

 临沂大学
LINYI UNIVERSITY

中国文艺评论基地

“互联网+”
新文艺

庄庸 王秀庭 / 著

从“畅销书时代” 到“后主题出版时代”

——互联网+出版“供给侧改革”战略研究

上 | 畅销书时代

庄庸 王秀庭 / 著

从“畅销书时代” 到“后主题出版时代”

——互联网+出版“供给侧改革”战略研究

(上) 畅销书时代

图书在版编目(CIP)数据

从“畅销书时代”到“后主题出版时代”：互联网+出版“供给侧改革”
战略研究 / 庄庸，王秀庭著. —福州：福建教育出版社，2017.3

(“互联网+”新文艺)

ISBN 978-7-5334-7496-6

I. ①从… II. ①庄… ②王… III. ④出版业—研究—中国
IV. ① G239.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第257006号

从“畅销书时代”到“后主题出版时代”
——互联网+出版“供给侧改革”战略研究
庄庸 王秀庭 著

出版发行 海峡出版发行集团

福建教育出版社

(福州市梦山路27号 邮编：350025 网址：www.fep.com.cn)

编辑部电话：010-62027445

发行部电话：010-62024258 0591-87115073)

出版人 黄旭

印刷 福州万达印刷有限公司

(福州市仓山区橘园洲工业园仓山园19号楼 邮编：350002)

开本 720毫米×1000毫米 1/16

印张 61

字数 1119千字

插页 3

版次 2017年3月第1版 2017年3月第1次印刷

书号 ISBN 978-7-5334-7496-6

定价 118.00元(全三册)

如发现本书印装质量问题，请向本社出版科(电话：0591-83726019)调换。

从“畅销书时代”到“互联网+中国化时代”：

三大出版时代中的新起点

从20世纪末到新世纪初，以“三化”（全球化、互联网化、市场化/城市化）为标志，揭开了21世纪这个“变化的大时代”的序幕。

从此，中国进入了“三千年未有之历史大变局”中：整个世界在剧变，整个中国在巨变，全体中国人都处在“遽变”之中——是谓“变化中的世界”、“变化中的中国”、“变化中的中国人”。

这种遽变、巨变、剧变，给世界、给中国带来深刻、深邃、深远的影响和作用，也使每一个普通的中国人面临着前所未有的挑战、改变和困境，也为中国出版带来了一系列前所未有的冲击、转型与变革：从1990S到21世纪初“中国畅销书”的起点，一直到2016~2017年中国出版站在新一轮“深化改革”的历史新起点上。

迄今为止，21世纪中国出版所经历的整个过程，我梳理和概括为“三个出版时代”。

第一，从1990S中国畅销书发轫起，中国出版在21世纪第一个十年整个进入了“畅销书时代”（前后顺延两三年即1999~2012年）——我们以为畅销书是拉动整个出版业的核心动力，但新媒体变局把这个美好的幻想捅破了。

第二，从2010年开始，我们又进入了持续五年的“主题出版时代”（以

2012~2016年为典型主题出版年)。尤其是2012年,“迎接党的十八大重点主题出版物”让“主题出版”成为最热门的“显词”。“主题出版”成为许多出版社带动主业创新发展的重要抓手。随后三四年,“主题出版”呈现三种变化的趋势,从“顶层设计”到“基层探索”的思路、机制、体制渐成雏形,对出版业的影响和作用,已经从外部的政治生态,变成内在运营模式的变革与创新。如何完成从国家层面最顶层设计到编辑层面最基层探索的转译和对接,组织策划一批有分量、有影响的主题出版物,服务大局,微观出版?这其实是所有“一把手”在主题出版年里都必须直面的一个重大政治、理论和现实问题!

第三,2015年,随着“中国化”和“互联网+”相继揭开时代的序幕,出版又猝不及防地被推入“互联网+中国化出版时代”,再次发现:“畅销书”拉动已成神话,“主题出版”等重大出版工程作为抓手也渐成疲态,整个中国出版从外围生态到内部深层次和结构性的变革,已经倒逼着进入“互联网+中国化时代”。2016~2017年,出版的供给侧结构性改革迫在眉睫……

格局已变,思路怎可不变?持续十五年的市场化、集团化、上市化……的发展思路面临终结,或者说退位为手段;全产业链、内容-平台-社群等“新组织”模式、新智识体系……正在酝酿成为新的发展思路,或者说上升为战略思想。

思路决定出路。一切尚在萌芽之中。

一个文艺大变局的时代揭开了序幕。我们又一次站在了历史的“新起点”上。它将对每一个从业人员产生深刻、深远和深邃的影响:需求倒逼出版的供给侧结构性改革……

一、大格局：从国家的顶层设计到出版的时代变局

2016~2017年,我们要做的第一件事情,就是像习近平所说的那样,要胸怀大局,着眼大势,取势而为,找准工作的着力点和切入点。

出版也要有“大格局”。研判大势,预判趋势,聚焦形势,剖析时势,十八大以来中国共产党执政的思路、逻辑和智慧,我概括为两大特征:

一是不忘本来,方能开辟未来——重新梳理中国优秀传统文化资源,特别是挖掘中国共产党自身的优良传统资源,重塑中国共产党的“传统”承传者、“正统”创新者,

确立“法统”角色重塑的自我意识、身份和位置。

2016年4月，在受邀连续参加三场全国政协在京召开的“促进社会主义文艺繁荣发展”专题座谈会，并作为专家代表做重点带头发言时，我将其概括为“重塑传统正统法统”三部曲——重塑传统：中国共产党是中华优秀传统文化的“承传者”；重塑正统：当代中国共产党是中国共产党优良传统的“创新者”；重塑法统：从革命党到执政党，再到世界文明型政党，要做中国共产党在世界角色重塑中的“变革者”。

二就是执政中兴，开好局、起好步、立好意，开创新时代——在继承以毛泽东为代表的建国领袖们所开创的国家治理体系和世界思想理念的基础上，全力以赴地酝酿、构建和开创全新的国家治理体系与全球治理理念，已经开始萌芽，渐成雏形，或将于十九大后形成比较完整的“体系”，揭开一个完整的新时代序幕。我将其概括为“3×3三部曲”思想理论体系。

2015年8月，在中宣部“中华文化遗产工程”主题调研专家座谈会上，我“第一次”提出这样的观点：十八大以来，以习近平同志为核心的党和国家执政团队，基于国内外的大势研判，提出了一个全新的“三部曲”新思想新理念新战略新理论体系：

首先，是“伟大中国”三部曲：在中国共产党成立100年时全面建成小康社会的“伟大中国”；在中华人民共和国成立100年时建成社会主义现代化国家的“伟大中国”；在本世纪末实现中华民族伟大复兴的“伟大中国”——这就是我所概括“伟大中国”三部曲。

其次，是“命运共同体”三部曲：中华民族命运共同体（含中华各民族命运共同体、两岸三地命运共同体和世界华人命运共同体），中国—亚洲—世界命运共同体，人类—生态/网络—文明命运共同体……这就是我所概括的“命运共同体”三部曲。

2016年，又进一步提出“创新中国”三部曲：第一三部曲，是2020年进入创新型国家行列；第二三部曲，到2030年跻身创新型国家前列；第三三部曲，到2050年成为世界科技创新强国，成为世界主要科学中心和创新高地。

这种全新的国家治理思想体系和全球治理理念体系渐趋形成，并且指出了其实现的思路、逻辑和智慧：中华民族的伟大复兴，是为了建设一个更美好的世界；伟大中国的梦想实现，才能承担起中华民族—亚洲—世界和人类命运共同体美好未来的责任与使命——这也是在寻找和重塑中国共产党在党—国家—民族、整个大中华地区—亚洲—世界以及人类命运共同体中“世界文明型政党”的自我意识、身份和位置。

这切中了中国人持续了近一个世纪的大众心理、国民心态和民族/国家集体无

意识：大国崛起、民族复兴、中国道路、中国世纪……于是，官民合流，“中国化的故事/声音”、“中国话语体系的构建运动”、“中国土著思想理论体系强势崛起”的呼声近年席卷和裹挟中国。文艺成为“中国化”的最佳试验田：必须要有本土根系，又有全球的视野——中国题材，世界表达，重建“中华民族命运共同体”、“亚洲—世界命运共同体”，直抵“人类命运共同体”中的“中国责任”，亦即在创新中国、伟大中国和命运共同体的全新理念和思路中，寻找和重塑中国在亚洲、世界和整个人类命运共同体中的角色和责任：中国智慧、全球出路——中国要参与甚至逐渐主导世界元理论、新治理体系、秩序重建的过程。

于是，国家文艺的顶层设计，被纳入到了党和国家“创新中国”三部曲、“伟大中国”三部曲、国家治理体系和“命运共同体”三部曲、全球秩序重建新思路的国家顶层设计之中。从文艺工作座谈会重要讲话精神到《关于繁荣发展社会主义文艺的意见》，都提出了我所概括的四个“纲领性”的重要性：“主流新文艺重塑”的重要性，“国家文艺管理体系甚至是整个国家治理体系重建”的重要性，“党管文艺重构”的重要性，“中国好时代重造甚至是重新开创”的重要性。

每一种新的执政理念和国家文艺政治观，都必须要有新的作家作品，以及具体的文学艺术生成机制来进行实践和论证。因此，可以观察到的是，讲话之后，各有关部门都在酝酿出台具体的意见以进行相关的指导……从主题出版到全民阅读、从网络文学到“大力发展网络文艺”，就成为具体的抓手和试点。

通过上述的梳理，我们可以看到，整个的思路、逻辑和智慧是这样的：

第一个层面，十八大以来，从“中华优秀传统文化”到“中国共产党自身的优良传统”的挖掘，从“中国梦”到“命运共同体”的探索，中国共产党的转型和重塑一直在进行着，在中国国家治理体系重建和全球秩序重建中，中国角色重塑的新理念、新思想和新体系也一直在酝酿、试点和渐成体系之中——是谓“整个国家的顶层设计”。

第二个层面，从北京文艺工作座谈会到审议并通过《关于繁荣发展社会主义文艺的意见》，意味着国家文艺体系的顶层设计被正式纳入到整个国家治理和全球治理战略的顶层设计之中。

第三个层面，从主题出版到出版的供给侧结构性改革，从网络文学到“大力发展网络文艺”……这些具体的“抓手”和“试点”，又被纳入到整个国家文艺体系的顶层设计之中，从而寻找自身可持续发展的思路、逻辑和智慧。

这带来了整个国家文艺发展格局和泛文化娱乐全产业链的大变局。出版身在其中，首当其冲，到底面临着什么样的契机和挑战？

二、小切口：从编辑的基层出版到切身相关的时代困境

我们如何理解这种变革？又如何联系到切身相关的基层编辑和出版工作？

再宏大的时代视野，若是不能落脚于与自己切身利益相关的实际工作和业务之中，只能沦为空谈。明道、取势、乘时……前提的前提，是要找准我们自己的切入点和着力点。

这就是我常说的：格局要大，切口要小。但，这个小切口是什么？

首先，我们必须清楚地知道我们“日常编辑”的时代生存境遇：我们还是一如既往地做着一本又一本的书，但已经被逼着进场，在泛文化娱乐全产业链中竞争和“卡位”。就像我编辑出版的小说作品，从五千册到五万册……就已经很不得了了；但一转手，卖出影视版权和数字版权，一个月的收入可能比一年的都多，五万到五十万的都有。但小巫见大巫，网文大神一个月的收入，都可能比出版作者一年的收入还多。于是，网文的逐利冲动、造星机制和创富神话，造就了网文的集体自我膨胀。

但一旦真正进入到泛文化娱乐全产业链中，又发现：大神作品一个手游版权就有可能卖出上千万；网络红人在“分答”上只是简单地回答上十几个问题，就可以圈钱十几二十万，甚至一次广告拍卖都能“炒”到一两千万……于是，集体崩溃。却没想到，大神们可能比我们还崩溃——怎么，我的版权在所有分成里最少？于是，跨界就做导演/演员，做网络红人……但是，在跨界中又发现，必须在模式化、工业化、流水线中寻找所谓的“好故事”。于是，“王家卫们”据说因此就找上了张嘉佳……但张嘉佳故事的“火花”来自哪里？还不是来自互联网+传统出版的“内容资源与创意禀赋”！

你看，绕了一圈，地球是平的，但终究还是圆的。你的出发点，就是你的回归点。就像网文大神唐家三少每年千万元的收入，有相当一部分还是传统出版贡献的。这个故事告诉我们，做编辑和出版，你必须“卡位”泛文化娱乐全产业链，不管你愿不愿意。在全新的产业链中，与其说是“作者/作品”，不如说是“创意禀赋/内容资源”，成为“价值洼地”——在这个过程中，你发现你既“弱势”，又很“强势”。

其次，我们必须“发现”我们的出版模式正在遭遇的集体困境：不管你是拍着脑袋靠经验策划一个选题，还是按照所谓的市场调研想用精密的数据来说服发行……我们的思维都是“传统的产品中心论”，是从我们自己出发，做好产品，然后再找渠道，卖给用户——亦即是说，为产品寻找用户。

但现在应该是什么思维？用户中心论！一切都逆转过来。不是先做产品，而是要先找用户。先发现用户在哪里，发掘用户的需求……用大数据来精准地定位和量化用

户需求，然后再倒逼过来做渠道，做产品。这个立场的关键是，必须切中这个全产业链变革的真正核心：用户在哪里，我们就到哪里；需求什么，我们就做什么“供给”。

但这还不是出版供给侧结构性改革真正的核心关键。核心关键是：这不仅仅是用户时代，而是用户的“社群”时代——

《小时代》15亿票房，给全国人民一个“划时代”的启示，并不是：我们正在进入“用户”时代，而是我们正在进入“用户”的社群时代——用户通过文化/产品进行自我意识、族群认同、文化建构的“社交活动和群体归属需求”，成为支配一切的核心——围绕用户的需求，延展出基于社群化的全产业链条。这体现于整个泛文化娱乐生态链的一切环节。

这不仅仅是一个“文艺”和“商业”问题，而的的确确是一个“社会”和“政治”问题。当下整个中国社会，最普遍和显著的特征，就是社会“类型化”运动的重组运动：中国人尤其是年轻人正在分类型、分阶层、分群体地进行人群细分，然后按照互联网+的思维模式，正在重新聚居起来，重新“组织”起一个个跨越新媒体和社会现实生活的“微社群×亚文化”部落。这种微社群×亚文化部落有三个重要特征：

A. 每一个中国人，尤其是年轻人正在这种新的微社群×亚文化部落中寻找自我意识、族群认同和文化构建，亦即寻找和创建内部的规范、规矩和规则，形成新的秩序。

B. 不同的微社群×亚文化部落之间，正在寻找安全边界，并重建彼此的规范、规则和规矩，亦即在寻找和形成彼此间的契约和秩序——这是近年来撕裂的社会重新弥合、无缝对接，且达致共识、形成新的“命运共同体”的关键轨迹。

C. 这种中国人特别是年轻人的社群部落，构成了一个中介和桥梁的新公共话语空间，以寻找“个人（社群）—社会—国家（党—国家—民族）”对接的通道，重新形成整个国家新的秩序和规划，以此重新确立中国人特别是年轻世代的自我表达力和“中国”意识形态认同（党—国家—民族认同的论述能力）的框架体系，重新寻找、确立和塑造中国共产党执政党的身份、作用和位置。

从2014年中国作协召开的全国网络文学理论研讨会，到2015年新闻出版广电总局和中宣部文艺局等召开的座谈会，再到2016年中央网信办和全国政协专题座谈会……我一直在发表这样的观点：对于中国人尤其是年轻人来说，这是一种“新组织方式”；对于文艺文化来说，这是新文艺形态、业态、语体和文体产生的源泉；对于商业资本来说，这是寻找下一个最佳商业模式的机会。但最重要的，对于执政党来说，这是捕捉思想情报、掌握舆情、引导舆论潮流、重新掌握话语权舆论权和文化领导权的最重要和最佳路径……所以，它们成为试点和抓手，就是大势所趋。

在这个过程中，无论从哪个层面来说，出版都大有可为，却一直难有作为。在很大程度上，就在于我们拘囿于自己日常而又传统的编辑和出版思维与方式之中，难以在思路和出路上突围。

比如，这种用户的社群时代，颠覆了我们的思维方式——的确，对这个问题的考量，不是它给了我们什么启示，而是它已经实实在在地改变了出版的生态链，并重塑着我们在整个泛文化娱乐全产业链上的位置和边界，倒逼着我们直面迥异于传统的新出版方式。就像它一直在拷问我：从“文学星生代”到“陪考家长群”，再到“亲子阅读/创意写作/亲子教育”图书、培训和活动……这种“网生代”及其他社群化的“用户”，成为传统产业形态在互联网新生态中重塑边界，以及内容形态（如小说、艺术和电影等）消解和融合的中心后，我们新的做书理念、逻辑和方式是什么？是的，这是我在策划和编辑“新青年成长教育”书系时，切切实实地感受到的一种来自于这种用户社群时代倒逼的焦虑和变革压力。

这种焦虑和压力，也在逼迫我们思考一个最为根本的问题，就是：图书何以为图书？出版何以为出版？图书、编辑和出版的“本质”是什么？

我们如何做好编辑和出版的基层探索，才能在如此大势、形势和趋势中不会“出局”，甚至可以“卡位”且“卡到一个好位置”？比如，出版如何“卡位”用户的社群时代？

三、杠杆：从“卡位”全产业链到新组织、新智识体系的供给侧改革

这就需要在小切口、大格局中找到“杠杆”，进行出版的“供给侧结构性改革”。

这个杠杆在哪里？

或许在两个时代性潮流的夹逼之中：21世纪以来，我们一直处于两大时代潮流之中，就是国家叙述潮流和个人化叙述潮流。它们都带来“传统的重译/重释、重述/重塑”，“当代的知识体系重建”和“未来的生存和发展智慧”三个层面的问题。

以网络文学与网络文艺中的个人叙述模式为例。在这十几年里，基本上形成了三种“重述传统”潮流：

A. 个人说史、说传统、说文化和草根青春版古典潮流。

B. 文化母题/故事原型、类型模式现代演绎的网络“类型文”，如从《悟空传》到《朱雀记》，再到《娘西游》。

C. 整个网络文学/文化中对中国传统文化从“文抄流”到“知识考古”和“文解潮流”（重译与重释、重述与重塑）的转折与嬗变……

这种“个人叙述流”，在“重新发掘中华优秀传统文化对当下生活发言的能力”，使中华传统文化传承创新获得新的途径与生命力，接续中国的传统文脉，并让当代中国文艺直接接上现实地气的同时，也带来了网络文艺中解构与重构知识谱系（包括传统文化体系）的三大问题：

A. 错乱的知识谱系被追随者误以为真。

B. 自己搭建的知识谱系，模仿和抄袭者以此为模板，不断复制。

C. 业余而非专业的知识谱系……

这直接带来如何“使年轻的心正确链上中华文明的根”的传统和以中国智慧帮助变化中的中国人直面并求解人生和时代的困境的当下和未来国民智慧体系重建问题——我们正在进入一个“小人生，大困境”的时代。小人生有大困境，大时代需要大智慧。在盘根错节的社会现实生活之中，我们每一个人都在寻找腾挪转移的“中国式智慧”，让我们能够适应这个时代的“变化”，生存和发展得更美好——就是要学习能让每一个普通中国人都能应对变化中的中国和世界，具有洞察力、解释力、行动力和创造力，并且能对自己的生活和人生具有影响力的大智慧！

这本来是出版应该做的，也是出版的强项。但是，考察整个“中国畅销书时代”的引爆点轨迹，出版基本上都是被动地跟着走——于是，同样制造相当一批“错乱、业余而非专业的知识谱系”的出版问题，也基本忽视了在用户的社群时代为其寻找“自我意识、族群认同和文化建构、社群自治”提供知识和智慧体系的创建责任，更别提在“中国化”大潮流中为“中国智慧，世界道路”提供并建设自身的智库资源和禀赋。

但毫无疑问，从“主题出版时代”到“互联网+中国化时代”，中国出版将集体被推进这个“场中央”，从而将产生一系列的裂变和变革，为整个国民和中国—世界道路提供全新的“新智识体系”：在当下中国人尤其是年轻人（包括下一代）和海内外青少年在人群细分之后重新“组织”的互联网+时代，以中国共产党在整个中华文明—全球文明体系、人类命运共同体以及世界新秩序重建中的“中国化”大格局，知识体系、智慧体系和国民意识形态认同体系重建势在必行，唯有如此，方能展示中国形象，与其他文明交融，重建世界文明体系，共同建设新的世界，开创更美好的未来。在此时代变局中，中国出版亟须一种全新的可持续发展思路：必须“卡位”全产业链，

重建内容—平台—社群的“新组织”模式，为年轻人 / 各类型阶层 / 全体国民、整个中国和世界提供新智识体系……

我以为，从这种全景的时代格局和思路框架出发，中国出版如何应对“互联网+中国化时代”的契机和挑战，显然具有了更为宏大的视野（大格局），也有了更为细致和精密的操作框架设计与路径（支点和杠杆）——创新供给，以激活和满足需求。

出版供给侧的结构性改革战略势在必行。

但问题是，出版如何进行“供给侧的结构性改革”？我们必须折返到世纪之交的起点上，从头溯源，追寻中国畅销书时代、主题出版时代、互联网+中国化时代三大出版时代的源流之变，才能站在当下的历史新起点上，思考和探索当下和未来的中国出版之道。

畅销书时代：新世纪十年

从20世纪90年代末到21世纪初开始，中国出版业进入了“畅销书时代”。一波一波的畅销书推动着出版题材和热点的迅速迁移与嬗变，进而引爆和引领整个社会的阅读潮流。

其间诞生了一系列畅销书，如以《狼图腾》为首的狼系列图书，以《藏地牛皮书》为发轫的生活驴友书，以及“李开复现象”、“马云现象”引爆热潮的一大波财经励志书……不论是虚构类还是非虚构类，每一类畅销书都会引爆一股全民阅读的新潮流。

因此，21世纪的第一个十年（从1990S畅销书发轫时代，到2010年左右畅销书的拐点时代，前后顺延两三年），可以称之为“中国畅销书十年”。

这“十年”，是世界—中国历史上最为独特的十年，也是中国书业历史上最为独特的十年。

对“中国畅销书时代”进行系统的发掘与研究，或许可以发现许多影响书业过去、现在和未来的“秘密”。

仔细研究分析下来，我们会发现每股畅销书引领的潮流背后，演绎的是中国人的“国民性心态逻辑”。世情、时情、国情和书情的潮流变化，都潜藏着中国人的集体无意识或者群体思维模式的心理逻辑。

总结畅销书时代的出版规律，你会发现“引爆点（虚构与非虚构文学作品）——

个体/大众心理、国民心态、民族/国家集体无意识—中国国家战略—重塑国民性”这条清晰的线索。

因此，我们可以从十年的畅销书这个角度解读这个社会的变迁，从十年的变迁解读那些畅销书为何畅销。阅读畅销书的排行榜，就是在阅读中国。阅读中国，就是在阅读整个中国人的潮流、心态和行为。

这十年，那些里程碑式的作品，可以让我们勾勒出全民阅读的整体潮流之风向：一种波浪从何而来，又向何而去，哪些出版类型和类型读物相互替代，哪些领军图书又成为两种阅读趋势转折的“拐点”……

因为，在“畅销书时代”，整个书业的心态都在“狂热”地追求着畅销——以为“畅销书”是解决出版一切问题的药方。抓畅销，得永生。

但事实上，越是追求“畅销”，就越有可能不畅销。为何？因为，“畅销”不仅仅是“畅销”的事儿。但我们对此却从来视而不见。

所以，我们需要在“历时性：十年畅销书”商业研究的基础上，再系统地总结一下“共时性：N种畅销书的源泉”，即已经、正在和即将有可能诞生或催生出畅销书的领域、板块和类型。但更重要的是，需要辨析畅销拉动的大量题材、类型和板块背后的“深层结构性的思路、逻辑和智慧”，以及大量非畅销甚至是“失败书”产生的原因。

这将有助于我们超越对畅销书的“点、线、面”的把握，既有对“十年畅销书”深层结构的“畅销原型”的线型提炼和总结，也有对当下畅销书板块、类型，已经、正在和即将趋于形成的“面”型进行观察与分析，以及对大众需求尚未得到满足或未得到充分满足的领域是否能够诞生畅销书的“立体”预测与战略，以及如何规避“失败书”的策略。

历史成就未来。研究历史，把握现在，成就未来。对未来最好的预测，就是去创造它。

目录 / content

序

从“畅销书时代”到“互联网+中国化时代”：三大出版时代中的新起点 / 01

上册 畅销书时代

卷首语

畅销书时代：新世纪十年 / 01

第1章 | 里程碑：

从“第一本”到“排行榜密码”

第一节 萌蘖 1990S：中国畅销书的发轫时代 / 4

- 第二节 阳光 1999 ~ 2003 年：中国畅销书的“优良种子” / 9
- 第三节 类型 2002 ~ 2005 年：中国畅销书的“类型出版” / 15
- 第四节 草根 2003 ~ 2007 年：中国畅销书的“个人说史 / 文化 / 古典热” / 23
- 第五节 故事 2005 ~ 2007 年：中国畅销书的“叙述变革” / 28
- 第六节 题材 2006 ~ 2009 年：中国畅销书的“题材股” / 36
- 第七节 价值观 2008 ~ 2012 年：中国畅销书的“底线伦理” / 43

第 2 章 | 小先锋：

从“形态变革”到“观念重塑”

- 第一节 悦读革命：从“专业出版”到“大众出版” / 56
- 第二节 青春古典：从“重塑文化新生代”到“重述古典中国” / 62
- 第三节 精英情结：从“最美的眷恋”到“成熟的焦虑” / 69
- 第四节 趣味出版：从“读图时代”到“私人绘本时代” / 77

第 3 章 | 引爆点：

从“装帧设计革命”到“新需求暗流”

- 第一节 装帧设计革命：从自助游图文书形态到背包族生活理念 / 92
- 第二节 藏地题材热：十年需求转折点 / 95
- 第三节 文化 × 军：地域文化情结、板块和热点 / 98
- 第四节 两大“文化母题”：从“到远方去”到“回家之旅” / 101
- 第五节 生命的故乡：由之出发，也向之回归 / 105
- 第六节 梦中人情结：从有意识到无意识的个体欲望导向 / 109
- 第七节 回到我们在的地方：寻找和发现自我 / 115
- 第八节 人生旅行哲学：旅游图书的三次变革之舞 / 119
- 第九节 成长旅行：从“地理行走”到“精神行走” / 123

第4章 | 潮流链：

从“女性教科书”到“草根奋斗潮”

- 第一节 职场小说：十年三大演变轨迹 / 132
- 第二节 规则畅销：从男性商战奋斗到女性职场励志 / 138
- 第三节 女性职场教科书：从“办公室政治”到“京漂女孩奋斗指南” / 148
- 第四节 草根阶层励志潮：寻爱、追梦和奋斗的新奋斗主义 / 155
- 第五节 薪青年指南：从“职场新生代”到“薪小说知本手册” / 162

第5章 | 国民心态：

从“全民奋斗潮”到“身心灵危机”

- 第一节 以变应变：从“变化中的中国”到“中国人的形象” / 176
- 第二节 向上，向上，再向上：从“全民奋斗”到“向上的阶梯” / 184
- 第三节 更式思维：从“狼图腾”到“归零心态” / 197
- 第四节 进化论崇拜：从“全民攻略”到“身心灵危机” / 211

第6章 | Money 核变力：

从“中国式造富时代”到“大众财智密码”

- 第一节 中国式造富时代：财富观念的变化和变革 / 228
- 第二节 Money 核变力：从“创富观念变革”到“薪公民时代” / 238
- 第三节 向中国式新富学习：畅销书的“成功模式崇拜” / 249
- 第四节 中国式创富智慧：从“成长密码”到“文化基因” / 257
- 第五节 “中国式”时代：中国财经畅销书“四大变化” / 270
- 第六节 阅读财智时代：从“个人理财书”到“大众财智书” / 279