



新中国出版70年：主要成就与总体特征*

□文 | 万安伦 刘浩冰

[摘要] 新中国70年的出版成就史所罕见，主要表现在出版作品的品种、数量、规模发展上，出版技术和形态的升级迭代上，出版管理体制机制的改革上，出版人才培养体系建设上及出版走出去等方面。新中国出版70年的主要特征，不仅突显出版理论和出版实践的专业发展，更彰显出中华文化的内生性力量。其发展从根本上得益于自上而下的出版改革和自下而上的出版探索。新中国出版在发展过程中也面临着诸多问题与挑战，需要克服和突破。

[关键词] 新中国出版70年 新中国成立70年 新闻出版史 出版业文化自信

1949年，新中国出版在中国共产党领导下开启新征程，从最初的出版弱小之国，发展为出版大国，而今正阔步迈向出版强国。短短70年间，取得的出版成就超过历史上任何一个时期。出版作为“实现信息传播”^[1]的媒介复制行为，与意识形态紧密相连，是国家物质文明和精神文明的晴雨表和脉搏计。

一、新中国出版70年的主要成就

新中国出版70年成就巨大，主要表现在如下方面。

1. 出版规模、品种、数量增长迅速，质量不断提升，由“出版小国”变为“出版大国”

出版品种、数量极大丰富，出版规模增长迅速。新中国成立之时是地地道道的“出版小国”。70年间，以图书、期刊、报纸为代表的传统出版物在种数、总印数等方面大幅提升。图书从1950年的6649种、总印数2.75亿册，^[2]增长至2018年的255106种、总印数22.74亿册；期刊从1950年的247种，增长至2017年的10130种、总印数24.92亿册；报纸从1949年的315种，增长至2017年的1884种。^[3]从出版规模及总量上看，中国已名列世界前三，“出版大国”当之无愧。近年来，传统报纸、期刊纷纷转型数字出版，传统纸质图书稳

中有进，多媒介形态共存共荣，出版产业链加宽加长，彰显着新中国出版的最新成就。

出版工程陆续推出，涌现大量精品。新中国出版70年间，国家相关部门陆续推进一批批精品出版工程，通过制定重点出版物规划、实施精品战略、提供出版补贴以及加强图书审查等举措，确保出版物有高原有高峰。《辞海》《中国大百科全书》《汉译世界名著》《二十四史》等图书的大型出版工程历经几代人接力推出，出版精品持续涌现。许多精品力作畅销国际，被世界各大图书馆纷纷保藏。此外，国家通过各种出版奖项和荣誉，推进激励着新中国出版事业稳步发展。当下中国在版图书较新中国成立之初增长逾40倍，但与国际先进出版业相比，在市场总量、人均销售量上仍有较大差距。2017年中国图书销售额803.2亿元人民币，同期美国图书出版收入为1707.52亿元人民币。^[4]实现出版强国梦，尚需当代出版人的赓续接力。

2. 在新技术支撑下，由传统软质出版迅速跨入虚拟出版，出版融合成果丰硕

从传统软质出版阶段迈入虚拟出版的中级阶段。新中国成立时，我国出版业相对落后，直到1985年汉字激光照排技术研制成功，1987年首张整页输出之中文报纸问世，中国出版业开始告别“铅与火”，迎来“光与电”。1990年代，计算机在中国开始普及应用，数年间虚拟出版突飞猛进，从“萌

* 本文系国家社科基金项目“中国造纸术和印刷术在‘一带一路’上的传播及影响研究”（17BXW046）阶段性成果



芽期”快步跨入“发展期”，^[5]在互联网和数字技术的双重加持下，中国出版业开启“弯道超车”模式。新世纪，中国出版进入数字出版阶段，这是虚拟出版的当下状态。2009年是中国数字出版产值超过传统出版的节点性年份。目前，中国出版正处于虚拟出版的中级阶段，正奋力攀爬以新出版技术为表征的虚拟出版高级阶段。

产业结构迭代更新，发展进步明显。社会主义改造完成后，社会主义出版制度被确立，出版业迅速发展，后虽经历曲折，但仍顽强生长。改革开放后，出版市场化兴旺发达，出版产业格局迅速壮大。随着计算机普及和互联网勃兴，新的出版产业链迅速崛起。迈入21世纪，数字技术的条件下，出版形态、产业结构以及人们的思维观念持续发生变化。“大力推动以数字化和自主知识产权为核心的科技兴业战略”，^[6]成为出版工作的重要任务。在政策和技术的双力推动下，出版融合趋势加剧，产业结构迭代更新，出版产业链从传统的书报刊逐渐扩展到动漫、游戏、音乐、广告、数据库等，出版业在国民经济中的支柱性作用越来越突显。

3. 出版管理体制日渐成熟，出版体制改革成果丰硕

出版管理体制日渐成熟。出版管理制度的确立是新中国出版制度健康发展的重要保障。新中国成立以来，国家相关出版部门陆续建立和完善了一整套出版管理制度，如出版社“专业分工”制度、出版单位的“主管主办”制度、出版单位设立的“申请审批”制度，书号、版号、刊号的“统一管理”制度等。这些制度的确立，保障了新中国出版事业的有序发展，使新中国出版管理体制日渐成熟。

出版体制改革成果丰硕。新中国成立后，出版的全民所有制和计划经济体制建立，有巨大历史进步性，当然也有一定的局限性。改革开放后，出版体制改革首先表现为出版领域市场化的发展方向，突破国有新华书店独家销售的限制，通过“建立和发展开放式的高效的充满活力的图书发行体制”，^[7]推进“三放一联”（放权承包，放开批发渠道，放开购销形式和折扣，推动横向联合）、“一主三多一少”（以新华书店为主体，组成多种经济成分，多条流通渠道，多种购销形式，少流转环节的图书发行网络）发行格局形成。随后通过集团化战略，全国

新华书店实施股份制改造；新世纪，出版体制改革由发行领域转向核心领域，出版单位全面“转企改制”，渐趋成为独立的市场主体，该项改革至2012年基本完成。出版体制改革和机制创新硕果累累。

4. 出版行政管理能力显著提高，出版行政管理体制形成体系，版权法制建设进步显著

出版法规条例日趋完备，司法行政管理水平显著提高。新中国成立以后，国家相关部门就陆续制订颁布出版法规条例，但在“文革”期间多遭破坏而被废止。改革开放后，以宪法作为依据，国家陆续颁布出版法规和条例，并形成体系。1997年，国务院颁行《出版管理条例》，出版领域内效力较高的法律文件出台。此外，涉及音像、电子、印刷、发行等诸方面的规章制度也陆续颁行。进入21世纪，一方面废止了一批不合时宜的法规，另一方面适应形势需要持续制定、修改新的法规条例。如通过“扫黄打非”举措等保障出版的正常秩序。出版的司法行政管理水平显著提高。

版权法制建设进步显著。新中国成立之初，人民政府就重视创作者权益，制定保护版权法律的工作以及稿酬的规定，但是该项工作进展不顺，“文革”期间更是遭到破坏。改革开放后，出版国际交流日益密切，版权法制建设被提上日程，有关图书稿酬、录音录像制品的管理都以法律形式做出规定。1987年颁布《民法通则》有关著作权的法律条款，是新中国成立以来第一次以法律形式对著作权进行规定。1991年《中华人民共和国著作权法》颁行，为便于中国加入世界贸易组织(WTO)及与国际接轨，随后数次修订。新形势下，相关的互联网、数字出版的版权法规也相继颁布，版权法制建设进步显著。

5. 出版人才队伍壮大素质提升，业界实训与学界培养双轮驱动，多层次培养体系渐趋形成

出版队伍不断发展壮大，人员素质显著提升。新中国成立后，一部分旧有出版人员通过实践锻炼和理论学习留在出版岗位，同时大批青年投身出版，成长为中坚力量。历经“文革”，编辑出版骨干力量大为削弱，后经“拨乱反正”，出版人才队伍的建设快马加鞭。在业界的岗位培训及资格认定和学界的理论培养及学历教育的双轮驱动下，出版人才队伍的数量和质量变化天翻地覆，2017年，全国新闻出版直接就业人数为405.9万人，有硕士研究



生及以上学历的从业人员越来越多,这大大提升了整个出版行业的水平。近年来,随着数字出版勃兴,知识迭代加速,越来越多的高学历青年投身出版行业,具备专业技术职称人员的占比迅速提升。

形成了业界实践和学界培养较为完善的人才培养体系。新中国成立之初,出版部门就注重对职工的岗位培训和学校出版人才培养工作。改革开放后,奠定了“工作实践培训和高校培养”两条基本路径的基础性制度框架。^[8]一方面,通过在职轮训、不定期的专项培训及专业职称考试和评定等,达到业务技能提升的目的,此外,业界也持续培养和选拔高端出版人才;另一方面,高等教育出版人才培养体系日趋完善,已有83所高校开设编辑出版专业,为出版界输送了大批高端复合型出版人才。

6. 中国出版迈出国门走向世界,以出版走出去实现中国文化走出去

从产品走出去到版权走出去再到资本走出去,走出去的形式多元化。新中国成立之初,出版处于起步阶段,相当一段时间成果有限,第一阶段主要是以少量产品走出去为主,该项任务主要由中国进出口总公司承担;第二阶段是“版权走出去”,初期主要由外文出版发行事业局通过对外合作的形式进行,内容多为毛主席著作和马列著作。改革开放后,大批精品图书以版权的形式走出去。第三阶段是资本走出去,主要表现为出版机构在海外投资,或建立分支机构,或入股国际出版机构,或直接在海外建立出版单位,近年来这种情况明显增加。

从纸质实体形态走出去到网络出版形态走出去,走出去的样态多元化。前期,中国出版走出去主要是通过纸质载体出版的形式。进入虚拟出版阶段,出版逐渐突破出版载体和出版形态界限,实现“向多种介质出版产品共存的现代出版产业转变”。^[9]在政府重点扶持下,不少企业在境外设立数字出版分支机构。此外,中国网络文学国际影响力巨大,走出去前景广阔。

从国家主导的国有企业走出去到民营企业走出去,走出去的主体多元化。新中国成立以来,国有出版单位一直承担着走出去的对外宣传任务。改革开放之处,民营书业相对弱小,一时间不具备走出去的实力。近年来,随着民营书业的实力增强,中国出版走出去从外宣型到外向型的政策转变,民营

书业获得投资海外的发展机遇。美国时代出版有限公司和英国新经典出版社都是国内民营书业在国外投资设立的出版机构。人民天舟文化出版有限公司和北京华语联合出版有限公司是新成立的两家拥有专项出版权的“外向型”民营机构。

二、新中国出版70年的总体发展特征

新中国出版70年,不仅是中国出版发展繁荣的70年,更是中华文化走向自信自强的70年。70年的出版成就,从根本上得益于自上而下的出版改革推动和自下而上的出版实践探索。改革与实践的良性互动,整体上推进新中国出版70年的现代化进程。

1. 自上而下的出版改革推动是新中国出版70年发展的主导性力量

出版管理机构变革关乎出版发展走向。党和政府是出版改革的主导性力量,新中国的出版管理机构伴随出版业发展而不断调整。1949年11月,中央人民政府成立出版总署;此后相继调整为“出版管理局”“文化部出版事业管理局”“国家出版口”“国家出版事业管理局”“国家出版局”。“为了加强全国新闻、出版事业的管理”,^[10]1987年1月设立新闻出版署,2001年4月升级为正部级单位“新闻出版总署”,加强“扫黄打非”,并增加审核互联网从事出版信息服务的职能。^[11]2013年,在“大部制”改革背景下,合并成立“国家新闻出版广电总局”,以统筹媒体融合和产业融合。2018年,为加强出版导向管理,出版系统整体划归中宣部管理,对外加挂“国家新闻出版署”牌子。纵观新中国70年出版管理机构的调整,是不断适应出版发展实际的改革性调整,以便更好地领导和规范中国出版的健康发展。

出版体制改革不断为新中国出版发展注入新活力。新中国成立至改革开放初期,国家对出版业进行事业化管理,形成了“以宣传教化为主要目的的出版发行体制”。^[12]改革开放,出版体制改革从发行领域先行先试,破解了“书荒”难题。随后在积极推进图书发行体制改革进程中,民营书商迅速崛起,形成“二渠道”,极大地推动了出版业的市场化进程。在建立与社会主义市场经济体制相适应的

出版体制改革过程中，出版业蓬勃兴盛。进入21世纪，中国加入WTO，出版“集团化”“国际化”进程加快，新华书店实行股份制改造。民营书业于2003年获得总发行权，活力倍增。出版体制改革由发行领域进入到出版核心领域。随着互联网的兴起，国家扶持实体书店发展。随后出版单位开始实行“转企改制”。这些系列改革举措持续为出版业注入新的活力，推动着中国出版业走向繁荣。

2. 自下而上的出版实践探索是新中国出版70年发展的动力源泉

坚持中国共产党的领导是新中国出版发展的实践性选择。在中国共产党的领导下，年轻的共和国迅速建立了社会主义性质的出版事业和出版制度。新中国的出版人在党的领导下，把握正确的出版方向，不断开启出版事业的新篇章，在推进出版市场化、产业化及实施出版体制改革过程中，抵制了各种混乱思想的冲击。尤其是在国际化进程中，中国共产党更是砥柱中流，成功抵御西方意识形态入侵。随着新技术的飞速发展，在媒介融合和智能出版新时代，只有坚持共产党的正确领导，才能在波诡云谲的世界局势中走向“出版强国”。坚持中国共产党的领导是新中国出版发展的实践性选择。

自下而上的出版实践和探索是新中国出版发展的直接动因。新中国出版70年的发展历程中，出版实践一直是出版发展变革的动力性因素和先导性因素。自下而上出版实践往往是引发自上而下出版改革的动因和契机，进而形成上下间的良性互动，推动着中国出版业向前发展。无论是社会主义出版制度的确立，还是出版的体制改革和机制创新，无论是出版政策的前瞻性设置还是跟进性调整，都是基于出版实践所需，出版实践是新中国出版70年发展的动力源泉。

3. 新中国出版70年是技术迭代逻辑下中国出版传统的时代性发展

新中国出版70年发展是中国数千年来出版传统的赓续。“一部出版史就是一部人类文明史”，^[13]出版是人类文明的标识和表征，同时还是实现人类文明的路径和方式，正是有了出版，人类才踏上文明的旅程。中国数千年来通过出版来实现文明赓续和传承的行为从未间断。从“硬质出版”，到“软质出版”，再到“虚拟出版”，每一次出版载体和技

术的迭代更革，都带来中华文明甚至人类文明的巨大跃升。出版载体从硬质的甲骨钟鼎、竹简木牍到软质的缣帛、纸张，再到虚拟的声光电磁，出版技术从硬质的刻铸，软质的抄印，再到虚拟的录显，虽然出版形态发生了改变，但出版传承文明的本质没有变化。新中国出版赓续着数千年中华出版科学和出版文化之传统，也弘扬着造纸术和印刷术原初发明国的“出版母国”之荣光。

新中国出版70年发展实现“告别铅与火，迎来自光与电，奔向数与网”的三次跨越。新中国的出版技术，1949~1987年是“铅与火”的时代；1987~2001年是“光与电”时代；2001年至今是“数与网”的时代。人类出版载体经历了“由硬变软、由大变小、由宏变微、由承载很少的信息量到承载海量信息量”^[14]的发展过程，短短70年，出版载体实现了“从纸到屏”的海量承载跨越。出版符号则从与出版载体的“永久结合”发展到“瞬合长分”。出版传播也完全实现了非物质性的纯粹信息的即时传播。这些都是技术迭代逻辑下中国出版的时代性发展。

4. 新中国出版70年是文化自信逻辑下中华文化传统的内生性发展

新中国出版是中华文明和中华优秀传统文化的现代化表达。“文化是民族的血脉”，^[15]新中国出版70年的发展成果正是中华文明和中华优秀传统文化的集中呈现。新中国出版承续着几千年来绵延不绝的中华文化血脉，在积极学习和吸纳人类其他优秀文化基础上，以开放的气度和奋进的姿态，呈现出全新的发展繁荣景象。当下，正以新形式、新主题、新内容推动着新中国出版与时俱进前行发展。“博大精深的中华优秀传统文化是我们在世界文化激荡中站稳脚跟的根基”，^[16]更是我们展现文化自信的重要依凭。

新中国出版是对中华文明乃至人类文明成果的传扬和继承。“出版的本质，实际上就是对人类知识和信息的收集、挖掘、整理、编选、校勘、把关、传播、传承的过程和活动。”^[17]新中国成立以来，党和政府领导着一代又一代出版人，前赴后继，顽强拼搏，坚持“双为”方针，坚持出版导向，“去粗取精”“去伪存真”，对中华文明和人类文明成果横向传播和纵向传承贡献卓著。尽管在新中国出版70年发展过程中有曲折反复，但党和政府在领导



中国出版的伟大实践中，以开放的胸怀和海纳百川的气度致力于中华文化和人类文化的进步提升。

5. 出版现代化是新中国出版70年的发展主调

出版的现代化是新中国出版发展的主题。“现代化是共和国发展的主题”，^[18]这一主题同样也贯穿于新中国出版70年的始终。出版的现代化，一方面体现着出版与新中国社会发展的关联互动，充分体现着社会发展。另一方面也集中体现在出版自身的现代化上。这主要体现在从软质出版载体和技术的普遍使用到虚拟出版载体和技术成为当下现实和未来趋势。新中国出版70年，是出版载体现代化、出版技术现代化及出版内容现代化的70年，也是出版活动现代化和出版制度现代化的70年。

出版观念的转变是出版现代化的内在逻辑。出版业发展，“观念是先导”。^[19]新中国成立之初，就确立“为人民服务”的出版理念，从过去服务“革命军事”的出版观念转变为服务“生产建设事业”，^[20]“为人民大众的利益服务是人民出版事业的基本方针”。^[21]尽管这一观念和方针一度被政治运动打乱，把“出版当作政治斗争的工具”。^[22]但改革开放后，出版工作重新确立了“双为”的方针和理念，迅速开启出版事业的繁荣局面。出版观念转变带来对出版属性的新认知，尤其是对出版物商品属性的重新认知和认定，推动出版业市场化和现代化的发展进程。在建立与社会主义市场经济体制相适应的现代化出版体制过程中，逐渐明确：出版部门“是一项文化产业”“更需要面向市场”。^[23]而今，“社会效益首位”的出版观念已深入人心。出版观念的转变促进中国出版从理念到实践的全局性现代化。

三、新中国出版发展过程中面临的问题与挑战

以下6条，既是新中国出版发展目前面临的问题与挑战，更是新中国出版未来努力的方向和机遇。

1. 正确处理经济效益与社会效益之间的矛盾关乎出版业未来发展

70年来，新中国出版在党的领导下，坚持正确的出版方向，坚持社会效益优先，反对单纯追求经济效益的出版行为，严厉处罚了相当一批忽视导向的出版单位。正确处理经济效益与社会效益之间的矛盾，关乎出版业未来发展，2015年9月，党

中央国务院以“两办”文件形式，对二者关系进行明确：“把社会效益放在首位，实现经济效益和社会效益相统一”。^[24]

2. 出版形态的多元性变化势必要求出版管理方式的与时俱进

新中国70年出版业进步迅速，从传统的出版飞速跨越到当下以数字出版为代表的虚拟出版阶段。尤其是新世纪互联网的兴盛和普及，重构了传统的知识生产和信息传播方式。在新技术支撑下，知识生产海量扩容，信息传播瞬息即至，人人都在“自出版”，这些新情况给出版管理带来新挑战。传统出版方式下，由于知识生产数量相对有限，信息传播速度相对较慢，出版资质审查相对容易，因此，尚可以通过直接的规制管理达到预期效果。而在万物皆媒时代，出版政策势必与时俱进，用互联网思维和数字社会管理规则进行出版管理的引导。

3. 出版人才培养依旧是决定出版业未来发展的关键因素

其一，培养高端复合型出版人才是大势所趋。新中国出版成就的取得，离不开出版人才的培养和出版人才对文化的坚守传承。出版人才是新中国出版事业发展的根本保障。随着出版形势的发展，基于出版属性的多样性和复杂性，培养高端复合型人才是出版行业的重点需求所在。其二，融通学业两界是锻造高端人才的有效路径。目前学界和业界“两张皮”现象严重，亟需相互融通，学界和业界都应该放下身段，彼此加强联系，在出版人才的培训、培养方面全面融通。其三，高校出版教育要注重“政产学研用”相结合，特别要注意满足业界需求，实现“人才培养与就业的有效对接”，^[25]围绕现实需求，加强本科、硕士、博士等多层次出版专业人才培养。其四，学界和业界要加强“博士后”的“联合性终极锻造”。由于国家鼓励“博士后”培养，目前对“博士后”指标限制较“博士”指标限制稍少，学业两界应抓住机遇，致力于联合培养“博士后”，将其他专业的博士吸引到出版专业作“终极锻造”，这是出版顶尖人才培养的捷径之一。

4. 新中国出版应与我国文化和教育事业同步发展繁荣

新中国70年，文化事业的发展主要体现在新闻业、传统出版业和广播影视业的发展上，这些都

是广义出版的不同表现方式。当下,数字、网络和人工智能技术方兴未艾,出版突破了原有概念界限,呈现出多元及融合发展的文化图景。电子图书、数据库、音频、视频等形式迭相出现,出版产业链持续拓展。国家文化事业和出版事业呈现同步繁荣景象。此外,新中国的出版事业与新中国教育事业也表现出协同发展的景象和趋势。新形势下,人们获取知识的渠道及受教育的方式也日趋多元化,线上线下、室内室外、国内国际,都为渴望学习的人们提供新的学习途径和学习场景。在知识和信息爆炸新时代,出版事业和教育事业呈现出良性互动的新常态。

5. 建立中国自己的“领跑世界”的出版学科体系是当务之急

中国不但发明了植物纤维纸这种最优秀的软质出版载体,而且还发明了雕版印刷术、活版印刷术、套版印刷术的系列性出版技术。造纸术和印刷术对于人类文化积累和文明跃进无论怎样高估都不为过。加之中国出版文化源远流长,史脉绵韧,这些都为中国出版的理论研究的学科建设“领跑世界”奠定了坚实基础。1979年中国出版界第一次“独立地提出”建立和研究出版学及其分支学科目标,^[26]1998年教育部将归并后的“编辑出版学”作为二

级学科,置于一级学科新闻传播学之下。基于出版本身具有文明性、编校性、科技性、传播性、经管性、实践性六大属性,传播性仅为其属性之一,目前的学科设置存在挂一漏多问题,因此,亟需将其升级为“一级学科”。^[27]立足于丰厚辉煌的出版历史和创研精神,按“三原一方”(原史、原著、原理及方法论)构建中国自己“领跑世界”的出版学科体系,既是出版发展的历史呼唤,也是“文化自信”的重要标志。

6. 中国出版应重回人类出版的“世界峰巅”

中国对于人类出版的贡献举世无双。出版载体贡献方面,硬质的有龟甲兽骨、玉板碑石、铜彝铁券、竹简木牍等,软质的有兽皮、缣帛和植物纤维纸,虚拟出版载体正学习和赶超先进;出版符号贡献方面,汉字符号系统从鸟虫文、甲骨文到篆、隶、真、草一脉相承,从未断绝;出版技术贡献方面,从雕印、活印、套印到汉字排版系统及当下的5G技术。中国有数千年的未曾中断的出版历史,并且曾经长期是人类出版的峰巅之国。当代中国出版人,应继承传统,奋发有为,迅速缩短从“出版大国”迈向“出版强国”的时间和过程,重回人类出版的“世界峰巅”。

(作者单位:北京师范大学新闻传播学院)

参考文献:

- [1] [13] [17] 万安伦. 中外出版史 [M]. 北京: 高等教育出版社, 2017: 3
- [2] 《当代中国》丛书编辑部. 当代中国的出版事业(上) [M]. 北京: 当代中国出版社, 1993: 52
- [3] http://www.xinhuanet.com/zgjx/2018-08/06/c_137370768_3.htm 2017年全国出版业基本情况.
- [4] 张志强, 杨阳. 直挂云帆济沧海——中国出版业“改革开放”40年成就回顾 [J]. 中国出版, 2018(12)
- [5] 万安伦, 王剑飞. 虚拟出版: 从技术革命到阅读场景的二重变奏 [J]. 河北大学学报, 2019(1)
- [6] 新闻出版总署办公室. 新闻出版工作文件选编 2009年 [M]. 北京: ISBN中心, 2010: 53
- [7] 中国出版者协会, 中国出版科学研究所. 中国出版年鉴 1989年 [M]. 北京: 中国书籍出版社, 1991: 38
- [8] 万安伦, 刘浩冰, 庞明慧. 编辑出版人才培养40年: 阶段历程、培养机制及问题挑战 [J]. 中国编辑, 2009(1)
- [9] 新闻出版总署办公室. 新闻出版工作文件选编 2010年 [M]. 北京: ISBN中心, 2011: 46
- [10] 新闻出版总署办公室. 新闻出版工作文件选编(1986-1987) [M]. 北京: 中国书籍出版社, 1988: 508
- [11] 新闻出版总署办公室. 新闻出版工作文件选编(2002年) [M]. 北京: 中国 ISBN中心, 2004: 9
- [12] 张辉. 转型期中国民营书业的社会学研究 [M]. 贵州: 贵州大学出版社, 2010: 70
- [14] [27] 万安伦, 曹晶晶, 曹继华. 对出版学科理论逻辑和结构范式的思考 [J]. 出版发行研究, 2018(4)
- [15] 柳斌杰. 中国出版业的担当与作为 [J]. 现代出版, 2017(2)
- [16] 习近平. 习近平谈治国理政 [M]. 北京: 外文出版社, 2014: 164
- [18] [19] 李频. 共和国期刊60年 [M]. 北京: 中国大百科全书出版社, 2010: 1、2
- [20] 中国出版科学研究所, 中国档案馆. 中华人民共和国出版史料(第1册) [M]. 北京: 中国书籍出版社, 1995: 250
- [21] 中国出版科学研究所, 中国档案馆. 中华人民共和国出版史料(第2册) [M]. 北京: 中国书籍出版社, 1996: 590
- [22] 中国出版者协会. 中国出版年鉴 1980 [M]. 北京: 商务印书馆, 1980: 2
- [23] 宋木文. 宋木文出版文集 [M]. 北京: 中国书籍出版社, 1996: 476
- [24] 中共中央办公厅, 国务院办公厅. 2015年9月14日印发《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》。
- [25] 周舟. 论我国新闻教育中学界与业界的合作 [J]. 编辑之友, 2016(9)
- [26] 袁亮. 出版学概论 [M]. 辽宁: 辽宁教育出版社, 1997: 7