

2016北京图书订货会高层论坛 谋划“下一个五年出版改革发展理念与路向”

“十三五”开局之年,2016年对出版业意味着什么,将面临怎样的变局与大势,出版业又该如何谋划下一个五年?作为北京图书订货会开幕后的首场大型品牌活动,2016年1月7日,由北京图书订货会组委会、中国出版传媒商报社联合主办的北京图书订货会高层论坛在中国国际展览中心举办,论坛以“下一个五年,出版改革发展理念与路向”为主题,邀请行业主管部门负责人、领军企业负责人、科研与咨询机构负责人等与会主旨演讲,探讨“十三五”期间出版业的改革与发展,畅论书业的机遇与趋势。论坛嘉宾阵容强大,主题高屋建瓴,行业高度关注。

全国人大教科文卫委员会主任委员、中国出版协会理事长柳斌杰,中国出版集团公司党组书记王涛,中国新闻出版研究院院长魏玉山,中文在线集团董事长兼总裁董之磊,和君管理研究院院长、和君商学首席管理学家从龙峰出席并作主旨演讲。

中国出版集团公司党组成员、中国出版传媒股份有限公司副总经理孙月沐,以及2016北京图书订货会组委会主任、中国出版协会常务副理事长兼秘书长刘建国,2016北京图书订货会组委会顾问、中国书刊发行业协会理事长艾立民,中国出版传媒商报社社长伍旭升,2016北京图书订货会组委会秘书长、中国出版协会副秘书长兼会展部主任刘丽霞,2016北京图书订货会组委会秘书长、中国书刊发行业协会副理事长兼秘书长纪宏等论坛主办方领导出席会议。刘建国、伍旭升分别主持论坛。来自主管部门、出版机构、权威媒体的180余名代表到会,嘉宾的精彩演讲,引起与会代表的高度共鸣与热议。



把中国建设成为世界出版强国,是我们建设文化强国的需要。因为出版是文化的核心,是基础。只有出版强大了,文化才能真正强大起来。早在2010年,党中央、国务院就提出建设出版强国的目标,并且确立了相应标准。到现在五年过去了,我们需要总结。今后的五年正好是我国全面建成小康社会的决战决胜阶段,是在前五年奠定的基础上大发

展阶段。今后五年我们有哪些机遇?有哪些问题?有哪些难点?有哪些短板?出版人应该搞清楚。因为全局决定局部,整个出版业的大气候影响到每一家出版企业,影响到每一个出版人。

围绕建设出版强国,我讲三个问题,跟大家一起交流。

攻坚克难,决战决胜,建成出版强国

■柳斌杰(全国人大教科文卫委员会主任委员、中国出版协会理事长)

中国出版业正处于由出版大国走向出版强国的进程中

看到改革开放以来,我国出版业取得如此巨大成绩,令人欣慰;但并没有理由满足现状。因为我们现在只是一个出版大国,还不是一个出版强国。中国出版业正处于由出版大国走向出版强国的进程中。

历史和现实证明,中国出版业是一个具有世界影响的出版业。因为我们出版领域的两大发明印刷术、造纸术,在几千年的文明史中,为中国和世界文明推进作出过重要贡献。可以看看《圣经》序言,可以看看马克思著作,在西方科学家、史学家著作中,都提到中国印刷术、造纸术的发明,实现了思想文化远距离传播,是革命性的变化。我国古代四大发明有两项体现在出版领域,对那个时代的文明传播,就像今天的互联网一样,具有划时代的意义。近一百多年来,由现代技术支撑的中国现代出版业,在民族解放、国家独立、国民素质再造、文化教育提升等方面发挥了重要的作用。作为一个出版人,我为此感到非常自豪。我经常跟同志们讲到,在所有的职业里,最能够永恒不灭的是出版业。因为出版产品是永恒的,你的作品留下来,几千年、几万年可以一直传下去。我们过去说的四书五经,以及我们1919年以前所有的历史典籍,以及1919~1949年民国时期创造的文化,所有的东西都进入到书籍中,成为中华文化宝库,再没有像任何其他一样东西比这个更有生命力。所以我说出版是一个不朽的事业,上承先贤,下启子孙,是值得奉献一生的事业。

新中国成立以后,我们实行公私合营,在改造私营出版业的同时,国家投资兴办出版事业,推动了中国出版业健康发展,初步建立起现代出版体系。特别是改革开放以后,我国的出版业发生了根本性的变化,大大解放了出版生产力。我们现在一年的出版能力超过过去的一千年。据不完全统计,我国秦朝时候有9万多种书,汉朝末年有17万种书,唐朝末期是39万种书,而我们现在一年就能生产45万种,出版能力提高多少倍?特别是十六大以来,我国新闻出版业经历了10年大改革、大开放,大发展,已经成为名副其实的出版大国。

主要标志如下:

第一,出版实力更加雄厚。我们出版行业的总资产年均以30%的速度增加,去年营收已经超过两万亿。据世界银行发布的资料,我国出版业投融资能力已经稳居世界第一位。在跨国兼并中,中国已经成为第一大的主力阵营。

第二,出版能力大大提升。我国年出版图书已经达到45万种,总印数83亿册,市场畅销品种常年保持在220万~280万种之间;我国报纸发行量是43亿份。报纸的网络版、移动终端,现已普及城乡,读者3亿多人;期刊的总发行量最近5年一直稳定在33亿册左右。学术期刊已经居于世界第二位。新兴的电子期刊,连续几年稳定地在增长。目前正在出现的微期刊也在吸引着更多的读者。

第三,出版技术日新月异。数字技术融入了传统出版业,推动了数字出版的快速成长,特别是在电子读物、音像、动漫出版、音乐出版空前繁荣的形势下,数字出版高速增长,产品和服务年收入已经达到3000亿。特别是音乐作品的生产、传播,成为一个很大的产业,因为汽车发展、流动人口增加而需求旺盛。这些都显示了新技术运用在出版领域的巨大潜力。

第四,产业融合方兴未艾。传统印刷与数字印刷复制融合加快,大大提升了印刷复制能力和产品加工质量,支持了国家工业化、信息化进程,丰富了人民精神文化生活,产业规模已居世界第二位,超过了德国,仅落后于美国。

第五,出版走向世界的步伐加快。我国出版“走出去”道路越来越宽广。主要有做国际书展主办国、开展图书进出口贸易、中外合作出版、中外文化交流、出版企业跨国兼并、国际发行网络建设等六种形式,加快推动了中国出版走向世界。目前我国已经在196个国家和地区开展图书贸易,包括图书、报刊销售和

开展馆藏馆配业务等等;在39个国家中建立中国出版企业。我在原总署工作期间制定过目标:必须在40个主要国家中建中国出版企业,现在基本做到了。在世界著名书展中,比如法兰克福书展、纽约书展、伦敦书展、巴黎书展、莫斯科书展等,中国出版业都成最大亮点。这两天在印度举行的印度书展,中国也是主要的参展国之一。

第六,我国有了授权的国际标准。“一流国家出标准”,这是国际公认的现象。我们过去往往在别人制定的国际标准下生存,可以说削足适履,非常被动。经过几年的努力开发,2015年4月15日,国际标准注册机构正式授权国际信息内容产业协会,发布了中国研发的MPR内容产业标准,从5月16日开始生效。同时这个标准执行秘书处也设在中国。这是一个不寻常的成果,大大提升了信息内容产业价值,填补了国际标准体系的空白,为我国创造了“标准化”的话语权和主导权。作为中国首个国际标准,研发过程一直得到中央关注和支持。

第七,版权支撑能力快速提升。首先要提到我国这几年研发的“数字版权唯一标识符”(Digital Copyright Identifier,简称DCI)。原来出版界执行的是美国的“数字对象唯一标识符”(Digital Object Unique Identifier,简称DOI),现在有了我们自主开发的DCI。这是数字内容标识符,就是内容生产跟踪的标识符,就像出生证一样,内容一产生,它就会天然地成为你的终生号码,不管传播到中国,还是传播到世界各地,这个号码可以终生识别。其次是10年前由新闻出版研究院牵头进行的版权技术工程,运用新技术手段为版权提供重要支撑。这项工程进展顺利,即将验收完毕。这些年我们最头疼的版权保护问题因此可以得到破解。最近召开的全国宣传部长会议和新闻出版局长会议上强调在全国推广这些标准和技术,用以提升我们版权保护的力度。

第八,我国出版业国际威望大幅上升。以前我们多年申请加入国际出版商协会,总是借口我们私营出版不发达、出版自由没落实,遭到拒绝。现在怎么样?由于我们出版业在国际地位逐步上升,国际版协主动找上门,邀请我们参加国际版协,去年已经顺利通过。他们现在认为没有中国,就不成为世界出版;国际版协没有中国,也不成为国际版协。国际版协前后两任主席一起来华时预言,要不了10年,世界上最著名的出版机构都会换上中国旗帜。国际组织认可证明我们作为出版大国已经是名副其实了。

当然,看到我国出版业取得如此巨大成绩,令人欣慰;但并没有理由满足现状。因为我们现在只是一个出版大国,还不是一个出版强国。中国出版业正处于由出版大国走向出版强国的进程中。目前主要存在五个方面的问题。

一是我们的学术创造力不大。就是由思想、科学、文化、内容引领世界潮流的能力还不强。正如习总书记说我们有高原没高峰。像美国、英国这样一些国家,差不多每年都有引领世界文化潮流的作品,像《百年孤独》《挪威的森林》《泰坦尼克号》《哈利·波特》《阿凡达》《星球大战》等等流行全球,中国还没有。我们现在的作品还不能进入具有世界影响力的行列。在每年世界文化产品排行榜上,中国还是缺位。当然这个原因也很复杂,有社会制度的原因,有意识形态的原因。但深刻反省,我们确实还缺乏触及人类文明根本的话题,你讲的东西不能引起世界的共鸣。这并不是我们出版人的能力不行,而是我们出版的“金矿”品位不高。这个品位是掌握在作家、科学家、理论家、思想家那里,需要作者去创造,出版家去挖掘,大家共同努

力,改变现状,提高质量。

二是出版产业的市场竞争力不强。由于我们体制机制等各方面的限制,目前我们的出版企业还没有真正成为市场主体,我们参与国际竞争的能力还不够强大。所以我们还没有能力生产出世界级的、划时代的内容产品,也没有能力跟发达国家著名的跨国出版公司去竞争。

三是我们的法律制度环境还不够完善,评价机制还不尽如人意,出版企业内学术自由风尚还不够活跃,有些地方还没有形成机制化、制度化,难以策划出版传世精品,影响着整个出版行业做强做大。出版这个行业非常具有挑战性。我们现在的标准,总体上是讲是突出两个效益:社会效益放在第一位,这是我们的基本原则。具体评价,我们学术创造能力没有分门别类去考量,往往以服从当前形势需要为标准左右出版业的长远发展,这样就很难产生精品力作。大家都知道,我们说的精品,哪怕是获得诺贝尔奖的作品(科学领域的另当别论,它是以前发现、新发明、新创造为标准),再包括传统的经典作品,哪个作品是在当时就能够获得很好评价的呢?没有。四大名著有的在几十年内、上百年内都是禁书,换了几个时代才变成精品。我们要认识到出版评价的特殊性。我们既要反映当前国家的现实要求,出流行书;我们也必须从人类文明,从历史进步,从社会发展,从更远的目标来看出版的价值,策划出版有厚度有深度有力度的精品书。只要给出版创造出更加宽松的环境,必定会有“高峰”作品。

四是我们的出版企业还不够强大。企业数量很多,但是由于部门化管理,地区性分割,使得企业层次比较低。世界出版五百强我们现在只占三席,而且名次靠后,前十位没有我们。这显示我们还不是一个强国,强国起码在前十位能占几席。比如我国经济,世界五百强前十位里就有四席,我国银行实力大多数都排在世界前列。在互联网信息产业里,世界前十位也有我们三席。像马云的企业,已经名列世界第二。这才叫强了。我们出版业还没有达到这个水平。

五是我们的经营管理能力、国际传播能力还有一定的差距。目前相当多的出版机构还没有完全进入市场竞争状态,距现代出版制度的建设也还有相当的差距。中央当时提出建立现代企业制度的标准,就是上市公司的标准。现在在公司治理结构与现代企业制度建设上,真正达到上市公司标准的有多少?实际远远不够。相当多的是封闭的小企业,只能达到“温饱”水平。

六是统一开放、竞争有序、健康繁荣的大市场体系还没有完全建成。我们现在多种渠道都在发展,但是还没有形成一个统一规范的市场体系。实体店是一个体系、一个标准,网上销售是一个体系、一个标准,新的阅读空间是一个体系、一个标准,民营销售渠道又是另外一个体系、另外一个标准。不是一个融合的大市场。这在国外是很少见的,而我们还是常态。

今后五年我国出版业的机遇和任务

“十三五”期间,是我国全面建成小康社会的决胜阶段。这是中华民族伟大复兴进程中一个里程碑事件。“规划建议”围绕这个目标部署了文化强国建设的各项目标,这其中有几个重点是与我们出版业密切相关的。按照这个“规划建议”,这五年也是我们建设出版强国的决战决胜时期。

“十三五”期间,国家明确提出要完善文化保护传承体系、公共文化服务体系、文化产业发展体系、文化市场贸易体系,还要完善依法管理和正面引导相结合的制度,建立统一的文化市场执法体系。总之,要在五年期间完成这六大体系建设。制度体系建设是全面建成小康社会的重要内容,这一点我们可能认识还不足,总以为发展规划主要在经济、社会领域。其实仅从经济方面说,我国已经超过了小康社会的标准。短板在于制度体系建设。出版业必须和文化体系建设、和国家全面建成小康社会的大局相适应,把现代治理体系放在重要位置。

出版业哪些方面与文化体系建设紧密相连?

第一,出版业要服务国民素质和社会文明程度显著提高的要求。文化建设第一个要求,就是国民素质和社会文明程度显著提高。规划讲了几个显著,这是一个。这个显著提高靠什么呢?靠教育,靠读书。社会主义核心价值观要更加深入人心,爱国主义、集体主义、社会主义思想得到广泛弘扬,向上、向善、诚信、互助的社会风尚要更加浓厚,人民思想道德素质、科学文化素质、健康素质都要明显提高。这对我们出版业既是任务,也是机遇。

第二,出版业要服务科学理论武装全党、教育人民、深化马克思主义理论研究和理论工程的建设。要加强思想道德、价值观、社会诚信体系建设,增强国家意识、政治意识、法治意识、社会责任感,提倡科学精神,注重通过法律、政策、各种文化形态,传导正确的价值观和先进理念。

第三,服务于大力发展文学艺术、新闻出版、广播影视业,构建中华优秀传统文化的传承体系,加强文化遗产的整理和保护,推动传统媒体和新媒体融合发展,加快数字媒体建设,打造一批新兴的主流出版传媒集团和几个世界一流的出版传媒集团,提高我们的传播能力。请大家注意这里的“一批”和“几个”,中央要求的主流媒体,不是过去那种传统意义上的媒体,而是业态各异、形态多样的新兴主流媒体,既包括了我们的媒体形态,也包括现在的新媒体。要建设的就是几个这样的世界一流的出版传媒集团。

第四,坚持以人民为中心的出版工作方向。国家强调,在实施一系列重大理论文化工程时,都要面向公共文化服务,创新公共文化服务的方式。我们出版业有相当一部分内容是面对公共文化服务的,比如图书馆、农家书屋、职工书屋、社区书屋、军营书屋等。出版业在面向这些领域服务中,大力普及科学文化知识,推动全民阅读,建设书香中国,发展和维护人民群众的基本文化权益。

这里我们说几个数字:要办好13亿人的出版,特别是要瞄准9亿多人搞出版。为什么讲9亿多人呢?3亿多的学生占我们出版市场消费的一半,这几年一直都保持在45%、46%的消费比重。这是最大的出版消费人群。其次我们还要关注“十三五”规划建议讲到六个“一亿人”:一亿进城落户的新市民、一亿进城的体面的打工者、一亿要纳入国家教育规划的学前儿童、一亿需要脱贫的贫困人口、一亿要有精神文化保障的老年人,还有一亿人新增的就业者,包括毕业生、转业军人、新成长的劳动力。所有这些人,都需要知识,需要通过阅读找到他们的社会身份,改变自己的命运。所以我们讲出版服务要分众化、对象化,这既是贯彻中央要求,以人为本办出版,也在其中找到出版业巨大发展空间。

第五,继续深化出版体制改革,完善出版产业体系,推动出版产业结构的优化升级,发展大型骨干企业,培育内容创意产业和新兴的出版业态,以出版传媒产业基础支持文化产业成为国民经济支柱产业。

一段时间我们强调社会效益,有些出版人迷惑了:产业都不提了?产业是一个载体。光有灵魂,没有身体,魂不附体能发展吗?出版业也一样,首先要把自己产业做强了,文化产业要成为支柱产业。我们有时候理解中央精神不够全面,一句“不做金钱的奴隶”,你吓得连产业也不敢说了。人长头脑就是要会思考。你搞企业,当社长,第一位想到的应是员工的生存、企业的发展。不能不讲经营,不能不讲收益。社会效益当然要讲,哪个企业不讲?做食品,里面没营养行不行?做药品,里面没有疗效行不行?这些就是社会效益。做书也一样,产品的使用价值是内容。一个出版人第一位要考虑的必然是有内容的内容,是好的产品。我们哪个出版社专门找坏的东西出?我很少看见这样的出版社。文化产业三分之二是新闻出版和相关产业,文化产业2.2万多亿里有1.86万亿是新闻出版业的。出版产业做不好,文化产业成为支柱产业就成了空话。还要看到,经济处于新常态下,以往的消费热点没有了,房地产过去了,汽车过去了,家电过去了,现在找一个新的消费热点很难。中央提出“供给侧”改革,就是在消费这一端革命。我们的出版文化消费正好赶上这样一个机遇,出版业千万要珍惜重视。(下转第5版)

2016北京图书订货会

展会观察

·论坛精萃·