



文化产业安全与管理丛书

刘益 谢巍 等 / 著



实体书店扶持政策研究

SHITI SHUDIAN FUCHI ZHENGCE YANJIU



中国政法大学出版社

本书是北京文化安全研究基地的研究成果



文化产业安全与管理丛书

刘 益 谢 巍 付海燕

衣凤鹏 范文静 赵慧群

高海涛 杨晓芳 潘继增

著

实体书店扶持政策研究

SHITISHUDIAN FUCHI ZHENGCE YANJIU



中国政法大学出版社

2015·北京

- 声 明
1. 版权所有，侵权必究。
 2. 如有缺页、倒装问题，由出版社负责退换。

图书在版编目（C I P）数据

实体书店扶持政策研究/刘益等著. —北京:中国政法大学出版社, 2015. 9
ISBN 978-7-5620-6335-3

I. ①实… II. ①刘… III. ①书店—经营管理—经济政策—研究—中国 IV. ①G239. 23

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 237699 号

出 版 者	中国政法大学出版社
地 址	北京市海淀区西土城路 25 号
邮寄地址	北京 100088 信箱 8034 分箱 邮编 100088
网 址	http://www.cuplpress.com (网络实名: 中国政法大学出版社)
电 话	010-58908285(总编室) 58908433 (编辑部) 58908334(邮购部)
承 印	固安华明印业有限公司
开 本	787mm×1092mm 1/16
印 张	11.5
字 数	165 千字
版 次	2015 年 9 月第 1 版
印 次	2015 年 9 月第 1 次印刷
定 价	36.00 元

《文化产业安全与管理》丛书 出版前言

文化产业被公认为 21 世纪全球经济一体化时代的“朝阳产业”。从全球范围来看，一个基本的趋势是：文化产业发达的国家，其文化软实力的扩张力和渗透力都比较强；文化产业发展较为成熟的国家，其文化软实力都有着较大的优势。文化产业在国与国之间综合国力的竞争中发挥的作用越来越大，并为国家文化软实力的竞争提供了形式多样的载体和平台。发展是安全的保障，安全是发展的条件。为了做大做强我国文化产业，有必要加强文化产业安全研究。此外，越来越明显的文化经济化与经济文化化趋势，也意味着文化与经济的大融合。文化经济化是指文化发展中渗透着经济的因素，文化发展是生产力发展的重要组成部分；经济文化化是指任何的经济活动中都包含了文化的因素，文化是经济的引领和导向，文化贯穿经济过程始终。

文化安全是国家安全的重要组成部分，文化产业安全是实现文化安全的核心。文化产品是文化的载体，核心是文化内容。文化产品和文化内容可以由两个方面来提供：一是国家的公共文化服务体系，由公共文化服务机构提供基本的文化产品，满足广大人民群众最基本的文化需要；二是各类成为独立市场主体的文化企业，这是文化产业发展的主体。实现国家文化安全，仅依靠公共文化服务体系，是不可能完成的，还需要由文化企业通过提供丰富的文化产品，形成核心竞争力，通过参与全球文化竞争，从而实现国家的文化安全由被动安全最终转变为主动安全。也就是说，文化

产业安全是实现国家文化安全的核心。只有打造具有全球竞争力的文化产业，才可以实现国家文化软实力的真正提升。

北京印刷学院是国内唯一以培养高级新闻出版人才为特色的高等院校。我院以立足首都、面向全国、服务新闻出版印刷等相关文化产业业态为办学宗旨，重视科学研究和学术积累，不断提高人才培养质量，为全国尤其是北京地区文化产业发展提供了切实的人才和智力支持。办学50多年来，北京印刷学院建立和完善了传媒文化、传媒技术、传媒管理、传媒艺术等为特色的学科和人才培养体系，为新闻出版业等文化产业培养了3万多名应用型高级专门人才，涌现出了一批文化行业优秀领军人物及技术、业务、管理骨干，形成了扎实的学科基础和环境条件，为我国文化产业的繁荣和发展提供了强有力的智力支持和人才保障，为传承和发扬中华印刷文明做出了应有的贡献。

为更好地推动我国文化产业安全与管理领域的研究，北京印刷学院组织一批从事文化产业安全与管理研究的相关骨干教师，集中编写了《文化产业安全与管理》丛书。《文化产业安全与管理》丛书的出版得到了北京印刷学院文化产业安全与管理博士层次服务国家特殊需求人才培养项目的资助。丛书的策划得到了学校研究生处的指导和大力支持。学校领导和中国政法大学出版社的领导对丛书的出版给予了充分的关注和支持，在此深表感谢。

《文化产业安全与管理》丛书编委会
2015年8月

C 目录

CONTENTS

《文化产业安全与管理》丛书出版前言	1
1. 实体书店存在与发展的重要意义	1
1.1 实体书店的存在与发展是我国建设文化强国的必然要求	1
1.2 实体书店的存在与发展反映了城市和社会的文明程度	2
1.3 实体书店体现了现代社会个体的精神和文化生活方式	3
1.4 实体书店的存在与发展是我国出版产业健康发展的保证	5
2. 国内实体书店的经营现状分析	6
2.1 国内实体书店的总体情况统计分析	6
2.1.1 2012 年国内实体书店发展情况	6
2.1.2 2007~2012 年国内实体书店发展情况	9
2.1.3 国内出版物发行机构数地区分布	18
2.2 新华书店经营现状调查分析	26
2.2.1 新华书店基本情况	27
2.2.2 新华书店面临的经营问题和困难	32
2.2.3 新华书店改善经营现状的应对措施和提供服务的情况	34
2.2.4 新华书店现有的扶持政策及期望	35
2.2.5 新华书店经营现状案例分析	36
2.3 民营书店经营现状调查分析	49
2.3.1 民营书店基本情况	50
2.3.2 民营书店面临的经营问题和困难	53

2.3.3 民营书店改善经营现状的应对措施和提供服务的情况	56
2.3.4 民营书店现有的扶持政策及期望	57
2.3.5 新华书店经营现状与民营书店经营现状的比较与结论	58
2.3.6 民营书店经营现状案例分析	58
2.4 典型特色书店经营现状	67
2.4.1 叶一堂 (Page One)	67
2.4.2 先锋书店	68
2.4.3 诚品书店	71
2.4.4 枫林晚书店	73
2.4.5 莎士比亚书店	74
2.4.6 单向街图书馆	74
2.4.7 Selexyz Dominicanen Bookstore 教堂书店	76
2.5 实体书店经营状况的财务分析	76
2.5.1 访谈数据的分析	76
2.5.2 收集数据的分析	82
2.5.3 财政扶持政策的边际效益分析	87
3. 国内实体书店经营困境的原因分析	89
3.1 基于实体书店外部环境的分析	90
3.1.1 基于实体书店行业环境的分析	90
3.1.2 基于科技环境的分析	93
3.2 基于出版业供应链的分析	94
3.3 实体书店自身因素的分析	102
3.4 其他利益相关者的分析	104
3.4.1 竞争者因素	104
3.4.2 地方政策因素	106
3.4.3 行业协会因素	107
4. 我国对新闻出版业和实体书店的扶持政策梳理及效果评价	109
4.1 我国对新闻出版业的扶持政策梳理	109
4.1.1 中国文化产业发展历程简述	109

4.1.2 国家对出版业的财政支持	110
4.1.3 国家对出版业的税收优惠政策	112
4.1.4 其他特殊项目的优惠政策	113
4.1.5 相关政策汇总	114
4.2 扶持政策对实体书店经营的效果评价	120
4.2.1 国家政策实施效果分析	120
4.2.2 地方政策实施效果实例分析	121
4.3 小 结	126
5. 国外实体书店及相关文化产业扶持政策	128
5.1 国外实体书店现状	128
5.2 国外实体书店及相关文化产业扶持政策	129
5.2.1 图书定价制	130
5.2.2 赋 税	130
5.2.3 政府补贴	132
5.2.4 行业协会	132
5.2.5 贷款资助	133
5.2.6 网络联合销售措施	134
5.2.7 相关文化产业政策	134
5.2.8 其他相关的扶持措施	135
6. 对我国实体书店扶持政策的建议	136
6.1 战略层面的扶持政策建议	137
6.1.1 引导社会阅读氛围的形成,促进消费者形成良好的阅读习惯 ...	137
6.1.2 从出版行业供应链的角度强化实体书店的重要作用	138
6.1.3 重点扶持国有发行集团和大型民营发行集团	139
6.1.4 扶强、扶优、扶特,坚持优胜劣汰,实现发行业格局优化	140
6.1.5 建立健全发行行业的市场体系,维护公平竞争的市场秩序	140
6.1.6 重视实体书店功能的塑造,积极推进不同类型的产业融合 实践	141

6.1.7 积极促进实体书店创新经营模式	141
6.2 战术层面的扶持政策建议	142
6.2.1 围绕“世界读书日”等开展读书活动，营造社会阅读氛围	142
6.2.2 对实体书店实行分级管理，预留经营场地以平抑高租金问题 ...	143
6.2.3 积极推动企事业单位建立内部文化室或图书馆	144
6.2.4 积极推进校园书店、社区书店建设	144
6.2.5 促进实体书店向供应链后端延伸，鼓励开展“按需出版” 业务	145
6.2.6 建立示范性新华发行集团，带动行业发展	147
6.2.7 鼓励民营实体书店向集团化和特色化发展	148
6.2.8 加强市场管理，规范市场行为，健全监督机制	150
6.2.9 制定图书价格管理制度，明确新书折扣限定范围及期限	150
6.2.10 提供实体书店专项扶持资金，实施信贷优惠	151
6.2.11 提供项目专项扶持资金，解决发展差距问题	152
6.2.12 建立全国范围的图书零售数据公共平台	153
6.2.13 充分发挥行业协会的作用，推动行业协会功能的实现	154
6.2.14 鼓励实体书店探索多元化经营模式，为产业融合创造条件 ...	154
6.2.15 鼓励中小民营实体书店建立网络联合销售平台	156
6.2.16 鼓励实行二手书店模式、自动售卖模式、立体经营模式等 ...	157
6.3 实体书店的分类扶持政策建议	158
附 录	165
主要参考文献	169
后 记	173

1. 实体书店存在与发展的重要意义

近年来,我国的文化建设取得了可喜的进步。然而,图书出版业、图书流通领域目前的情况并不乐观。具体表现为全国各大城市实体书店的生存已岌岌可危。实体书店受到网络书店的大幅冲击,在价格、选择多样性、购书便利度等各个层面上,实体书店全面落入下风。随着鼎盛时期拥有 30 家连锁门店的民营书店“光合作用”歇业,北京第三极书局、广州三联书店、上海万象书店、晓枫书屋鼓浪屿店等全国多家民营实体书店亦相继倒闭停业,以实体书店为代表的图书发行网点建设也一度成为人们关注的焦点话题。曾经是城市文化地标的实体书店,已经到了生存的危急时刻。书业萎缩、实体书店濒临灭亡的现状,直接威胁到知识生产的良性循环,影响“学习型社会”的建立,损害了精神文化的整体构架,影响了目前我国文化大繁荣的良好发展趋势。在加快建设社会主义文化强国的时代背景下,实体书店的生存与发展具有重要的现实意义。

1.1 实体书店的存在与发展是我国建设文化强国的必然要求

中共十七届六中全会首次将“深化文化体制改革”作为中共中央全会的主要议程,并首次提出“社会主义文化强国”目标,努力推动文化产业成为国民经济支柱性产业。在这种文化大发展、大繁荣的背景下,图书发行业作为传播知识和文化的渠道,其重要性不言而喻,尤其是图书发行网点的建设,更是关乎到广大人民群众切实的文化需求。

实体书店是社会、市场的需求，也是一个国家软实力和文化的象征。书业萎缩、实体书店濒临灭亡的现状，直接威胁到知识生产的良性循环，影响了“学习型社会”的建立，损害了精神文明建设的整体构架，影响了目前我国文化大发展大繁荣的伟大进程。可以说，实体书店的存在与发展，是推动我国社会主义文化大繁荣、大发展的重要物质基础和物质载体。

文化建设归根到底是要把公民文化素质的提高放在首位，只有整个社会的公民文化素质得到提高，社会机体才能往好的方面转变，才能实现真正的文化建设。在公民社会刚刚开始成长的地方，阅读显得至关重要，独立思考的意识往往从阅读中产生。倡导全民阅读的文化理念，以此促进实体书店的可持续发展，正是把国家的决策部署深化、细化、具体化的重要策略之一。虽然网络阅读已经越来越多地占据中国国民的阅读时间，但从中国的国情来看，中国已经进入老龄化社会，五十岁以上群体将在中国占据越来越大的比重，这部分人的阅读购买习惯还是与实体书店更相适应。

1.2 实体书店的存在与发展反映了城市和社会的文明程度

实体书店是在城市化进程中文明程度的一个符号。实体书店对城市精神的涵养、培育，甚而对社会的稳定，都有其不可替代的作用。城市能否建立一种气质，气质是否能够沉淀下来，得以传承，这一切都与城市的书店经营相关。书店不是一个恢弘的、喧嚣的购物中心，它不见得能创造很高的经济利润，但它是一个城市不可替代的都市气质。文化习惯的培养是需要过程的，也需要载体。从这个意义上讲，我们确实需要更多的实体书店引领纸质阅读。实体书店不仅是融书籍推广功能、阅读激发功能、文化休闲功能于一体的文化交流场所，更承担了一部分社会教化、文化繁荣、文化交流、促进教育的功能。

对于城市来说，散布其间的独立书店，体现了虽有差异但在精神生态上呈现明显共性的读书人口，虽然与繁华喧闹的商场超市相比，独立书店

并非城市大多数人的生活必需，但是，这个群体不多的部分，恰恰体现了城市人文生活的一个侧面。对于爱书的人来讲，关于一座城市的记忆总会牵扯出几个自己喜欢的书店。对于我们城市的发展来说，居民区、地铁旁、商场角落里的各种书店，就是照亮我们这个城市前行的一盏明灯，指引着这个城市迈向精神贵族。

一座文明程度高的城市，一定存在着各种各样的独立书店。在著名的文化、艺术之都巴黎，大大小小的独立书店一直在塞纳河左岸享有盛誉。文人墨客在这里交流、写作，碰撞出思想的火花。或许，我们可以这样说，没有这些大大小小的独立书店，也就没有今天以思想、艺术而闻名的巴黎。曾经一度，在中国的重要城市，我们也能找到类似的文化地标：去北京看“万圣”，去南京找“先锋”，去上海看“季风”，去杭州找“枫林晚”，去广州看“学而优”，去台北逛“诚品”。

城市中有林立的摩天高楼，有来来往往、形形色色的人群，同时也有各种各样的书店。很多人喜欢那些小而精致的独立书店，并沉迷于这些书店独属于自己的个性之中。独立书店中的讲座、培训这种由图书而衍生出来的文化活动其实是对图书本身的一种发酵。书店店主们不但在书店中通过卖书传播文化，更让文化通过讲座、培训等交流方式再度发酵，碰撞出思想的火花。这种发酵对于文化的传播，乃至整个城市的发展，均具有积极的推动作用。对于我们所处的这座城市来说，那些独立书店承载着这个城市的文化发展、承载着这个城市的梦想，是一个城市文化发展的风向标。

1.3 实体书店体现了现代社会个体的精神和文化生活方式

对于广大的社会大众来说，实体书店的存在已经成为生活的一部分，逛书店是很多人所喜爱的一种生活方式。在一些地方，人文书店甚至已经成为一种文化地标，其文化意义和精神意义不可低估。书店给人们精神世界带来的静谧、深邃的体验是无法取代的。那种拥有庞大藏书量的图书馆

固然好，但民众更盼望在社区等日常生活区域周边有一些方便的书店，它的规模不需要太大，贵在便捷，能“润物细无声”地滋养民众的文化生活。

有特色的独立书店的消失，对于城市的大多数人来说没有什么影响，但是对于一些喜欢阅读人文图书的读者来说，意味着一种生活方式的消失。如果一座城市的独立书店都消失了，对于这座城市的文化图景来说，其实消失的不仅仅是单一的书店类型，更是存在于人文读者这个小众群体里的生活场景。

一座城市的独立书店，已经成为这座城市里主要的思想贩卖者。一些经营多年并坚持下来的独立书店，她们并不一定是规模越做越大，而是保留了一种独属于自己的特质。更为重要的是，她们对自己的这种特质有坚守的诚意，因此引得一些读者奉之为知己之交。于这些忠实的读者而言，这些独立书店俨然已经与自己的书房并无二致，书店承载着他们的梦。

其实，书店的意义并不仅仅是卖书的店铺，更是一种难舍的文化符号，承载着读书人对知识的深层感知，蕴涵着他们对文化的敬畏之情。书籍聚集的地方，可以安慰心灵。真正有灵性的书店是不会轻易消失的，它积淀着一个城市或社区太多的文化记忆。

一家好书店的品牌意义从来都超越了仅仅作为一家“卖书的商店”的存在。文艺青年们的众多不会明说的共识之一，即一个人常混的某个小组，常去的那家书店，都会暴露出他的文艺品位、思想倾向和文化圈子。所以，约人去一家独特的文艺书店来打发下午时间，无论是各自挑书，还是一起听讲座，都会是种精神愉悦、消费可控同时又彰显风格的行为。

阅读在多数情况下是个体行为，但是，人是群体性动物，需要通过与别人面对面的沟通、分享，让读到的知识观点得到消化、吸收和印证。这正是实体书店不可被取代的地方。可以想象，在一个社区内，人们通过书店举办的交流和互动，得以结识志同道合的朋友，遭遇爱情……发生故事的几率和质量一定比在超市、餐厅、街边花园要来的高。实体书店能有效聚集兴趣爱好和品位认知相近、相投的人群，两者各取所需，能够从中相

互获益，在社区内形成一种良性的共生关系。如果书店能够长期保持着成为有品质有温度的互动平台，通过时间的累积，社区内的这个群体就会不断的生长扩大，从而能够开始起到影响群体的作用。可以说，实体书店正在变成一种生活方式、一种有默契的文化场所、一个读书人的圈子。这是一种养成，书店的功能绝不仅仅是卖书，它是一种生活方式的引领，是一个人价值观判断的提升。

1.4 实体书店的存在与发展是我国出版产业健康发展的保证

中国出版产业正处在由事业型向产业化发展的转型期，内部有一些阻力，同时又受到了新科技发展带来的外部冲击，导致以前应该有的基础设施建设还没有来得及建就出现了亏损。渠道是产业的基础，渠道得不到发展，产业就很不牢固。渠道是由书店、批发商构成的，所以，实体书店的良性健康成长对出版产业非常重要。众所周知，在我国的图书出版物当中，人文社科学术及大众类图书基本上是依托书店渠道特别是实体书店实现市场销售的。目前实体书店遇到的困难已经直接影响到了以人文学术和大众图书出版为主营业务的上游出版社，进而也影响到了整个中国出版发行产业的健康发展。

从目前情况看，尽管受到了数字出版的强烈冲击，但现在图书出版行业中依靠数字化获得收益的单位依旧微乎其微，我国出版行业从整体来看仍要依靠纸质书生存发展。书店赢利离不开出版社，出版社的生存离不开书店。实体书店的生存与发展有利于保证我国出版产业的健康发展。

2. 国内实体书店的经营现状分析

2.1 国内实体书店的总体情况统计分析

2.1.1 2012 年国内实体书店发展情况

根据国家新闻出版广电总局印刷发行司发布的《2013 年出版物发行产业发展报告》显示,截至 2012 年年底,全国共有各类发行单位 125 467 家,与 2011 年相比,增加了 2.6%,详情如表 2-1 所示。可以看出,零售单位和批发单位是发行单位的主要组成部分。

表 2-1 2012 年我国发行单位基本情况及变动比例

名称	数量	增幅	比例
总发行企业	108	6.9%	0.09%
全国性出版物连锁经营单位	30	20.0%	0.02%
批发单位	9364	5.4%	7.46%
零售单位	115 282	2.2%	91.88%
区域性出版物连锁经营单位	136	3.8%	0.11%
外商投资出版物分销企业	144	50.0%	0.11%
网上书店	367	74.8%	0.30%
读者俱乐部	36	5.9%	0.03%

续表

名称	数量	增幅	比例
总计	125 467	2.6%	100%

由于零售单位及批发单位与读者俱乐部相比，相差巨大，为了更好地分析各类型单位，我们，将零售单位和批发单位除外，分析其他类型单位的构成。如图 2-1 所示。

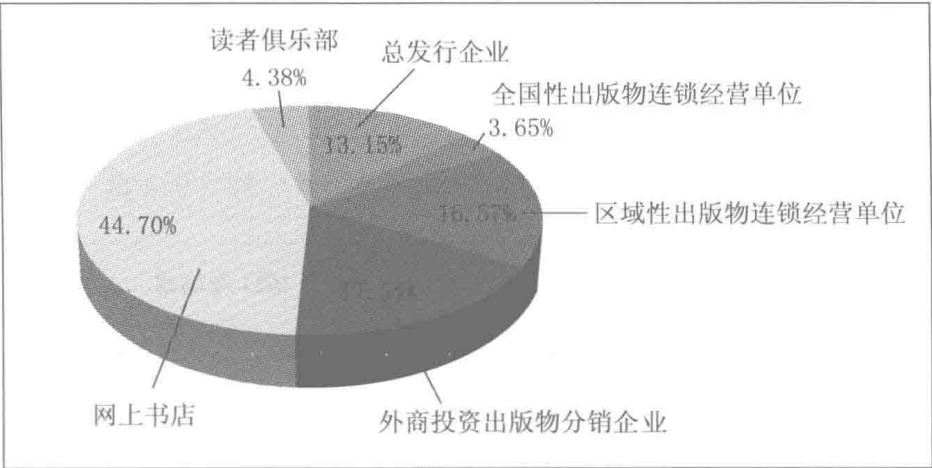


图 2-1 我国发行单位构成（不包括零售单位和批发单位）

图 2-2 为我国各类发行单位数量 2012 年相较于 2011 年的增幅，可以看出，网上书店的增幅最大，显著高于除外商投资出版分销企业的其他发行单位。这说明近两年，我国网上书店的增长速度相当快，对实体书店造成巨大冲击。外商投资出版分销企业的增幅仅次于网上书店，表明外商投资企业也成为我国实体书店一个强劲的对手。而我国零售单位的增幅相比之下较小，一定程度上说明我国零售企业处于缓慢增长态势，在网上书店强大的增长势头之下，渐显疲软。

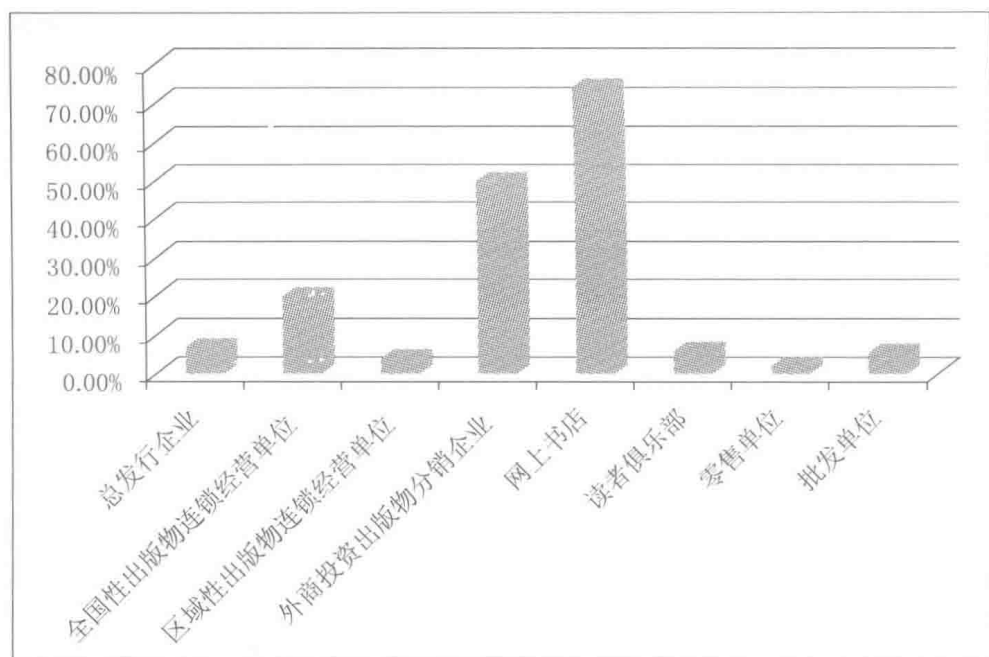


图 2-2 我国各类发行单位 2012 年相较于 2011 年增幅

从表 2-2 中可知,江苏、广东、浙江、四川、北京、河南、云南、安徽、上海、湖南等地的发行网点数量居于我国各地网点数量前 10 位,除去四川、云南等属于西部地区以外,其他发行网点数量较为集中的地区均为中部和东部地区。

表 2-2 2012 年各地网点数量排名 (前 10 名)

序号	地区	网点数量	序号	地区	网点数量
1	江苏	14 497	6	河南	8938
2	广东	13 180	7	云南	8769
3	浙江	11 057	8	安徽	8588
4	四川	10 565	9	上海	8526
5	北京	8998	10	湖南	7711

此外,根据国家新闻出版广电总局印刷发行司的报告可知,2012 年,