

议书刊印刷工价改革

作者：林畅茂

【内容提要】沸沸扬扬的书刊印刷工价问题讨论了这么多年，始终没有找到更好的解决方案。怎样做到互利双赢确实是一道难解的问题。大家都知道市场决定价格，可操作起来又不是那么回事。

沸沸扬扬的书刊印刷工价问题讨论了这么多年，始终没有找到更好的解决方案。怎样做到互利双赢确实是一道难解的问题。大家都知道市场决定价格，可操作起来又不是那么回事。这里除了人们对价值规律尚未认识完全之外，主要是出版社与印刷厂双方还没有完全进入市场，对利益的再分配还不能有一个明确的解决方法。正是这个根深蒂固的传统观念导致了市场价值的错位，使本该合理的书刊印刷工价被扭曲，一直处在低位徘徊的境地。面对越来越成熟的市场，书刊印刷工价必须突破传统观念的束缚，改革迫在眉睫，这是出版社与印刷厂的共同责任，也是印刷全行业的责任。

书刊印刷工价问题回顾

任何商品都有其价值字体，而且不同时期有不同的价位，反映了不同时期物价的真实情况，这是由价值规律决定的。书刊印刷工价也不例外，必须接受价值规律的检验。

在计划经济年代，印刷一直由国家定价，无论是出版社还是印刷厂都必须执行这个价格，不存在价格之争。作为文化产业的书刊出版、印刷，基本上不以赢利为目的，低价位运行奠定了中国书刊印刷的微利性质。而市场经济是开放的经济，国家不再干预企业的经营行为扫描，价格由市场说了算，物价指数的变化，政府只做宏观调控，不会再为企业埋单，企业间的经营问题只能依靠市场来解决。

印刷工价由生产成本和管理成本两部分构成，成本的变化必然会导致工价的变化，不同时期实行不同工价，是事物发展的必然规律。变化是绝对的，不变是相对的。现在一些省市仍在沿用十几年前的印刷工价，这是极不正常的现象按需印刷，有悖价值规律。远的不说，就说近几年物价变化情况，每年物价指数均在4%~8%左右增长，印刷器材，如纸张等CTP，上涨幅度更是惊人。在这种情况下印刷工价不变，书刊印刷企业还能承受得了吗？

工价调整的喜与忧

近几年，各地印刷行业协会针对印刷工价做了大量调研工作，在书刊印刷企业的热切盼望中，相继出台了“书刊印刷工价（指导价）”橡胶制品，可以说是行业协会为本行业办的一件实事和好事。上海印刷行业协会于2005年12月率先出台了《上海市书刊印刷行业指导工价表》，对书刊电脑排版、印刷、装订、彩印、制作、输出打样、彩色拼版、拷版、贴塑、上光、精装、纸张伸放率，以及一些辅助工价都与时俱进地进行了相应调整，为解决书刊印刷工价低的问题做了有益探索，也为印刷业同行提供了经验。其他省市也纷纷仿效凹印，为解决本地的工价问题做了不少努力。

面对这个凝聚协会心血的指导价，印刷企业与出版部门双方的反响不一致，执行起来并不理想。印刷企业在高兴之余，热切希望按指导价执行，尽管还不尽如人意收纸，但毕竟有了一个新的依据。而出版部门并没有表现出太多的热情。

说实在的，指导价只能缓解一下工价矛盾，并不能从根本上解决工价问题，能否做到双赢，还有待市场的检验。就在指导价还在试水阶段时陕西北人，纸张等耗材又爆发了全面涨价，涨幅均在20%~30%左右，再度挑战印刷工价。老问题没有解决，新问题又出来了，印刷企业在工价面前非常被动。

工价矛盾说到底就是利益的再分配，怎样才能保证双方的既得利益，工价是关键。出版部门与印刷企业面对各自的利益很难轻易让步，因此对工价的高敏感度也不足为怪。在书刊印刷市场上，出版部门占有一定优势，掌握了书刊的发印权，有较大的回旋余地。而对于不景气的印刷企业来说，业务就是生命，赔钱也有人干，由此导致了工价混战。

长此以往，就造成了现在这种尴尬局面。其实印刷市场，指导价只是一种应急措施，究竟能走多远，还有待市场实践的检验。这是市场转型中的阵痛，改革是唯一的出路。最佳的双赢方案就蕴藏在市场运作的过程中，等到大家都适应了市场运作书评，也许工价问题就会迎刃而解了。

愿望与现实

前几年，我曾参与书刊印刷工价调研工作，到过一些省市，发现工价中一些具有共性的问题，在刊物上发表文章呼吁过网屏，希望政府能出台适用的工价标准。愿望虽好，但不现实。市场经济瞬息万变，不可能有一成不变的工价标准，指导价也只是一个参考价。我们在肯定各地为解决书刊印刷工价问题所做出的努力的同时，还应当看到执行难的问题厂商信息，看到市场仍在变化，今年次纸张等耗材的涨价，又再次把大家的努力打得粉碎，因此调整工价并不能解决市场问题，必须按市场价值规律办事。

在书刊印刷这个市场上水墨平衡，双方都应该进入市场，进入角色，面对现实，应该清楚追求利益的最大化是企业经营的目的。随着市场经济的深入发展，各家都有一本难念的经。

当然供墨，出版社也有难言的苦衷，就目前而言，三大难题摆在他们面前。

(1) 随着电子读物的普及、网络媒体的冲击、同行间的竞争，以及读者兴趣的转移，选题难、出书难、卖书难的现象普遍存在于各大出版社中。有些图书印数少、成本高标签，特别是一些专业科技类图书，还有些图书库存积压严重，致使大量资金沉积。

(2) 原有的一部分中小学教材教辅的出版任务，也随着新近出台的循环使用举措，导致出版数量急骤减少。

(3) 教材出版实行招标以后厂商信息，出版社的压力增大，教材出版任务成为不确定因素。面对工价调整，出版社也焦急万分。不少出版社恳求印刷厂看在多年合作的情份上，在工价上多多关照，并反复阐明自己的难处。

以此看来，务必要下决心改革创新，转变思维去寻求新的经济增长方式，否则，双赢的目标很难实现。拼工价只会影响出版业与印刷业的整体发展。

工价改革是企业的出路

既然工价制约了企业的发展，工价改革势在必行。那么，应该从何入手呢？我以为，双方首先必须解决以下几个认识上的问题。故障分析与排除

1. 观念创新问题

有人会说这算什么问题，谁不知道观念创新。其实不然，真正意义上的观念创新并不是那么容易。工价中的纷争，归根结底就是观念在作祟字体，由于观念上的分歧，才导致了双方对市场价格的不同看法，正是因为工价涉及到各自的利益，所以才表现出相当的抗拒，1元钱能办到的事情谁愿意花2元钱？就是这种习惯的思维观念一直主宰着工价的发展。观念创新就是要真正从观念上去认识市场经济的价值规律连线加工，我们毕竟是从计划经济走过来的，传统观念根深蒂固，不创新观念就很难在工价改革中找到突破口，双方很难形成一致意见。只有创新了观念，才能具体问题具体分析印后设备，实事求是地应对市场变化，确保工价的合理性、时效性、实用性。

2. 统一思想问题

观念创新是基础，统一思想就是前提，要消除工价分歧，统一思想就显得十分重要。没有统一的思想认识，就很难达成一致意见，就会争论不休。思想统一了，就会换位思考，相互信任 CTF，不管价格怎样变化，都能以正确的心态去对待。

3.把握市场问题

市场是工价的根基，工价的确定必须以市场为准则，离开市场谈工价那是空谈。要把握市场就要对市场进行调研，进行分析，去真正感悟市场的真谛，要根据市场价值规律，建立适应市场变化的工价运行机制，这样才能在取得准确数据的基础上，实事求是地确定印刷工价。

4.协同作战问题

我们一直在说出版与印刷是“同一个战壕里的战友”地图印刷，又有那么多的基础和共同语言，协同作战应对市场就是顺理成章的事情。这些年虽因为工价不那么融洽，然而又是工价使这对“老朋友”联起手来共同担负起工价改革的重任。我们相信，高手过招，双方都会为了出版印刷业的繁荣发展，遵守游戏规则，这样一个美好的市场前景就在眼前。

5.共创双赢问题

市场经营永恒不变的一个话题，就是互利双赢，这也是现代市场经济的鲜明特点。没有双赢的经营，注定是短命的。有人说商人就是唯利是图，两个商人对碰，那就是互利双赢，只考虑自己“唯利是图”，这种合作是不会长久的。出版与印刷这对特殊的“老朋友”在一定程度上是竞争对手，但更是合作伙伴，有共同的事业基础，只有大家都发展了，整体事业才能得到发展。双赢是事业发展的需要，希望双方都能把握这个大方向。

书刊印刷工价改革应当提上议事日程，引起大家的关注与思考。相信教育，通过我们共同努力，书刊印刷工价应该有一个灿烂的明天。