

做精神和心靈的守望者當然是崇高的，出版作為企業也不能不食人間煙火，但問題是做文化有做文化的規律，文化產品和有形產品的生產回報模式不一樣。文化產品的回報往往是超越時空的，有空間差和時間差。思考方向和責任。

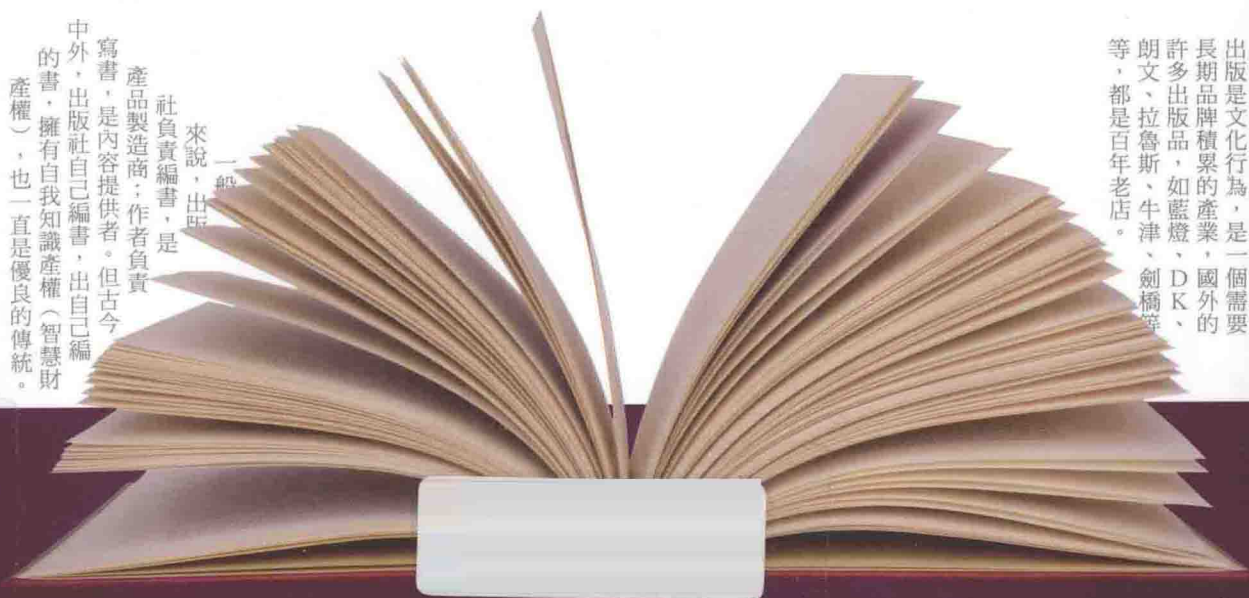
孔則吾 著

追尋出版の未來

網路出版和傳統出版的本質區別在於，前者基本沒有過濾機制，而後者進行了規範的資訊刪選，刪選是傳統出版的優勢和本質，也是現代資訊產業的核心競爭力。

一般來說，出版，出版社負責編書，是產品製造商；作者負責寫書，是內容提供者。但古今中外，出版社自己編書，出自己編的書，擁有自我知識產權（智慧財產權），也一直是優良的傳統。

出版是文化行為，是一個需要長期品牌積累的產業，國外的許多出版品，如藍燈、DK、朗文、拉魯斯、牛津、劍橋等等，都是百年老店。



一個出版社的品牌積累、治社傳統、職業規範、編輯品質等等，很大程度上都是出版的歷史傳承。和新興資訊產業不同，編輯是一個積累型職業。我們常說新社和老社有什麼區別，區別就是這些。

孔則吾 著

追尋出版の未來



Cultural Map

追尋出版的未來

作 者 / 孔則吾
出 版 者 / 揚智文化事業股份有限公司
發 行 人 / 葉忠賢
總 編 輯 / 馬琦涵
編 輯 / 吳韻如
地 址 / 222 新北市深坑區北深路三段 260 號 8 樓
電 話 / (02)8662-6826
傳 真 / (02)2664-7633
網 址 / <http://www.ycrc.com.tw>
E-mail / service@ycrc.com.tw
印 刷 / 鼎易印刷事業股份有限公司
I S B N / 978-986-298-098-9
初版一刷 / 2013 年 6 月
定 價 / 新台幣 500 元

*** 如有缺頁、破損、裝訂錯誤，請寄回更換 ***

本書由中國書籍出版社授權在台發行中文繁體字版，中文簡體字
版書名為《千年的跨越：世紀之交的中國出版現象研究》（2010）

台灣版代序

隔山隔水依然隔斷出版

台灣出版社曾經是大陸出版界走向世界，與世界出版接軌的跳板和橋梁，也是大陸出版人版權交易的啟蒙導師。十幾年前，台灣出版的品質、管理以及與世界出版業的聯繫都為大陸所望塵莫及，台北書展的規模曾經遠遠超過北京國際圖書博覽會。在相當長的一段時間裡，大陸所謂的輸出版權實際上就是與台灣合作的繁體版租型¹。那個時候，大陸從歐美引進的版權大部分靠台灣轉口，買的是台灣的「二手房」。台灣先從歐美引進版權，大陸再從台灣購買簡體字版權。比如浙江少兒出版社的《冒險小虎隊》就是十年前從台灣繁體字版引進的，現在已經印了2000多萬冊，成為少兒圖書的行銷神話。這套德語原版的少兒探險圖書當初在台灣銷售平平，浙江少兒出版社從台灣購買簡體字版權時，起印量也就5000冊。轉眼十幾年過去了，大陸出版似乎已經羽翼豐滿、長大成人，可以不用拐杖「走出去了」。十多年間大陸出版不但品種一再翻倍，成為全球出書品種最多的國家，圖書的裝幀設計、印刷品質也大大提高，大部分翻譯圖書也可以直接從海外引進，不用再透過台灣，反而是台灣很多譯本用的是大陸的翻譯版權。近幾年來，由於全球金融危機的影響，台灣出版業出現了連續的下滑。只有2300萬人口的台灣出版業在正處於青春期的大陸出版人眼裡，似乎變得可有可無，兩岸的出版交流的蜜月期已過。版權沒有什麼好買的了，台版圖書出口大陸還有較大的價格差距，很難進入大陸零售市場。台灣同業過去從大陸買版權都經過出版社，現在大多直接找大陸作者簽約，甚至在大陸策劃組稿，再把版權賣給大陸出版社。

¹ 租型是指出版單位從其他出版單位租入型版，印刷發行出版物，並支付原出版單位一定比例的授權金額。

但是，筆者公差去了台灣幾天，所見所聞，卻頗有意外之處。二十年來，雖然台灣和大陸出版界頻繁的來往，眼下又是「三通」大開，但大陸出版界對台灣出版業的了解還是不多，在資本層面的合作更是少見。不誇張地說，從接軌國際出版這個角度看兩岸書業，大陸至多只能打50分，和台灣同行還有一半的距離。

當代台灣出版業對中華文化價值體現在哪裡？主要體現在管理水準和創新意識。在完整的市場經濟體系和激烈的同業競爭環境下產生的完整產業流程以及充滿創意的精緻性，造就了台灣出版業高品質圖書，從某種意義上來說，台灣出版對大陸出版的依賴要遠小於台灣經濟對大陸的依賴。這裡，我們可以通過誠品書店2009年退出簡體字版圖書市場這一案子來分析台灣出版的品種、品質和自給程度。

「誠品」源自古希臘文eslite，意指精英。誠品書店是台灣最大的零售連鎖書店，共有三十五家綜合書店、二家兒童書店、二家文具館及四家音樂館，另外還有網路書店。每年舉辦約500場演講與展覽，開業二十一年來成為台灣文化的地標，是吸引香港及全球華人遊客的景點。誠品的旗艦店信義店與101只有幾步之遙，幾乎就是台北的鑽石地段。信義店面積總共是50000平方公尺，其中書店15000平方公尺，陳列圖書約30萬種，其餘為百貨服裝、餐飲酒吧等多元化經營。上海世紀出版集團的老總陳昕在2007年訪問台灣時，把具有歐洲圖書館風味的誠品書店稱之為他目前在全世界看到的最大、最漂亮的書店。那麼，誠品退出簡體字版圖書市場說明了什麼問題呢？台灣最大的零售書店退出簡體字版圖書市場，是否可以說明台灣大眾圖書市場幾乎所有門類的圖書都可以不依賴大陸，大陸圖書在台灣可有可無。

其實，在十幾年前，台灣就已經是一個中文圖書自給自足、體內循環的市場。台灣開放大陸簡體字圖書進入市場是在2003年，之前當局以「避免文化衝擊、保護本地業者」為由，對大陸圖書做了嚴格的限制。雖然規定條例中只限於大學使用的學術圖書，並排除了台灣已經從大陸引進版權的圖書，但實際操作上並沒有受這些條例的限制。根據台灣媒體披露的一項不完全統計，2003年有條件開放大陸圖書在台銷售前，台灣的簡體字專賣店至少已有十五家，營業額在2至3億新台幣。這些年雖然不斷地增加，但到了2010年，進入台灣市場的大陸圖書也不過5億新台幣，折合人民幣1億多，占全台灣圖

書銷售額500億新台幣的1%。大陸簡體字圖書的讀者主要是學術界人士、專業領域知識精英、高校研究生以及公務員等。台北秋水堂書店創辦人王永說，台灣讀者喜愛的大陸書籍包括社會科學類、中國古代文化研究、經濟全球化，以及大陸翻譯的一些海外經典作品等。所以，大陸圖書在台灣市場是小眾的專業書，而不是大眾書的暢銷書。也許因為台灣人口實在太少，學術書印量實在太少。在版權交易方面，2008年大陸共引進台灣版權6100種，占當年版權引進總數的38.29%，而台灣引進大陸圖書僅600種。這個十比一的反差，足以說明大眾圖書市場大陸對台灣的高度依賴。馬英九曾說，台灣每年的出版品項有5萬種，大陸約15萬種，約是台灣的3倍，但大陸的人口卻是台灣的57倍，可見台灣的出版力強盛。他對台灣出版實力及大陸市場開放表示樂觀。台灣出版社的數量是大陸的近10倍，這是眾所周知的，每年出書約5萬種，2008年有四千六百六十七家出版機構申請ISBN數量達到44684個。

當然，2003年前中國大陸的現代出版業還處於發展初階，而台灣則已經進入小康。到了近幾年，大陸的出版水準迅速提升，出書品種位居世界第一。除圖書之外，兩岸商品年貿易額已近1300億美元，台灣是大陸第七大交易夥伴、第九大出口市場和第五大進口來源地，大陸則是台灣最大交易夥伴和貿易順差來源地。截至2009年底，大陸批准台資項目累計逾7.75萬個，累計吸收台灣直接投資近500億美元，超過八成五的台灣大型企業，包括前十大企業均已到大陸投資。但是現在，台灣人還是可以不用看大陸的圖書，大陸更沒有一家台灣圖書的專賣店，那我們又如何來評價同根同源同文、近在咫尺的大陸出版，以及兩岸出版的交流與合作呢？

台灣目前有七千多家出版社，年出4種以上圖書的一千家，2300萬人口的台灣年出書約4.4萬種，這是什麼概念呢？按這個比例算，大陸13億人口一年得出268萬種圖書，當然我們不能作這麼簡單推算。4.4萬種圖書的品質和有效性又如何呢？我們也可以看看誠品。誠品信義店的賣場陳列的圖書基本上都是單本，少數是兩本，而30萬種圖書沒有一本大陸簡體字版本，這至少說明了兩個問題：一是台灣圖書出版的書水分（灌水成分）很少，效率很高，出一本就是一本，再版可供圖書的空間很大。二是台灣出的書可以滿足台灣自身的需求，自給自足沒有太大的問題，至少在大眾圖書的消費市場。在誠品的30萬種圖書中，有30%的外文原版書。相對於大陸版圖書，外文書才是

台灣科技文化發展所不可或缺的。誠品的外文書不像大陸的新華書店或外文書店，專門闢出一塊地方來陳列，而是和中文圖書一齊歸入各個分類區域，和中文圖書融為一體。

台灣經營大陸簡體字版圖書主要有聯經的上海書店、問津堂（博客來網路書店的供應商）、台閩天龍書店等。總的來說，上海書店和問津堂的大陸圖書主要集中在學術性較強、讀者市場狹小的文史哲類，定價一般是人民幣定價乘以6，台閩天龍書店則走低價位路線，會員價按人民幣定價的4倍計算。目前新台幣與人民幣的比值約為1：4.6。誠品經營簡體字版圖書曾經也有很大的規模，曾在其三樓設有600平方公尺的簡體館。當然，誠品退出簡體字版圖書市場還有經營層面的問題，如當時大陸圖書的內容和印刷品質仍然與台灣有一定距離，價格賣不高，位處台北黃金地段高檔商場的誠品，在經營上肯定效益不佳，得不償失。我們不是責怪誠品對大陸圖書的偏見，倒是大陸書業應該對此作更多的反思。台灣市場對大陸圖書為什麼可有可無？台灣出版對大陸是不是也無足輕重？

關於誠品30萬種的上架圖書只是書店提供的數字，也許有人會提出質疑。作為讀者，也不可能一本一本地去書架上清點。確認書店的上架品種的真實性一直是一個難題，工商部門也沒有對書店號稱的陳列品進行認證的責任和義務。不要說書店品種的認證，就是期刊印量之類與廣告經營有直接關係的數據，至今也沒有進入行政或法律的層面全面推行。特別是像西單圖書大廈、上海書城等著名的書店，同業們都會對他們宣布的上架品種打個問號。書店的品種就像中國的GDP、出版集團的銷售和資產一樣說不太清楚。但大致判斷書店的品種還是有一個比較方便的方法，那就是拿某個小專業分類作比較，愈小愈專愈容易說明問題。比如戲劇分類，在台灣誠品信義店，戲劇類圖書共有近20個書架，細分書架有：布袋戲、聲樂與歌劇、歌仔戲、中國戲劇（3架）、台灣劇場、莎士比亞與西方戲劇（2架），還有200多種的西方戲劇外文版圖書，這樣的陳列規模連大陸最大的北京西單圖書大廈都有所不如。筆者曾經涉獵一段戲劇研究工作，就品種來說，大陸的戲劇圖書和台灣的各有千秋，完全重複的不多，而且台灣的戲劇研究圖書系統性比大陸強，其中僅一套台灣自編的戲劇學術論叢就有50個品種。

陳昕說誠品是世界上最大最豪華的書店，真的不錯。以誠品為代表的台

灣大型書店都屬於這種「高級精緻化」的專業服務書店，書店的陳列設計「深具美感與創新，有國際級的水準」，店內的裝修和布置非常有文化和品位，閱讀環境典雅宜人，像是置身於國家級博物館。七十多台數位電視散布店內，供購書和閱讀者用的椅子是該店的一大特色，不同顏色和造型的椅子多達100餘種，據說有些椅子是設計師親赴巴黎跳蚤市場挑選回來的。但這樣高級精緻並處於黃金地段的豪華書店靠什麼來維持呢？靠多元經營。誠品書店整體百貨商場的經營模式是其主要的獲利來源，這種綜合體的經營模式大陸才剛剛意識到。台灣書店的精細化管理水準不但是大陸書店的楷模，也是大陸書業，特別是國有書店的憂患。已經有一些台灣的書店要到大陸來參與零售圖書市場的競爭，比如誠品就有這個計畫，媒體早在幾年前就披露了誠品要在蘇州和杭州建立綜合體的消息。不要以為大陸的新華書店依仗黃金地段的地租優勢以及教材教輔的壟斷經營，就可以高枕無憂，市場會愈來愈開放，制度會愈來愈公平，而且，管理和經營帶來的競爭力不可估量。誠品自1989年建店才開到第二十一個年頭，就從零開始做到台灣最大，最近還聽說杭州有一家民營公司半年內開出了六七十家超市分銷書店。新華書店的壟斷地位和壟斷優勢並非固若金湯。

台灣出版業是務實的。比如誠品雖然是台灣最大的書店，但幾乎沒有門面，只有內膽，在樓的外面根本看不出裡面有一家超級書店，這說明文化產業本身就是一個內秀的行業，不必過於張揚。韓國最大的書店教保文庫裡面很大，像人民大會堂，但門面很小，像一個地鐵入口。台灣出版業也並不如大陸出版業那麼張揚，隔三差五地有人出來放一顆衛星，內聯外合，日日創新。與大陸出版一哄而上進股市不同，台灣的七千多家出版社只有時報出版是上市公司。客觀上說，除城邦、時報、聯經等少數幾家，台灣出版社的規模都比較小，但另一方面也啟示大陸出版業，傳統書業如果要堅持文化的本位，是否適合上市，需要上市，仍然是一個問題。全世界範圍內，傳統出版業上市的也比較少。出版是一個更需要代代薪火相傳、專心致志，耐得住清苦、經得住物欲誘惑的行業。

台灣的出版社和書店有同樣突出的精細化特徵。台灣圖書市場競爭的激烈，使圖書的選題策劃非常的科學嚴格，由此帶來了市場定位的精準和與世界接軌的品質。台灣有一家共和國出版集團是一個非常有意思的出版體，

也是一個非常另類的出版集團，它甚至有點像如今時尚的格子鋪。用他們自己的話說，它的「資本和股權關係非常複雜多元」。下掛的數家出版社都是獨立法人，都是自己做老闆，集團提供有償的財務、行銷、設計、印刷等服務，用大陸的話說就是「工作室掛靠」。這次在台灣就見到了一位剛剛從大陸移居到台灣的出版人，他2009年在這個集團下開設了一家出版社。這位朋友曾在大陸一家非常有名的出版集團做過中層，但他說起台灣圖書策劃編輯行銷的精細化流程仍然感慨萬分，認為與大陸的粗放經營完全不同。台灣出版社的每一本書都有複雜和詳細的策劃行銷方案，並不斷地與書店溝通，得到認同，才能開印。他的出版社成立不到一年，出了七、八本書，都在市場上有很好的業績。有趣的是，他那天剛剛送給筆者一本他出版的書，第二天早上七點到誠品敦化南路上的二十四小時通宵店參觀，發現店裡僅有的兩三個讀者，就有兩個在讀他做的這一本書。

雖然只是一衣帶水，可是六十多年的間隔，至今大陸民眾要去台灣仍然需要團進團出，有複雜審批的程序，不管是你認識到還是沒有認識到，台灣與大陸出版的交流和互相了解仍然太少。台灣的書業真的還是大陸出版的一面很好的鏡子，希望大陸的出版人都能夠每年用這面鏡子照一下自己。必須再次重複的是，台灣出版的很多經驗的確是大陸沒有的。

再回到誠品。不說誠品的品位，只談它的二十四小時通宵店。誠品位於敦化南路的5000多平方公尺通宵店不但大陸沒有，全世界都找不出第二家。這是一家5000平方公尺的豪華書店，不是7-ELEVEN幾十平方公尺的便利商店。在大陸，通宵的餐館倒是日益興旺，北京的通宵餐館僅東直門內大街就有五十多家，西直門、新街口、美術館東街等處都不少於三十家，但沒有一家通宵的書店。誠品敦南店晚上十二點左右是客流高峰，有無數的白領雲集。除了敦南店通宵營業，還有不少誠品的分店也將營業時間延長到零點，甚至凌晨二點。筆者去敦南店是早上七點，問了一位讀者說是正在準備高中考試的男學生，昨天晚上來的，看了一整夜的書，而另一位讀者應該也是一個通宵的讀者，趴在桌子上睡著了。還有一位二十多歲學生模樣的漂亮小姐是公司的白領，席地而坐，腳下已經堆了七八本書，她說一早來這裡看書，還要趕去公司上班。我想，二十四小時店後半夜肯定不會有太多的生意，但台灣的出版人就有這麼一種精神，而這種精神與台灣民眾的勤奮與努力相吻

合，很好地表達了台灣出版文化精神。台灣讀者和台灣書業的這種精神支持著台灣書業在2300萬人口的小市場創造了一個令世界都為之驚奇的出版業績，也因為如此，許多圖書往往台灣印5000冊，大陸印3000冊。

由於物權法的不同，台灣的舊城改造，城市基礎設施建設遠不如大陸許多沿海省會城市，十多年前筆者到過台灣，十多年後，在台北的舊城區，街道依舊，門窗還多了一些斑駁鏽跡。但是到了台灣，給大陸旅客最深刻的印象是文明禮貌。下了飛機，到了台灣，我們覺得是從大陸的沿海省市到了中西部省區，但一聽到台灣人說話，彬彬有禮，就像是到了歐美。有很多新華書店想去學習台灣書業的精細化管理，那首先要學的就是如何跟顧客說話。有人建言，目前兩岸出版交流首先要做的事情，不是過去的引進版權，而是引進人才。大陸要向台灣引進管理人才，要鼓勵台灣出版人到大陸出版社打工。但是，引進台灣的人才會有很多問題，最好的辦法就是買下一兩家台灣的出版社。因為引進一個人才到大陸的出版社，可能根本就沒有操作環境，馬上會被淹沒或者同化，只有整體團隊引進，甚至兼併收購實體，才能完整學到台灣的管理經驗和行銷機制。台灣的朋友們一再建議大陸和台灣的出版合作要多進行一些資本層面的合作，而大陸有關部門要在政策層面對兩岸出版的資本合作開綠燈，台灣方面也是一樣。

現在台灣出版界一談到大陸就說，大陸出版集團化了，改制了，不但有錢，競爭力也提高了，台灣出版業生存發展會更加困難了，危機感很重。近年來，兩岸的書價也日益接近，大陸這幾年書價上漲很快，目前兩岸的書價差距已經從原本8至10倍縮小到1.5至2倍之間。而且大陸的物價還在快速上漲，圖書的定價也還有很大的向上空間，不用多久，兩岸的書價和印刷品質都會完全接軌。再加上政策的逐步開放，兩岸市場無縫對接的那一天不會很久，這無論是對大陸書業，還是對台灣書業都是挑戰，同時也是機會。隨著兩岸書價的接近，以台灣出版業的機制和活力，如果能夠對台灣開放出版，對大陸國有書業的威脅不亞於民營書商。聽說浙江一家大學圖書館一年進口台版書就達人民幣100多萬元。台灣圖書進大陸的潛力很大，台灣出版界要為此多創造條件，比如圖書排版可以儘量改改豎橫，再來考慮繁簡統一的問題，先橫後簡，逐步過渡。其實現在台灣的科技類圖書已經全部用橫排，生活、文學等領域也有很多橫排的圖書，雜誌也是一樣。筆者覺得圖書格式

和文字的相通比通航通郵更重要，即所謂的書同文，車同軌。現在兩岸重複出書，資源浪費，特別是簡體字版圖書一定要改成繁體版重印，許多圖書不能自由流通，是對民族文化資源的一個極大的浪費。兩岸一年進行版權交易的圖書達6000多種，這6000多種圖書都得重排重印一遍，而不能進行現貨交易，勞命傷財。相比版稅，圖書的實物交易要多3至5倍的收益。現實兩岸三通，歷史在前進，兩岸交流和合作的環境變化也很快，兩岸都要對此有足夠的信心。二十年前，大陸圖書在台灣最高可以賣到500倍的價格，現在按人民幣原價甚至更低都能買到。兩岸直航後，從上海、杭州到台北的飛行時間就一個小時，非常的方便。在省與省之間用400個座位的波音747客機作為交通工具，現在也許只有杭州到台北有此先例，而且仍然一票難求。隨著三通的到來，台灣和大陸出版界的交流與合作會迎來又一個春天。

說到書價，曾任台灣城邦出版集團董事長的蘇拾平說：「大陸現在的圖書定價結構不合理，印製費用普遍占到書價的22%，而歐美的圖書印製成本只占其書價的8%至10%。圖書是智慧財產權的產物，定價中應該更多地體現智慧財產權的價值而不是印製成本。」他的意思是，大陸圖書的定價還是不夠高，定價所包含的多是直接的物質成本，如印刷成本、運輸成本、書店的經營成本，而智慧財產權的成本比例太小，這也是大陸圖書內容競爭力與台灣的差距所在。不但是內容，連封面和整體設計知識含量也相差較多。大陸出版社大多不重視設計的「含金量」，封面設計上花錢太少。在台灣，筆者看過聯經上海書店的大陸圖書，再到不遠處的誠品書店看台灣圖書，在裝幀設計上的差距一目了然。低位定價，也限制了圖書行銷降價的空間。不過，對於大陸，要提高書價，首先要提高的是買書人的購買力，讓看書的人買得起書，國家要多多增加圖書館的購書經費，讓圖書館也買得起更多的圖書。當然最重要的是要調整國民收入的分配體制，放水於民。

在台灣還看到兩個現象與大陸不同。一是台灣幾乎看不到自行車，包括電動自行車，滿大街跑的都是摩托車。台灣朋友給的答案是：速度與效率。摩托車比汽車速度更快，更加靈活，而且節約成本，方便停車，這也象徵著台灣出版業的特點。在台灣每一本書都要和書店做幾次行銷策劃的來回，中小出版社就一兩個人，許多程序都要靠社會化服務，沒有迅速靈活而廉價的交通工具如何可行。另一個現象是在台灣幾乎沒有報刊亭，所有的雜誌要嘛

在書店賣，要嘛在便利商店賣，台灣的便利商店幾乎都有不小的雜誌架。這種完全與歐美接軌的雜誌銷售管道，為什麼在大陸行不通。大陸的國有發行業為什麼一直進不了雜誌發行的圈子，獨立於國際慣例之外，把雜誌這塊蛋糕拱手相讓，是體制問題，還是觀念問題？是不可能還是不願意？在誠品書店，我們看到的雜誌銷售區就有一百多個平方，完全是一個店中的書店，陳列的中外雜誌達5000種，而據有關統計，大陸的市場刊物合起來才1000多種。在國外，期刊的市場規模要超過圖書，在大陸大約是圖書的一半。

台灣出版，我們似乎日日相見、卻又如此陌生；我們近在咫尺，卻又遠在天邊。隔山隔水，何時才能隔不斷兩岸出版？於是，又想起了北宋詩人李之儀的《卜算子》：「我住長江頭，君住長江尾。日日思君不見君，共飲長江水。」

孔則吾

2013年4月

目 錄

台灣版代序 隔山隔水依然隔斷出版	i
Part 1 體制轉型的難題	1
拯救商務印書館	3
版權保護的進行時態	17
職業的麻木和體制的僵化	24
與虎謀皮	30
包頭空難敲醒中國出版	36
轉型中的出版集團	40
問責新聞出版	47
誰來規則圖書公平交易	54
Part 2 圖書市場的迷途	57
中國圖書市場隨筆	59
不是新桃換舊符	74
論書香不敵菸毒	78

全國圖書訂貨會啟示	81
診斷大賣場的「浮腫病」	87
克隆時代的中國刊物	92
感謝市長——論國家讀書節和出版的國家行為	99
打造中國書奧	108
海選出版	117
買書難的另類解讀	122
論兩會之「不會」——國家閱讀節再討論	129
由新版《辭海》所想到的	135

Part 3 走向世界的通路 143

從英倫三島看走向世界	145
浮光掠影看南美期刊	152
汪洋中的一條船——美國海馬出版公司	156
德國式社會秩序和中國出版潛規則	174
話說2007法蘭克福書展	180
不該被忘卻的西班牙語世界	189
走進非洲的遐想	195

Part 4	書和文化的碰撞	201
	慘不忍睹的廢墟，揮灑不去的惆悵—— 有感徐志摩故居終於被拆	203
	由春晚看出版誠信	207
	重建圓明園的民族文化視野—— 由一本書引出的圓明園重建大討論	211
	追尋記憶的責任——記《1860：圓明園大劫難》 作者貝爾納布里賽	233
	精神和心靈的守望者——論出版的審美取向 和文化責任	237
	張悟本的綠豆和出版業的忽悠	247
	城市讓生活更美好——當前農家書屋建設 的誤區	255
	文化的卑微和出版的狂熱——由迪士尼落戶 上海所想到的	262
Part 5	中國出版的未來	273
	中國出版的世紀性跨越	275
	基礎教育改革的嶄新課題	293
	走向書商時代	299

把根留住	311
邊緣化中國出版	319
傳統出版和數位出版的口水戰	326
中國出版業的數字魔方	330
中國出版的後貴族時代	334
中國新聞出版統計數據的另類解讀	344
後 記	351
原書後記	355

Part

1

體制轉型的難題