



我国出版产业国际竞争力要素探析

黄先蓉 田常清

摘要：我国出版产业国际竞争力有限，在产业资源、产业组织、产业布局以及产业政策等方面存在一些问题，而这与中国出版产业自身在生产资源、市场需求、企业因素、产业集群以及政府行为等各要素所凸显的劣势直接相关。以产业经济学为切入点，结合“钻石模型”着重探讨出版产业国际竞争力的现实状况，以期找到有效的提升途径。

关键词：钻石模型；出版业；国际竞争力；竞争力要素

随着经济全球化和文化产业化步伐的持续迈进，我国出版产业呈现出巨大活力，为国家创造了巨大的精神财富和物质财富。然而，不可否认的是，经济全球化发展也带来了世界经济格局的新变化，使出版领域的国际竞争愈演愈烈。在这种日趋激烈的竞争环境中，我国出版产业发展现状不容乐观，整体实力还有待加强。特别是与发达国家相比，我国出版产业所表现出来的竞争力较弱，与美国、英国、法国等出版强国还存在较大差距。在文化软实力逐渐成为国家间竞争战略重点的今天，我国出版产业应该如何面对来自国际上各方面的竞争压力，提高自身国际竞争力，推进我国从出版大国向出版强国的转变，实现出版业“走出去”，这是摆在我们面前极为重要且亟待解决的现实问题。

本课题主要以产业经济学为切入点，分别围绕我国出版产业在产业资源、产业组织、产业布局以及产业政策等方面的优劣势，并结合美国著名战略管理学家迈克尔·波特的“钻石模型”，综合探讨目前我国出版产业所存在的问题及其国际竞争力的现实状况。

需要说明的是，在此之所以借助产业经济学和波特“钻石模型”的双重视角对我国出版产业国际竞争力要素展开论述，主要是因为“钻石模型”虽然明确了影响产业国际竞争力的决定性因素，但却因为各国经济发展水平、国家政策措施等的不同而不可避免地的分析范式以及实现路径上存在自身的缺陷。而从产业经济学着手，则能使对出版业现状及问题的分析视点回归到产业层面，并更好地结合影响产业国际竞争力的关键因素，如生产资源、市场需求、企业因素、产业集群以及政府行为等，有的放矢地找到提升出版产业国际竞争力的有效途径。

一、产业资源基础较为薄弱

出版产业资源是指生产出版产品以及提供服务并使之在出版市场自由流通所需要的各种资源，主要包括人力资源、知识资源、资本资源以及技术资源等。它可以说是内含于“钻石模型”里的生产要素之中，因为作为以内容为核心的产业形态，出版产业要想获得长远发展，需要的不仅是纸张、生产设备等初级要素资源，而更需要能够为之提供长效动力机制的人力资源、知识资源、资本资源以及技术资源等高级要素资源，它们对形成并提升出版产业国际竞争力有着极为关键的作用。在资源要素方面，我国有着较好的知识资源

条件,且随着出版体制改革的日益深化,出版产业资本结构状况得到改善,“走出去”步伐也日渐迈进。但总体上看,我国在人力资源、资金资源以及技术资源等方面还存在明显不足,特别是相对于美国、英国等新闻出版强国来说,整体产业资源基础显得更为薄弱。

(一) 人力资源整体水平不高

据世界银行的一组研究数据显示,全球有 64% 的财富是由人力资本创造的,而就出版业来说,有超过 85% 的价值依赖于人力资本^①。反观我国出版产业的总体发展状况,不难发现目前我国出版产业在人力资源方面还存在一些不足。一是出版产业整体人才储备不足,出版专业人才比较匮乏。如复合型人才、创新型人才缺乏。特别是对于出版产业“走出去”来说,更是缺乏具有国际视野和语言交流能力的综合型人才、版权贸易人才。二是出版从业人员的队伍结构有待进一步调整。这主要表现在:第一,编辑人员多,从事市场与发行工作的人员较少。相对于美国等出版强国来说,这种比例的失调更是非常明显。第二,缺乏会经营、懂业务的高级管理人才。三是出版从业人员的整体素质相对偏低,业务能力不够全面。四是我国对出版产业人力资源的争取和保护力度不够。如有些出版单位在挽留人才时仅停留在提成、加薪等经济层面,而尚未从企业文化、情感意识层面建立一种人才吸引和激励机制,使得“本来就少的复合型人才、科技人才及懂经营的人才,常常被挖走,有的出版单位还出现了人才严重流失的现象”^②。当然,我国近年来在出版产业人才建设方面也采取了一系列措施,如设立高层次人才培养专项资金,建立以高等院校、科研机构以及行业协会为依托的出版人才培养基地、科研基地等,这些措施对强化我国出版产业人力资源的竞争力无疑起到了很大的推动作用。

(二) 知识资源利用程度有限

在知识资源方面,我国出版产业既有实现“走出去”的要素优势,同时也存在一些问题。首先,从宏观层面看,我国有着数千年灿烂文明的历史积淀,有着悠久的文化传统和极为丰富的自然景观,而这些都是很大程度上为我国出版产业国际竞争力的提升提供了基本保障,使我国在国际上有一定的文化影响力。然而,我国对现有知识文化资源的开发和利用程度还亟待加强,尤其是在以创意为生命力的出版产业的发展过程中,我国的这种开发和利用力度更是显得单薄,尚未把优秀的知识资源转化成足够强大的现实生产力和国际影响力。其次,从微观层面看,我国出版业与国外开展合作的步伐不断加快,出版物的版权引进输出比逐年下降,这极为有利于加强我国与国际出版市场知识资源的交流,提升自身的国际竞争力和影响力。但值得注意的是,虽然近年来我国“走出去”战略卓有成效,但出版物版权贸易的整体情况仍不容乐观,贸易逆差依旧存在,具体情况如表 1 所示。此外,在出版物的进出口贸易中,我国同样存在较大的贸易逆差。据《2011 年全国新闻出版业基本情况》显示,我国出版物进出口金额之比为 5.75 : 1。由此可见,我国出版产业的国际竞争力还是较为有限,缺乏具有国际影响力的出版产品。

表 1 2003—2011 年我国出版物版权贸易情况

单位:种

年份 指标	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
引进	15555	11746	10894	12386	11101	16969	13793	16602	16639
输出	1427	1362	1517	2057	2593	2455	4205	5691	7783
引进输出比	10.9:1	8.6:1	7.2:1	6.0:1	4.3:1	6.9:1	3.3:1	2.9:1	2.14:1
合计	16982	13108	12411	14443	13694	19424	17998	22293	24422

来源:据新闻出版总署历年发布的《全国新闻出版业基本情况》收集整理得出。

(三) 资本资源缺乏竞争优势

资本作为重要产业资源之一历来备受企业的关注和重视,而其不断积累和流通的过程即构成了经济发展的关键环节。可以说,产业的发展和企业的再生产离不开充足的资本资源、畅通的融资渠道以及

① 贺剑锋:《“入世”后我国图书市场竞争的八大特征》,载《出版科学》2002 年第 2 期。

② 武琳、赵黎元:《我国出版业存在的主要问题及发展对策》,载《图书情报知识》2003 年第 3 期。

开放的融资政策,而这三者也反映了资本资源竞争力的高低^①。就国内出版产业的资本资源状况来看,随着体制改革的不断深化,到2011年,我国所有经营性出版社已全部完成转企任务,有1600多家非时政类报刊出版单位已登记或转制为企业,有49家出版企业在境内外上市,还有120多家出版集团得以组建^②。这无疑拓宽了出版产业的投融资渠道,使其投融资能力大幅提升,同时也成功实现了产业规模的拓展。此外,集团化建设、企业化改制、股份制改造以及吸收民营资本、行业外资本和国外资本等举措也使资本结构得到改善。但值得注意的是我国资本资源的总体实力和产业的实际盈利能力与美国、英国等出版强国的骨干传媒集团之间的差距还是非常悬殊。据《全球50大出版集团2011年度收入排名报告》显示,包括培生、励德·爱思唯尔、汤姆森·路透等在内的排名前十的出版集团仍占据50%以上的收入份额,它们极强的资本资源优势是我国当时位列第37的中国教育出版传媒集团所难以企及的。同时,我国出版产业整体开放程度仍然较低,直接流入出版产业的国外资本少,这也是导致我国出版业资本资源缺乏竞争力的主要原因之一。

(四) 技术资源有待深度开发

随着数字时代的到来,技术资源在出版产业资源要素中的作用日益凸显。特别是在数字化转型步伐不断加快的今天,高新技术的使用和信息技术的普及更是能迅速创造出新型消费业态,并催生出新的消费群体和消费热点,为产业发展提供新的思路和巨大动力。近年来,国外大型出版集团纷纷涉足高新技术的应用和创新,通过同业并购、高新技术公司收购等措施扩大数据库内容,建立成熟的运营平台,收益颇丰^③。我国出版业同样也在数字化转型之路上付出了较大努力,如在出版管理体制上做了相应调整,弱化了对出版资源的行政性配置力度,并于2008年设立出版产业发展司、科技与数字出版司以及综合业务司等。据《2011年新闻出版产业分析报告》显示,到2011年,我国数字出版营业收入高达1377.9亿元,较2010年增长31.0%,且实现增加值389.4亿元,利润总额达106.7亿元,较上年增长19.1%。由此可见,我国数字出版已经进入了实质性的发展阶段,为出版产业总体水平的提升起到了助推作用。但是,在高新技术的开发和利用上,我国与国外大型出版传媒集团之间还存在较大差距,同时也存在不少问题,如数字出版的盈利模式模糊不清、管理方式不够科学、内容监管和保护力度不足等都直接制约着我国出版产业的发展转型和“走出去”战略的实现。

二、产业组织结构不够合理

产业组织是产业经济学研究的重点内容之一,主要探讨产业内企业间的关系,其中包括企业自身发展以及企业间既合作又竞争的关系。而在“钻石模型”中,影响产业国际竞争力的第四个关键要素即企业,其中包括怎样创建、组织和管理公司以及竞争者的条件如何^④。可见,作为参与国际出版市场竞争的最直接主体,出版企业竞争力的大小将在某种程度上取决于产业组织结构是否合理。然而,就目前来看,我国出版企业市场竞争意识薄弱,发展战略模糊,产业集中度偏低,产业组织结构合理性不足,总体仍处于分散竞争状态,没有很好地呈现出应有的规模经济效应和集约化增长态势。下面主要围绕企业自身因素以及同业竞争两大层面对我国出版产业组织现状进行分析。同时,因市场需求是产业存在的先决条件和企业发展的根本动力,所以在此将首先探讨我国出版产业发展的需求状况。

(一) 需求状况总体水平偏低

需求规模、需求结构、消费者行为三者是需求状况的具体体现,都对出版产业国际竞争力的形成产生关键作用。首先,就需求规模来看,凭借13亿人口的庞大基数,我国拥有全球规模最大的出版物消费群体,且这一群体经过数千年的民族融合和共同奋斗,具有相同的语言文字、风俗习惯、文化心理等。这是我国出版产业独具的竞争优势,也是其他国家无法超越的。其次,就需求结构来看,则长期处于一种

①方卿:《科技出版国际竞争力研究》,武汉大学出版社2008年,第84页。

②方圆:《中国出版业“后改制时代”》,载http://news.china.com.cn/2012lianghui/2012-02/28/content_24751758.htm,2012-02-28。

③房宏婷:《中国出版业国际竞争力探析》,载《学术交流》2010年第12期。

④迈克尔·波特:《国家竞争优势》,李明轩、邱如美译,华夏出版社2002年,第101页。

失衡状态。如图书品种占据全部出版物种类的比重最大,而期刊、报纸、音像制品等品种较少。就拿 2011 年各类出版物占全部出版物品种的比重来说,图书占 89.72%,而报纸仅占 0.47%。此外,在各类图书中,中小学课本、教材等教育类图书仍占极大比重。可见,出版物的总体需求结构还不够完善,且大多集中于教育市场,而这也是导致自身缺乏国际竞争力的重要原因所在^①。最后,就消费者行为来看,只有具备了购买欲望和购买能力,消费者才能最终实现消费行为。一方面,不容乐观的是,我国国民图书阅读率总体水平持续低迷,具体情况如表 2 所示。此外,据中国出版科学研究所(现为中国新闻出版研究院)的全民阅读调查显示,国民每年人均读书 4.5 本,远低于韩国的 11 本、法国的 20 本、日本的 40 本、以色列的 64 本^②。另一方面,人均 GDP 的稳步增长提升了消费者的购买能力,使之有条件将支出用于文教娱乐服务。但与欧美等发达国家相比,这种支出所占比重仍然较小,而这也直接影响了消费者行为的最终实现,制约了我国出版物市场需求的增长。

表 2 全民阅读调查情况

单位:%

年份	1999	2001	2003	2005	2007	2008	2009	2010	2011
图书阅读率	60.4	54.2	51.7	48.7	34	49.3	50.1	52.3	53.9

来源:据历次全民阅读调查结果整理。

(二) 企业方面整体实力欠缺

就微观层面的企业因素来看,它在企业战略、结构方面是否合理将直接影响到产业组织结构的有效性。一方面,就企业战略来看,我国目前有不少出版企业在自身发展战略方面还存在以下问题:第一,发展战略模糊,对自身的发展运作、管理模式的选择、优势资源的利用、品牌打造和提升以及周边产品的开发等都缺乏明确认识。第二,由于长期习惯于在计划经济体制和政府的保护下从事出版生产活动,缺乏足够的市场竞争意识。第三,在经济增长模式的选择上,或是盲目开展自身产业链上、下游环节的纵向延伸,或是一味大兴上市、合并、重组的横向扩张之潮,缺乏扩张底线的合理权衡和抉择。另一方面,就企业结构来看,由于我国出版产业仍处于发展初期阶段,所呈现出的市场结构特征是不完全竞争,所以总体来说企业结构仍然带有一定的行政色彩。加之,中国目前对出版社的建立依旧实行严格的行政审批制度,从而在某种程度上阻碍了竞争,限制了出版产业的发展壮大。特别是在全球出版一体化的宏观环境下,我国在产业组织结构方面所体现出来的劣势和不合理性也不利于我国出版产业国际竞争力的有效提升。总体来说,“我国出版企业集中度低,处于分散竞争和粗放型发展状态”^③,没有更好地呈现出应有的集约化增长态势。

(三) 同业竞争水平亟待挖掘

产业组织理论的重点在于研究产业内企业之间在市场抢占、资源争夺以及利益分割等方面相互竞争的关系。而就我国出版产业的实际发展情况来看,其在同业竞争方面存在不尽如人意之处,如没有充分发挥规模经济效应,更好地实现出版产业的规模化经营;在与国内竞争者以及国外竞争者展开竞争时自身优势不明显,难以体现独特的竞争力和影响力。具体来讲,随着全球经济一体化以及出版产业化改革进程的持续迈进,我国所面临的来自国内外出版市场的竞争压力也是日甚一日。就国内竞争者来看,我国出版企业主要面临着民营书业在有限出版市场中对自身的强势排挤。如今,可以这样说,在经营规模、出版资源、从业人员、销售网点覆盖面及总量等方面,我国民营书业占据了全国书业的半壁江山,且其负责选题策划、组稿或者编辑出版的品种是全国每年出版品种的 30%^④。此外,我国出版企业的规模化经营力度欠缺,在资源的配置和利用上没能形成有效的优化机制,尚未实现产业组织结构的合理布局以及产业集中度的不断提升,在产业的规模化经营方面亟待作进一步努力。就国外竞争者,如相对于美

① 祁述裕:《文化产业国际竞争力报告》,社会科学文献出版社 2004 年,第 268 页。

② 谭相彬:《爱书从读书开始》,载《华东交大报》2011 年 4 月 28 日。

③ 房宏婷:《中国出版业国际竞争力探析》,载《学术交流》2010 年第 12 期。

④ 严云锦:《六因素考量中国书业国际竞争力》,载《中国图书商报》2007 年 11 月 27 日。

国、英国、德国、日本等出版强国来说,我国出版企业所表现出的竞争力更是显得相当薄弱,实力相差悬殊,难以与国外出版巨头相抗衡。如何更好地优化自身产业结构,保障产业组织的合理性和有效性,以更好地提升我国出版产业国际竞争力,这是摆在我们面前且迫切需要思考 and 解决的问题。

三、产业布局效率仍需加强

产业布局主要是指协调各产业间在某国或某地区范围内的空间地域分布,实现彼此之间的最优化组合。从一定程度上讲,合理的产业布局可以理解为产业集群效应的发挥。这里的产业集群,主要指与出版产业相关或是对其起到辅助作用的产业的合理分布和组合。而这种相关产业或者支持性产业所表现出来的竞争力也将直接影响出版产业的总体布局和其国际竞争力的整体提升。正如波特所言,在很多产业中,一个企业的潜在优势是因为它的相关产业具有竞争优势^①。也就是说,出版产业要想获得长远发展,必然离不开相关产业的辅助和推动作用。因为它的发展离不开人力资源、资本资源、知识资源、技术资源等产业资源的有效配置,而相关产业的介入能促进各种要素的优势互补。此外,与相关产业的“联姻”还有利于实现产业规模的横纵拓展和延伸,促进出版产业的集团化建设和多元化经营,为出版产业打造出集群效益,从总体上提升产业的国际竞争力水平。具体来讲,出版产业的相关产业主要是指与出版产品的生产、流通以及消费关系密切的产业,如造纸业、印刷产业、教育产业、文化产业、通信产业等。

(一) 印刷产业发展存在不足

就印刷产业的总体发展情况来看,2011年,我国共有各类印刷企业10万余家,较2010年减少1939家;从业人员356万多人,较2010年减少9.7万人;印刷业总产值为8677亿元,较2010年增长12.59%^②。此外,据《2011年新闻出版产业分析报告》显示,我国的印刷复制业(包括出版物印刷、包装装潢印刷、其他印刷品印刷、专项印刷、打字复印、复制和印刷物资供销)在2011年实现营业收入9305.4亿元,较上年增长17.5%;实现增加值2324.9亿元,较上年增长9.6%;利润总额614.6亿元,较上年增长6.3%。同时,我国印刷业还与几十个国家和地区有印刷服务贸易关系,年对外加工贸易额在2011年达到680亿元,而这种国际资本进入我国印刷业的良好态势无疑将对出版产业国际竞争力的提升起到相当大的促进作用。然而,作为世界第三大印刷基地,作为印刷大国而非强国,中国印刷产业的发展势头虽然较为强劲,但总体来说也存在自身的不足。如行业的整体素质参差不齐、科技水平较为落后、印刷生产能力相对过剩、创新能力不强,在质量管理、新技术的开发应用等方面与国外先进印刷企业还存在差距,而这也直接影响了我国出版产业国际竞争力的整体提升^③。特别是在技术应用及创新这一方面,冲破国际上的技术壁垒和产业布局方面的弊端将成为目前我国印刷产业发展以及出版产业国际竞争力提升的重要任务之一。

(二) 文化产业缺乏国际影响

文化产业的发展无疑也非常显著地带动了出版产业集群效应的不断提升。总体来说,近年来,我国文化产业发展形势令人鼓舞,增加值年均增长达16.6%,高于同期国内生产总值的增长速度,且截至2011年11月,我国已实现增加值12553亿元,同比增长17.8%^④。同时,文化产业的机构数量也得到持续拓展,从业人员总量不断增长,且主要分布于文化用品及设备生产领域、出版发行和版权服务领域等。然而,与国际文化市场相比,它的发展同样也面临不少困境,如在产业的空间地域布局方面,其主要分布在东部地区的广东、江苏以及山东等地,总体集群效应仍有待挖掘;在国际上缺乏一定的品牌文化,文化市场的国际占有率不够理想;产业投融资渠道和体系较为单一,人力资源相对匮乏,技术更新速度较慢;产业内部缺乏自主创新的意识和机制等等,而这些都将直接影响文化产业自身以及内含于其中的出版产业国际竞争力的整体提升。特别是伴随着信息产业、高新技术产业的不断发展,如今的文化产业

① 迈克尔·波特:《国家竞争优势》,李明轩、邱如美译,华夏出版社2002年,第95页。

② 王 岑:《QE3加剧全球通胀,中国印刷业迎来新机》,载 http://www.cppl14.com/news/newsShow_197298.htm, 2012-09-18。

③ 严云锦:《六因素考量中国书业国际竞争力》,载《中国图书商报》2007年11月27日。

④ 文资网:《中国文化产业的发展情况》,载 <http://www.cczone.com/html/77/n-3877.html>, 2011-12-30。

更是成为建立在数字化信息技术、高新技术基础之上的新兴产业形态。我们可通过高新技术、信息技术等产业资源要素不断催生出新的消费者和消费热点,为包括出版产业在内的文化产业的发展提供全新思路和巨大动力。

(三) 通信产业实力不及国外

随着手机、互联网等新兴通信形式的出现和不断普及,通信产业的发展也步入了全新的发展阶段。特别是在数字出版产业发展迅速、出版产业转型趋势日渐加快的今天,通信技术、设备等方面的研发与创新能力对以信息、内容为核心的出版产业的发展所起的作用将越来越大。反观我国通信产业的发展现状,其总体发展较为可观,通过推动三网融合、移动互联网、宽带化技术、云平台等的发展加快了人们之间的信息交流,在促进出版国际化以及市场化水平提升的同时,也逐渐实现了工业化与信息化的合理融合和产业转型的不断升级,对国家经济社会的助推以及经济增长方式的优化作用也日益凸显。如随着互联网的不断普及,我国绝大部分的农村地区都能平等地享有各种信息资源,而这不仅能反过来推动通信产业的繁荣,同时也为出版产业的发展以及数字化转型提供稳定的市场基础。然而,与国外相比,我国的信息化程度还较为有限,如2011年,我国的互联网普及率虽然较2008年的22.7%提升了15.7个百分点,为38.4%,但这与美国、英国、德国的差距还相当明显,它们三者分别达到了78.2%、81.7%、83.4%。此外,在信息技术的应用、信息服务平台的开发以及产业价值链的打造以及产业集群效应的挖掘等方面,我国的总体水平都还有待提升。

四、产业政策环境有待改善

就产业政策层面而言,我国出版产业发展的总体环境较好,而这有赖于“政府”这一角色在出版产业中所发挥的重要作用。作为国家竞争优势的最后一个因素,政府历来是提升产业国际竞争力领域备受关注的热门话题。确切地说,政府本身其实并不能帮助企业创造竞争优势,它可能是产业发展的助力,也可能成为产业发展的障碍^①。就我国出版产业的发展来说,政府可以说在整个过程中都扮演着非同寻常的角色,且主要是通过产业政策的制定为出版产业的发展营造良好、有序的产业环境。然而,总体而言,相对于美国、英国等出版强国,我国出版产业政策体系还不够完善,且产业政策的科学性以及对知识产权的保护力度不足,而这也是导致出版产业缺乏国际竞争力的重要原因之一。此外,需要说明的是,我国政府这种特殊作用的发挥不仅与我国出版业的特殊发展轨迹有关,也与出版产业自身的意识形态属性关系密切。一方面,我国出版业可以说是脱胎于传统事业体制的产业,它是在计划经济体制下得到培育,且在市场经济体制下逐渐成长起来的,而这种特殊的发展轨迹使得政府在其中所发挥的调控作用远远大于发达国家。另一方面,出版业既具有产业属性,同时还具有强烈的意识形态属性,是进行社会主义核心价值观体系构建的主阵地,而要更好地实现双重属性的有效结合,就离不开政府的政策支持。

(一) 出版产业政策体系还需完善

为了营造产业国际化发展的良好环境,我国政府将包括出版业在内的文化产业发展提升到战略高度,并出台了一系列推动出版产业改革发展的政策措施。如中共中央、国务院于2005年12月发布的《关于深化文化体制改革的若干意见》中明确划分了文化事业和文化产业的界限,提出将出版单位转制为企业的目标。此外,还有新闻出版总署于2009年3月出台的《关于进一步推进新闻出版体制改革的指导意见》,2009年9月国务院出台的《文化产业振兴规划》,新闻出版总署于2010年1月出台的《关于进一步推动新闻出版产业发展的指导意见》以及《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》、《国家“十二五”时期文化改革发展规划纲要》、2012年1月出台的首个新闻出版业走出去专门文件——《关于加快我国新闻出版业走出去的若干意见》等。这些为持续深化我国出版产业体制改革、促进出版产业“走出去”提供了极大的政策保证和动力机制,同时也为实现出版产业国际竞争力的提升做出了具体的产业指导和规划。此外,新闻出版总署还于2012年6月发布了《关于支持民间资本参加出版经营活动的实施

^① 迈克尔·波特:《国家竞争优势》,李明轩、邱如美译,华夏出版社2002年,第118~120页。

细则》，以此鼓励更多的民间资本进入出版领域，提升出版产业的投融资能力和国际化发展程度。然而，就整体水平来看，我国出版产业政策体系还不够完善，借助行政和法律手段进行产业管理、生产要素配置、市场秩序规范以及版权保护的力度还有待加强。当然，还需说明的是，政府通过出台各种产业政策对出版业进行过度保护和干预也会产生不利的影响，如将使出版企业对政府形成一定的依赖性，使其市场竞争意识薄弱，且从长远来看，这还有碍出版产业的市场化运作和国际化发展。

（二）国家宏观政策环境仍待改进

除了出版产业政策之外，政府还能通过一系列宏观经济政策为出版产业的发展提供或有利或不利的产业环境，这主要表现为国家宏观政策为出版产业发展所带来的机遇或者挑战。其中，机遇是可遇而不可求的，它会打破出版产业原本的竞争状态，重组竞争空间，为产业发展创造新的环境。而从我国出版产业发展的整体环境来看，这种机遇可以说是无处不在且发挥着重大作用的。如我国自2001年加入世贸组织后的加大开放力度、鼓励出口、完善国内投资环境等一系列新的贸易政策的出台都有利于为我国出版市场构建一个更为公平、开放、有序的竞争环境，刺激国内出版生产、发行系统管理机制和经营模式的调整及完善，以提升其自身竞争力。与此同时，随着以保增长促发展为首要宏观调控任务的一系列宏观经济政策的调整和出台，如财政政策的整体方向由“稳健”改为“积极”等，也将从整体上促进出版产业上市融资、股份制改造步伐的加快，使民营资本、行业外资本以及外来资本等涌入出版领域，为出版体制改革以及产业链的构建和完善提供良好的产业发展环境和巨大的发展机遇。但从总体上来看，我国为产业发展所营造的宏观政策环境仍不及国外，有待进一步完善和改进。

总之，从以上分析可以看出，我国出版产业之所以在国际上缺乏竞争力，与美国、英国、法国等出版强国相比实力相差悬殊，主要是因为我国出版产业资源基础较为薄弱，产业组织结构不够合理，产业布局效率和集群效应不高，产业政策环境还有待完善，而这主要与我国出版产业在要素资源、市场需求、企业因素、产业集群以及政府行为等方面存在的优劣势直接相关。因此，要实现我国出版产业国际竞争力的有效提升，使我国由出版大国变为出版强国，我们就必须尽可能克服自身的各种不足，如对要素资源开发利用程度的不足、企业运营机制和组织结构的不足、市场需求结构以及市场化程度的不足、政府管理行为的不足和整体创新能力的不足等等，有的放矢地采取相应对策，扬长避短，更好地提升自身在国际市场上的影响力和竞争力，稳步推动我国出版产业“走出去”战略的实现。

●作者简介：黄先蓉，武汉大学信息管理学院教授，博士生导师，管理学博士；湖北 武汉 430072。

田常清，武汉大学信息管理学院博士生。

●基金项目：国家社会科学基金一般项目(11BTQ001)；新闻出版总署重点项目(e-14-3)

●责任编辑：何坤翁

