

## 目 录

## 卷首语

- 出版要以科技进步为动力
- 版权贸易 异常活跃
- 磁盘原稿与编校工作
- 第六届全国年画评奖揭晓
- 对提高编校质量的思考
- 电子出版时代编辑新思路
- 符号小, 学问大
- 格罗斯和《编辑人的世界》
- 湖北省列选“十五”国家重点图书出版规划项目简析
- 加快我国出版业市场化进程的意义与前景
- 介绍新编《出版史料》
- 毛晋刻书功过谈
- 论书装艺术审美客观标准的多重性
- “三个代表”与科技编辑工作创新
- 是“0”不“0”
- 网络版图书要发挥网络的技术功能
- 《学报编辑工程论》出版
- 先进文化的前进方向与先进的出版理念
- 也论出版创新
- 在编辑工作的“接合部”
- 出版集团的财务机制创新
- 编辑批评及其方法
- 图书选题策划中的文化因素
- 第四届全国出版科研优秀论文奖开始征文
- 对我国编辑学理论研究深化的重大贡献
- 国际化背景下汉字的发展
- 编辑学理论纲要(下)
- 胡青坡与中南人民文学艺术出版社
- 加入WTO与我国版权保护
- 科技编辑工作中的常识性错误及其辨识
- 试论期刊刊名的虚与实
- 我国图书买方市场的特征及对策研究
- 网络出版的特点和发展前景
- 编辑工作中的著作权问题
- 新时期编辑活动新的特点和要求

## 加快我国出版业市场化进程的意义与前景

张先立

## 一、加快出版业市场化进程的意义

1. 加快出版业市场化进程, 是建设有中国特色社会主义经济、政治、文化, 建立社会主义市场经济体制的基本要求。党的十五大报告指出, “有中国特色社会主义的文化, 是凝聚和激励 全国 各族人民的重要力量, 是综合国力的主要标志。”中国经济的发展, 离不开文化的支撑, 离 不开文化产业的支撑。同样, 中国经济体制改革的整体推进, 势必带动和加快包括出版业在 内的文化产业市场化的步伐。改革开放以来, 中国的经济体制改革取得了举世瞩目的成就, 综合国力大大增强, 人民生活水平大幅度提高, 国际地位稳步上升。这些重大变化的出现, 都 应归之于我国坚定不移地推进了经济体制改革, 推进了经济的市场化。到目前, 中国的工业 、农业、第三产业等主要产业部门的市场化已经达到相当高的水平, 经济体制改革已进入体 制创新的关键时期。在这样一个大背景下, 作为第三产业重要组成部分的出版业不可能 置身度外。在财税、金融、物价、外贸等经济体制整体推进, 其他行业加快建立现代企业制 度步伐的情况下, 出版业的外部经济环境已发生巨大变化, 不改革会处处受到牵制, 固守计 划经济一套运作方式已难以通行。深化出版体制改革, 加快市场化进程已不是愿意不愿意、 改革不改革的问题, 而是必须做的事情。

2. 加快出版业市场化进程, 是提高出版业整体竞争能力, 迎接经济全球化和加入世界贸易组织 的 客观需要。经济全球化已经成为当今世界经济领域最显著的国际现象, 并推动着文化产业走 向全球化。有关资料表明, 全球最大的50家媒体娱乐公司占据了世界上95%的娱乐市场和 出版市场。时代华纳、迪斯尼、索尼等媒体巨无霸支配着全球文化市场。国际上普遍认为, 中国将是未来文化消费潜力最大的市场。《财富》杂志全球500强中榜上有名的国际出版公 司几乎都把敏锐的触角伸到了中国。随着加入世界贸易组织的临近, 文化市场准入的范围将 会放宽, 国外资本进入将成为现实。按照中美入世双边协议中我国作出的承 诺条款看, 加入世界贸易组织对出版业最为直接的冲击体现在图书、音像制品分销权的开放 上, 更深层的冲击则表现在一旦缺口打开, 具有资金、技术、人才和品牌优势的国外出版 列强将会以先进的管理理念和成熟的市场运作抢占市场, 出版业的市场格局将发生很大 变化, 我国出版业将面临巨大压力。从国内出版竞争环境看, 应该说也存在不同程度的竞争 , 如省际之间的竞争、同类型出版企业之间的竞争、国有出版企业与国内社会资本之间的竞争等, 但这种竞争都是在政府管理下不规则竞争, 不足以培养出具备真正实力, 能与国外出 版巨头抗争的大企业。应对多项竞争的关键还在于按市场经济的要求, 培育多个鲜活的市场 竞争主体。只有加快出版业的市场化进程, 进行战略性结构调整, 尽快对现有出版企业进行 改造, 才能为参与国际出版市场竞争打好基础。

3. 加快出版业市场化进程, 是中国出版产业发展的内在要求, 更是中国出版业进一步发展 的必然趋势。市场化已经成为许多出版经营单位的实际行动。改革开放二十多年来, 中国出版业保持了持续稳定的发展势头。在产业发展过程中, 业内对出版业发展内在规律的认识也 在逐步深化, 从只强调出版意识形态特性到承认出版物的商品属性, 到在保证正确导向的前 提下把出版当做工产业来发展。同属宣传媒体的广电系统市场化改革

- 一扇了解阿拉伯世界的窗口
- 知识经济与高校学报创新
- 传统图书与网络图书阅读差异比较

## ◆ 各期杂志

2000: 第3期 第4期

2001: 第2期 第3期 第4期

2002: 第1期 第2期 第3期 第4期 增刊

2003: 第1期 第2期 第3期 第4期

2004: 第1期 第2期 第3期 第4期 第5期 第6期

2005: 第1期 第2期 第3期 第4期 第5期 第6期

2006: 第1期 第2期 第3期 第4期 第5期 第6期

2007: 第1期 第2期 第3期 第4期 第5期

也给出版业打了一支强心针，“电视湘军”的兴起、“电广传媒”的上市，不仅没有削弱政府对意识形态的控制，而且极大地促进了产业的壮大和发展。事实上，针对近年出版业发展中产业结构不合理、企业素质低下等深层次矛盾和问题，人们已认识到出版业发展的前景和出路在于深化改革，实现体制创新，推进市场化。另外，部分出版社大胆改革，创新思路，在法规允许的范围内参照其他行业企业开始了市场化的运作，如参股其他行业，开展多媒体经营，都取得了较好的效果。

### 二、加快出版业市场化进程的前景

#### 1. 加快出版业市场化进程的可行性

首先，加快出版业市场化进程，实际上并不存在理论上无法克服的障碍。无论是从理论上还是从实践上来说，出版业显然不具备自然垄断性，其产品也不属于公共产品，因而出版业在本质上当属于竞争性行业。即使考虑到我国出版业作为社会主义精神文明建设的重要阵地，必须在意识形态、提高全民素质和倡导文明生活方式等方面对出版物的内容加以管理，也不意味着就此可以排除出版业的竞争性，更不意味着出版社不可能成为一个现代意义上的公司制企业或其他产权形式的企业（如合伙制、国家独资等）。政府对出版单位和出版物内容的审核与管理，与提高出版业市场化程度，以市场机制配置各类出版资源之间，并不存在矛盾。

其次，中国出版业市场化已经具备了一定的基础。主要表现在：①从出版产业链编、印、发、供各环节市场化程度看，印刷业和物资供销业市场化程度已相当高，发行业市场化趋势也非常明显，推进上述三个环节的市场化关键在于加大力度。作为主要难点的出版单位市场化，实际上也有了一定的基础。如出版社虽然定性为事业单位，但绝大部分都进行了企业登记，拥有企业营业执照，在核算体系上一直参照工业企业执行，其基础性管理工作比具有管理性质的纯事业单位要好得多。另外，绝大部分出版社在非计划性图书、音像、电子出版物出版运作上经过了市场的摔打，对市场有了一定的认同感，推进市场化并不存在多大的阻力。②在多年的体制改革过程中，出版管理部门已经采取了大量积极有效的措施，为出版业市场化作出了十分有益的探索和铺垫。如：推进“政企分开”；开展组建报业集团、出版集团、发行集团的试点工作；推行不均衡发展战略，致力于调整产业结构等等。③出版业经过近一些年的发展壮大，具备了推进市场化的物质基础。党和国家历来十分重视出版业的发展，出台了较为系统的经济扶持政策，特别是“八五”后期至今，出版企业所得税和部分图书增值税返还政策的实施，极大地促进了出版业的发展，使出版业的经济实力和资产规模迅速壮大。目前出版业同其他文化产业相比，资产和资金等资源优势十分明显。从一般意义上讲，改革是需要成本的，推进市场化必然会涉及利益的再分配与调整，需要有承受风险的能力。出版业目前的资源优势可以提供市场化的保障。

第三，其他国有经济占主体的产业的市场化提供了宝贵的经验。二十多年来，我国其他产业的市场化进程是非常显著的。其中农业、工业领域市场化进程较快，包括金融、商业服务在内的第三产业近年也加快了市场化步伐。这些行业市场化过程中的许多经验和教训无疑都值得市场化进程相对滞后的出版业加以借鉴，如国有工业企业在市场化中期注重理顺产权关系，实行投资主体多元化；在产业市场化的同时，注重国有企业的改制与国有资产的整合；政府在取消对有关产业计划管理的同时，积极从事市场机制的培育和市场体系的建设，加快政府职能的转换，并不断完善法制建设工作。

第四，出版业发展前景看好，为加快市场化进程提供了广阔的空间。当今，文化产业被许多专家预测为未来世界新的经济增长点，出版业作为文化产业的重要组成部分，更被认为是21世纪的朝阳产业。中国作为一个人口大国，出版业发展的良好前景是毋庸置疑的。一方面，中国出版业市场潜力巨大。从消费结构看，目前我国的居民消费结构处在转型期，今后10年，居民消费需求将从小康走向更加宽裕，居民消费将呈多样化趋势，其中包括出版物在内的文化产品消费将快速增长。另一方面，出版业属知识密集型产业，也是知识资源积累最多的产业，这本身就是其他行业无法拥有的独特的优势。在知识经济飞速发展的今天，谁掌握了知识资源，谁就把握了未来发展的命脉。随着信息时代的到来，信息技术、网络技术大量渗透到出版产业之中，将使出版业的发展前景更加

广阔。

## 2. 加快出版业市场化进程的难点

毫无疑问，按照社会主义市场经济发展的总体要求，加快出版业市场化进程，对出版经营单位实行企业化改造，把出版经营单位全面推向市场，培育和发展出版物及出版生产要素市场，完善市场运行规则和市场程序，发挥市场机制的作用，既有利于发挥出版资源优势，推动出版产业在更高层次上实现突破性发展，又有利于激发出版业的活力和创造力，提高出版业的整体竞争能力，同时也有利于推动政府相关职能的转变，进一步加强法制建设，发展有中国特色社会主义文化，为人民群众提供更多更好的精神食粮。但与此同时，加快出版业市场化进程也存在着一系列难点，主要包括：

(1) 如何正确处理经济效益与社会效益的关系。市场经济本身就是自利性经济，是以承认经济行为为主体的自利性为前提的，自利性引导经济行为主体在追求和实现自身利益的同时，实现他人和社会的利益。与此相适应，经济行为主体目标就是要实现投资收益的最大化和企业利润最大化。因此，在如何充分发挥经济杠杆作用的同时，坚定贯彻党和政府对出版业提出的“把社会效益放在首位，在保证社会效益的前提下实现两个效益的统一”的既定方针，在推进出版业市场化进程中保证社会效益，无疑是必须引起高度重视的首要问题，也是必须解决的一个重大难题。

(2) 如何建立符合社会主义市场经济要求的出版业进入和退出机制。众所周知，市场竞争从来就是由现实和潜在的两种竞争构成的。出版业市场化过程中必然会引入竞争机制和风险机制。其结果是起步较早、市场化运作规范的出版单位会越做越大，越做越强，而转型较慢，计划依赖性强的出版单位将会举步维艰，甚至最终破产。但在当前的行业管理体制下，还未见有相应的法规制度允许出版单位退出市场乃至破产。这样，只有解决了退出机制的问题，出版业市场化的积极意义才可能得到充分发挥。

(3) 如何正确处理管理者与所有者的关系。出版业市场化的一个重要标志，当是出版单位的企业化。投资主体的多元化，形成多元化的法人治理结构，又是当前我国社会主义市场经济发展过程中企业制度改革的基本做法。这样，为实现社会效益与经济效益的统一，就必须正确处理作为管理者的政府与各出版企业所有者之间的权责利关系。否则，不仅会直接影响社会主义精神文明建设，而且不利于出版业市场化进程的不断深入。

(4) 如何处理好市场准入和抵制西方意识形态冲击之间的矛盾。出版业市场化意味着市场准入的放松，必然会吸引社会资本和国外资本的进入，这一方面会促进出版业的繁荣，另一方面也会带来某些负面效应。特别是国外资本的进入，由于价值取向的不同，西方有害的思想观念不可避免地会通过他们的产品影响和冲击我们的主流意识，西方传媒集团所带来的商业标准也会淡化我们的舆论导向标准。因此，正确处理并有效解决这一矛盾，不仅关系到中国出版业市场化的具体进展，更关系到国家和民族文化的认同及市场化进程的方向。

(作者单位：湖北省新闻出版局) → (ID:140)

© 2001-2003 出版科学杂志 版权所有

报刊转载必须征得同意并支付稿酬，网络转载必须注明作者及本刊网址

武汉大学信息管理学院4楼403室 邮政编码430072 电话：027 68753799 传真：68753799 E-mail: [cbkx@163.com](mailto:cbkx@163.com)

技术支持: [cgz@163.com](mailto:cgz@163.com)

【您是第位访客】