

经济学视角下的中国图书出版

林毅夫

随着出版实践的快速发展,暴露出的诸多问题亟须从经济学的角度予以合理解释,并提出促进出版业健康发展的对策建议。

自人类社会出现文字之日起,出版这一社会活动就诞生了。出版业是由出版、复制和发行出版物而形成的行业,是经济、政治、文化发展到一定阶段的必然产物。本质上,出版业属于文化产业,出版物既具有商品属性,也具有不同于一般物质产品的特殊属性,即思想产品属性。现代出版业的主要特征,一是以市场经济体制为基础,出版者是自主经营、自负盈亏的市场主体,生产什么、生产多少完全取决于市场需求;二是专业化分工,随着科学技术的发展,出版业的专业化分工越来越细;三是生产过程和手段的现代化,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;四是集团化的发展和规模经营,20世纪80年代以来,出版业集中度明显提高,并购浪潮迭起,出版企业的规模日益扩大。

出版物凝结的是人类的思想和智慧,集聚的是科学技术的发明创造和社会实践的经验与成果。对于社会进步和发展,出版业发挥着重要的推动作用。作为文化传播的重要手段,出版业参与社会文化建设,以此构筑一个社会的思想和价值体系,规范和影响人们的行为和价值观念。有出版参与其中的经济和科学教育文化活动,是一个社会物质文明和精神文明协调发展的重要保证。

作为中国古代劳动人民四大发明之一的印刷术,为中国古代出版业创造了



与发达国家相比,中国出版业在产业规模、产品质量、市场竞争力等方面仍存在较大差距。左图为上海书展,右图为法兰克福书展。均资料图片

辉煌的历史。经济和社会的日益发展,激发了人们对物质文化和精神文化需求的不断增长,为出版业的发展提供了雄厚基础和不竭动力。尤其是改革开放以来,中国出版业取得了突飞猛进的发展。2015年,中国出版、印刷和发行行业实现营业收入21655.9亿元,较2014年增长8.5%;增加值5932.4亿元,增长7.6%。与此同时,2015年中国图书总印数为86.6亿册,比2014年增长5.8%;图书出版实现营业收入822.6亿元,增长4.0%;利润总额125.3亿元,增长7.0%。从图书结构看,2015年全国共出版图书47.6万种,比上一年增长6.1%。其中,重印图书21.5万种,增长11.9%;新版图书26.1万种,增长1.8%;重印图书与新版图书品种之比由2014年的1:1.3提高为1:1.2,表明中国出版业开始从追求数量向提高质量效益转变。

但我们也要看到,中国并不是出版强国。与发达国家相比,中国出版业在产业规模、产品质量、市场竞争力等方面仍存在较大差距。很长一段时间,中国图书市场不规范,存在盗版现象;未能真正形成全国统一的出版、发行市场体系;条块和地区分割,致使出版信息不通,库存增加,积压严重。近年来,作为出版业晴雨表的实体书店纷纷倒闭。一些出版社尚未形成一定的规模,竞争力较弱,国际影响力还需进一步提高。同行业出版社之间仍存在不良竞争,造成出版资源分散,

出版产品缺少个性,出版单位规模受限。同时,随着互联网的进一步普及,数字出版技术得到快速发展,数字阅读的群众规模有持续增大之势,世界范围内纸质媒体的阅读量呈逐年下降趋势。面对此形势,中国出版业在运营模式、传播方式等方面亟须与时俱进。如何面对出版资源的洗牌整合以及行业、地区界限的突破,成为传统出版管理体制的一个重大挑战。

当前,在出版学研究中,经济分析是一个薄弱环节。随着出版实践的快速发展,暴露出的诸多问题,亟须从经济学的角度予以合理解释,并提出促进出版业健康发展的对策建议。在中国,出版经济学的研究尚处于起步阶段。与教育经济学、电信经济学等部门经济学学科相比,出版经济学研究相对落后,成熟的出版经济理论体系尚未形成。

陈昕先生所著的《出版经济学研究》摆在我眼前时,令我耳目一新。我认为,出版产品的经济特性是出版经济学需要研究的首要问题,是出版经济学研究的逻辑起点和理论基点。对此,作者把握得很准。在《出版经济学研究》中,作者以全国图书出版业为背景,以上海图书市场为重点,运用纸张供给、印刷厂的生产能力、产品库存、人均书报费在城镇居民家庭日常消费总额中的比重等可量化的指标,从供给和需求两个角度,对中国图书出版业从1986

年开始陷入衰退的根本原因作了深入探讨。运用现代经济学基本原理,分析了图书买方市场与卖方市场的主要特征,以及图书作为一种文化商品和超必需品对图书市场的影响机理,考察了通货膨胀对中国图书市场的影响,讨论了中国图书市场的未来走向、面临的问题及解决对策。运用经济学原理,分析了成本与定价方式对小印数图书市场成长的影响,探讨了图书价格管制对出版社定价行为和印数决策的影响。全面分析了20世纪80年代中国图书发行体制存在的问题及解决之策,研究了影响中国图书市场规模的主要因素。运用现代经济学的方法,总结出中国图书市场竞争的特点,并提出将图书销售代理制作为90年代深化图书市场竞争的重点。运用交易费用学说和信息经济学的方法,探讨了潜在图书市场的需求问题。运用现代经济学的基本理论和分析方法,对中国出版产业发展各阶段形成的内在机理作了系统分析,对进入21世纪后中国图书出版业到底是进入“滞胀”阶段还是仍处在新的增长阶段,以及图书出版产业长期发展需要解决的关键问题作了深入探讨。分析了中国图书出版产业发展的现状,梳理了图书出版产业发展中显现的诸多矛盾,归纳了发达国家图书出版产业的发展规律,提出了中国图书出版业转变增长方式的主要路径,还从产业融合理论入手,分析了出版业的新规律。值

得一提的是,陈昕先生还对中国图书定价制度作了深入研究。从图书价格入手,运用相关的经济学理论,探究图书商品价格形成的内在机制,总结了图书定价制度和价格水平演化的历史进程,回答了当前中国图书价格是否偏高这一大家关心的问题,并提出了相应的政策建议。此外,还对数字网络环境下传统出版社的转型发展作了经济学分析。通过建立图书供给需求模型,证明在数字网络环境下,数字出版的边际成本趋近于零,而传统出版的边际成本是一个大于零的固定值。陈昕先生的研究表明,在充分竞争的市场中,传统出版社很难与数字出版主体竞争,将处于相对弱势的地位。他提出,牢牢把握出版业的核心功能,深入挖掘出版业的核心资源,充分利用数字网络技术重构出版产业链,利用互联网思维改造传统出版业务流程,加快传统出版与数字出版的融合,是传统出版社转型发展的必然要求。

《出版经济学研究》论证严密、方法合理、数据翔实、富有创见,提出的对策建议具有较强的前瞻性与可操作性,堪称学术价值与实用价值俱佳的论著。我相信,作为陈昕先生数十年出版实践的思想结晶,这部力作必将对出版产业的未来和发展产生重要影响。

(作者为北京大学国家发展研究院名誉院长、教授,世界银行前高级副行长、首席经济学家)

