

(上接第6版)

(2)图书价格的结构分析

在理论部分的分析中我们已提及,不同类型的图书的经济属性是不一样的,甚至会有很大的差异。比如专业类图书的价格弹性要低于大众图书,并且二者的生产规模也有很大的不同,因此,相比较而言,专业类图书的价格一般要高于大众类图书,无论是中国的图书市场和还是发达国家的图书市场都是如此。表2.4是英国图书市场的结构,很明显可以看出,专业类、科技类图书的价格要远高于大众类图书。

表 2.4 1988 年英国图书价格结构比较(英镑)

平	小说	教科书	儿童书	科技书	专业书	非小说
均	平装	精装	平装	精装	平装	精装
17.5	3.45	9.9	4.23	11.97	2.11	5.48
				11.88	44.38	13.46
				29.34	7.95	21.9

资料来源:《英国图书流通概述》,http://202.112.118.40/dzyd/zs-tslt-ygzs.pdf,转自陈格朝博士论文《图书流通研究》。

中国的图书结构也大体如此,从表 2.3 中可以看出,社科、科技等图书(接近于专业图书)的定价最高,而生活休闲、少儿等图书(接近于大众图书)的定价较低,这符合我们前文的判断,即专业类图书的差异性和垄断性更强,因而更容易定高价。

但从实际销售价格来看,专业类图书与大众类图书的价格差异则缩小了许多。高定价的专业类图书折扣更为明显,特别是社科类图书,其折扣率是除文艺类图书以外最高的。定高价但却卖不了高价,是我国专业类图书的一个基本特征。而发达国家则普遍采取的是平装书与精装书的价格歧视策略,精装书定价高,面向高收入、高偏好读者群,而平装书则低定价,面向收入低、偏好不强的读者。价格歧视战略不仅可以保证出版企业收益的最大化,更重要的是,它还能够保证低收入群体同样可以消费得起图书,从而增加了社会福利。

如果与发达国家的价格结构比较,可以发现中国的专业和科技类图书的价格仍然相对偏低。我们对表 2.3 和表 2.4 的数据进行处理,得到表 2.5。它反映的是每种类型图书的平均价格与整体图书平均价格的比率关系,由此可以看出不同类型图书价格之间的相互关系。在英国,专业类和科技类图书的价格不论平装还是精装,大约都是儿童类图书的 5 倍以上,是小说类图书的 3~4 倍,是非小说类图书的 1.5 倍左右。相比较而言,中国不同类型图书的价格差要小得多,比如售价最高的科技类图书是少儿类图书的 2.5 倍左右,社科类图书是少儿图书的 2 倍左右。

表 2.5 中国与英国图书价格结构比较(单种图书平均价格/总体图书平均价格)

中国(单册售价)			英国(1988 年)			
	2008 年	2007 年	平装	精装		
社科	1.39	1.29	0.20	0.57		
教辅教材	0.62	0.60	0.24	0.68		
语言	1.32	1.31	0.77	1.68		
文艺	1.28	1.30	0.45	1.25		
科技	1.69	1.76	0.68	2.54		
少儿	0.66	0.68	0.12	0.31		
生活休闲	1.11	1.11				

(3)出版-发行的关系与图书定价

一般而言,一本图书的价值链是这样构成的:成本约占图书定价的 35%~40%,出版社的毛利润约占定价的 20%~25%,经销商获得定价的 5%~10%,余下的 25%~30%归零售商所有。这样,出版社的名义利润水平最高,而零售商的利润水平最低,扣除书店的营业成本后,估计一般不超过 5%。[关于图书出版、发行和零售之间的利润分配比例,业内人士有不同的看法。]近几年民营书店多数处于惨淡经营状态,可以在一定程度上佐证上面的判断。在此情形下,书店也同样倒逼出版社提高图书定价,因为在发货折扣一样的情况下,书店一般会选择定价较高的图书进行销售,以维持或提高利润。

目前的出版-发行关系是:出版社承担着产业的主要风险,图书一旦滞销书店可以全部无条件退给出版社,出版社还要承担书商、书店的诚信风险,频频受到不能及时结款的困扰。从经济学角度而言,高风险获得高收益是必然的,否则这一行业就不可能存在下去。因此,目前出版社与发行、零售企业的风险-收益关系是匹配的,但如果发行和零售环节的退货风险和欠款风险一旦成为常态,则出版社的利润空间事实上会受到打压。在实际利润空间缩小的情况下,出版社往往会采取提高价格以进一步扩大图书整体利润的办法来实现自己的收益率。这也在一定程度上助推了价格的上涨。

二、如何看待图书价格不断走高的事实——产业外视角

实证分析已经表明,改革开放以来中国图书价格不断走高,并且是以超过整体消费品价格上涨的速度在不断走高,已是一个不争的事实。如何看待图书价格不断走高这一事实?前文对此已作了一个初步的回答,概括起来就是:

其一,价格走高符合图书的经济属性,即高收入弹性、低价格弹性、垄断性。

其二,价格走高符合图书的发展趋势,即多品种、小印数。这种趋势在一定程度上助推了价格的上涨。

其三,出版-发行的关系,或者说出版业风险的分担机制,即风险主要集中在出版社,也在一定程度上推动了书价的上涨。

其四,整体而言,根据《中国出版年鉴》和北京开卷系统监测的结果显示,图书的实际销售价格远低于名义价格,前者一般是后者的 60%~80%,即图书价格的实际上涨率并没有图书标示价格反映的那样高。这一方面表明出版社已经采取了价格歧视战略(跨期的价格歧视);另一方面,我们从结构分析中可以看出,专业类图书的降价幅度是最高的,这也折射出中国图书产业发展中的一个深层次问题,专业图书不是“专业”,因而价格存在“虚高”。

这里的四点判断只是表明,图书价格上涨是符合其经济属性的,但并没有正面回答为什么许多人认为书价很高。这里需要说明的是,书价高与不高并不是一个客观结果,而是人们的一种主观上的感觉。因此,当我们说书价很高时,事实上已经隐含了一个比较的基准,即相比于这个基准,图书的价格高了许多。

下面,我们从商品价格体系调整的角度来考察图

书价格与其他商品价格变化的差异,从而把图书价格的变化放在一个更宏观的背景下来考察,这有助于我们更客观地认识图书价格的变化程度。在此基础上,本研究报告将进一步剖析导致人们普遍认为图书价格很高的原因。

1.商品价格体系调整与图书价格上涨

图书价格高与不高是一个比较的结果,如果选择的比较对象不同,显然比较的结果也会不同。因此,系统的比较要比单一的比较更具有客观性和可信度。而随着社会的发展,由不同商品的价格组成的价格体系也处于不断的动态调整过程中。简而言之,商品价格走势是由商品的供求决定的,具体而言,影响供求的微观基础又可分解为:价格弹性、收入弹性、消费偏好、生产技术以及产业组织(反映竞争程度)。

上述几方面的因素对所有商品的价格走势都会产生决定性的影响。那些收入弹性大、价格弹性低的商品(服务)的价格将随着收入水平的提高而逐步提高,反之,则会逐步走低;从生产技术角度看,那些容易规模化、批量化、标准化的商品,其价格也会逐步走低,有许多商品的降幅之大,超乎人们的想象;从产业组织角度而言,那些容易形成垄断的产品的价格更容易“高高在上”。

因此,正如我们看到的,商品价格结构体系总是处于不断变化的过程中,有的商品(服务)保持了与 CPI 同步的变化,有的商品(服务)出现大幅上涨,有的商品(服务)则在缓慢或迅猛地下降。比如,与商品相比,服务的价格上涨幅度更大,原因在于服务的收入弹性更高,价格弹性更低;艺术品、奢侈品的价格上涨幅度更大,而计算机、手机、汽车、家电等商品的价格甚至处于不断下降的趋势中,原因在于前者是非标准化的,而后者则是标准化产品;品牌商品价格的上涨幅度要高于非品牌商品,原因在于前者具有更高的垄断程度。

上述分析已经勾勒出市场经济条件下商品价格调整的一个基本趋势,而中国几十年价格结构体系的变化也基本上是符合这一趋势的。但由于中国经历了由计划体制向市场体制的转型,因此,价格体系的调整幅度表现得更为剧烈。下面是我们归纳出的一些基本事实:

(1)许多标准化工业品的价格几乎保持不变。以自行车为例,上世纪 60 年代,平价自行车价格约为 160 元,当时还在此基础上推出了高价自行车,定价为 500~600 元不等。到目前为止,自行车的价格依然在这一区间内波动。上世纪 80 年代彩色电视机价格大约在 2000 元左右,与目前的价格相仿。但当时自行车是最紧俏的工业品,一辆自行车的价格往往是一个普通居民半年的工资。电视机也同样如此,当时一台电视大约要占城市居民一年的家庭收入(1985 年城市居民人均可支配收入是 739.1 元)。而 1985 年一本图书的平均价格是 0.59 元,自行车和电视机的价格是图书的 300 倍和 3000 倍。

(2)还有一些标准化工业品的价格大幅下降,甚至是“高台跳水”。以汽车为例,1985 年上海大众的普通型桑塔纳轿车上市之初,价格高达 20 多万元一辆,属于绝对的奢侈品,对大多数家庭而言都是遥不可及;进入 21 世纪后,普通型桑塔纳轿车的价格已经降到了 7 万元左右,早已“飞入寻常百姓家”。与此相类似的商品还包括:台式和笔记本电脑、手机等,如果考虑到性能和质量,其价格不知下降了多少倍。

(3)许多商品和服务的价格在不断上涨,尽管没有具体数字,但涨幅超过图书的比比皆是。比如邮资,上世纪 80 年代一封外埠平信的邮资为 0.08 元,目前为 1.2~2 元,上涨了约 20 倍;单一票制制的公共汽车,1985 年的票价为 0.05 元,2000 年为 1 元,2000 年是 1985 年的 20 倍;电影票价,1980 年为 0.15 元,目前 20 元几乎是最便宜的,涨了 100 多倍;另外,像医疗卫生、文化娱乐等服务的价格涨幅也大体上经历了几十倍甚至几百倍的增长。在商品系列中,像烟草、服装、化妆品等的涨幅也是比较高的,比如 1985 年最好的中华烟也不过是几角钱,现在高级烟中上百元的比比皆是,涨幅至少在 100 倍以上。

(4)许多服务的价格上涨幅度为无穷大。比如大学教育,上世纪 90 年代以前基本是不收学费的,但现在年学费动辄几千元甚至上万元,涨幅可以看作是无穷大。另外,住房价格也是如此,在计划体制年代住房基本上是不花钱的,而现在则要耗尽一个中产家庭十几年的收入。

简单的比较已经可以看出,随着市场经济体制的建立和深化,商品价格结构体系经历了一个剧烈的动荡调整期,有的商品价格在不断上涨,而有的则在不断下降,图书只是不断上涨的一系列商品和服务中的一种,超过其涨幅的商品和服务比比皆是。

既然如此,为什么图书价格会成为市民热议的焦点,并受到国家决策层的关注?为什么图书价格上涨会成为众矢之的?我们认为,其中的关键在于图书是一种准公共产品,具有较强的正外部性(性质 5),它除了是一种可以为出版产业链上的各个企业带来经济利润的工具外,还承载了太多的非经济功能,比如教化民众、传播知识和思想,提高社会文化水平和文明程度等等。考虑到这些非经济因素,如果图书价格让大多数人难以企及或给其带来很大的生活压力的话,所产生的社会影响远比“高价烟”、“高价酒”、“高价月饼”要大得多。这也正是为什么医疗和教育市场化后的价格高企最容易为人们所诟病的原因。

因此,图书作为一种准公共产品,应该能够让大多数人消费得起。由此,我们必须考察一下我国的收入差距水平和人口文化因素。

2.收入差距的影响

改革开放以来,人民群众的收入水平出现了大幅度的提高,这是一个有目共睹的事实。据统计,城镇居民人均收入和人均消费分别从 1985 年的 739 元和 673 元上升到 2007 年的 13786 元和 9997 元,上涨了 18.6 倍和 14.9 倍,而农村居民人均纯收入和人均消费则分别从 1985 年的 398 元和 317 元上升到 2007 年的 4140.4 元和 3223 元,上涨了 10.4 和 10.2 倍。但是在收入水平大幅度增加的同时,收入差距的持续扩大却表现得越来越突出。

首先从劳动者收入与企业家收入的差距在拉大。从收入角度观察 GDP 的结构(见表 2.6),可以很明显地看出劳动者份额和企业盈余呈现出此消彼长的发展态势。这表明劳动者和企业家(企业盈余以利润的形式转化为企业家股份回报)两个群体之间的收入差距在不断扩大。如果考虑到劳动者和企业家数量的多寡,则可以判断出中国的财富持续在向少数群体进行集中。

表 2.6 按收入法计算的 GDP 的结构变化(设当年 GDP=1)

年份	劳动者报酬	生产税净额	固定资产折旧	营业盈余
1994	0.51	0.14	0.12	0.23
1996	0.53	0.13	0.13	0.21
1997	0.53	0.13	0.14	0.20
1998	0.53	0.13	0.14	0.19
1999	0.52	0.14	0.15	0.19
2000	0.51	0.14	0.15	0.19
2001	0.51	0.14	0.16	0.19
2002	0.51	0.14	0.16	0.19
2003	0.50	0.14	0.16	0.20
2005	0.41	0.14	0.15	0.30
2006	0.41	0.14	0.15	0.31
2007	0.40	0.15	0.14	0.31

其次是城镇居民和农村居民的收入差距在扩大。城乡收入比由 1985 年的 1.86 倍扩大到 2009 年的 3.33 倍,如图 2.5 所示。

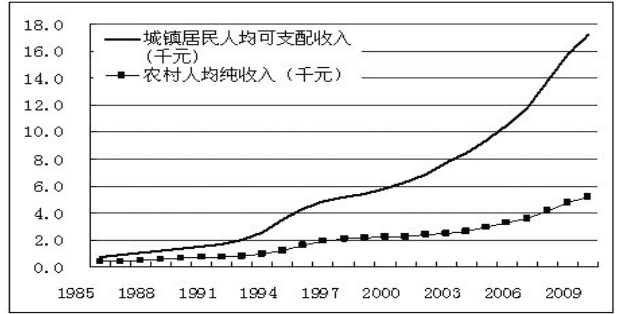


图 2.5 城镇居民与农村居民收入的相对变化(1985-2009年)

第三是城市居民内部的收入差距也处于不断拉大的过程中,最低收入组和最高收入组的收入差随时间推移呈现出明显的喇叭形(见表 2.7)。

表 2.7 城镇居民最低收入组和最高收入组与中等收入组(设为 1)的相对关系

	年份	最低收入户	中等收入户	最高收入户
平均每人可支配收入	1995	0.52	1	2.04
	2000	0.45	1	2.26
	2007	0.35	1	3.05
平均每人消费性支出	1995	0.60	1	1.75
	2000	0.53	1	1.93
	2007	0.44	1	2.57

对于中国整体收入差距的研究也进一步支持了上述判断,据李实等人的研究,2002 年中国的基尼系数达到 0.454,比 1995 年高出 1.7 个百分点。其中城镇内部的基尼系数上升幅度最大,比 1995 年提高了近 4 个百分点,达到 0.319。而农村基尼系数则有所下降,从 1995 年的 0.381 下降为 2002 年为 0.366。[李实、岳希明:《中国城乡收入差距世界最高》,《理论参考》2005 年第 4 期。]进一步观察城乡收入差距在全国收入差距中的影响则可以运用泰尔指数进行分解,把全国收入差距分解为城乡之间、城市内部、农村内部等三个部分。分解以后,得出城乡之间的差距在全国收入差距所占的比重:1988 年的时候是 37%、1995 年上升到 41%,而 2002 年则上升至 46%,这说明城乡之间收入差距在全国收入差距中占的比例更大,并不断上升[李实:《转型、增长与收入分配:中国的经验》,引自 http://prolishi.blog.sohu.com/107887759.html]。上述数据都说明了城乡之间的差距是导致全国收入差距扩大的主要因素。

收入差距扩大,表明贫富差距的悬殊程度在增加,或者说有相当比例的人群并未享受到多少经济发展的成果。尽管我们没有具体数字表明这一群体人数有多少,但从世界一般规律而言,财富总是集中在少数人手中,基尼系数越大,集中的程度就越高。因此,可以认为,尽管从平均收入的角度而言,中国图书的价格并不是很高(无论是同其他商品比较还是同国外图书比较),但对于低收入人群来说,图书的价格就显得有些昂贵了,如果这部分群体比例很大的话,则这一群体的主观感受就会转化为社会的普遍共识。

3.人口发展因素的影响

人口发展因素主要是指人口的数量、密度和文化程度等对图书整体消费产生的影响。从中国出版的现实情况看,现在的所谓出版大省,基本是人口基数较大、平均文化程度相对较高的省份。例如,2007 年出版物销售额前几名的省份(直辖市、自治区)分别是江苏、上海、浙江、山东、河南等,而排在最后的省份(自治区)则分别是西藏、青海、宁夏、海南,后面四省(自治区)的销售总额只及江苏省的 12%[根据“2007 年全国出版物发行进、销、存情况”计算,《中国出版年鉴 2008》,第 873 页]。

而人们对图书产品的偏好,通常指的是在所有文化、教育、娱乐消费活动中,人们对阅读纸质图书的喜好和倾向。它主要受以下几个非经济因素的影响:

第一,文化水平。一般情况下,图书购买者必须具备一定的文化水准,而且高文化程度人群对图书的偏好也强于低文化程度的人群。近年来我国文盲率持续下降,2007 年为 8.4%;大专以上学历人口所占比例也有所增加,2007 年为 6.6%。可以预见,整个社会文化程度的提高将增强人们对图书的消费偏好。

第二,社会对知识的不同偏好。例如股票类图书的一度畅销,可以说明目前社会上对图书产品存在一定程度的功利性,而且也显示出不同时代对知识的不同偏好。同时市场经济下,出版业在一定程度上引入了娱乐业的一些做法,降低了传统图书的学术性与严肃性,影响人们的阅读倾向和消费偏好。

第三,替代阅读方式的发展及接受程度。比如网络阅读、电子阅读等新的阅读方式对传统阅读的替代。中国出版科学研究所的一项调查显示,2007 年国民纸质图书的阅读率已经低于电子读物阅读率,前者为 34.7%,后者为 36.5%。而在年轻一代中由于普遍较早接受电子阅读的方式,因此购买电子读物的倾向明显高于中老年群体。随着年轻群体在未来消费中主导地位的增强,这一人口发展因素将对纸质图书的消费产生重要影响。

第四,国民阅读率。据中国出版科学研究所进行的“全国国民阅读调查”显示,自 1999 年以来中国国民的纸质图书阅读率逐年下降,从 1999 年的 60.4%下降到 2007 年的 34.7%。而卓越亚马逊的一项调查更让人对纸质图书的前景担忧:49.5%的人半年内没有读完过一本书。国民阅读率在 2008 年尽管有所提升,但仍远低于发达国家。据调查,2004 年英国国民图书阅读率为 66%,而法国 2005 年的国民图书阅读率达到 78%,德国 2000 年的调查结果显示其国民图书阅读率为 75%。

从人口因素,同时也结合收入差距的因素,我们可以

作如下的判断:

其一,相比较精神层面的消费,国民更偏好物质消费。例如中国已经成为全球奢侈品消费第一大国,但文化消费的比重却非常低。在文化消费中,娱乐性消费也高于图书报纸杂志的消费。

其二,即使是在广义的阅读层面,浅层次阅读(例如网络阅读、电子阅读等)的比重越来越高,而深层次阅读,即纸质图书的阅读比例在下降。

其三,读书人口的收入偏低。从奢侈品消费状况看,中国并不缺乏有消费能力的群体,只是这部分群体同图书的潜在消费群体之间产生了“错配”,通俗而言就是,有钱人不读书,读书人没有钱。这个问题可能要比收入差距扩大、阅读率下降、深层次阅读比重不高所反映出的问题更为严重,它表明中国的财富并不是按照知识水平进行分配的。如果有读书需求的人由于收入低而读不起书,这会成为制约中国未来发展的一个最大隐忧。

事实上,如果进行跨国横向比较,中国图书价格属于偏低的,至少不能算高。据业内人士的普遍估计,中国的大众图书的价格收入比(即平均每本书的价格/人均收入)与国外相仿,但专业类图书的价格收入比则明显偏低。

因此,图书贵不贵,图书相对收入的比重仅仅是一个方面,国民对图书的热爱程度(即经济学讲的偏好)同样是一个重要因素。如果国民热爱读书,则相对而言就能够接受一个更高的图书定价。

4.小结

第一,图书价格走高符合图书的经济属性,全球市场经济国家均是如此。

第二,无论与其他商品相比,还是与国外图书相比,中国的图书价格都谈不上昂贵,在某些领域,比如专业图书,甚至还偏低。

第三,民众普遍感觉到图书很贵,其原因有三:一是对大多数消费者而言,物质消费的价值高于精神消费,因此很容易得出图书价格很高的判断,正如《经济参考报》一篇文章的标题所描述的那样,“是抽一包烟还是买一本书?”个个中缘由,耐人寻味;二是图书是一种准公共产品,价格的攀升更容易引发人们强烈的不满情绪,正如教育和医疗卫生一样;三是收入差距的扩大,并且扩大的方向与知识水平形成一种“错配”,高收入群体更热衷于购置房产和奢侈品,而没有成为图书消费的主力,而对于大多数人群来说,图书价格可能对其基本生活构成了一种压力。

这三个问题折射出的是中国经济社会发展中的一些深层次的矛盾,并不是出版产业自身所能够解决的。那么,出版产业自身是否也存在一定的问题,而且这些问题又直接引发了民众对图书价格高企的普遍不满呢?我们认为,中国图书出版产业仍处于不成熟、不完善的发展阶段,自身仍有许多需要改进的问题,而这些问题的存在导致图书价格出现“虚高”的情况。我们在下一节将对此进行分析。

三、如何看待中国图书价格走高的事实——产业内视角

在上一节,我们从影响人们主观判断的商品价格体系、收入差距及人口素质和消费偏好入手,分析了中国图书价格走高的原因,认为中国图书价格走高符合图书的经济属性,是一种正常的经济现象,同时也指出了中国图书价格存在“虚高”的问题。从中国图书出版产业内视角来分析,可以清晰地看到这种“虚高”所赖以生存的环境和内在原因。下面本研究报告将从三个方面对这一问题展开论述:首先,回答为什么出版产业发展的不成熟会导致图书价格的“虚高”,进而引发民众对图书价格的不满;其次,梳理出导致图书价格“虚高”的体制因素;最后,给出一些初步的政策建议。

1.中国图书出版产业发展不成熟是图书价格“虚高”的重要原因

所谓价格“虚高”,是相对价格“实高”而言的。如果一种商品的市场价格相对于整个商品价格体系定位并不高,甚至还存在结构性低估,但相对于其自身质量而言却又较高,则称这一商品处于价格“虚高”状态。

作为一个商品,所谓“昂贵”与“便宜”都是相对其质量而言的,也就是我们常说的性价比。不能认为价格低的东西就便宜,因为其质量可能很差;同理,也不能认为价格高的东西就贵,因为其质量可能很好。对图书这种商品,其质量高低并不取决于印刷、纸张的精美程度,而是通过其所能带给读者的效用体现出来的。这种效用就是能否给读者带来大量丰富的知识和信息,能否满足读者情感和心理的一种渴望和慰藉,能否引发读者对人生和社会的严肃的理性思考。如果这几条能够满足,图书的质量就很高。根据市场经济的一般法则,即优质优价法则,其价格即使定得高一些,相信也不会有太多的人抱怨图书很贵了。如果不能,即便是图书价格定得很低,其性价比仍然不高,人们仍然会抱怨图书的价格“偏高”了。

在上文的比较研究中我们已经得出一个基本结论,即无论是相对于其他商品而言,还是相对于国际图书市场而言,中国图书的价格水平并不高。接下来就需要考察中国图书产品的质量了,如果图书市场的主流是优质、精品图书,则我们可以认为中国图书价格处于合理适度区间,如果图书市场充斥着大量内容低俗、抄袭、摹仿、粗制滥造甚至无病呻吟之作,则可以认为中国的图书市场处于价格“虚高”状态。

那么,中国图书的整体质量又是什么样的一个状况呢?

这里我们不直接对图书质量作出正面的评价,因为这本身是一个见仁见智,很难做客观评价的事情。我们打算从图书市场所表现出来的竞争策略、竞争模式和竞争结果入手,来间接地对图书质量做一个便捷有效的考察。

首先,从竞争策略来看,“价格战”已经成为零售商占领市场的重要竞争手段,这已是众所周知的事实。一般来说,靠价格取胜本身已经反映出图书商品的低质性,因为,凡是打“价格战”的产品,大多是低质产品。有质量、有品牌的产品从来都不轻易打价格战的。

其次,从竞争模式来看,做“大书”、“伪书”、“跟风书”、“特价书”、“项目书”、“一号多书”的出版商仍不在少数,更不用说潜伏在地下的“盗版书”,这些非正常的出版模式不仅带来了无序竞争和过度竞争,而且还扰乱了出版业的正常运行秩序,导致价格波动起伏剧烈。

(下转第 8 版)