

出版人参考书系

# 海外书业经营案例

杨贵山 编著



H W S Y



中国水利水电出版社  
[www.waterpub.com.cn](http://www.waterpub.com.cn)

杨贵山 编著

# 海外书业经营案例



中国水利水电出版社  
www.waterpub.com.cn

## 内 容 提 要

这是一本了解国外出版及发行企业发展轨迹和成功经验的读物。本书通过对大型出版集团和中小出版社以及发行企业的个案分析,帮助读者了解当今国外书业企业的运作现状,为我国出版和发行企业提供了许多宝贵的资讯和借鉴。“他山之石,可以攻玉”,本书具有很强的实用性和指导性。

本书的读者对象为出版界及有志进入出版界的社会人士、在校学生,相关领域的研究人员,以及对出版业感兴趣的各界人士。

### 图书在版编目(CIP)数据

海外书业经营案例/杨贵山编著. —北京:中国水利水电出版社,2005

(出版人参考书系)

ISBN 7-5084-2639-8

I. 海... II. 杨... III. 图书—出版发行—案例—世界 IV. G235

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 001972 号

|       |                                                                                                                                 |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 书 名   | 出版人参考书系<br><b>海外书业经营案例</b>                                                                                                      |
| 作 者   | 杨贵山 编著                                                                                                                          |
| 出版 发行 | 中国水利水电出版社(北京市三里河路 6 号 100044)<br>网址:www.waterpub.com.cn<br>E-mail: sales@waterpub.com.cn<br>电话:(010)63202266(总机)、68331835(营销中心) |
| 经 售   | 全国各地新华书店和相关出版物销售网点                                                                                                              |
| 印 刷   | 北京市兴怀印刷厂                                                                                                                        |
| 规 格   | 880mm×1230mm 32 开本 8.625 印张 248 千字                                                                                              |
| 版 次   | 2005 年 2 月第 1 版 2005 年 2 月第 1 次印刷                                                                                               |
| 印 数   | 0001—3500 册                                                                                                                     |
| 定 价   | <b>35.00 元</b>                                                                                                                  |

凡购买我社图书,如有缺页、倒页、脱页的,本社营销中心负责调换

**版权所有·侵权必究**

## 序

两年半前，我读过一本名为《全球著名媒体经典案例剖析》的著作。书中精选了迪斯尼等十余家全球著名的媒体或传媒集团作为案例，逐一细致而深刻地分析其中资本、管理、内容运作的内幕及其借鉴意义。阅毕我不觉独自感慨：当我们图书出版业辛辛苦苦为他人作嫁衣裳的时候，为什么不可以也为自己人设计这样一本枕边书，将全球数一数二的出版发行企业来个大汇总，作一个“海外出版企业经典案例剖析”呢？这也算是出版专著的一项突破。好极了，没有让我等得太久，两年后杨贵山先生的新作《海外书业经营案例》一书出版了，令人欣喜。

中国加入WTO了，中国出版业融入世界的步伐越来越快了，管理层对出版这个最不易触及资本市场的行业的态度悄然发生了重大变化。产业已经替代事业占据了出版领域大半江山。但是，我们对产业的运作方式还有一个探索过程；我们的出版企业虽有众多出彩之处，但仍缺乏稳固的核心竞争力应对国外传媒巨头的冲击。中国出版业的经营需要的是战略思考、战略经营和战略管理。在这一点上，国外无论是大型出版集团、书店，还是中小出版企业，都已经市场化运作了多年。他们分别成就了一套成功的经营之道，经受了市场的考验。我之所以作序推荐贵山先生的新作《海外书业经营案例》一书，是因为我们需要向国外借鉴先进的经营理念和管理模式，取其精华，扬长避短，为的是少走一些弯路，以尽可能快的速度迅速成长起来。正如一位著名的投资人沃伦·巴菲特所说的：“诺亚并不是等到天

已经下雨,才开始建造方舟的”。那么,学习就是这种未雨绸缪的远见智慧的实现途径。

贵山先生曾撰写过《欧美书业概论》等专著,他对海外出版业的深入了解和深刻见解令人赞叹。如今,他的这本《海外书业经营案例》从个案分析和运作实务,再次引领我们深入海外出版业探秘,这对处于改革转制进程中的中国出版业是颇有借鉴意义的,实在值得一读。

钟永诚

2005年1月

于泉城济南

## 前 言

自我国加入 WTO 以来,我国的出版业发生了巨大变化。我国出版业不仅迎来了更广阔的发展机遇,而且也面临激烈的竞争与挑战。从国外出版业的发展来看,出版业的历史可以说是一部出版企业的发展史,记录了出版企业在不同时期的演变与兴衰。考察和了解出版企业,尤其是大型出版企业的发展轨迹和成功经验及教训,对于我们进行出版改革和探索优秀出版企业成功之路,都具有重要的借鉴意义。随着我国出版业的进一步对外开放,这种借鉴显得尤为重要。

本书收录了海外比较典型的大型和中小出版发行企业案例,对其历史发展轨迹、企业文化、经营体制、经营理念、品牌意识和营销方式等,进行了全面的介绍和详细的分析,力求为读者提供有关出版企业经营的翔实资料。

由于作者对国外出版还缺乏系统和全面的研究,加之受资料所限,本书难免存在疏漏和不足,诚恳希望专家、学者、读者批评指正。

在成书过程中,我得到了众多专家、同仁和好友的支持与帮助,在此表示衷心的感谢。

作者

2004 年 12 月

于北京

# 目 录

序..... 山东出版集团 钟永诚

## 前言

|                               |     |
|-------------------------------|-----|
| 第一章 集团篇 .....                 | 1   |
| 第一节 集团在美国书业中的作用 .....         | 1   |
| 第二节 国际出版集团经营特色的分析 .....       | 11  |
| 第三节 国际出版业资本运作的概观 .....        | 16  |
| 案例一 贝塔斯曼出版集团:一切围绕核心产业 .....   | 20  |
| 案例二 汤姆森集团:四大理念与三角扩张理论 .....   | 33  |
| 案例三 里德·艾尔斯维尔集团:动力源自机制 .....   | 45  |
| 案例四 沃尔特斯·克鲁维尔集团:内容提供商 .....   | 55  |
| 案例五 新闻集团:活力来自求变与创新 .....      | 65  |
| 案例六 读者文摘出版集团:期刊成就巨型产业 .....   | 74  |
| 案例七 简氏信息集团:打造出版领域军事旗舰 .....   | 84  |
| 案例八 培生集团:教育领域领头羊 .....        | 91  |
| 案例九 国际数据集团:全球化思考 地区性经营 .....  | 101 |
| 案例十 维阿康集团:灵活多变的现代股份机制 .....   | 109 |
| 案例十一 不言帷幄世已惊——日本讲谈社成功之道 ..... | 123 |
| 案例十二 牛津大学出版社:大学出版领域的王牌 .....  | 131 |
| 案例十三 美国漫画出版王国——辛迪加 .....      | 134 |
| 第二章 书店篇 .....                 | 144 |
| 第一节 欧美连锁书店与独立书店之争 .....       | 144 |
| 第二节 英国图书零售市场最新趋势 .....        | 155 |

|                                       |            |
|---------------------------------------|------------|
| 第三节 亚洲图书销售概况 .....                    | 160        |
| 第四节 数字时代的教育书店 .....                   | 165        |
| 第五节 欧美网上书店风云录 .....                   | 169        |
| 第六节 网络图书销售搅乱美国大学教科书市场 .....           | 181        |
| 案例一 瓦特斯通连锁书店 .....                    | 184        |
| 案例二 巴诺连锁书店 .....                      | 186        |
| 案例三 鲍德斯连锁书店 .....                     | 189        |
| 案例四 弗伊尔斯:变化中的百年老店 .....               | 193        |
| 案例五 哈切兹:伦敦的百年老店 .....                 | 197        |
| 案例六 以经营新书为特色的全美最佳书店:政治与散文<br>书店 ..... | 204        |
| 案例七 缔造现代书店文明之师 .....                  | 208        |
| 案例八 网上书店巨无霸:亚马逊 .....                 | 213        |
| <b>第三章 中小出版企业篇 .....</b>              | <b>223</b> |
| 第一节 中小出版企业生存之道 .....                  | 223        |
| 第二节 欧美图书俱乐部近百年历史中的两次经营转型 .....        | 227        |
| 案例一 禾林小说:一个并不浪漫的故事 .....              | 237        |
| 案例二 “企鹅”腾飞的秘密 .....                   | 243        |
| 案例三 欧美出版界的后起之秀——环球出版公司 .....          | 246        |
| 案例四 意大利蒙达多利出版社的经营特色 .....             | 254        |
| 案例五 诺顿出版社:和谐大家庭 .....                 | 255        |
| 案例六 加纳尔斯:发展速度最快的公司 .....              | 258        |
| <b>主要参考文献 .....</b>                   | <b>264</b> |

# 第一章

## 集 团 篇

### 第一节 集团在美国书业中的作用

从 20 世纪 50 年代到 90 年代,美国图书出版业经历了翻天覆地的变化。其中最为引人瞩目的变化就是大型出版集团的出现。因为这些集团的形成和发展并没有像有人担心的那样对出版业带来不利影响,相反,却对美国图书出版业的发展产生了积极意义。从出版品种来看,从 60 年代到 90 年代,尽管出现了一些轻微的滑坡,但美国出版品种一直保持一种上升势头。其中,大公司发挥了重要作用。从 1960 年到 1970 年,美国图书产量增长超过了一倍,从 16554 种上升至 36071 种。随后增长的速度有所放慢,到 1985 年又上升至 50070 种。从 1986 年开始图书产量发展平稳,只有在 1990 年和 1993 年出现了轻微的滑坡。从 1994 年又开始上升势头,到目前为止,美国年出版品种已经达到 6 万多的规模。

从销售额来看,大公司的作用更是明显。1960 年,美国图书总销售

仅为 10 亿美元,到 1997 年,这一数字达到 216 亿美元,1998 年为 230 亿,而到了 1999 年更是达到 240 亿美元。在出版业最大的兼并联合期间(1980~1990 年),美国出版业的销售额增长了一倍——从 70 亿美元上涨至 154 亿美元,平均每年增长 7.3%。当然,还存在着其他一些因素促进了增长:人口增长;人口构成的变化、价格的上涨、零售渠道的多样化以及通货膨胀。但读者调查的结果表明,行业增长最主要的动力还是人们越来越把图书看成是一种娱乐和教育工具。同时作者的收入也有所改善。

### 一、企业上市融资为出版业的发展奠定了资金后盾

美国出版史学家约翰·特贝尔(John Tebbel)在其专著《美国图书出版史》中,把 1950 年到 1980 年这一时期称为出版业的“巨变期”,因为在这个阶段,美国出版界爆发了一股势头强劲的企业上市狂潮,通过上市融资和联合,一批著名的出版企业相继得以壮大和发展,为出版业的发展奠定了资金后盾。

1951 年,麦克米兰出版公司(Macmillan)开始向公众发行股票。这是美国最早发行股票的出版公司之一。此举旨在摆脱英国母公司的控制。10 年后的 1961 年,以出版期刊和百科全书为主业的克罗维尔·考里尔出版公司(Crowell Collier)购得了麦克米兰的所有权,并将其更名为克罗维尔·考里尔·麦克米兰出版公司(Crowell Collier Macmillan,简称 CCM)。在华尔街强大的资金支持下,CCM 公司开始了并购狂潮。著名的非小说出版社——自由出版社(the Free Press)、史尔曼音乐公司(the Schirmer Music Company)、瓦德乐器制造公司(C E Ward Company)、伯里兹语言学校(Berlitz Language Schools)以及 GUMP 百货公司在旧金山的分店等一概纳入囊中。到 1980 年,CCM 已变成了名副其实的土耳其大杂货铺式的传媒集团。

在 20 世纪 60 年代初期,兰登书屋(Random House)在创始人比尼特·塞尔夫(Bennett Cerf)出色的管理下迅速成为一家著名的大众读物和儿童读物出版公司。1960 年,兰登书屋决定公开发行 30% 的股份,这在当时

的出版界引起了巨大震动。许多业内人士认为一向崇尚独立的兰登书屋此举带有强烈的机会主义色彩。运用筹集来的资金,兰登书屋便开始了收购行动:先拿历史悠久的阿尔弗雷德·A·克诺普夫出版社(Alfred A Knopf)开刀,其后又收购了一系列规模小但有名望的出版社。

由于当时的传媒巨头都把出版业当成一个有利可图的投资领域,于是兰登书屋便成了传媒巨头的理想收购对象。哥伦比亚广播公司和从事书刊出版的时代公司(Time Inc)都曾表露收购意向,但美国无线电公司(RCA)最终于1965年以4000万美元现金一举买下了兰登书屋。比尼特·塞尔弗及其同事由于意识到了被大公司控制所带来的不良后果,于是,便请求并得到了美国无线电公司不干涉出版内容的保证。此后,兰登书屋得到了进一步发展。1980年,RCA将其所持有的兰登书屋的股份卖给了先前从事报纸和期刊出版的私人企业Newhouse机构。这表明传媒企业对出版业逐渐失去了兴趣。今天,拥有奇尔顿出版公司(Chilton Publishing Company)的美国广播公司是美国唯一涉足出版业的广播公司。

西蒙·舒斯特出版公司(Simon & Schuster)创办于20世纪20年代,创办人是麦克斯·舒斯特(Max Schuster)和理查德·西蒙(Richard Simon)。作为流行书籍的热情推销者,他们网罗了许多杰出人才,相继创办了众多至今依然著名的品牌:如袖珍平装图书公司(Pocket Books)和小小金色儿童读物出版社(Little Golden Books)等。西蒙·舒斯特出版公司也加入了60年代开始的出版企业上市狂潮,募集了大批资金,从而开始急剧扩张。1975年,西蒙·舒斯特出版公司被拥有派拉蒙影片公司和联合水果公司的大型传媒集团西部海湾公司(Gulf & Western)买下。新任公司总裁充分利用西部海湾公司的资金展开了美国出版史上最大规模的并购活动。西部海湾公司发现出版业还有很多利益可图,于是它又继续以更大的热情进行收购活动。结果表明收购行动带来了更多的市场机遇,巩固了利润来源。尽管许多其他公司也纷纷仿效,但至今仍然只能望其项背。

## 二、购并狂潮构筑规模,也改变了出版业格局

阿尔伯特·格里考教授(Albert Greco)在1989年秋季的《图书研究季刊》中发表文章指出,据不完全统计,1989年美国出版商用于企业兼并方面的投资超过230亿美元,实际数字应该超过400亿美元。数字多少并不重要,重要的是美国图书出版企业在80年代壮大了规模。仅西部海外公司一家就在1984年至1986年间投入了13亿美元用于收购。著名的大学出版商普林蒂斯·豪尔出版公司(Prentice Hall)的收购支出也达到了7.1亿美元。有了充足的资金做后盾,出版商在80年代掀起了“收购狂潮”。其中比较重要的收购案例有:

1984年,哥伦比亚广播公司将其教育和专业分部以5亿美元的价格出售给哈考特·布雷斯出版公司(Harcourt Brace)。

1988年,麦格劳·希尔出版公司(McGraw-Hill)收购兰登书屋的中小学和大学分部。

1984年至1987年间,麦克米兰公司共收购13家出版公司。

1983年,时代明镜公司决定抛开大众读物市场,将新美国文库出版社卖给了培生出版集团,转而更侧重于专业和科学出版。

20世纪90年代美国出版垄断程度超过了以往任何时期。1994年,20家出版商的销售额占据了整个图书销售额的84%。1980年,13家最大的出版商的市场总份额为54.6%,1985年,这一数字上升到了62%。到1994年,这一数字更是升至74%,前15名出版商的市场总份额为79%,前十名出版商的市场总份额为62%。

从1985年以来一直高居榜首的西蒙·舒斯特出版公司在1994年的收入达到了18.6亿美元——占行业销售总额的12%。1995年,西蒙·舒斯特公司的收入更是达到了21.7亿美元,从而创下了单个公司销售的记录。但很显然,这种领先状况不会保持太久。1996年2月,汤姆森集团宣布与著名的私有法律出版公司维斯特(West)达成了一项合并协议,这意味着维斯特的8000万美元的年收入将计算到汤姆森头上。这样,加拿大人拥有的汤姆森集团在1996年的收入达到230亿美元,从而超过西

蒙·舒斯特出版公司坐上头把交椅。由此可见,争夺第一名的比赛是非常激烈的。

1994年,在最大的20家出版公司中有7家公司的销售收入超过了10亿美元。另有3家公司销售收入接近10亿美元。读者文摘出版公司在销售排行榜上一直都占据显著位置,这表明了这家全球大众读物出版公司也是文学作品和非文学作品的直接邮购销售市场上的常胜将军。在1980年至1994年之间,读者文摘出版公司的图书销售额增长了4倍之多。

### 三、外资涌入激活了出版资本市场

20世纪80年代美国出版业的另一个新变化就是欧洲公司的介入。德国、荷兰、法国、加拿大、英国和澳大利亚的主要出版公司都在美国有所投资。1986年,德国贝塔斯曼出资5亿美元收购3家出版社,并将其合并为矮脚鸡·双日·戴尔出版集团(Bantam Doubleday Dell),从而成为精装本、平装本和图书俱乐部市场上的佼佼者。在90年代,贝塔斯曼更是出资20多亿美元买下兰登书屋。1985年至1988年间,荷兰期刊出版公司艾尔斯维尔出版公司(Elsevier)共收购了12个美国比较重要的专业和科学出版公司。1986年,德国霍尔兹布林格出版集团(Verlagsgruppe Georg Von Holtzbrinck)继收购多家美国小公司后又以5260万美元的价格购得《科学美国人》(Scientific American)杂志和W·H·弗里曼出版社(W H Freeman)。1988年,法国大型出版公司阿歇特(Hachette)以4620万美元的价格收购了出版百科全书和儿童读物的格罗里尔出版社(Grolier)。加拿大报纸和旅游集团公司国际汤姆森集团(International Thomson)在整个80年代收购了不少于15家美国图书出版公司,而且它一般直接从公司创始人手中收购。1987年,美国历史悠久且鼎鼎有名的哈勃·罗出版社(Happer & Row)的股东们在新闻集团(News Corporation)总裁默多克的鼓动下,以3300万美元的价格将公司出售给了新闻集团。随后,默多克又以30亿美元的价格收购了《电视指南》(TV Guide)。如果加上其他并购支出,默多克在美国图书和杂志出版上的投资总额达到了45亿美

元。1983年至1987年间,英国的里德国际公司(Reed International)并购了15家美国媒体公司,其中最著名的是《美国出版商周刊》和《图书馆杂志》的出版者R·R·鲍克公司(R R Bowker)。总而言之,80年代出现了超级规模的出版公司。到80年代末,12个出版公司占据了美国出版业大部分的销售额。这些公司所从事的都是传播、信息、娱乐和教育方面的业务。

在90年代中期,美国图书出版业的另一个特征逐渐显露出来。那就是外国公司占有很高的市场比例。在规模最大的20家公司中有7个公司为外国公司所有。排名第三的汤姆森是一家加拿大公司。哈勃·考林斯出版公司(排名第七)属于澳大利亚新闻集团。艾迪逊·维斯里·企鹅出版公司(Addison Wesley Penguin)是英国培生集团的子公司。排名第九的贝塔斯曼是一家德国公司。哈里干出版社(Harlequin)属于加拿大的托斯达集团(Tortar)。格罗里尔出版社属于法国的阿歌特集团。这7家公司的销售额在前20家公司总销售额的比重达到了25%。

继1986年收购《科学美国人》、罗伯特·沃斯(Robert Worth)、FSG(Farrar Straus Giroux)以及圣马丁出版社(St Martin's Press)后,德国的霍尔兹布林格出版集团虽然还没有登上排行榜,但为时不远了。早已拥有多家美国公司的里德·艾尔斯维尔出版集团(Reed Elsevier)在支付了15亿美元后又购得著名的法律出版社里克西尔·尼克西斯出版社(Lexis Nexis)。而荷兰的专业出版集团沃尔特斯·克鲁维尔(Wolters Kluwer)在1995年底收购了年收入超过4000万美元的税收和商业图书出版社商务清算社(Commerce Clearing House)。这一收购使得沃尔特斯·克鲁维尔一跃上升到前20名。大英百科(Encyclopedia Britannica)也卖给了瑞士人。可见,外国人控制公司的数量有上升的趋势。可以肯定,不久之后美国出版业的30%的市场份额都会掌握在外国公司手中。

投资者都相信出版业是个不断增长的产业。大公司和小公司都可以上市发行股票。除了贝塔斯曼、罗达尔和大英百科外,排名在前20名的其他公司都已上市,见表1-1所示。其中有7家公司被牢牢控制在创办者家族、基金会或其他领导人的手中。

表 1-1 美国规模最大的 20 家出版社

| 公司名称          | 所属公司                        | 所属国家   |
|---------------|-----------------------------|--------|
| 1. 西蒙·舒斯特     | 维阿康(上市)                     | 美国     |
| 2. 读者文摘       | 读者文摘集团(上市)                  | 美国     |
| 3. 汤姆森        | 汤姆森集团(上市)                   | 加拿大    |
| 4. 兰登书屋       | 贝塔斯曼基金会(私有)                 | 德国     |
| 5. 麦格劳·希尔     | 麦格劳·希尔(上市)                  | 美国     |
| 6. 时代华纳       | 时代华纳(上市)                    | 美国     |
| 7. 哈勃·考林斯     | 新闻集团(上市)                    | 澳大利亚   |
| 8. 艾迪逊·维斯里·企鹅 | 培生集团(上市)                    | 英国     |
| 9. 贝塔斯曼       | 贝塔斯曼基金会(私有)                 | 德国     |
| 10. 哈考特综合     | 哈考特综合(上市)                   | 美国     |
| 11. 时代明镜      | 时代明镜(上市)                    | 美国     |
| 12. 学者        | 学者(上市)                      | 美国     |
| 13. 休顿·米福林    | 休顿·米福林(上市)                  | 美国     |
| 14. 哈里干       | 托斯达集团(上市)                   | 加拿大    |
| 15. 大英百科      | 雅考布·萨弗拉(私有)                 | 瑞士     |
| 16. 格罗里尔      | 阿歇特集团(上市)                   | 法国     |
| 17. 约翰·威利父子   | (上市)                        | 美国     |
| 18. 普特南       | 西格拉姆斯(80%); Mashusista(20%) | 加拿大/日本 |
| 19. 罗达尔       | (私有)                        | 美国     |
| 20. 西方出版      | (上市)                        | 美国     |

#### 四、外资进入美国出版业的八大理由

外国公司进入美国出版业有很多理由,但最基本的理由是美国是世

界上最大的英语市场。其次是由于美国出版市场相对而言比较成熟,因此从零开始甚至在小范围内经营都很难生存。第三,即使在文化敏感领域,美国政府也没有对外国出版公司的进入设置任何障碍。第四,美国私营出版公司被证明只要价钱合适,他们就愿意出售自己的公司。第五,外汇比价也吸引了大量的海外投资者。第六,已经在美国设立分公司的外国公司基本上自身都很大,很成熟,资金也非常充裕。第七,还有一个隐性的原因,那就是彼此互惠互利。第八,美国公司对国外市场尤其加拿大和英国也充满兴趣。

当然,德国、法国和荷兰之所以投资美国市场还有一个额外的原因——它们的本国市场非常狭小。正如某位欧共体官员指出的,美国占据全球出版市场 32% 的份额,并且每年还以 7.3% 的速度递增。如果出版英语读物,美国自然是首选市场。那些专业图书和杂志出版公司比如里德·艾尔斯维尔出版集团(Reed Elsevier)和沃尔特斯·克鲁维尔集团(Wolters Kluwer),当然希望能在电子技术的中心发展业务,而美国无疑就是这样一个市场。

## 五、危及中小企业生存的不是大公司而是资金匮乏

许多业内人士认为,购并会减少中小出版企业的数量。但据商业部的一份报告显示,雇员人数少于 20 人的出版企业数量从 1977 年的 1400 家上升至 1987 年的 1900 家。这一数字与美国书商协会年度报告是相符合的。根据美国书商协会统计,1994 年参加美国书展的出版公司共有 1600 家,1995 年为 1800 家。多出来的 200 家均是小企业。几年前,出版专家理查德·阿贝尔(Richard Abel)通过分析 ISBN 数量也得出了中小规模出版公司在增长的结论。

因此,小型出版公司仍然富有很强的活力。但不是所有小规模出版公司的经营状况都很好。显然,如果环境不适宜,是不会有小出版公司孵化出来的。对小出版公司来说,有一个很有利的环境因素,那就是他们现在能够更有效地把图书发售到市场中去。这是因为在过去 10 年中,出现了许多新的全国性发行商。小出版公司在支付一定的费用后能够获得营

销、销售代理、仓储、结算和回款等各种服务。如果有人想把图书直接销售给大众市场、学校或图书馆,那么他会发现他可以找到成批的发行商为他服务。比如美国最主要的批发商英格拉姆图书批发公司(INGRAM)为所有出版商储运和销售图书,对独立书店和连锁书店一视同仁。当然,也有一些出版社比如西蒙·舒斯特出版公司自己也开展发行业务。此外,还有大量销售额介于100万~500万美元的出版企业。这些企业大都是专业读物市场内的活跃分子。它们填补了大公司业务间所留下的空隙。它们的存在为出版业增加了活力。

由于目前还没有对销售额小于1.75亿美元出版公司的调查分析,所以还无法确知是不是大多数中小出版公司都能够赢利并存活下来。对于读者而言,他们不是特别在意公司品牌,他们在乎的是能从中得到什么样的益处。成功的中小出版公司早就能够运用新的生产技术,也有能力为千千万万个读者出版他们所喜爱的图书。

对中小出版公司来说,真正的威胁不是来自于大公司的竞争,而是来自于财源匮乏以及学校、图书馆预算的减少。许多小出版公司发现它们很难获得贷款,这是因为银行认为它们的安全性不够,它们的主要资产(版权)也太难以捉摸。但现实表明小出版公司的生存能力是非常强的。它们已经成功地从经济衰退、高达17%的利息率、预算减少的重创以及不友好的银行中存活了下来。

在小出版公司中,有114家大学出版社。这些出版社是学术出版的重要支持者,它们对大众读物出版也是功不可没。这些受政府津贴的出版社为了减少对财政支持的依赖,纷纷为严肃读者出版文学作品和非文学作品。它们越来越倾向于通过商业途径销售图书。在这个方面做得非常好的是哈佛大学出版社。

在大出版公司机构内部也存在着许多富有活力的小出版商,他们无论如何不像表面看起来那样微不足道。在大出版公司的“华盖”下有许多参与创新性出版过程的“出版分部”。他们的销售、仓储和财务核算有时候但不总是由公司总部负责。年收入近10亿美元的国际汤姆森出版公司就是公司内部自治的一个典型例子。它是由140个彼此独立的自主公