

发展我国图书进出口业务的新思路

罗 紫 初

本文认为,我国的图书进出口业务长期按计划经济模式运行,与国际图书贸易惯例还存在着种种冲突,要按照社会主义市场经济要求与国际书业运行机制接轨,必须解决好三个问题,即:要克服“左”的影响,处理好图书外贸与政治宣传的关系;要改变各自为阵、多头对外的状况,建构宏观协调、统一对外的新体制;图书外贸品种的选择要注重民族文化的先进性。

改革开放将使中国在本世纪末进入一个全面发展的黄金时期。让世界了解中国,让中国了解世界,已成为中国实施全方位开放政策的迫切需要。图书进出口贸易也因在增进世界各国人民的相互了解以及促进国际范围的科技、文化、学术交流等方面具有独特功能而显得越来越重要。发展图书进出口贸易,已成为摆在中国书业界面前一项非常迫切的任务。而中国传统的图书进出口业务长期按计划经济体制运行,与国际图书贸易的惯例还有着种种冲突,要按社会主义市场经济的要求运行,与国际书业接轨,还存在着许多的困难与问题。这些长期积累而成的众多矛盾,要一一解决尚需时日,而图书进出口的发展却时不我待。为此,笔者认为应抓住主要矛盾,正确处理图书进出口业务中的三个关系。

一、在外贸观念上,正确处理贸易与宣传的关系

以贸易方式实现宣传与交流的目的是图书进出口贸易活动的基本特征。图书外贸活动中的贸易与宣传是手段与目的的关系。早在建国初期,政府给图书外贸机构规定的方针就是:“通过贸易方式,完成宣传任务”。但是,由于多种复杂的原因,尤其是连续不断的“左”的思潮的影响,在以后的图书外贸实践中,贸易与宣传的关系竟长期纠缠不清。直到80年代末,在我国图书进出口业务中占主导地位的往往还是单纯强调宣传的观念。其突出的表现是:在国外同业的选择上强调政治态度,只与“左”派打交道,所选同业大都不善贸易,不懂经营,在当地书业界、文化界影响极小;在进出口品种的选择上,不以市场需求为依据,而以宣传需要为标准。据中国国际图书贸易公司统计,该公司从1949年至1987年对外发行45种外文

版的 13866 种书刊中，马克思、列宁和毛泽东著作、政治理论著作和基本情况介绍类图书共 9082 种，占出口品种的 65.5%；在发行成果的考察上，只算政治帐，不算经济帐，只重视发行量的增长，不重视货款回收；在业务体制上，书刊贸易发行与非贸易发行混合管理，图书外贸机构同时又是非贸易书刊的主要供应机构，要靠国家财政补贴过日子；在经营活动中不重视信息收集，不注意市场行情，一切“以我为主”，想当然经营，抠制度办事，很难开拓国际市场。如《川菜烹饪》一书，选题与出书质量都不错，在国外市场销售不佳的主要原因竟是书中的“钱”、“两”等计量单位不便于国外读者掌握。其实这种情况只需稍作一点市场调查就可以避免，然而，该书出口中涉及的几家经营机构却都没有去做。

近几年，在不少出版社直接参与的图书外贸业务中，只算宣传帐、不算商贸帐的倾向也较为普遍。如把出口图书的多少作为炫耀自己或本社政绩大小的资本，甚至为能取得此类“政绩”不惜一切经济代价；把到国外去访问考察当成一种福利待遇，领导班子成员轮流去，不明情况、不讲效果；国外书商来访，只重接待、不重商贸交易等等。此类因沽名钓誉而重宣传的倾向，实际上也是“左”的经营观念在作怪。

外贸观念上只重宣传不重贸易，致使我国图书进出口业务长期徘徊不前、效率低下。直到目前，对于许多的西方人，尤其是第一、第二世界的读者来说，印有“中华人民共和国出版”字样的图书，仍然是他们心目中的“宣传品”。这种根深蒂固的偏见，使我国出版的许多质量不错的图书难以进入更多的西方人的家庭，使中国这个世界出版大国在国际图书市场上始终未能占到应有的地位。以书刊出口量为例，据 1990 年第 3 期《国际市场》统计，世界各国各地区的图书贸易出口额，美国为 6.5 亿美元，英国为 5.25 亿美元，德国为 3.6 亿美元，日本为 3.1 亿美元，我国台湾 2.1 亿美元，而中国大陆仅为 0.063 亿美元，只有台湾的 3%^①。书刊出口贸易量如此之少，宣传的目标也就无法有效地实现。

今天，当我们在思想上摆脱了“左”的桎梏重新审视图书进出口业的经营观念时，应该牢固地树立这样一种认识，即宣传目标的实现，必须以书刊贸易活动的发展为条件，书刊贸易活动的成功才是最好的宣传。

在具体的外贸实践中正确处理贸易与宣传的关系，目前需要重点解决好以下问题。首先，要按国际惯例要求，发展同海外同业的关系。同业的选择，既要看政治态度，又要看经营能力与条件。在调整巩固与已有同业的正常业务关系的同时，还要积极发展愿意与中国合作的国外大中型书商、出版商的关系；同业的交往，既要讲友谊，又要讲效益，要按国际书业界通行的贸易原则办事。其次，要按社会主义市场经济的要求转换图书外贸机构的经营机制，使图书进出口机构成为具有独立法人资格的市场主体，实现自主经营、自我发展；逐步减少对图书进出口业的财政补贴，尽快实现图书外贸企业自负盈亏的目标；将非贸易发行与贸易发行这两种不同性质的业务彻底分开，以便于书刊出口机构真正按外贸企业的要求来组织自己的经营管理活动。此外，还要根据国际图书市场的运行规律来组织外经贸活动。要按图书市场需求来开发选题、挑选贸易品种；要重视国际国内图书市场信息的收集与反馈，并根据市场行情的变化随时调整书刊进出口经营策略；要重成本核算、讲投资效益，在注意国际影响与保证社会效益的前提下，努力实现最佳的图书外贸经济效益；要按市场经济要求优化出版资源的配置，重视书刊消费水平高的国家与地区的市场开发，如年均图书消费水平达 120 美元的德国、115 美元的挪威、95 美元的芬兰和瑞典、90 美元的美国、61 美元的英国、58 美元

的日本等,都要作为重点市场进行开发。

二、在外贸体制上,正确处理统一与搞活的关系

集中统一与开放搞活也是图书进出口业务中的一对重要矛盾。实践证明,单纯强调集中统一不利于调动出版发行界的积极性;而只强调开放搞活也容易造成各自为阵、效益内耗。所以,要发展中国的图书进出口业务必须处理好集中统一与开放搞活的关系,即优化图书外贸体制,在开放搞活的前提下以适当方式对全国图书进出口业务实行统一协调与归口管理。

长期以来,我国的图书外贸体制基本采用前苏联模式,全国的图书进出口机构各只一家,且分开经营,业务渠道狭窄单一。这种以高度集中统一为特征的体制,既适应不了国际图书市场竞争激烈、复杂多变的新形势,又严重影响了出版社和地方发行机构的积极性,制约了我国图书进出口业务的发展。随着社会主义市场经济体制的运行、改革开放政策的贯彻以及国家外经贸体制的调整,图书进出口体制也以打破垄断经营为重点进行了一系列改革:上海率先成立图书发行公司后,不少省市陆续组建了本省的图书进出口机构。据有关报刊统计,到1995年底止,全国经正式审批的图书进出口公司已达31个;各图书外贸机构的业务由单一经营、进出分开发展到进出结合、配套经营,如以进口为主的中国图书进出口总公司成立了出版机构和书刊出口机构,以出口为主的中国国际图书贸易总公司重新组建了进出口中心等等;一些较大的出版社也在积极发展外向型出版活动,他们或派人参加国际图书博览会,广泛建立各种业务联系,或联合到境外举办书展,开展对外合作出版与版权贸易,在图书外贸市场显得异常活跃,如福建的出版社,家家都有外贸业务,仅1993年与境外版权贸易即达102项^②。这些改革,无疑给我国长期沉闷的图书进出口业带来了勃勃生机。首先,图书外贸主体的多元化,充分调动了中央和地方、出版与发行、内发与外贸等各方面的积极性,使我国的图书进出口能力大为增强;其次,垄断经营的打破,促进了图书进出口业的竞争,为图书外贸机构转换经营机制、革除“官商”积弊创造了条件;再次,进出口业务配套经营,有利于以进带出、以出促进,我国图书外贸业务由长期进大于出开始朝进出平衡方向发展。此外,除了书刊直接进出口贸易之外,对外合作出版、版权贸易等新的外贸方式也发展很快。

然而,以这种多头对外为特征的体制,在近几年的实践中也暴露了许多新的矛盾与问题。其中最突出的是不同隶属关系的各个图书进出口机构之间缺少横向联系,受经营实力限制,难以承受世界图书市场激烈竞争的大风大浪;政策不统一、价格不一致、成交条件不一样,难以一致对外,既影响与国外同业的合作,又容易被国外的竞争对手利用;对不正当竞争行为缺少有效的监控、约束手段,在国内同业的竞争中容易出现损人利己的现象,破坏国家图书进出口业的整体利益。因此,必须在开放搞活图书进出口运行机制的同时,进一步改革图书外贸体制,强化其宏观协调与统一对外的功能。这并不意味着图书外贸体制又必须退回高度集中、垄断经营的老路上去,而是要探索一种具有优化处理统一与搞活关系功能的新体制。新体制的基本特征是统一政策、公平竞争、间接调控、规范管理、灵活经营、协调高效。

为确保新体制的建立与运行,当前有几项关键性工作要做:第一,尽快建立一个全国性的跨部门、跨地区的图书进出口指导机构,统一协调、归口管理全国的图书进出口业务,包括制定规划,协调各外贸单位之间的关系,查处图书外贸业务中的违法乱纪行为等。第二,国

家授权归口管理机构统一起草图书进出口法规，经批准后统一实施；按照国际规范统一全国对外贸易政策。第三，引导各个图书外贸单位在平等互利的基础上加强联合，发展集团化经营，以适应国际图书市场集团化步伐加快、贸易保护主义增强的新形势，增强我国图书进出口业的竞争能力。集团化的实现形式可多种多样，既可以省市为单位组建股份制的图书外贸集团公司，又可以委托代理形式实行图书外贸机构与中小型出版社的临时联合，还可以跨省跨地区形成专门开展某一项业务的外贸联合体，如全国或某一地区的大学出版社联合组建一家版权代理公司，专门经营各高校出版社的对外版权贸易业务。4. 建立健全行业性组织。可考虑专门成立一个全国性的图书进出口行业协会，由参加协会的图书外贸单位共同制订行规行约，规范市场交易行为，形成相互监督、自我约束的机制。

三、在外贸品种的选择上，要正确处理民族性与国际性的关系

中国图书进出口业务能否发展，与外贸品种选择正确与否关系极大。而外贸品种的选择上，重要的则是处理好民族性与国际性的关系。

概括地讲，越是民族性的东西就越具国际性。这是因为，世界文化都是由各个民族的文化融汇而成的，但要更深刻、更全面地理解文化的民族性与国际性的关系，则还必须明确以下几点：第一，每一个民族的文化里既包含着本民族所共有而又不同于其他群体的文化特质，如独特的价值观念、思维方式、风俗习惯、道德风尚和审美情趣等，同时又包含着与其他民族群体相通的文化因素，具有人类文化的某些共性。第二，文化的民族性既可能体现为进步的积极的东西，也可能体现为落后的消极的东西；世界文化发展的趋势也有积极与消极、进步与落后之分。只有那些代表优秀民族传统以及能与世界文化发展的时代要求相结合的民族文化特质，才具有国际性。第三，世界文化的统一性是通过各民族的文化交流，触发一系列的文化比较、文化冲突和文化革新来实现的。在这一过程中，落后的民族文化总是被先进的民族文化改造、同化。所以，文化的国际性并非民族文化的简单拼凑，而是以先进的民族文化为主导，吸收其它民族文化中的先进因素而形成的全人类优秀文化的结晶。根据上述认识，我们在选择图书外贸品种时，可以突破原有思维模式，开拓新的思路。

出口品种的选择，包括选题的策划，应该把握以下三个标准。第一，要具有中华民族特色。例如中医、针灸、烹饪、气功、武术之类的图书具有民族特色自不待言，即使这类选题繁多，只要角度新、质量好，其国际市场前景仍是令人乐观的，应该大力传播。而我在这里更要强调的是在开发那些具有人类文化共性的出口品种时，也应当突出民族特色。如以培养青少年的考古学兴趣为主旨的少儿读物，可以谈埃及的金字塔，也可以谈古罗马的斗牛场，但因为是中国的出口品种，就更应该谈河南西峡出土的恐龙蛋化石。第二，要具有鲜明的时代特点。中国的传统文化曾因其进步性而在世界文化发展史上持续千余年处于领先地位，至今仍有着强大的生命力，因此，传播中华民族优秀传统文化的图书仍将成为我国出口图书的重要品种。但与此同时，还必须重视现实题材的开发，使出口图书具有时代感。近几年来，我国经济的飞速发展已引起了国际社会的高度关注，世界各国人士都迫切希望通过图书来全面了解中国，这为我们开发现实选题提供了宽广的视野。比如一些反映我国当前政治、经济、社会发展状况的图书，有关对外开放的政策、法律、法规类图书，反映三峡工程、京九铁路等

举世瞩目的工程建设情况的图书,以及汉语语言学习方面的教材、工具书等都有可能成为国际图书市场的畅销品种。其它学术领域的品种选择,也要重视现实题材。如文学领域的品种选择,不能光盯着《三国演义》、《红楼梦》,而应重视近现代名作家名作品及当代有影响的文艺作品的出口;在医学领域,不能光盯着李时珍,而应重视当代医学新成就的选题开发等。强调出口图书的时代性,对于突破出口品种围着老祖宗转的狭窄思维模式,拓宽选题思路有着十分重要的意义。第三,要突出地方个性。在体现中国特色的大前提下,各地出口单位还要根据本地历史、文化、经济、地理等方面的特点,重点开发那些能体现地方个性的选题。福建的版权贸易近年来发展较快的原因之一就是外贸品种的开发较好地突出了地方特色。在该省已成功出口的图书中,《福建科学家传记丛书》、《福建文化丛书》、《福建大观系列画册》、《福建历史题材小说丛书》、《福建近代名人传记丛书》等品种,就很有福建个性。在出口品种选择上强调突出地方个性,既可以大大拓宽选题思路,又可以有效避免全国性选题重复、撞车现象,还可以充分发挥本地的出版优势,使出口图书获得“正宗”、权威的市场地位。如果说,在国际书业市场上越具中华民族性的图书,就越具国际性的话,那么,在国内市场上,则应该是越具地方个性的图书,就越具中华民族性。

进口图书品种的选择,必须考虑以下思路:第一,要重点引进文化经济发展水平先进国家与地区的书刊。因为这些书刊传播的文化大多代表了世界文化发展的积极趋势,一旦与中国的优秀传统文化融合到一起,就能对我国民族文化的发展与社会的进步起到有利的推动作用。如韩国、新加坡等,是近几年世界上发展最快的国家与地区之一,从这些国家和地区市场引进书刊,可以使我们在经济建设和社会发展中得到一些有益的启发:如,是什么样的关键因素促成了这些国家和地区经济的迅速发展;儒家文化在这些国家和地区是怎样经过改造而与现代化相容的等等。同样,欧美市场也应成为我国书刊进口的重点渠道。第二,重点引进出版业发达的国家与地区的书刊。这些书刊往往代表着世界出版业的发展潮流,引进这些书刊,对促进我国出版技术的发展,对实现我国出版业与国际书业接轨,能起到重要的借鉴作用。据资料统计,1993年全球图书销售总额为697亿美元^①,而欧美20国1992年图书营业额就已达到510亿美元。从这种意义上讲,欧美各国更应成为我国书刊的重点进口地区,而积极地进口欧美书刊以带动欧美市场的开发,应该成为发展我国图书出口贸易的一项重要决策。第三,要注意引进代表各民族先进文化因素的书刊。如前所述,世界各民族的文化各有特质,先进的民族文化中也会有落后的因素,而在落后的文化中也不乏反映时代要求的先进因子。这就要求我们对国外书刊要精心选择,取其精华、去其糟粕。一方面,要在确保本民族文化主体不断优化发展的条件下,吸纳那些先进的“异质”文化;另一方面,又要坚持抵御腐朽落后的“异质”文化的侵入。

注 释:

①③ 见《中国出版业如何开拓欧美市场》,《中国图书商报》484期,1995年8月20日,第6版。

② 参见《对福建版权贸易突破百种的思考》,《出版广场》1994年第1期,第8页。

(责任编辑 张琳)