

北京图书订货会暨订博会高层论坛,素有“中国出版风向标”之称,是出版人开年最期待的一场重头戏。作为订博会的系列重磅活动之首和定制标配,始创于2007年的北京图书订货会高层论坛,已连续举办8届,是规格的行业交流研讨平台,是订博会在订展展示功能之外,在信息交流、产业研讨功能上的延伸和拓展,集中反映着出版行业的年度新风向、新生机。

梳理近年来高层论坛的主题,出版传媒业改革发展热点、焦点、难点问题的脉络清晰可见——“构建和谐出版环境,推动产业良性发展”(2007年)、“加强诚信体系建设,促进出版发行业大发展大繁荣”(2008年)、“学习实践科学发展观,加快出版发行体制改革”(2009年)、“加强诚信体系建设、促进图书公平交易”(2010年)、“数字出版,下一个五年的竞争策略”(2011年)、“数字化背景下出版产业科学发展”(2012年)、“新形势·新变革·新融合”(2014年)、“传统媒体与新兴媒体的融合发展”(2015年)……经过十年的打造,高层论坛以“三个第一时间”紧紧地吸引着业界的目光:一是第一时间宣传贯彻党和国家的大政方针,二是第一时间分享行业领军人物的战略思考和创新实践,三是第一时间感知出版改革发展大势和行业市场冷暖。

2016北京图书订货会

展会观察

·论坛精萃·

正所谓“不谋万世者不足以谋一时,不谋全局者不足谋一域”。当前,“十二五”胜利收官,“十三五”即将开局,全国上上下下都在聚精会神搞规划,一心一意谋发展。站在一个新的历史起点上,作为中国出版业肩负特殊使命的企业,中国出版集团的发展必须放在“十三五”发展整体大格局中。

## “十三五”文化企业面临的五大发展趋势

**第一个趋势,小康和书香将成为文化企业文以载道的国家使命。**

十八大以来,党中央提出的“四个全面”战略布局,其中第一项使命就是“全面建成小康社会”,近两年的《政府工作报告》都提出“建设书香社会”的要求。从历史上看,书香与小康始终是并行不悖、相互辉映、共促发展的逻辑关系。“小康”,代表了经济、物质基础和精神文化价值的共同提升,作为信息、知识、文化承载体的“书香”,则是“小康社会”的题中应有之义。正可谓,“有书香则有小康,无书香则无小康”。张元济曾说:“数百年旧家无非积德,第一件好事还是读书”,可见,齐家、修德这些中国人视之为根本的大事都与“书香”有着密切的关系。

对于文化企业而言,“十三五”期间要增强大局意识和责任意识,自觉地服务于推动全民阅读,以建设“书香社会”的实绩来推进“小康社会”的建设,是中国出版人到2020年必须要向全社会交出的一份答卷,我们要将其作为一个神圣的国家使命,作为我们这代人必须肩负的文化使命,为之而鼓、而呼、而奋斗。

**第二个趋势,文化贡献将成为文化企业商以载道的核心标识。**

2015年中办、国办下发的《关于推动国有文化企业把社会效益放在首位、实现社会效益和经济效益相统一的指导意见》明确指出,文化企业必须始终坚持把社会效益放在首位、实现社会效益和经济效益相统一。“当两个效益、两种价值发生矛盾时,经济效益服从社会效益,市场价值服从社会价值,越是深化改革、创新发展,越要把社会效益放在首位。”文件还特别指出,要在国有企业改革大框架下,充分体现“文化例外”的要求,明确社会效益指标

考核权重应占50%以上。这表明,“十三五”时期,中央对文化发展提出了新的要求,出版体制改革的重点,是通过改革创新,更好地服务于国家“四个全面”的战略布局,文化企业不仅要注重经济增长,更要注重文化贡献;不仅要注重经济效益,更要注重社会效益。这个指导意见对那些专做文化,专心致志为社会提供精品的企业是一种肯定。

对于文化企业而言,要始终坚持正确的文化立场,做大经济规模不是根本目的,做开产业格局也不是根本目的,而是要在做大经济规模中做大文化影响,在做强综合实力中做强文化实力,推出更多思想性、艺术性、观赏性俱佳的文化产品,提供更多有意义、有品位、有市场的文化服务,做出更多价值性、进步性、深刻性统一的文化贡献。

**第三个趋势,全面落实“十三五”规划进程中,书业具有更加重要的责任。**

党的十八届三中全会决定提出,“人民是推动发展的根本动力,必须坚持坚持以人民为中心的发展思想”。“十三五”期间,我国将紧紧围绕“六个”“一亿人”补齐短板,在这个过程中,教育的需求、阅读的需求、文化的需求被培育起来,现代书业、内容产业、文化产业被催化起来,思想的创新、观念的变革、创意的冲动被激发出来。简而言之,就是创作、创意、创新的活力在城镇化进程中将会越来越生机勃勃,图书出版、内容生产、文化产业,可谓得其时、获其位,更需有其为。

**第四个趋势,品质阅读将成为文化企业提供有效供给的基本目标。**

中央经济工作会议提出了“十三五”期间一个重大经济信号,那就是要推动供给侧结构性改革,其核心是通过转变

经济发展方式,调整经济结构,提供有效供给,激发有效需求。一方面,我们的钢铁、水泥、房地产等行业存在严重产能过剩,一方面,我们有品质的需求得不到满足,国人四处到海外购物扫货。这一现象在“十二五”期间,也同样存在于出版业。一方面,我们在大规模造货的同时库存日益高企。中国新闻出版研究院的一项调查表明,2015年全国每1.24本书就有1本是库存书;与此同时,读者的品质阅读还得不到有效满足,越来越多的读者开始对网络低俗阅读用脚投票。

对于文化企业而言,“十三五”期间,“全民阅读”将成为一个由号召变为实际的国家行动,既有实物的投入,也有环境的培育,对于出版这是一个重要机遇。我们要立足大众阅读品质的提升,增强选题策划的市场适应度和文化含金量,更好地满足读者的阅读升级,帮助大家从经典中汲取先人的智慧,从精品中凝固当代的价值,从阅读中激发出深刻思想。

**第五个趋势,文化软实力将成为文化企业参与国际竞争的主要方向。**

2010年,中国成为全球第二大经济体。有专家预测,按照目前的发展速度,中国经济规模有望在十年内超越美国,成为全球第一大经济体。但是,与我们的经济“硬实力”相对照的是,我国的文化“软实力”还不强,甚至相形见绌。

对于文化企业而言,“十三五”期间,增强国家文化软实力,则成了参与国际文化竞争、维护国家文化安全、提高国际话语权迫在眉睫的选择,要进一步积极实施国际化战略,做好“走出去”工作,为讲好中国故事,传播好中国声音,阐释好中国特色努力作出贡献。

## “十三五”期间中国出版集团的战略取向

“十二五”期间,中版集团提出了以“三六构想”为核心的主体发展战略,逐渐探索出了一条中版集团特色发展道路,在做大文化影响、做强经济实力、做实改革管理三个方面取得了显著成就——连续三年入选“全球出版业50强”,连续7年入选“全国文化企业30强”,都位居全国前列;销售收入翻了1番,资产总额翻了1番,利润总额翻了近2番,综合实力由全国第10名跃升到第4名。

“十三五”期间,集团将以走中版集团特色发展道路为主题,以做大文化影响、做强经济实力、推动媒体融合为主线,以技术创新、制度创新和资本运作为动力,以股份公司为平台进一步提高出版专业化水平,以集团公司为平台开展适度多元化探索,积极打造“六大战略”升级版,努力建成国际著名出版集团。

**第一,打造内容创新战略升级版。**

中国出版集团是中国最著名的出版企业集群,未来五年,内容创新依旧是中版集团的企业使命,也是核心竞争力。集团的主要生产经营活动都要围绕这个根本,努力建设出版高地,构筑内容高峰。一是要更加强调产品结构的优化。在传统优势板块上抓亮点、造高峰,在行业主流板块上创机制、彰品牌。二是更加强调优质资源的聚合。充分挖掘主题出版的“富矿”,加强话题书、畅销书等紧贴市场、紧贴时代的资源积累。三是更加强调营销模式的创新。创新新媒体、众筹和事件销售等营销方式,加强书店合作,继续做好“中版好书百店千柜工程”“中版图书展销订货会”等重点营销项目。

**第二,打造品牌经营战略升级版。**

在中版集团的“六大战略”中,品牌经营战略具有特殊的地位:是其他战略的出发点也是落脚点,既是一个独立的战略,又是六大战略的综合抓手。中版集团有很多在国人心目中具有崇高地位的重要品牌,如商务印书馆、中华书局、三联书店,但由于体制改革、机制转化的落后,这些品牌的影响力在提升的同时也面临着下滑的危险。未来五年,我们将更加突出“经营”二字,让品牌真正凸显资本溢价功能。一

是更加强调品牌产品的研发。设立专项扶持基金,向优质版权和品牌产品进行定向投资,持续推出中版集团品牌名录。二是更加强调品牌企业的兼并重组。通过资本的力量,壮大集团的力量,延伸产业链。三是更加强调品牌影响的大众化。以产品带影响,做到“大家品、大众口味”,扩大集团的品牌影响力和传播力。

**第三,打造集团化战略升级版。**

近几年的文化体制改革充分说明,集团化、规模化、集约化的发展之路是可行的,这有利于增强市场竞争力和抗风险能力。中版集团这些年来最大的困惑,就是我们近100亿销售收入中,图书经营占比很高,要不要做多元?未来5年,中版集团将更加重视适度多元发展,以资源为依托,围绕文化这个核心扩大半径,同时加强资本运作。一是加强内部资源的配置。抓好纸张、印务、信息流、物流、营销、报刊等内部资源的整合,全面加强专项资金管理和资金集中管理。二是加强适度多元的探索。在巩固传统三大业务的基础上,做好翻译、物流、纸张、印务、数字化、会展、金融、物业等八大板块的培育发展;积极探索影视、教育、广告、文化地产等领域的布局和发展。三是加强资本运作的推动。积极推动中版传媒、中译语通和荣宝斋三个上市主体的股改上市工作,积极推动出版单位对优质的民营出版资源,优秀的数字化、新媒体企业进行兼并重组。

**第四,打造数字化战略升级版。**

数字化工作在集团整体工作中具有基础性、长期性和全局性的特点,是直接关系到集团未来发展的关键领域。人类曾经经历了三次介质革命,出版业都曾遇到过巨大困惑和痛苦,但都浴火重生。15世纪发明印刷术,曾导致欧洲有3万多名书写员失业,这个阵痛持续了近80年,最终印刷术极大地推动了出版业和人类进步。上世纪50年代全世界对图书馆业实现了微缩胶卷革命,毁掉了很多纸质书,但现在有多少人还会去图书馆看微缩胶卷呢?现在数字化技术如果仍然奉行“不断革命论”,介质始终难以固定下来,数字出版就难以走出风险投资的“风险”阴影。我认为图书出版人应坚定自己的信心,图

书业仍有强劲的生命力,图书仍然是人们深阅读和获取知识的主要载体,但其经营模式必须数字化。

未来五年,中版集团将制定“传统出版与新兴出版融合发展‘十三五’规划”,进一步加强数字化建设。一是更加重视数字产品的研发。推进百科三版、数字音乐平台、新华联和物流发行平台等重点项目建设和研发。二是更加重视运营机制的创新。以公司化运作和技术应用带动传统出版与新兴出版的融合。三是更加重视盈利能力的提升。进一步提高工具书在线、中华古籍知识库、译云、易阅读、百种精品工具书、“艺术品交易平台”的盈利能力。

**第五,打造国际化战略升级版。**

这一战略既是集团的国家使命,文化责任,也是集团新的发展机遇和新的发展目标。未来五年,中版集团要以国际化“六个要点”为引领,一要更加重视主流渠道的开拓。做好与荷兰博睿出版集团、英国泰晤士、哈德逊等出版公司的合作项目,推动产品进入海外主流渠道。二要更加重视海外并购的尝试。打破观念禁锢,用资本的力量提升集团在国际行业中的竞争力和影响力。三要重视版权输出的实绩。建立重大版权项目备案机制,结合“一带一路”国家战略,推动“一圈两线”国家的版权输出。

**第六,打造人才强企战略升级版。**

这是关系到集团盛衰荣辱的根本战略。未来五年,中版集团将始终坚持“以人为本”的发展理念,坚持体制机制创新,加强动力机制建设。一是要更加重视干部结构的优化。进一步完善领导班子的年龄、气质、素养、能力结构,加大年轻人才、创新人才和数字化人才、国际化人才、经营管理人才、资本运作人才的培养与配备。二是要更加重视激励机制的创新。加大编辑和营销人才的激励力度,在新实体积极探索技术骨干和职业经理人持股。推进更加完备的职工福利体系建设。三是要更加重视考核机制的完善。完善双效业绩考核体系,建立分类考核指标,增强考核的层次性和激励性,改进薪酬管理体系,强化责、权、利的合理匹配。(中国出版传媒商报记者王婷整理)

## 编制新闻出版业“十三五”规划的逻辑坐标

“十三五”规划编制的背景很特殊。一方面,“十三五”处在“两个一百年”中的“第一个一百年”后期,正值国民经济增长速度换挡期、产业结构调整阵痛期以及前期刺激政策消化期。此外,“十三五”还处在全面建设小康社会的关键时刻,到2020年中国要全面建成小康社会。从经济发展来看,2020年实现全面小康目标没有问题,无论是国民生产总值还是城乡居民收入,到2020年比2010年翻一番的任务都能实现。但是文化建设的目标压力较大。

按十八大报告的要求,“十三五”末文化产业要成为国民经济支柱性产业。按照经济学界常识而言,支柱性产业的增加值要占到整个国家增加值的5%以上。这就意味着到2020年,文化产业GDP要达到5~6万亿。但2014年全国文化产业GDP总量是2.4万亿,占整个国家GDP的总量是3.76%。这个目标与实现文化产业成为支柱性产业还有一定的距离。新闻出版业在文化产业中所占的比例是多少呢?2014年新闻出版业增加值是5500亿,占文化产业的比重是23%。按照这样一个总体目标,到2020年,新闻出版业如果要继续保持文化产业中五分之一左右的比重,“十三五”期间其增加值的年均增长速度应该是8%~9%。但在“十二五”的最后两年,新闻出版业总收入和增加值速度都在明显下降,所以“十三五”期间新闻出版业产业增长的压力十分巨大。

在产业背景下,目前新闻出版业有四个趋势:一是产业增速由高速转向中高速;二是产业结构调整在加速,构成新闻出版业的九大门类中,印刷业、传统书报刊所占的比重在逐年下降,数字出版业所占的比重在逐年提高;三是新媒体在加速发展,传统媒体在加速下降;四是新兴媒体在快速发展,数字出版产业规模由2006年的213亿增长到2014年的3388亿,在不到十年的时间内增加了15倍,而且还在继续增速,产品数量上也在不断增加。

在此背景下,出版企业制定“十三五”规划需要重点考虑四个方面的内容——

**第一,要重新认识出版业的地位和作用。**出版是一个文化活动,是一种文化传承和传播的活动。无论在什么样的情况下,不能背离出版的文化责任,不能背离文化企业的这样一个主体责任。因此,在各种规划当中,必须把优秀内容的生产、传播作为首要任务。同时,出版业不同于其他的宣传文化业,出版业是一个重要的产业门类,所以在规划制定中,不能不考虑产业的发展速度。因此,出版企业在规划发展时应该将社会效益放在首位,实现两个效益统一。

**第二,要重新认识速度、质量问题。**新闻出版业高速增长阶段已经过去了,所以在制定“十三五”规划当中,应该恰当、准确地确定未来的发展速度,这是一个非常重要与困难的问题,从总体来看,传统新闻出版领域很难保持较高的增长速度,新媒体领域还有机会。同时,出版企业需要加大对质量的关注,特别是内容质量。随着读者的选择日益增多,对精品的需要已经越来越大。

**第三,要高度重视技术对行业发展所带来的影响,不管是促进,还是毁灭性地摧毁。**因为技术在改变着整个出版业的业态,改变着产业链,改变着阅读行为,改变着消费方式。所以在“十三五”制定当中,融合发展也好,数字内容平台建设也好,数字资源整合也好,都应该是出版业建设的重要方面。

**第四,要重新认识生产和消费的关系。**简单地讲,就是要高度重视阅读。过去,出版人、出版单位都不太重视阅读,只顾着把书卖出去。但是,在我看来,只有阅读才是出版的终极消费。如果一本书卖出去了,没有被阅读,书的文化价值、内容价值实际上没有被消费,没有被理解,没有被认同。这就意味着出版的过程实际上还没有最终的完结。近几年来,中央高度重视全民阅读,将全民阅读作为国家战略。在出版业的“十三五”规划制定中,全民阅读是一个大工程,围绕这个大工程,设计了很多具体的阅读项目。全民阅读的市场规模非常大,无论从出版业发展的角度来讲,还是从提升社会文明和国民素养来讲,都是出版企业必须要做好的一个重要方面。(中国出版传媒商报记者王婷整理)

## 中版集团在“十三五”文化发展中的战略取向

■王涛(中国出版集团公司党组书记)



河北大发纸业为国家级环保企业,产品符合国家标准,印刷、生活用纸、文化用纸、水印和安全防伪用纸以及火板底纸、防锈原纸、育果袋纸等工农业用纸四大系列。  
电话: 010-60259488 联系人: 王冬梅  
手机: 13501362711