



忠实记录了世界出版业的巨大变化
审视全球的出版趋势
深省自身的何去何从

出版业

The Business of Books

[美] 安德烈·希夫林◎著 白希峰◎译 杨贵山◎审校
(Andre Schiffrin)

卡夫卡的处女作只印了800本

布莱希特的处女作只印了600本

假如当初有人觉得不值得出版他们的著作

那世界会变成什么样子



机械工业出版社
China Machine Press

出版业

The Business of Books

[美] 安德烈·希夫林◎著
(André Schiffrin)

白希峰◎译 杨贵山◎审校



机械工业出版社
China Machine Press

André Schiffrin. The Business of Books.

Copyright © 2000 by André Schiffrin.

Published by arrangement with André Schiffrin.

Simplified Chinese translation copyright © 2005 by China Machine Press.

All rights reserved.

本书中文简体字版由André Schiffrin c/o The New Press授权机械工业出版社在中国大陆境内独家出版发行。未经出版者书面许可,不得以任何方式抄袭、复制或节录本书中的任何部分。

版权所有,侵权必究。

本书法律顾问 北京市展达律师事务所

本书版权登记号:图字:01-2003-4629

图书在版编目(CIP)数据

出版业 / (美)希夫林(Schiffrin, A.)著;白希峰译.-北京:机械工业出版社,2005.1

书名原文:The Business of Books

ISBN 7-111-13011-1

I. 出… II. ①希… ②白… III. ①出版工作-概况-美国
②希夫林, A. -生平事迹… IV. ①G239.712 ②K837.125.42

中国版本图书馆CIP数据核字(2003)第093252号

机械工业出版社(北京市西城区百万庄大街22号 邮政编码 100037)

责任编辑:殷红姣 颜诚若 版式设计:刘永青

北京中兴印刷有限公司印刷·新华书店北京发行所发行

2005年1月第1版第1次印刷

880mm×1230mm 1/32 ·5.875印张

定价:18.00元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

本社购书热线:(010) 68326294

投稿热线:(010) 88379007

自序

本书的初衷是探讨发生在全世界的媒体行业，尤其是书籍出版行业中的变化。正如我在书中指出的，近些年来，大型的跨国公司在各国出版业所占的份额不断增加，同时也涌现出了新一代的小型独立出版社。

自本书首次问世以来，我所提到的这股潮流仍旧没有减弱的迹象。在不同的国家，目前仅存的几家独立出版社的数目仍在不断减少。在英国本来还剩下四家比较重要的独立出版社，可其中最具有发展潜力的新闻界出版社（the Fourth Estate）已经被默多克帝国的哈泼柯林斯出版社收购了。双方合并后的第一个决定就是取消出版默多克传记的合同，因为这本书可能会说他的坏话。本书有几章专门讨论了审查问题，而这件事就是一个很好的例子。新闻界的出售给其他独立出版社带来了不利的影响。因为正是新闻界出色的销售队伍，才使英国许多小出版社，比如格兰塔（Granta）、普罗菲尔（Profile）以及维尔索（Verso，本书的出版社）等的书得以进入书店。而合并改变了这一切，这些小出版社不得不开拓新的销售渠道。可接下来英

国最大的瓦特斯通连锁书店又宣布小出版社必须提供更高的折扣，这简直是雪上加霜，因为这会严重地威胁它们的财务状况。它们向英国有关当局的上诉已经被驳回，截止到作者写作序言这段时间为止，未来局势仍不明朗。有趣的是，美国唱片业也出现了类似的情况：该国最大的高塔连锁店决定大幅度削减那些小型的传统唱片的库存。

在去年，法兰克福书展刚刚开幕，意大利菲亚特集团的里佐里出版公司（Rizzoli）就宣布并购法国的弗拉马里昂出版社（Flammarion），后者有着悠久的历史，它成立于19世纪，可算是法国独立出版社的元老。可在我所认识的法国及意大利出版商中，没有人能说清楚有什么编辑方面的理由可以支持这场并购。不过显而易见的是，虽然看上去不容易理解，但那种希望经营全球化、成为欧洲大舞台上的玩家并通过合并扩大势力的迫切愿望已经足以导致并购的发生。

在美国，时代华纳与AOL（美国在线）的合并马上产生了效果，速度之快让人咋舌。两者刚合并不久，《纽约时报》就宣布卖出利特尔·布朗出版社。显然，对新东家来说，这家出版社赚的钱不够多。坏消息还在后面。合并后的集团宣布，它们将改变CNN（美国有线新闻网）的定位，在此之前，它是美国少数几家全天24小时播放国际新闻的电视台之一。接下来CNN马上解雇了新闻部门的400名员工，把重点从新闻转向了娱

乐——或许我们可以说把重点转向了利润。显而易见，新成立的AOL—时代华纳集团在安然通过反垄断审查这一危险地带后，已经把目标放在比以前获取更多利润上。

而控制了法国1/3出版社的水务和出版公司维旺迪集团则再度出手，买下了美国最后一家大型独立出版社休顿·米福林出版社（Houghton Mifflin），美国独立出版社的名单上从此又少了一位。几乎没人会理解，为什么维旺迪竟花20亿美元购入一家与自己的综合类出版业务几乎毫不相关的教育书籍出版社。与此相映成趣的是，里德·艾尔斯维尔出版集团（Reed Elsevier）旗下的一个集团并购了哈考特出版社（Harcourt）。这次，里德·艾尔斯维尔出版集团的教育和参考类书籍的背景又开始让人担忧哈考特著名的小型综合类书籍业务是否还能得到保留。

我几乎可以断言，从现在开始到这本书进入书店这段时间，还会发生更多的此类合并。惟一不确定的是，自2001年初开始的经济衰退将放缓大型集团的合并速度呢，还是与此恰恰相反，将导致更大型的合并以及更多的裁员？

面对这一切该做何反应取决于各个国家的不同情况。本书出版带来的一大乐趣就是观察它在不同国家面市后所引起的种种争论。这本书最终将发行17种语言的版本，如日语、西班牙语、乌拉圭语、俄语等等。而每个国家的出版商和书商都会就

书中的观点进行辩论，表达各自的不同看法，并寻求新的解决方法。比如在意大利，遍及全国的书店都展开了大辩论，最终使意大利参议院通过了一个保护独立书店的法案。独立书店在此被定义为大部分收入都来自再版书的书店。在其他国家，有关折扣和书籍未来定价问题的辩论正进行得如火如荼。

但在某些国家，比如西班牙，也有人并不同意我提出的增加政府赞助的建议。在他们看来，同样的方法已经在电影工业中尝试过了，可结果只有裙带关系和更多的腐败。然而各国政府都必须找出合适的解决方案。应该没人会反对给学校和公共图书馆更多的资金，而这已经足以改善一下出版行业的经济状况，毕竟多少年来它们也从出版业中得到许多好处。

至于问题是否如我所说的那么严重，大多数国家都曾进行过广泛的讨论。整体看来，无论是书评作者、文学评论家还是独立出版商，大都认同我的分析。但在一些国家，也有部分在大型出版集团工作的人士虽然大体同意我的观点，却认为他们所在的公司尚没有受到相应的影响。当然了，我所说的变化在不同国家有不同的表现。和邻国比起来，法德两国的大型出版社所出版的知识性读物要多得多，但即便如此，读者的选择面也在不断缩小。在仔细研究过英美近几十年来的书单后，我几乎可以毫不犹豫地说是，这两个国家正在发生着巨大的甚至是永久的变化。

我和那些持不同意见者之间最大的分歧在于新技术的应用方面。有许多人想当然地以为，我所说的大部分问题都会随着电子出版的到来迎刃而解。可事实就摆在那里，到目前为止，我们仍无法让读者为网上的内容付费。斯蒂芬·金最近做了个实验，他学习狄更斯的做法，让读者按章付费阅读，结果失败了。由于愿意付费的读者人数急剧减少，他还是放弃了这一次尝试。下面的事实或许会有说服力：那些拥有广大读者的美国网络读物和政治杂志，比如《石板》(Slate)、《沙龙》(Salon)，都无法让读者掏出钱来。看看2001年3月9日《纽约时报》刊登的那篇详尽的分析文章就可以知道，人们本以为财源会滚滚而来，可结果却大失所望。再也没有哪份商业计划书敢夸口3年内达到10万订户并实现盈利了。尽管《石板》和《沙龙》每个月都有数百万的点击量，可就是无法让读者为此付费，所以它们现在已经在考虑发行印刷版了。虽然只有时间能证明这项措施是否有用，但上网看书显然不是个解决问题的好办法。

即便是最看好网络前景的人似乎也没有意识到，图书成本的最大部分不是来自后期成千上万本的印刷，而是来自它的前期投入。为了让一本书最终问世，作者可能要花几年的时间，这期间他既需要资金援助，也需要编辑帮助。我现在依然记得，就在我即将离开潘塞恩图书公司的那一年，我们有两本书入选了《纽约时报书评》的年度十佳图书。它们是伊恩·吉布森为

Lorca写的传记，以及卡梅伦·沃茨描写第二次世界大战起源的历史巨著《战争如何来临》(How War Came)。出版社都是20年前就已经和作者约好了这两本书。作者在这么长的时间里当然需要大量的资助，可出版社只能基于对未来销量的预期来向他们提供资金。即便是大学出版社，如果遇到赞助基金告罄这种情况，也只能面对电子学术文章的编辑工作徒唤奈何。把书通过书店和邮局一本一本地卖出去来收回成本是件非常困难的事，那种认为作者只需要坐在电脑旁把文字输进去就万事大吉的想法是不切实际的。

新技术的应用现在还只是刚刚开始，将来很有可能会出现解决这些问题的崭新方法。可对那些印刷版就不大赚钱、电子版只会亏钱的图书，问题依旧是：我们是否应在它们身上投入足够的时间、精力和金钱？这类图书往往是对人类最重要的图书，也往往是受威胁最大的图书。当然，这也正是我在这本《出版业》里要讲的内容。至于书中的分析是否有说服力，那就完全要靠读者自己来判断了。

上文中我曾提到《出版业》将在多个国家发行。这都要归功于我们的海外代理机构的出色工作，它们的投入已经远远超出了我们那点菲薄的预付款项，对此我要表示真诚的谢意。我还想单独提一下厄休拉·本德。自新新出版社(The New Press)成立之初，她便负责我们在德国的业务。如果不是她的种种努

力，就不会有德国出版社发行这本书，我们也不会取得许多其他的成就。早在她在潘塞恩图书公司做我的出版助理期间，她就为公司的发展做出了巨大贡献。我们出版的图书中，有许多都得益于她在市场营销和版权方面的出色能力。我之前在强调潘塞恩图书公司取得的编辑成就时，忽视了她所应得的巨大功劳，所以我要在这个迟来的谢辞中，向她表达我深深的歉意以及无尽的感激。



1960年，兰登书屋（Random House）合并了老牌的阿尔弗雷德·克诺普夫出版社（Alfred A. Knopf）。当时这条消息登上了《纽约时报》的头版。美国司法部长看到后，特地给兰登书屋的负责人贝内特·瑟夫打电话过问此事。在得知两家出版社合并后的市值还不到150亿美元、市场份额还不到总销量的1%后，部长对这条新闻竟然被报纸如此重视感到奇怪不已。但就在最近，《时代》杂志的封面和世界各大报纸的头版都刊登了一则类似的新闻。美国在线（AOL）与时代华纳的合并不只是头号新闻这么简单，没有人会怀疑，在公司对媒体的控制史上，这笔价值1650亿美元的交易代表着一个重大的转折点。可这一次，司法部长办公室却没有再打电话过来。而且还有种种迹象表明，这笔交易将不会受到反托拉斯法案的阻碍。

要想知道小小的图书出版业务在AOL的这次购并中所占的地位，你需要仔细地阅读，才能在新闻的后半部分找到这个确切的数字：110亿美元。而美国每年图书的总销售额是230亿美元。一家公司的市值已经远远超过了整个图书市场，可见图书

出版业务几乎要被大型媒体集团彻底吞没了。(AOL合并案的总值是美国2000年全年图书销售总额的7倍还多。出版业务在整个媒体业的份额日益缩小了。)

几乎每个星期都有新的并购发生。在过去的几个月内，鲁珀特·默多克旗下的哈泼柯林斯出版社买下了赫斯特出版社(Hearst)的剩余业务，使威廉·莫罗出版社(William Morrow)和艾旺图书公司(Avon Books)成为新闻集团美国分公司的新资产。合并刚过两个月，哈泼柯林斯就将莫罗出版社的200名员工裁掉了80人。随之它又宣布将和西蒙-舒斯特出版社(Simon & Schuster's)共用仓库及其他设施，这使得人们纷纷猜测这两家的合并也指日可待了。在同一座城市内，德国的贝塔斯曼公司(Bertelsmann)则开始对庞大的公司进行精简，它辞退了大批高层经理，并取消了企业内部那些原本相互重叠的部门。此外，它还正在进行谈判，希望自己原来由“图书协会”管理的书友会与时代华纳公司的“每月一书俱乐部”合并。现在，五大集团已经控制了美国图书销售市场的80%。在1999年，最大的20家出版社已经占领93%的市场，其中最大的10家则拿去了全部收入的75%。

在所有媒体集团中，时代华纳当属老大，它拥有利特尔·布朗出版社和每月一书俱乐部，销售额达到310亿美元。排名第二的是迪斯尼公司(Disney)，它的旗下是希伯伦出版社

(Hyperion)，销售额为240亿美元。其次则是维亚康母/哥伦比亚广播公司，它目前仍是西蒙-舒斯特出版社的东家，销售额是190亿美元。之后是贝塔斯曼公司，它的销售额是160亿美元，其中的34%来自美国的图书和音乐销售。默多克的新闻集团则是五大巨头中的小老弟，销售额是140亿美元，其中有7.64亿美元来自它的哈泼柯林斯出版社。

这些媒体帝国的发展速度异常惊人。在1988年的时候，迪斯尼公司的收入还不到30亿美元，其中大部分来自它的电影和主题公园。而时代公司当年的收入是40亿美元，华纳公司30亿。当时的维亚康母则只有区区6亿。它们的成长在很大程度上要归功于无数的购并，可正如我们看到的那样，这也让独立出版社的数量日益减少。

看来，大公司的增长似乎会永远继续下去。既然它们现在已经深入到美国人生活的各个方面，我们是该考虑一下它们对未来的长远影响了。我们亲眼目睹的这一切，究竟是换汤不换药的老一套，还是某种全新的事物？它会彻底改变我们的阅读方式吗？它会让我们看什么样的书呢？要知道，美国去年出版了7万种读物。这难道还满足不了所有读者的口味吗？

大型的出版社很早以前就有了。在19世纪，图书也有很大的销量。而且，那时的人均购书数量还常常会超过今天的数字。可出版行业的事情并不是几个数字这么简单。不管出版的是小

说还是其他著作，重要的是看书中包含了什么内容，向读者提供了什么选择，表达了什么新的观念。这个日新月异的行业也让我们注意到阳春白雪和下里巴人的关系问题。而且，出版社自己是怎么适应这场变化的？这对那些出版界的业内人士又产生了哪些影响？

当然，如果我写书时手头能有大量研究资料作为具体变化的佐证，那就再好不过了。可惜的是，有关美国出版史的书寥寥无几，仅有的几本，也大都是泛泛之言。此外，还有一些英美著名出版人的传记，以及描述出版社历史的书，不过数量少得可怜。这其中不乏好书，比如尤金·埃克斯曼有关哈泼斯出版社（Harper's）的著作，不仅内容生动，而且异常坦诚，实在让人钦佩。可其余的书往往通篇都是溢美之辞，纯属美化形象之作。所以，在很大程度上，这本书都是取材于我在出版界的亲身经历。我还和美国及其他国家的许多同事谈过话，了解了出版界的这场变革给他们各自的职业带来的种种变化。

这本书主要描述了这半个世纪以来，美国出版业发生的变化。虽然同整场变革相比，这只是很小的一部分，然而，却是很具有代表意义的部分。故事要从20世纪40年代初期讲起。那时，我父亲雅克·希夫林与其他流亡者一道，在纽约开了家小出版社，就是潘塞恩图书公司（Pantheon Books）。在之后的20年里，这家独立出版社把许多欧洲的著作引入了美国。我在书里也提

到了，由于机缘巧合，我后来走上了和父亲同样的道路。我在潘塞恩图书公司工作了三十多年，其间不仅目睹了独立出版事业的成败得失，也目睹了出版社自身最终如何消失。近年来的众多事件表明，发生在潘塞恩图书公司身上的故事并非个别，在这一点上，许多人当初的想法都是错的。现在，相同的模式已随处可见，而它作为该模式的一个早期实例，仍值得我们关注。

我在去潘塞恩图书公司之前，曾在新美国文库出版社（New American Library）工作过。它是家大型的平装本大众读物出版社，英国的企鹅出版社是它的幕后老板。这段经历让我对英美两国大众出版市场的变迁有了更深的了解。我想这段变迁自会在大众文化史中占有它的一席之地。10年前，我离开了潘塞恩图书公司，自己开办了一家小型独立出版社：新新出版社。它初期的成功表明，除了大公司控制下的出版社，我们依然有别的选择。

. . .

长期以来，无论在欧洲，还是在亚洲，出版传统上都被看做是一项和知识及政治有关的职业。出版商对自己的本事也很自豪，因为他们不但能赚到钱，同时还能出好书。可近年来，

由于出版社换了新的主人，这种平衡被打破了。现在的出版社，老板的惟一兴趣就是赚钱，赚更多的钱。许多人都认为，在引进娱乐业的那套做法后，出版业很可能变成第二个娱乐业。看看那些畅销书，除了享受生活，就是名人轶事，以前的知识性和艺术性几乎荡然无存，这体现的完全就是娱乐业的标准。

在20世纪上半叶，认为读者只需要娱乐性内容的观点并没能一直占据上风（尽管20世纪30年代乔治·奥威尔的《1984》以及20世纪40年代奥尔德斯·赫胥黎的《美丽新世界》，都认为未来社会就是这个样子）。在那个时代，还是有许多出版商清楚地意识到，让更多读者接触严肃作品就是他们肩负的使命。第二次世界大战期间，出版业也为战争尽了自己的一份力量。它把人们动员起来，并把欢乐带给士兵和劳累的工人们。之后的出版业对社会一直保持着乐观的态度，但冷战开始后，大部分出版社也跟随其他媒体的行动，在这个日益两极化的世界中划出了一条楚河汉界。

冷战结束了，可无论是出版业，还是其他媒体，在文化方面却两手空空，一无所获。因为美国对共产主义世界和第三世界已经毫无兴趣，而一旦失去了好奇心，就不可能写出什么巨著。美国的意识形态也发生了变化，过去和前苏联对抗的西方民主已经风光不再，取而代之的是市场至上。我们相信市场的力量，相信它能统治一切，相信它能让世上所有的价值观为之

臣服，我们还把它看做是消费者民主的一种体现。所有这一切都深深地影响了出版业。

毫不夸张地说，出版业在过去10年中经历的变化比它在上个世纪经历的全部变化都要多。虽然它们大都发生在英语国家里，但在未来数年内，其他国家极有可能走上同样的道路。仅仅几年前，大部分出版社还都是家庭式的小企业。它们认为自己的职业与人们的知识和文化生活息息相关，所以只要有钱赚，它们就已经心满意足了。可近几年来，它们却突然面临着一个两难抉择：要么出娱乐性书籍赚钱，要么出严肃性书籍赔钱。因而，如果现在某本书的观点新奇、富有争议或者表达了不同的看法，就很难在市场上找到立足之地。

本书对变化的过程有更详细的描述，现在呢，还是先让我们来看看这个产业的规模到底有多大。传媒业在美国的经济中占有举足轻重的地位，它所创造的出口金额仅次于航空业。而考虑到军方在美国航空业发展史中扮演的主要角色，我们可以说，传媒产品是美国最大的民间出口商品。美国国会图书馆认为有约5万家公司从事出版行业。其中的5%，即2600家公司，得到了行业协会美国出版商协会（Association of American Publishers）的认可。美国1998年的图书销量几乎达到25亿册，获得了230亿美元的收入，这远远超过任何一个西方国家。可书出得多，不代表内容会更丰富。事实恰恰相反，越来越多的书