

书业品牌报告
专业权威媒体

年度大势尽揽
年度权威发布

行情数据详备
现场权威记录

中国书业年度报告

ANNUAL REPORT ON THE PUBLISHING INDUSTRY IN CHINA

(2010~2011)

孙月沐 主 编
伍旭升 副主编

商务印书馆

书业品牌报告 年度大势尽揽 行情数据详备
专业权威媒体 年度权威发布 现场权威记录

中国书业年度报告

(2010~2011)



创立于1897

商务印书馆
The Commercial Press

2011年·北京

图书在版编目(CIP)数据

中国书业年度报告. 2010~2011/孙月沐主编. —北京:商务印书馆, 2011

ISBN 978-7-100-08336-2

I. ①中… II. ①孙… III. ①出版工作—研究报告—中国—2010~2011 IV. ①G239.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 077386 号

所有权利保留。

未经许可,不得以任何方式使用。

中国书业年度报告(2010~2011)

孙月沐 主 编

伍旭升 副主编

商 务 印 书 馆 出 版

(北京王府井大街36号 邮政编码 100710)

商 务 印 书 馆 发 行

北京瑞古冠中印刷厂印刷

ISBN 978-7-100-08336-2

2011年6月第1版

开本 787×960 1/16

2011年6月北京第1次印刷

印张 24 $\frac{1}{4}$

定价: 56.00 元

编委会成员名单

主 编：孙月沐

副 主 编：伍旭升

编委会成员：孙月沐 伍旭升 陈 斌

张维特 孟 叶 任江哲

李际平 郭是海

前言：追寻中国现代出版三大产业新向度

人类对于世界的探求永远持有一股足够的热情和干劲，无论是客观世界还是主观世界，无论是宏观世界，还是中观世界、微观世界，亘古未变，中西皆然，花开花落，岁岁年年。而年首岁尾的回望与瞩望、盘点与预测、清算与打算，则往往更具里程碑般的意义与价值。其实这是世界的复杂性乃至神秘性所致。大千世界，万象豁然，然隐于其后的原因、实质、变数和规律，如此等等，则分明要复杂千倍万倍，波谲云诡，这也从一个侧面激发了人类对于已知和未知的恒久探究，构成了人类社会永续前进的不竭源动力。

这也是我们关注 2011 年度中国现代出版业，关注中国现代出版面对的三大产业即阅读产业、传媒产业、创意产业新向度的原因。也许，2011 年度的中国出版业，格外具有其独特的探求价值与标本意义。

□ 我们应当毫不犹豫地提出中国现代出版产业理念，并予以认真研判、肇划。

走到今天，应当说，已经到了提出中国现代出版业概念的时候了。很多单一的指向，很多特定的命题，甚至很多有悖事物发展规律的人为的桎梏，在经历了 30 多年改革开放，特别是经历了近几年贴身于中国出版传媒业的转企改制、整合重组、股改上市以及新技术革命、“走出去”等重大洗礼后，正在脱胎换骨，越来越接近于现代出版业的本义。一个生产、传播、售卖知识和智慧的产业，一个

文化、商品双重属性缺一不可的具有特殊性的产业,一个凸显中华文化又融入全球书业的产业,特别是,一个服从于社会主义市场经济法则、遵从市场规律的产业,所有这些,构成了中国现代出版业的重要组成部分和产业特征。一个官方数据显示已逾万亿元的重要支柱性产业,在大力发展文化产业的国家战略总盘子里凸起,一个正在致力于释放这个独特行业的体制改革后发优势的产业,正在跃入国人视野进入国民社会生活之中,一个饱含着蜕变的痛苦和煎熬、存在无数变数和不确定性需要我们快速应对的产业,一个需要更大智慧、更多汗水方能成就的产业,不容置疑地等着我们去一一“接招”与“拆招”。以上述的“硬件”、指标和标准去衡量其“现代性”,也许,只有到了2011年,才有了真正意义上的“中国现代出版”。故此,在进入2011年,在进入20世纪第2个10年之际,在举国都在思考“十二五命题”之际,我们应当毫不犹豫地提出中国现代出版业、中国现代出版产业、中国现代出版传媒产业的命题,并予以认真研判、擘划了。

☐ 处于“十二五”起始之年的2011年,中国现代出版业向何处去?

对此自然是见仁见智,会有N个答案和指向,远非一篇文章所能完成。而中国图书商报积多年特别是近几年书业变革、变化、变局的观察认为,当此中国改革开放愈益深入的大政下,当此中国经济以调整产业结构改变发展方式为总策的大前提下,当此当代中国在世界格局变化中日益关注经济全球化并努力更有作为的大背景下,当此中国现代出版正在国家大力发展文化产业的宏观政策中一展身手的新局面之下,我们尤应关注中国现代出版的三大产业新向度和新路径,从传统向现代迈进,从固有的生产方式向新的发展方式迈进。

☐ 我们应当致力于追寻和把握阅读产业新向度,谋求转型升级,致力于改变发展方式。

追寻并把握阅读产业新向度,这是当代中国社会变迁、时代变迁给出的命题。社会存在决定社会意识。特别是刚刚过去的阅读颇成亮点的2010年。

一是阅读人口变化给包括中国在内的各国书业甚至是各国政府的压力。一个大的趋势即阅读人口减少的现状正无情地拷问着全球书业的神经,物质主义、娱乐主义等现代世俗顽强地吞食人们的读书时间、兴趣和忠诚度,而应运而生的,由责任政府、责任民间组成的阅读推广活动、阅读培训活动、阅读营销活动,已不止是星星之火,目标指向一个可观的产业即阅读产业。其次是技术革命正改变 21 世纪的人类阅读,2010 年现“井喷”之势。从亚马逊的 Kindle 到苹果的 iPad 再到中国的“阅读器大战”,从传媒大亨默多克到技术大亨 Google,全球正席卷一股“电子书热”,猛烈地拍打着传统书业的“堤岸”。不管人们对这股热潮的认知和预测如何,若与这些年的持续的 PC 机终端、手机终端、手持阅读器终端等新型阅读载体的此起彼伏联系去看,阅读的边界正在改变,阅读的形态正在改变。而毫无疑问,这种世纪之变、时代之变,一定会或迟或早、或缓或急地改变书业生态,直至改变书业产业链。

正是基于此种观察,这几年我们持续提出“阅读产业”的概念,并不遗余力地吁请业界关注。其实,产业从来不止由生产视角出发,消费同样会导致产业出现。就像这些年全球日益关注休闲产业一样。也许消费更决定了产业链的丰满。我们尤为希望的是,千万不要在传统书业沉湎于旷日持久的疑虑、没完没了的论证之际,技术商、平台商在悄悄地甚或大张旗鼓地完成阅读产业的整合。当今之际,中国现代出版业必须直面和把握阅读产业新向度,扎扎实实地开拓前进。要关注技术给阅读带来的变化,迅速整合电脑屏幕、手持阅读器屏幕、手机屏幕、电视荧屏和纸本等“四屏一纸”的阅读产业空间;要关注阅读推广的力量,迅速而有效地整合政府、非政府组织、业界阅读推广力量,特别关注新的时代条件下阅读标准包括技术标准、产业标准的制订,引领好发展方向;要从内容产业角度看待阅读产业,在内容建设、内容引领等方面多下工夫并有所作为,掌握主动权和“制空权”,要关注阅读概念、界限的变化而迅速、有效地应对,正确处理好深浅阅读、长短阅读、快慢阅读,功利性、功能性阅读与生活方式阅读的关系,制定行之有效的阅读产业决策和方略。

□ 我们应当致力于追寻和把握传媒产业新向度，谋求转型升级，致力于改变发展方式。

人类的进步，技术的变化，从来推动着产业的变化。从某种意义上说，当今时代已经进入了传媒时代。而出版是当然的传媒业之一。因之这几年新成立的出版集团纷纷冠以“传媒”二字，不仅是名称的时尚，更属实质的标示。

就产业发展总体而论，传媒产业是现代出版产业发展的必然。这并不否认传统意义上的出版着重于“传承”，而是强调，现代出版，必然要烙上传媒的深深印记，进入传媒天地，从而使出版产业做优做大做强，转型升级，拓展宽广空间。就传媒的意义上说，出版从来不是静态的、短板的，换言之，现代出版业绝不仅止于出版图书一途，中外皆然，从国外百年老店兰登书屋到中国百年老店商务印书馆，无不如此；从新闻集团、美国在线到汤姆逊集团，无不如此；从以“专业”名世的路透社、彭博社观察，也是如此。各种传媒手段打通、整合、融合，形成有效的传媒产业链，不一定是单一媒介，而是服从产业需要、媒体发展需要、市场需要运作多媒介直至全媒介，不一定是单向度、单载体，而是实事求是地决定是否运作多向度、多载体，这便是传媒产业的长袖善舞，游刃有余。这，也是站在“十二五”起点上展望未来5年乃至长远，中国现代出版产业做优做大增强的一个切实路向，也是特别需要我们像中央不断提倡的那样，突破惯性思维，寻求“解放”的重要任务。

近年来，随着出版改革的推进，相关政策空间在不断扩大，2010年不断提倡的“五跨”即跨地区、跨行业、跨所有制、跨媒体、跨国，其中就赫然有“跨媒体”一条。书号改革也明示了这一管理理念，提出向改制先行单位优先配置资源也凸显了这一管理趋势。社会主义市场经济的要义之一是优化资源配置，在严格执法的前提下发展生产、拉动消费，从而解放和发展社会生产力，这也是业界有志有识有为者的强烈愿望。就传媒产业发展常态而言，应当鼓励和支持在守法和创意的前提下跨媒体，给肯干事、能干事、会干事、能干成事的出版传媒企业鼓鼓劲，给“号”松松绑，而不是为若干“灰色地带”留下空间，人为

地制造好多“暧昧”故事。这也是近年来出版改革取得成功给业界的重要启示。即，让该明朗的明朗化，让该浮出水面的浮出水面，让该解放的出版生产力得以充分释放和解放。

传媒产业是一个值得十分关注的知识经济产业，生产链、学习链、营销链等构成的产业链既长且坚，可为中国现代出版产业转型升级提供若干新的可能，可使中国现代出版业真正走上一条科学发展之路，值得业界高度重视。

我们应当致力于追寻和把握创意产业新向度，谋求转型升级，致力于改变发展方式。

创意产业的风潮正席卷全球，近年来中国的创意产业也呈风起云涌之势。无论从“软实力”还是“大产业”的视角去看，创意产业都正在成为这个时代的“显学”。问题绝不在于能否贴上“显学”的标签，绝不止于其学理性探究，而是，从中国现代出版产业的发展而言，从整个国民经济发展方式的指向而言，从社会主义市场经济的逻辑走向而言，创意产业都特别值得业界高度凝注，凝神凝思，并为之穷心竭力。

其实，不管是就传统出版业来说，还是就本文所说的阅读产业、传媒产业而论，其本义、本质都指向创意产业。出版产业、阅读产业、传媒产业是知识经济的重要组成部分，其重要、主要资源便是人类的创意，大大小小，形形色色，“矿藏”丰富，只要“开发”有方有力有度，便可取之不尽、用之不竭，由此构成其生产、传播、销售、消费、再生产的完整产业形态，由此构成当代世界新的生产方式和新的生活方式的重要参数。特别是当社会物质生活水平得以相当提升之后，创意产业的地位十分凸显，功能尤其强劲。这也是中国政府这些年一个极其重要的着力点：文化产业、文化建设与创意、创意产业密不可分，或者说，创意、创意产业，正在成为文化产业的强大发动机、助推器。

随着近年来中国出版业体制改革，特别是集团化规模化的推动，中国出版业日益进入市场经济的运行轨道，蕴藏的创意力量正在业界厚积薄发，不断爆

出绚丽景观。人们突然惊奇地发现,在创意产业的天地里,一部文字作品、一种传统纸本出版品,原来竟有偌大的能量,炫目惊心,乃至“震古烁今”。一本书只是一个肇始,拍电视、拍电影、做主题公园,外加做学具、玩具、光盘,外加售卖知识产权,纸书在中国现代出版产业的格局中,在创意产业的框架之内,正时代性地被抻长拉宽推高,其维度早非一维而为三维四维,空间无限。中国现代出版产业心仪已久的“好莱坞式”产业之梦终于初尝圆梦之喜,当然,前路正长。

毫无疑问,创意产业是传统出版业升级转型、转变生产方式的一个重要途径,一个重要向度。站在“十二五”的起始点上瞻望未来5年乃至更长时间,总体而言,我们应当及早清醒,及早介入,有条件的尤应进一步创造和利用条件,试水涉水。特别是有条件的大型国有企业,在这方面应当毫不犹豫地和一些捷足先登者包括民营文化公司学习,当然,更应向业外、国外的先行者学习。

出版产业、阅读产业、传媒产业、创意产业的一个共同点都是内容产业,在现代出版业的大框架内,一个共同的核心是创新。而创新离不开对于版权、知识产权的保护。这几年,这一特征愈益明晰,特别是在载体越来越多、传播越来越快的当代,尤其如此。要十分重视内容的苦心经营,直至“吟安一个字,拈断数根须”,直至“语不惊人死不休”,直至“惊天地,泣鬼神”,出神入化,无与伦比。要十分重视尊重知识、尊重劳动、尊重创造,坚决打击盗版侵权,反对各种形式的巧取豪夺。同时,要十分注重统筹协调版权保护与开发使用的关系,使精美的内容、创意惠及更多的大众,造福人类。从这个意义上说,我们还要十分关注版权及相关产业。从这一意义上说,这也当是中国现代出版产业的一个新坐标、新向度。

当今世界仍处于激烈变化之中,充满了变数和不确定性,政治家、人类学家、社会学家、经济学家、未来学家各色人等,各有不同的观察。但有一点则是共同的,即,都看到当代中国在大步前进这一事实。而我们要说,我们必须面对包括中国现代出版产业在内的中国文化产业正大步前进的事实。大激荡、

大分化、大整合、大改组、大重组，体制变革的力量、资本和市场的力量、技术进步的力量、内容创新的力量，纵横交织，互为经纬，这就是 2011 年到来之际中国书业的现实。另一个现实是，中国书业在经过 30 多年改革开放的时代变迁之后，早已“物是人非”，早已不是我们多年习惯了的书业：我们必须面对“调整产业结构，改变发展方式”这样一个时代任务，必须坚持该坚定不移坚持的，比如内容坚守、内容建设，比如多出新品多供精品，比如尊重文化逻辑、追求文化价值，与此同时，必须改变该改变的，面对该面对的，尤其注重“调整产业结构，改变发展方式”的新的产业向度，开拓创新，与时俱进。当然，一切都应按“解放思想，实事求是，一切从实际出发”的总原则进行，因地制宜，因单位制宜，因事制宜，因时制宜，不能搞“一刀切”，而应秉持创意、创新、创造的精神，奋力进取，共创共赢。这是摆在业界面前的不二选择，这也是《中国图书商报》多年来特别是近年来全部媒体运动的不二选择，以及在新年之际和业界共同观察中国现代出版产业新坐标、新向度的根本动力所在。

孙月沐

（中国图书商报社长、总编辑）

2011 年 3 月 3 日

目 录

前言:追寻中国现代出版三大产业新向度 · 1

第一编 年度特别专题:2011 中国书业 11 问 · 1

第 1 章 2011 中国书业环境 11 问 · 2

第 2 章 2011 中国书业分销 11 问 · 18

第 3 章 2011 中国书业三大出版 11 问 · 34

第二编 年度书业大势大事 · 53

第 4 章 2011 高端调查显示:成本销售双升,
改制开局显效 · 54

第 5 章 8 大热词盘点 2010 书业潮事 · 60

第 6 章 2010 中国书业大势大事 · 66

第 7 章 2010 出版集团主题词搜索 · 77

第 8 章 2010 跨区域联合频亮剑 · 90

第 9 章 2010 营销先锋盘点 · 94

第三编	年度书业焦点热点 · 105
第10章	产业重组模式渐显成效待估 · 106
第11章	发力阅读器须直面几重隐忧 · 112
第12章	三问数字出版标准之“乱象” · 117
第13章	传统出版社登录 iPad 平台 步伐加快 疑虑尚存 · 122
第14章	教材教辅全面下滑? 电子书 全面飘红? · 125
第15章	民营批发转型路在何方? · 128
第四编	年度产业细分行情报告 · 133
第16章	2010 大众出版细分领域实力版图 · 134
第17章	2010 教育出版细分领域实力版图 · 144
第18章	2010 专业出版细分领域实力版图 · 155
第19章	2010 年 11 大出版风潮 · 170
第20章	书业全品种出版时代来临? · 180
第21章	网络学习产品密集上线考验 市场接受度 · 187
第22章	大学社大众书品牌成长迅速 · 191
第五编	年度书业数据调查分析 · 195
第23章	2010 全国出版能力再绘新版图 · 196

第 24 章	十年出版品种结构格局悄变 (2000~2009) · 215
第 25 章	销售排行凸显产业新格局 · 231
第 26 章	京沪穗“蚁族”阅读调查发现 · 242
第 27 章	抽样调查全国公务员群体阅读状况 · 256
第 28 章	企业从业者阅读调查报告 · 267
第 29 章	事业单位人员阅读:左手职业右手休闲 · 277
第 30 章	乡村调查写作:直击农村和 农民生存状况 · 285
第 六 编	年度新媒传媒趋向 · 291
第 31 章	2010 新媒体 10 大热点事件 · 292
第 32 章	版权合作已非王道 · 301
第 33 章	数字化:悲观走向乐观 · 305
第 34 章	平板电脑=数字化未来? · 310
第 35 章	“围脖”加身,众门户跨入微博时代 · 314
第 36 章	互联网的“团”生意 · 319
第 37 章	互联网巨头,加速开放平台 · 323
第 七 编	华文与海外出版 · 329
第 38 章	2011 美国书业走向 8 大猜想 · 330
第 39 章	电子书版税之争孰是孰非 · 335

第40章	数字化产品已影响欧美出版巨头 销售业绩	• 341
第41章	未来5年美国教材数字化走势预测	• 347
第42章	“代销”胜“零售”，电子书进入出版社 定价时代	• 353
第43章	香港图书市场2010回顾及2011展望	• 357
第44章	2010台湾出版8大现象	• 363

后记	• 373
----	-------

第一编

年度特别专题·2011中国书业11问

刚刚过去的 2010 年,可谓承前启后的关键年份——新闻出版总署《关于进一步推动新闻出版产业发展的指导意见》,为书业中长期走向指明了路径;全行业确立了从出版大国向出版强国跨越的奋斗目标,并开始付诸实践;收官“十一五”谋划“十二五”;书业市场化、资本化、国际化的趋势进一步凸显,风起云涌的兼并重组潮中,大型战略投资者的雏形渐显;数字大潮席卷而来;世界经济形势复杂多变……很多困扰书业的深层次矛盾逐步得以解决的同时,又派生出新的难题——无序竞争仍在一定范围内表现尤甚,诚信经营路长且艰,阅读需求被新技术新媒体分流,重复出版、跟风出版未有根本扭转……2011 年,书业环境、书业生态将发生哪些改变?如何破析那些久悬难解的书业“哥德巴赫猜想”?我们一同提问,一同思考,一同求解。

1.1 CPI 持续走高对书业 2011 年的发展将产生哪些影响? 未来书价走势如何?

国家统计局 2010 年 12 月公布的经济数据显示,2010 年 11 月居民消费价格(CPI)同比上涨 5.1%,创 28 个月来新高。2010 年原材料价格上涨和供求不平衡的问题尤为突出,纸价、印刷工价、物流费用、人力成本、稿费、版税等都进入了上升通道。中国社会科学院经济专家预测,2011 年价格上涨的压力会有所增强。年末几大图书销售网站的“价格战”,也把书价、行业规范等话题再度推上风口浪尖。

中国新闻出版研究院出版经济研究室主任张晓斌认为,CPI 上涨肯定会