：一是纯电子出版物，这种出版物在因特网上销售或单独销售（如悦读网），其特点是充分利用图像和音乐，创造一个良好的视觉和听觉环境。二是纯书刊型出版物，主要为商业图书和纸质教材。三是多形式出版物，主要指画册、相册、工具书等，电子出版仅仅是为了吸引各种需求的读者。四是混合型出版物，比如书后附有的悦读网收集书中原有程序的源代码，或艺术图书中的图片等。此外，20 年后，还出现了一种可下载的电子图书（电子书），可以按需要印刷的电子版（电子版）新型图书。

出版物的特征

出版物是传播思想、知识、信息的重要媒介，是积累文化的重要工具，其数量的多少、质量的高低直接反映出一个时代、一个地区的政治、经济、文化、教育、科技的发展水平。一般说来，出版物具有以下特征：

^① 中国大百科全书总编辑委员会：《中国大百科全书·新闻出版》，北京·上海：中国大百科全书出版社，1999 年版。

(员) 出版物是精神产品和物质产品的结合体。就出版物负载的内容而言,它是一种精神产品;就其物质载体而言,它又是一种物质产品。

(圆) 出版物的内容是以读者所需要的知识信息为内容,而且这些知识信息都是经过编辑加工提炼的。

(猿) 出版物的表现形式很丰富,包括有文字、图像、符号、声频、视频、代码等,还有这些表现形式的综合方式,如多媒体出版物。

(源) 出版物的物质载体也很丰富,有纸张、胶片、胶卷、磁盘、光盘等等。

(缘) 出版物是以一定的生产制作方式使知识信息附着于物质载体上的,通常的制作方式包括:印刷、拷贝、翻录、复印、计算机制作等。

根据上述特征,我们给出版物作如下定义:

运用一定的物质生产手段,将经过编辑加工的著作、作品稿件制成原版(如木刻版、铅版、胶版等),加以复制,使之在社会上或一定范围内传播,这样生产的产品即出版物。

第二章 出版业与出版产业

出版业的概念和内容

出版业，在国内许多论著中称为出版行业或出版事业，就是生产传播出版物的各个出版单位及其设施和活动的总称。

《出版词典》中称：出版业亦称出版事业，是组织著作物生产或搜集整理已有著作物，使之转化为出版物的社会生产部门。《简明编辑出版词典》认为：出版事业是以编辑、出版、印刷、发行各种图书、报刊、音响等物，传播、积累一切有益于社会发展的科学技术和文化知识，提供精神文化食粮的一项政策性、知识性、专业性的行业。

《中国大百科全书·新闻出版》一书提出：出版事业，有广义和狭义两义，广义是泛指出版企业单位（包括出版、印刷、发行）、出版事业单位（包括出版教育、研究部门）和出版行政管理机关，即包括了出版企业和管理部门。狭义就指出版企业。

《辞海》中出版业称“出版事业”，是组织著作物生产，或搜集整理已有著作物，使之转化为出版物的社会生产部门。出版业包括精神生产和物质生产两重性的内容，它的直接产品（出版物），就其本质意义来说，是生产负载品。

西方国家一般称出版行业为“出版业”、“出版商”等，较少用“出版事业”的说法。日本的《出版事典》中称：“出版业是指把出版作为常规经营的营利企业，非营利的不能称为出版业。”英国《不列颠百科全书》认为：出版是一项涉及印刷品的选择、编辑和销售的活动，是一个综合性的行业，其“出版史”条目把新闻业也纳入出版业范围。

我们认为出版业应该是国民经济中的产业部门，出版业的内涵应包括以下几方面的内容：

（负）出版业是文化产业的重要组成部分。文化是人类在社会历史发展进程中所创造的物质财富和精神财富的总和。文化与经济的有机结合，形成具有不同分工、不同层次的文化产业规模。广义的文化产业是一个集合概

念，凡与文化积累、文化传播相关的经济活动都属文化产业的范畴。出版业以积累和传播人类社会的文化财富为己任，以货币交换方式通过市场实现出版生产目的，与新闻、影视、表演、艺术等专业部门一样，均为文化产业的子部门。当今世界经济增长方式比以往任何时候都更加依赖知识的生产、扩散和利用，整个社会的发展对知识的依赖程度日益加强，出版业在整个国民经济中的地位必然会更加重要。同时，在知识经济时代，所有经济活动都将伴随一个汲取、学习知识的过程，知识性消费将成为人们的自觉追求。出版业与人们的关系也会更加密切。在我国现阶段，出版部门既具有事业部门的性质，是属于国家与省（区、市）出版职能部门主管的、代表国家利益、有行政建制的社会团体，又是企业制独立核算的经营实体。这种特殊性使它的法人代表既有政府官员——公务员的社会人的身份特征；同时又具有文化经纪人的一般属性特征。

（圆）出版业具有信息产业特征。出版业是生产书、刊、音像、电子等出版物的单位，不论是书、刊等以纸为介质的传统出版物，还是音像、电子等新兴出版物，都是各种知识和信息的载体。在信息时代，人们习惯于通过电子手段来工作、学习、生活，包括获取知识和信息。作为具有传播媒介特征的出版业，势必要适应这种先进的传播模式。目前，西方发达国家已经将包括通讯、纸张、广播、电视等 14 种行业划归为信息产业，出版业也列入其中，因为图书是记录科学文化信息的物质载体，出版业作为生产和传播信息产品的专业部门，具有信息产业的一般特征。

（猿）出版业是知识密集型行业。出版业是将初始的知识经过加工，以出售知识产品为目的的经营活动。出版业，包括纸介质出版、电子介质出版以及磁介质出版等。纸介质出版只是出版的品种之一，无论是把知识负载在纸张上，还是负载在电子介质或磁介质上，只要这一知识是向广大受众传播的便都需要进行创作、选择和编辑，以符合受众阅读或欣赏的习惯，以及符合公众所认可的知识的表现形式。而选择和编辑就是出版的最基本职能。按照生产要素的集中程度进行产业分类，出版业具有知识密集型产业的属性，出版部门对劳动者知识结构的要求较高，出版发行人员对知识产品——图书的编辑加工、装帧印制、宣传发行等具体的社会实践，足以证明知识、技术是影响和制约出版业发展的重要因素。在知识和信息的时代，出版业成为了知识的创作和知识的消费之间的桥梁。所以说，出版业是一种知识密集型行业。

（源）出版业资本化特征日益凸显。出版业虽具有较强的文化产业属性，