

目 录

序

第一章 绪论	1
第一节 国内外相关研究进展	1
一、国外相关研究进展	1
二、国内相关研究进展	2
第二节 研究意义	5
一、学术意义	5
二、现实意义	6
第三节 研究思路与创新之处	6
一、相关概念的界定	6
二、基本思路和方法	7
三、主要研究内容	7
四、核心观点	9
五、创新之处	12
第二章 出版经济研究的逻辑起点	
——出版产品的经济学特征	14
第一节 出版产品的内容产品与文化商品属性分析	15
一、出版产品是内容产品——精神产品与物质产品的统一形式	15
二、出版产品是文化商品——文化资本与经济资本结合的产物	16
第二节 出版产品的公共产品与私人产品性质之辨	19
一、技术、市场因素对出版产品经济属性的影响	21

二、制度、政策因素对出版产品经济属性的影响	22
三、部分出版产品的混合产品或准公共物品属性	23
四、社会需要公共产品与私人产品共存的出版业	23
第三节 版权的经济学分析	24
一、经济学视野中的版权概念	25
二、版权的经济性质分析	26
三、出版产品外部性与版权保护	28
 第三章 基于均衡价格理论的出版产品市场供求机制研究	 31
第一节 出版传媒机构的经济性质和运营机制选择	31
一、出版机构经济性质与出版产品经济特征的内在逻辑联系	32
二、以出版产品经济属性为依据划分的出版机构类型分析	33
三、出版行业分类发展背景下决定出版机构运营机制的经济学 要素	 35
第二节 出版产品供给与出版机构生产行为研究	37
一、出版产品供给的基本规律	38
二、出版生产函数与供给决策	41
三、出版生产成本的经济分析	46
四、出版产品价格的经济分析	52
五、出版机构生产行为的规律	57
第三节 出版产品需求与消费者行为研究	69
一、出版产品需求的基本特点	69
二、出版产品消费者决策的原理	75
三、出版产品消费者行为模式	82
四、“长尾理论”与出版产品消费者需求的开发、利用	85
 第四章 出版业价格活动的场域	 87
——出版产业的市场垄断与竞争分析	87
第一节 出版产业市场结构的特征	87
一、对出版业市场类型与特征的判断	88

二、出版市场特征的实证分析	90
第二节 完全竞争和完全垄断条件下的出版市场	95
一、完全竞争假设条件下的出版市场分析	95
二、完全垄断出版市场的均衡行为与市场绩效	100
第三节 垄断竞争和寡头垄断条件下的出版市场	104
一、垄断竞争出版市场的均衡行为与市场绩效	105
二、寡头垄断出版市场的企业行为与市场绩效	108
第四节 出版市场规制的经济学缘由与理论范围	110
一、垄断与出版市场的政府规制	112
二、外部性与出版市场的政府规制	113
三、信息失灵与出版市场的政府规制	114
第五节 国际比较视野中的出版市场政府规制分析	115
一、出版传媒规制的立法	116
二、出版市场进入规制	117
三、出版机构行为规制	119
 第五章 中国出版业价格问题的历史研究	121
第一节 古代中国出版物价格的相关研究	121
一、出版史、文化史视域的出版价格研究	122
二、经济史视角的出版价格研究	124
三、文学史研究者对出版价格的研究	125
四、古代中国有关图书价格与价值问题的总结性观点	126
第二节 民国时期中国出版业价格问题研究	127
一、民国时期的中国出版业价格体系	128
二、纸张供给影响出版经济运行并波及出版物价格	130
三、民国时期中国书价水平与社会对高书价的反应	132
四、出版机构在降低成本、控制价格上的典型举措	133
五、民国时期中国出版界与出版物价格相关的经营方略	135
第三节 当代中国出版价格体系的历史演变	138
一、建国初出版机构自行定价时期(1949—1955 年)	138
二、国家实施出版物价格管制时期(1956—1984 年)	147

三、出版物价格制度由计划向市场过渡时期(1984—1992 年)	150
四、出版物价格制度市场化时期(1993 年至今)	153
第六章 两种出版价格体系比较研究	155
第一节 出版业的固定价格(限价)体系	156
一、德国的出版价格体系	156
二、法国的出版价格体系	158
三、荷兰的出版价格体系	160
四、瑞士的出版价格体系	161
五、西班牙的出版价格体系	161
六、日本的出版价格体系	162
七、韩国的出版价格体系	164
八、墨西哥的出版价格体系	165
第二节 出版业的自由价格体系	166
一、英国的出版价格体系	166
二、美国的出版价格体系	169
第三节 对两种出版价格体系的比较分析与结论	170
一、两种出版价格体系的实质比较	171
二、“自由竞争”还是“文化例外”——新自由主义和文化例外论的 深层次影响	172
第七章 当代中国出版物价格体系与定价机制改革研究	177
第一节 中国出版物市场价格现状分析	177
一、出版物价格变动的总体情况及特征	177
二、数字出版物市场价格的现状及特征	189
三、出版市场的“价格战”及其负面影响	198
第二节 现阶段中国出版物价格体系的评价分析	202
一、对当代中国出版物价格体系的总体评价	202
二、中国现阶段出版物价格体系的弊端分析	204
第三节 中国出版物价格体系与定价机制改革的总体背景	

——当代中国出版业转型变迁的政治经济学考察	207
一、当代中国出版业变迁的若干阶段和重要转折点	208
二、当代中国出版业变迁的政治经济学动因	211
三、政治经济语境下中国出版业转型的主要层面	213
第四节 影响中国出版物价格体系与定价机制改革的深层次 关键因素	215
一、中国新闻出版体制改革与行业转型的深层动力和实质	215
二、“市场”和“资本”能否有效解决中国新闻出版业的所有问题	217
三、如何评判中国新闻出版体制改革中的“转企改制”	220
第五节 中国出版物价格体系改革的路径分析	222
一、自由定价制度能否适用于转型期的中国出版业	222
二、完善出版物价格体系、定价机制和价格规制方法	224
三、优化出版市场竞争机制,实现出版市场的有效竞争	228
四、加强出版诚信体系建设,化解出版业价格信用危机	233

附录 中国现代出版史上与价格、市场问题相关的部分重要规章、

规范性文件	240
上海市书业同业公会为划一图书售价办法公告(1936 年)	240
附件:教育部训令:划一图书售价实施办法	241
上海市书业同业公会划一图书价目实施办法(1936 年)	242
关于 1950 年秋季教科书减低并划一售价及供应办法的决定 (1950 年)	250
关于 1951 年春季教科书的售价及生产供应办法的决定(1950 年)	252
人民出版社图书成本及定价核算暂行办法(1951 年)	254
文化部、邮电部关于颁发“全国报纸定价标准表”的联合通知 (1956 年)	255
文化部颁发全国杂志、书籍定价标准的通知(1956 年)	256
文化部通知降低书籍定价,并将一般书籍和课本的定价标准改为参考 标准(1958 年)	263
国家计划革命委员会转发出版口《关于图书定价试行标准的请示报告》	

(1973 年)	265
附件:关于图书定价试行标准的请示报告	265
关于调整图书定价的通知(1984 年)	270
转发《同意印数在三千册以下的学术著作和专业著作可参照成本定价》 的通知(1988 年)	272
附件:同意印数在三千册以下的学术著作和专业著作可参照成本 定价	272
附件:关于申请部分科技图书进行价格改革试点的请示	273
关于改革书刊定价办法的意见(1988 年)	274
关于严格控制书刊定价利润率的通知(1989 年)	275
关于调整少数民族省(区)图书发行折扣的若干规定(1991 年)	276
关于调整少数民族省(区)图书发行折扣的补充规定(1992 年)	278
关于改革书刊价格管理的通知(1993 年)	279
关于继续对宣传文化单位实行财税优惠政策的规定(1993 年)	280
关于对宣传文化单位增值税先征后退范围等问题的补充通知 (1995 年)	283
关于继续对宣传文化单位实行增值税优惠政策的通知(1996 年)	284
关于进一步完善文化经济政策的若干规定(1996 年)	285
关于培育和规范图书市场的若干意见(1996 年)	287
图书公平交易规则(2010 年)	293
参考文献	297
中文文献	297
外文文献	300

CONTENTS

Preface

Chapter 1 Prolegomenon	1
I. The Related Research Progress at Home and Abroad	1
1 The Related Research Progress Abroad	1
2 The Related Research Progress in China	2
II. Research Significance	5
1 The Academic Significance	5
2 The Realistic Significance	6
III. Research Design and Innovations	6
1 Definitions of Related Concepts	6
2 Fundamental Research Ideas and Methods	7
3 Main Research Contents	7
4 Core Viewpoints	9
5 Innovations	12
 Chapter 2 The Logical Starting Points of Publishing Economics: The Economic Characteristics of Publications	14
I. Analysis of Publications' Attributes as Content Products and Cultural Commodities	15
1 Publication is Content Product — Unified Form of Intellectual Product and Material Product	15
2 Publication is Cultural Commodity — Combined Result of Cultural Capital and Economic Capital	16
II. Analysis of Publications' Attributes as Public Goods and Private Goods	19

1	Influence of Technical and Market Factors on Publications' Economic Attributes	21
2	Influence of Institutional and Policy Factors on Publications' Economic Attributes	22
3	Some Publications' Attributes as Hybrid Products or Quasi-public Goods ...	23
4	Modern Society Needs Coexistence of Public Goods and Private Goods in the Publishing Industry	23
III.	Economic Analysis of Copyright	24
1	The Concept of Copyright from the Perspective of Economics	25
2	Analysis of Copyright's Economic Characteristics	26
3	Publications' Externality and Copyright Protection	28

Chapter 3 Research on the Market Mechanism of Publications' Supply and Demand Based on the Equilibrium Price Theory

I.	Publishing Institutions' Economic Characteristics and the Choice of Operating Mechanism	31
1	The Intrinsic Logistic Relations between Publishing Institutions' Economic Characteristics and Publications' Economic Features	32
2	Analysis of Publishing Institutions' Types Based on Publications' Economic Characteristics	33
3	Economic Factors that determine Publishing Institutions' Operating Mechanism under the Background of Multi-track Development of the Publishing Industry	35
II.	Research on Publications' Supply and Publishing Institutions' Production	37
1	Fundamental Rules of Publications' Supply	38
2	Publishing Production Function and Decision Making of Supply	41
3	Rules of Publishing Institutions' Production	46
4	Economic Analysis of Publishing Production Costs	52
5	Economic Analysis of Publications' Prices	57
III.	Research on Publications' Demand and Consumer Behavior	69
1	Main Characteristics of Publications' Demand	69
2	Principles of Decision Making of Publications' Consumers	75
3	Consumer Behavior Patterns of Publications	82