

出版业与出版产业的概念和特征

刘蔚绥

(暨南大学出版社, 广州 510630)

〔摘要〕 根据有关论著探讨出版业和出版产业的定义及其特征,以及出版业与出版产业的区别及联系。

〔关键词〕 出版业,出版产业,概念,特征 [中国分类号] G23

〔文献标识码〕 A [文章编号] 1000-7857(2005)06-0055-03

Publishing and Publishing Industry: Concepts and Features

LIU Wei-sui

(Ji'nan University Publishing House, Guangzhou 510630, China)

Abstract: In accordance with the definition and features of publish and publishing industry, their differences and relations were discussed.

Key Words: publishing, publishing industry, concept, features

Document Code: A

CLC Number: G23

Article ID: 1000-7857(2005)06-0055-03

1 引言

20世纪90年代以来,在很多出版文件和出版研究文章上经常可以看到“出版业”、“出版产业”以及关于这两个名词的有关论述^[1-4]。那么,出版业和出版产业究竟是不是一回事,它们之间有没有区别和联系呢?本文拟就出版业与出版产业的概念和特征问题进行初步探讨。

2 出版业的概念和特征

出版业,国内的许多论著中称其为出版行业或出版事业,视其为生产传播出版物的各个出版单位及其设施和活动的总称。《辞海》、《出版词典》都称出版业为“出版事业”,认为它是组织著作物生产或收集整理已有著作物,使之转化为出版物的社会生产部门^[5]。《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,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;狭义就是指出版企业。”^[6]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。

基于以上各种词典的定义,笔者认为,出版业应该是国民经济中的产业部门,且具有以下几个方面的特征。

2.1 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的目的,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依赖程度日益加强。因此,出版业在整个国民经济中的地位必然会更加重要。

2.2 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。当代的出版,在纸介质出版的基础上,又扩充了电子介质出版和磁介质出版等出版形式。但是,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,以便使其符合受众阅读或欣赏的习惯,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,出版业已成为知识的创作和知识的消费之间的桥梁。

2.3 出版业具有信息产业特征

出版业是生产图书、报刊、音像制品、电子书刊等出版物的单位,不论是图书、报刊等以纸为介质的传统出版物,还是音像制品、电子书刊等新兴出版物,它们都是各种知识和信息的载体。在信息时代,人们开始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。因此,作为生产和传播信息产品的专业部门,出版业具有信息产业的一般特征。

2.4 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,但是,在图书市场

收稿日期:2005-04-25

作者简介:刘蔚绥,广州石牌暨南大学出版社市场部经理,研究方向为出版科学;E-mail: lwshas@163.com

上又是分别以现货、期货形式直接为其它社会发行网点或消费者提供批发或零售服务的,其市场行为具有资本化的基本属性。出版业同时包含着经济方面的重要内容。国际上,知识巨头们控制下的出版活动已经完全产业化,产业化使出版的文化色彩不断淡化,商业味日益浓烈。在一种图书的出版行为中,作者和编辑不再居高临下,策划和营销专家开始走上前台。在出版社的活动中,资本运作——融资、并购、投资、经营、管理等也走上了前台;而其核心业务——编辑、印刷、发行等则以资本经营的形式出现,赢利成了其核心的目的之一。强化出版的资本化运作,则是在较高的层次上充分发挥与释放出版的文化功能和经济功能,使两者有机地结合、渗透在一起,从而赋予出版业以新的内涵。

3 出版产业的概念和特征

产业,目前有多种定义。《辞海》称其为各种生产、经营事业^[7]。《简明大不列颠百科全书》则认为,产业是指各种制造或供应货物、劳务或收入来源的生产性企业或组织等等。有关产业的众多定义中的共同点是:产业是指生产、经营活动的组织。

在国内现有出版类工具书中,笔者没有查找到“出版产业”的词条,在国外的工具书上也没有找到“出版产业”的解释。为了统一世界各国的产业分类,联合国曾颁布过《全部经济活动的国际标准产业分类索引》(ISIC)。在这个相当权威的《索引》中,出版业既无部门和组、项标识,也无给定的统计编码。根据对世界上各个国家出版业主要是西方发达国家出版业发展的研究,尤其是通过考察现代西方传媒出版业的运行及发展趋势以及在国民经济中的地位和作用、在民众现实生活中的紧密关系,结合产业经济学的内涵和特征,笔者对出版产业的概念和内涵作了如下两方面的归纳:①出版产业是生产图书、期刊、音像制品、电子出版物等多种传播媒介的信息产业,是国民经济体系中一个不可或缺的相对独立的重要部门;②出版产业是以知识、信息为主体元素的特殊产业,具有文化积累和思想传播的重要功能。因此,出版产业是现代文化产业的重要组成部分,是最具经济实力的一种产业,其基本特征可归纳为以下几个方面。

3.1 以市场经济体制为基础

现代出版产业在管理制度上实行的是市场经济体制,出版产业应实现市场化经营,在生产和再生产活动中,应以市场为导向,以效益为中心。出版者应成为自主经营、自负盈亏的市场主体。生产什么、生产多少完全取决于市场的需求,应通过建立现代企业制度并且实行集约化经营,创造最佳的社会效益和经济效益。21 世纪初的图书出版市场,竞争非常激烈。我国加入 WTO 之后,国外出版商的营销观念和营销方法伴随着其雄厚的资本和先进的经验一同登陆我国出版市场。营销已从选题策划开始一直贯穿图书销售的全过程,导购也已进入实际的图书市场。今后,图书的市场占有率,一方面反映的是选题的优劣,另一方面反映的是营销策划水平的高低。

3.2 高度的社会化生产和专业化分工

随着科学技术和出版生产力的进一步发展,出版产业的专业化分工将越来越细,不同生产环节不再是通过计划来调节,而是通过市场这个纽带将各个环节有机地联系起来,在生产中形成分工明确、布局合理、协作高效的产业链条,以保证生产和经营的有序、高效。竞争不仅提高了

生产效率,而且还降低了生产成本,有助于最终实现高效益。出版产业的组织形态和经营规模不断扩大,传统出版业与其它知识传播业日益融合,其外延不断扩大。纸质媒介与网络媒介的合作与互动将给人们提供新的阅读方式,印刷媒体也可以以网络作为新工具(如网上售书、网络下载作品等)。与传统的出版业通常要由专门的出版机构来操作不同,现代出版业的出版者突破了旧的格局,除了专业出版机构以外,各种商业公司、计算机公司都可以参与进来,并成为出版的主体,从而形成了专业化的社会分工。

3.3 生产过程和手段的现代化

现代出版产业是以现代生产方式为重要特征的产业,现代科技成果特别是高科技成果在出版生产中的普及运用,彻底改变了传统的出版手段,使出版物生产过程和手段实现了现代化。电子排版和激光照排技术的普及,使出版业告别了铅与火的传统生产方式,步入了光与电的时代;以网络为代表的信息技术的运用,更使出版业如虎添翼,又一次使出版、管理和营销方式发生了革命性的变化。计算机网络的运行高速、统计便捷、储量巨大等特点,使得它已开始成为各类出版物高效的营销渠道;电子图书(E-Book)不受阅读的地域、时间、绝版限制以及其信息资源便于复制、检索、备份、统计的特点,使得它日益显示出比传统图书更为明显的发展优势。闪电印刷——以数字技术为基础的按需印刷,是网络出版的又一种方式,该技术方便快捷、个性化的印刷模式将给出版产业带来一种全新的出版运作模式。

3.4 资本运作特征明显

现代出版产业的管理将实现由生产经营型向资本运营型的转变。所谓资本运营,就是指把企业所拥有的各种社会资源、各种生产要素、所拥有的各种资本,视为可以经营的价值资本,通过流动、收购、兼并、重组、参股、控股、交易、转让、租赁等多种途径优化配置,进行有效运营,以实现最大限度增值目标的一种经营管理方式。西方主要国家传媒产业的发展壮大,已经充分应验了资本运营型管理的这一特征。我国由于出版单位绝大多数被定性为事业单位(或称事业单位企业化管理),故大多数出版单位都没有进行资本运作的可能。但是,我国出版产业发展的现实,又要求出版单位必须由生产经营型向资本运营型转变。事实上,目前已有一些出版单位采取了变通的手法进行资本运营的尝试。如:大恒电子出版社随同大恒集团上市;湖南出版集团收购了上市公司武汉文化投资集团股份有限公司的部分股份,成为该公司的相对控股方,实现连带上市,增强了其资本的运作能力。

3.5 集团化的发展和规模经营

20 世纪 80 年代以来,出版产业集中程度明显提高,并购浪潮迭起,出版企业的规模日益扩大。如贝塔斯曼在本土收购了德国最大的科技出版社——斯普林格 80% 的股份,在美国并购了巴诺网上书店和兰登书屋,在英国收购了英国最大的图书俱乐部一半的股份,等等。出版业的集团化发展,是出版产业化的一种基本发展趋势。出版业发展集团化,就是要充分利用规模经营使出版产业的单位成本处于最低水平,提高出版业的整体素质和市场竞争能力,从而取得最好的社会效益和经济效益。从世界上发达国家出版业的情况来看,出版集团都有一个非常突出的特点,就是符合现代企业制度的以资产为纽带而形成的利益共同体。这种共同体是实行规模经营的经济实体。另一个比较突出的特点是,出版集

大学排名与高教评估 ——构建大众化阶段的高等教育质量保障体系

张志英¹, 张彦通¹, 张志红²

(1. 北京航空航天大学, 北京 100083; 2. 深圳市宝安区委党校, 广东深圳 518101)

〔摘要〕 对当前备受世人瞩目的大学排名与高教评估的实践工作做了初步的分析,并提出了大众化高等教育阶段如何保障高等教育质量的思路。

〔关键词〕 大众化, 大学排名, 高教评估

〔中图分类号〕 C931, G64

〔文献标识码〕 A

〔文章编号〕 1000-7857(2005)06-0057-03

College Ranking and Evaluation of Higher Education

ZHANG Zhi-ying¹, ZHANG Yan-tong¹, ZHANG Zhi-hong²

(1. Beijing University of Aeronautics and Astronautics, Beijing 100083, China;

2. Baoan Party School, Shenzhen 518101, Guangdong Province, China)

Abstract: College ranking and evaluation of higher education have aroused general concern. In this paper, the functions of educational evaluation were discussed from the status of undergraduate evaluation of teaching quality in China. The intention of the discussion is to seek some useful theories for building a quality assurance system of higher education in the age of mass education.

Key Words: college rankings, evaluation of higher education, quality assurance system

CLC Numbers: C931, G64

Document Code: A

Article ID:1000-7857(2005)06-0057-03

1 大学排名

近年来, 大学排名正成为世界上许多国家高等教育评

估的一种新的形式, 已成为高等学校竞争与发展的重要手段。虽然大学排名的理论研究和实践探索的时间还很短, 但

收稿日期: 2004-12-02

基金项目: 全国教育科学“十五”规划国家重点课题(A1A010025)

作者简介: 张志英, 北京海淀区学院路 37 号北京航空航天大学高等教育研究所, 博士生, 主要从事管理科学与工程、高等教育评估研究;

E-mail: zhangzhiying@vip.sina.com

张彦通, 北京航空航天大学高等教育研究所, 教授, 主要从事管理科学与工程、高等教育评估研究; E-mail:

zhangyt@buaa.edu.cn

团都由母公司和众多子公司组成, 其中起关键性作用的当然是母公司, 也即处于核心地位的大型出版社。大型出版社在发展过程中, 一方面不断扩大经营范围, 创办子公司, 另一方面兼并中小出版企业, 使之成为自己的子公司。诚然, 世界上发达国家的出版集团化, 有的是通过横向联合实现的, 但是, 大多数基本上走的是一条纵向发展的路子。

4 结论

1) 出版业具有明确的、较统一的定义; 而出版产业至今没有较明确的定义。

2) 从各种出版文件和出版研究文章的论述来理解, 出版业是对一个行业的称谓, 而出版产业是从经济学的角度即从产业分类的角度来阐述这个行业。

3) 从出版业与出版产业的特征上看, 出版业涵盖了出版产业的所有特征, 因为, 根据国际上通行的产业划分标准, 出版业中的出版、印刷属于第二产业中的制造业, 发行属于第三产业中的批发零售业。因此, 可以说, 出版业是一个横跨第二、第三产业的综合性产业。随着经济的发展和产业结构的

调整, 出版产业的发展速度逐步加快, 出版业产值在制造业产值中的比例将不断提高, 日渐成为重要的产业部门。从西方出版业的发展历史看, 当人均国民生产总值由 500 美元向 1 000 美元发展时, 出版业产值在国内生产总值中的比例、在制造业产值中的比例、出版从业人员在整个社会劳动人员中的比例、在制造业从业人员中的比例均将有较大幅度的提高。这表明, 在此阶段, 产业结构调整的趋势是向着有利于出版业的方向转移, 出版产业正处在加速发展阶段。

参考文献(References)

- [1] 冯志杰. 论我国出版产业经营[J]. 出版发行研究, 1999, (12)
- [2] 贺剑锋. 出版产业经济特征探析[J]. 出版科学, 2002, (4)
- [3] 贺剑锋. 出版业国际化的内涵与潜力分析[J]. 出版广角, 2003(1)
- [4] 胡建华. 产业化: 我国出版业跨世纪发展的必然趋势 [J]. 中国党政干部论坛, 1999, (8)
- [5] 辞海编委会. 辞海(缩印本)[M]. 上海: 上海辞书出版社, 1980
- [6] 中国大百科全书总编辑委员会. 中国大百科全书·新闻出版[M]. 北京: 中国大百科全书出版社, 1990

(责任编辑 苏 青)