

# 浅谈出版业竞争力的提升

◆张 玲

(江苏凤凰教育出版社)

现代出版业在国民经济和社会发展中占有极其重要和特殊的地位。其特殊性表现为现代出版业的双重属性,涉及物质和精神两个领域。首先,出版业具有很强的商业特性;同时又是一项文化事业,传播文化是其坚定不移的目标。现代出版业充分体现了商业性和文化性的融合。现代出版业的发展体现了高经济效益和高社会效益的融合。而对于两重属性,我国明确将社会属性和社会效益摆在第一位。

因此,现代出版业是国民经济和社会发展的一把“钥匙”。一个国家的出版业发展水平,是反映该国经济、政治、科学、文化和教育发展水平的重要标志。

基于出版业的重要地位,出版业对人类文化的进步和社会的发展肩负着重大的使命,世界各国政府对出版业都给予高度重视,加强保护,强化管理。现代出版业比较发达的国家如美国、日本、英国、法国、德国、加拿大等国,除了有一整套行业制度来对出版产业的正常运行加以规范管理外,还设立由专门机构对出版业进行直接或间接管理。首先,这些国家普遍重视法律管理手段,时至今日,已形成了比较完备的法律、法规管理体系,如美国的《宪法》第一修正案等;法国的《宪法》、《出版自由法》等;英国的《青少年有害出版物法》、《图书贸易法》等;德国的《基本法》;日本的《著作权法》、《青少年保护条例》等。这些法律、法规使出版业从总体上沿着健康有序的方向发展,符合推动人类精神向上的本质,体现了政府的宏观管理思想。其次,因为现代出版业又是一个可以创造巨大经济效益的产业,行业之间、地区之间、国家之间充满着异常激烈的市场竞争。每个国家的出版业都存在一些薄弱环节,国家如不出面对这些薄弱环节进行有效的扶持,那么这些薄弱环节则很容易被实力较强的其他国家的出版产业攻破。这种后果是,其市场不仅仅被强手侵占,对于社会发展来说还存在另一层隐忧,即造成文化上的被侵略和被殖民。因而,现代出版业较为发达的国家大多重视在经济政策上给出版业以扶持,重视对出版业进行资金投入,在制定经济政策特别是税收政策时对出版业加以倾斜,重点保护本国出版业,鼓励本国出版物对外出口,有条件地限制外国出版业在本国的发展。

随着中国加入WTO,中国出版业开始审视自己的处境,认识到激烈的全球竞争已给中国出版业带来的难得机遇和巨大挑战;认识到中国出版业也必将融入全球竞争的时代潮流。

除了市场化、产业化、技术水平方面的差距外,我们还有人才差距、管理水平差距、思想观念和意识方面的差距等等。当我们正视这些差距时,我们不禁要问:面临来自于全球出版业的竞争压力,中国出版业的竞争力到底有多大?能否得到尽快的提升?更重要的是,面对愈来愈强的竞争压力,我们应该采取什么样的对策和战略,提升中国出版业的竞争力水平,应对来自国际出版业的竞争和挑战?

通过对出版业及其相关产业价值链的分析,可以总结出出版业国际竞争力的来源如下:

## (一) 生产要素

### 1、初级生产要素

出版业所需要的初级生产要素主要有:非技术人工、半技术人工、纸张及其原材料、资金等。

### 2、高级生产要素

主要是各种高级人才(包括出版企业家、作者、编辑和高层次的营销人员),以及高科技的出版介质和使出版流程电子化的机器设备。

## (二) 需求条件

我国出版业很大程度上还是主要依靠内需。

### 1、国内市场的性质

#### (1) 国内市场需求与国际市场需求的吻合度

由于语言的障碍,民族文化的差异,应该说各国对出版物需求的差异很大。但是对于一些专业性图书(及版权)和某些大众

畅销书(及版权)还是具有世界性市场的。

### (2) 客户的素质

由于出版物主要是一种知识消费品,完全可以实现按需生产。所以主要是看本国读者的文化教育水平,应该说文化教育水平越高的客户对出版物的要求越高,从而会促使出版企业不断地改进和创新。

### 2、国内市场的规模与成长模式

在各种出版物的生产过程中,规模经济效应都非常明显。因此,对于出版业来说,市场规模越大、读者越多,竞争优势越明显。另外,国内需求的高层次和超前性,也会迫使出版企业继续创新和升级。

### 3、国内市场需求国际化的能力

主要体现在向国外读者营销的能力,让国外的读者对本国以及本国文化加强了解,从而增加对本国文化产品的需求。

## (三) 相关与支持性产业

从前面产业价值链的分析中可以看出,出版业的竞争优势在很大程度上依赖于其上游产业和相关产业的竞争力。

### 1、上游产业

主要是提供稿源的作者队伍,从大产业角度看,还包括排版和印刷的设备供应商。作者具有竞争优势,指他们创作水平的高低,即所创作的作品是否符合读者的需要、是否受读者的欢迎;而高质量、迅速跟上时代步伐的设备供应会加速出版方式的现代化,从而在国际竞争中处于主动地位。

### 2、相关产业

相关产业主要指与出版过程和出版载体有关的产业,如传媒业、信息产业(包括软件业和网络业)、造纸业,以及商品批发零售业、商业服务业是否具有竞争力,这些产业的竞争力可以间接通过产业价值链对出版业的竞争力产生提升效应。如发达的传媒业以及高素质的文化环境,可以为出版业提供优质的出版资源;而信息产业和造纸业的发展使出版载体的质量提高、更新加快,从而增加竞争力;而商品批发零售业的发达可以加快出版产品的流通和发行效率。

### 3、国家政策

国家对出版业甚至整个文化产业及其相关产业的政策倾斜、资源偏向以及保证有利的外部环境,提供一定的融资便利、税收优惠、相关的产业扶持等,都有利于出版产业竞争优势的提升

由上面企业价值链分析所得出的最重要的结论是,一方面,各个环节都可以增加企业竞争力,有助于企业实现其成本领先战略和标歧立异战略。另一方面,这些环节中最重要的就是策划和推广发行两个环节。因此出版业如何在这些战略性的关键环节上创造并保持竞争优势,成为出版企业竞争力的关键。

近年来,我国的出版企业走出国门的积极性不断提高,版权输出进一步增加,输出和引进的版权进一步优化,国际影响力也不断提高,在国际舞台上越来越多的出现中国出版企业的身影,在国际出版业市场上的认可度也越来越高。

