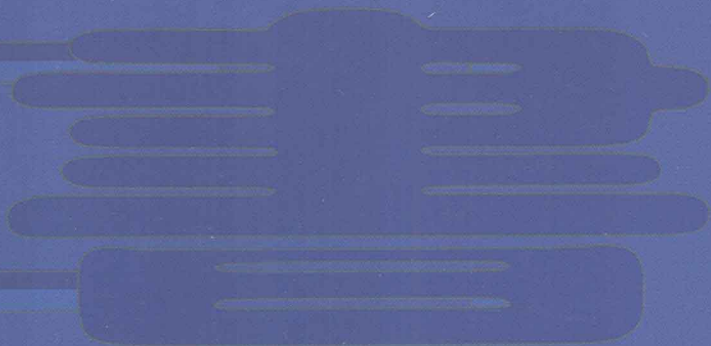




书业权威媒体
纵览年度风云

年度权威发布
聚焦年度热点

现场权威记录
透视年度事件

中国书业年度报告

ANNUAL REPORT ON THE PUBLISHING INDUSTRY IN CHINA

(2008~2009)

孙月沐 主编



商务印书馆

中国书业年度报告

(2008~2009)

孙月沐 主编

商务印书馆

2009年·北京

图书在版编目(CIP)数据

中国书业年度报告. 2008~2009/孙月沐主编. —北京:商务印书馆, 2009

(中国图书商报·中国书业书系)

ISBN 978-7-100-06624-2

I. 中… II. 孙… III. 出版工作—研究报告—中国—2008~2009 IV. G239.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 042889 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(2008~2009)

孙月沐 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 978-7-100-06624-2

2009年4月第1版

开本 787×960 1/16

2009年4月北京第1次印刷

印张 25%

定价: 55.00 元

前言

《中国书业年度报告(2008~2009)》如期又与大家见面了。以年度报告形式来回顾、梳理上一年大事大势,同时猜想新一年的可能走向,总会让人不免生发诸多感慨。而检阅中国书业这一以记录历史、传播文化、推动交流、拉动经济、培育心灵的事业和产业的年度表现,具体到2008年,则感喟尤多。中国书业历史上第一次在同一年份同时面对涉及国内外经济、政治、文化、社会与民生等一系列重量级的主题:“3·14”事件、“5·12”汶川地震、北京奥运、纪念改革开放30周年,还有席卷全球的金融海啸,这些加深了人们对出版事业、出版产业性质与功能的认识。文化的力量不仅凝聚着民族精神,同时也是一个国家综合竞争力的重要支柱;文化的力量不仅是国家软实力的重要指标,同时也是国际交流合作与竞争的重要砝码。而在当下面对金融危机引发的全球经济下行的环境下,认真研究并把握文化产业可能出现的自为性、反经济周期性等“亮点”及其弱势和劣势,体味其中的规律并适时“做多”、逆市成长,更是包括书业在内的文化产业界人士的共识。

至少有三个理由支撑着我们做好这部书业年度报告,加深我们对编辑这样一部年度报告必要性的认识:一是它的历史存照性在过往的2008年得到了生动且深刻的验证。中国书业需要立此存照以便回味不平凡的2008,研究者需要这样一部全景式、实证性的产业纪年档案。这部年度报告中的每篇文章,从不同的侧面一一记录着2008年中国出版传媒产业改革发展的每一个进程。

这种史料性、实证性,恰是其他论文式、学术性的年度文献所不能替代的。这正是我们从开始就明确了定位与追求。二是业界的期待和反响给了我们极大的鼓励。不断有来自出版传媒业主管部门、出版集团、发行集团、出版社和新华书店,民营书业策划机构,教学研究单位,以及像上海世博会这样的相关大机构给予反馈,认为这样一部《中国书业年度报告》是了解中国书业界年度发展全貌的一条权威便捷的途径。读者一册在手,不仅可以掌握中国书业年度改革发展的动态,而且可以了悉当年所有的业界焦点热点话题,知道中国书业界人士在想什么、干什么。三是与书业改革发展同步的书业资料库建设前景令人欣喜。这部年度书业报告大量鲜活的案例和足以建立起庞大数据库的一手书业市场数据,为业界提供了翔实、有力的年度书业资料。现代书业需要大量的书业调查和市场数据分析作为内容生产和发行营销的重要参考,这部报告正好有志于此,我们希望,它既可以为出版产业生产经营服务,又可以不断培育出版学科朝调查、实证的方向发展。作为“中国图书商报·中国书业书系”的年度性出版项目,打造成中国书业案例式、数据化、年鉴型与研究性相融合的年度报告品牌,一直是编纂者孜孜以求的目标。

2008年初始,中国图书商报更加提倡在书业报道中贯彻主流化、专业化、精品化、新闻化、实用化的思想,主打“影响力”,由此继续夯实、提升中国图书商报这几年积极、深刻的变化而奠定的中国书业权威传媒(权威书业专业传媒、权威书业商务传媒)地位。这部报告内容从一定程度上反映了我们的追求。但限于篇幅,同时也为了更加突出出版产业动向和大势的特性,我们在编辑这部年度报告时,与上年度相比框架上做了一些调整。首先,增加了“年度特别专题”一编。这不仅是因为2008年的重大主题、重要事件此起彼伏,还因为一些相关主题、事件的意义又绝不只局限于当年。像“纪念改革开放30年”的主题就是一个典型。其次,将去年报告中“产业环境变局”部分具象到“年度书业大事大势”和“年度焦点热点”上来,欲使书业的脉络走向更为清晰有力。再次,年度论坛和产业观察一类的思辨性、论说性文章,尽管很有学术价值和

思想分量,亦不再单独收录,一来为了节约篇幅,二来是想更鲜明地有别于其他学术研究性为特点的年度文献。最后,“产业细分市场”的板块,侧重选取最具代表性和最新的趋势性综合分析报道,而不是面面俱到、条分缕析。这样做的好处是,让读者更自觉地进入中国书业的主干道上,而不致沉迷于书业越分越细的产品线中,尽管产品线特别是类型产品线也是我们一直关注的对象。

值得特别说明的是,这部年度报告中,我们特地将对2009年书业走向的猜想做了重点设计并纳入报告之中,体现了跨年度和前瞻性。此举更有意义的是,它给人们一个提示,所有的年度都不是孤立的,而是上年和下年串联起来的环扣。我们试图从这样的视角来诠释年度报告的价值与功用。

还有一个想说明的问题是,同样限于篇幅和为了突出出版产业主体,我们没有把2008年中国图书商报重点着力的阅读推广、传媒新媒的细分内容更多地放入其中。这并不代表我们忽略了这些重要的出版产业链条。等下一步条件成熟,仅就阅读推广、传媒新媒,都可以单独编列出各自有价值的年度报告。

一年的时光似乎漫长但又何其短暂。新一年转瞬即至。到再出下一部年度报告之际,我们一定又有新的呈现,一定会有新的感悟。且让我们一起来憧憬和期待。

孙月沐(中国图书商报社长、总编辑)

2009年3月31日

目 录

前言 · 1

第一编	年度特别专题:30年中国书业烟云激荡 · 1
第 1 章	改革开放 30 年给新闻出版业带来什么 · 2
第 2 章	出版发行体制改革 30 年回望 · 13
第 3 章	30 年中国书业产销大势 · 26
第 4 章	30 年中国私人阅读史:一个长期被人忽略的社会学研究课题 · 38
第二编	年度书业大事大势 · 43
第 5 章	中国书业 2008 年度新闻 · 44
第 6 章	年度中国书业趋向 · 51
第 7 章	出版集团年度表现 · 67
第 8 章	2009 书业分销八大猜想 · 80
第 9 章	2009 大众出版九大猜想 · 89
第 10 章	2009 教育出版四大猜想 · 96
第 11 章	2009 专业出版五大猜想 · 102

第三编	年度书业焦点热点 · 109
第 12 章	区域经济成出版产业新趋势 · 110
第 13 章	欧美 vs 中国:书业各展奥运商机 · 114
第 14 章	纸价震荡催化出版转型 · 121
第 15 章	大部制牵动出版资源再分配 · 126
第 16 章	新华书店如何迈过三道槛 · 130
第 17 章	“和平号”重组新装出海 · 134
第 18 章	苏琼新华联姻首尝“化学反应” · 137
第 19 章	寻味爱思唯尔数据库涨价风波 · 140
第 20 章	大学社第二批转制四热点 · 145
第 21 章	三问贝塔斯曼关闭中国连锁 · 149
第 22 章	教材免费推动出版公益转型 · 153
第 23 章	等级评估不合格社或将出局 · 157
第 24 章	“盛大文学”触动传统出版神经 · 160
第 25 章	新华书店如何应变免费教材的回款? · 163
第 26 章	实名申领终结“一号多书” · 167
第 27 章	金融海啸波及书业:危机 OR 转机 · 170
第 28 章	金融风暴影响下书业分销冷暖几何 · 175
第 29 章	业界瞩目改革发展配套新政 · 183
第四编	年度产业细分现象 · 189
第 30 章	新华分销新业态 · 190
第 31 章	听书出版四大基石 · 198
第 32 章	地方教育社教辅出版收复失地 · 202
第 33 章	公务员考试书市场三足鼎立 · 206

第 34 章	海内外同期出版模式渐兴 · 211
第 35 章	专业龙头社探寻大众化之路 · 214
第 36 章	职场书'08 逆势发力,'09 持续走强 · 218
第 37 章	年度营销趋势关键词 · 223
第 38 章	社办期刊走在上市路口 · 230
第 39 章	刊业年度最佳表现 · 234
第五编	年度书业数据调查分析 · 239
第 40 章	历史性检阅的数据化解读 · 240
第 41 章	中国电子图书发展趋势报告 · 246
第 42 章	高端人士放眼'08 中国书业 · 257
第 43 章	年度书业景气调查 · 260
第 44 章	谁是最讲信用的发行单位 · 264
第 45 章	产业大盘显现新格局 · 273
第 46 章	书业分销排定新座次 · 287
第 47 章	民营书业或显“围城现象” · 299
第 48 章	中外出版人最关注什么? · 305
第 49 章	中国期刊网络传播趋势报告 · 311
第 50 章	解码第二批转制大学社实况 · 317
第 51 章	2008 零售市场年度走势图析 · 327
第 52 章	谁是'08 书业细分市场领路者 · 336
第 53 章	年度中国大陆畅销书盘点 · 345
第 54 章	2008 年民营图书市场度报告 · 357

第六编	年度华文与海外书业	• 363
第 55 章	香港华文市场年度表现	• 364
第 56 章	2008 台湾图书市场又冷又挤	• 372
第 57 章	盘点 2008 英美书业现象	• 377
第 58 章	资本运营改写全球出版排行格局	• 383
第 59 章	金融风暴下的欧美书业	• 387
第 60 章	面临金融风暴,法国出版物销售逆市 上扬	• 393
	后记	• 397

第一编

年度特别专题：30年中国书业烟云激荡

□ 采访者：方 菲（商报记者）

■ 受访者：柳斌杰（新闻出版总署署长、国家版权局局长）

2008 年 1 月 8 日中国图书商报在 2008 北京图书订货会期间隆重推出“30 年”专刊，试图用 30 人、30 事、30 忆、30 图、30 改革、30 阅读、30 营销等串联起新闻出版业改革开放 30 年的轨迹。此专刊推出短短几天里，业内业外的反响如潮。1 月 18 日，中国图书商报再次推出对新闻出版总署署长、国家版权局局长柳斌杰的独家专访。全国数百家媒体予以了转载，在海内外引起了强烈关注。

1. 改革开放不仅对整个中国命运具有“历史性”、“抉择性”意义，对中国出版业同样具有“历史性”和“抉择性”意义

□ 胡锦涛同志在十七大报告和 2008 年元旦献辞中都讲到，改革开放是决定当代中国命运的关键抉择，是实现中华民族伟大复兴的必由之路，是党在新的时代条件下带领人民进行的新的伟大革命。这里把改革开放 30 年的伟大意义讲得非常透彻了。您怎样评价改革开放 30 年对中国出版事业的作用和意义？

■ 锦涛同志对改革开放伟大意义和作用的评价非常深刻，也非常准确。改革开放不仅对整个中国命运具有“历史性”、“抉择性”意义，对中国出版业同样具有“历史性”和“抉择性”意义。回想“文革”时期出版业的情况不难得出结论

论:没有30年改革开放,就没有中国出版业今天这样蓬勃发展、欣欣向荣的局面,也不会像今天这样对国际出版格局产生越来越大的影响。但是,总结30年出版业的改革发展是一个大题目,也是一篇大文章,不是几句话就能讲清的。我在不久以前也谈到过改革给出版业带来六个方面的变化:一是解放思想转变了工作思路;二是改革开放发展了文化生产力;三是创新体制营造了新的市场机制;四是实现了政府从办出版向管出版的转变;五是公共文化服务得到了加强;六是中国出版业正在走向世界。这是我们现在都能看得到的变化,可以给改革意义的深层次总结提供一个线索。

如果只用几个具体数字说明,那应该很简单,比如说到产业结构,从1978年到2006年,我国的出版社从105个发展到573个,增加4.5倍;报纸从186种,增加到1938种,增加9.6倍;期刊从930种,增加到9468种,增加9.2倍;说到图书产品,从1.5万种增加到23万种,增加14.5倍;印数从37亿册增加到64亿册,增加0.73倍;出版系统利润,从3.23亿元增加到46.49亿元,增加13.4倍。这些数字足以说明出版业30年发生了翻天覆地的变化。

但仅仅这些是不够的,总结30年,还需要进行深入的思考,还要探讨出一些规律性的东西。对改革开放30年来的经验进行科学的、实事求是的总结,对新闻出版业今后的发展将产生重要意义。这也是我们2008年的工作重点之一。在纪念新闻出版业改革开放30年之际,我希望整个行业都来参与思考和讨论,以便深化全行业对改革开放的认识。因为出版业具有意识形态特殊性,既要确保正确舆论导向,确保国家文化安全,又要推进出版业体制改革,这就使改革增加了难度,加大了成本,也无疑延缓了时间。

□ 如果只请您讲一点,您认为出版业改革开放30年给您印象最深的一点是什么?

■ 我认为是过程艰难、任务艰巨。出版业的改革是在整个中国经济体制改革大潮中被动进入的,实质性的改革是十六大以后才开始的,而且难度极大。由于出版业所具有的意识形态属性,使得出版业改革更加艰难,而且是渐

进式的,同经济社会改革拉开了一定的距离,比教育、卫生、体育、科技等改革都晚了许多年,从这就能看出难度来。

我国经济体制改革是从1978年开始的,是从农村“包产到户”、“包干到户”开始的。当时的改革首当其冲是为了解决吃饭问题,“双包”挑战的是农村集体经济体制。不久,人民公社解体,农业改革一步到位。但是,出版社的改革当时不敢触及体制,只是在经营方式上提出过“立足本省、面向全国”、“地方化、群众化、通俗化”一类改进方向,批办了一些出版单位,有了量的扩张。这仅仅是出版范围的改变,出版方式的改良,并没有牵动出版社体制。后来发行业开始连续推进“一主三多一少”、“三放一联”、“三建二转一加强”、“承包责任制”、“目标责任制”等改革探索,1992年以后开始探索组建出版发行集团,在性质不变条件下谋求更大发展。但与同一时期其他领域改革的深度相比有一定差距。

这是因为出版业具有意识形态特殊性,既要确保正确舆论导向,确保国家文化安全,又要推进出版业体制改革,这就使改革增加了难度,加大了成本,也无疑延缓了时间。像改革初期新华书店权力的放放收收,发行渠道的开开合合,出版社协作出版、自费出版、民营书业的起起落落,都是在探索中试验,为改革付出代价在所难免。

在其他经济领域,早在20世纪80年代中期就已经开始了资本的多元化整合。1990年代就解决了“姓社姓资”、“姓公姓私”的问题,社会主义的旗帜上有了市场经济,兼并、重组、跨地区、跨行业、跨所有制经营成为合法的市场活动。很多著名品牌都是民营、私营、合资企业创造的,不少非国有企业进入500强,有的成为上市公司。通过改革国有资本有进有退,国有企业焕发活力,大都相继完成股份制改造,或者上市融资,资本实力、生产能力、竞争能力都大大提高。而出版业在这方面则有“滞后”之感,大多数还在计划经济的模式中运行,市场主体、竞争能力尚未形成。

认识到这一点,有助于我们从出版业特殊性出发,努力寻求加快出版业改

革的办法和途径,使今后的改革之路走得更顺、更快、更好。改革开放30年了,如果我们还搞计划经济那一套,连跨地区、跨媒体经营都解决不了,实在无法交代。

2. 出版业改革发展进入快车道,是最近5年的事情。十六大以后,我国加快了改革步伐,党中央作出加快文化体制改革和文化产业发展的决定,也给新闻出版业体制机制的改革带来机遇。

□ 改革发展30年,这是一段很漫长的时间,受内外环境影响,也有自身发展规律,各个阶段发展并不均衡。有时曲折徘徊,需要政府助推;有时过快过热,需要宏观调控。就出版业而言,您认为发展最快的时期是哪一段?

■ 出版业改革发展进入快车道,是最近5年的事情。

为什么是这5年?大的前提说,是十六大以后,我国加快了改革步伐,党中央做出加快文化体制改革和文化产业发展的决定,也给新闻出版业体制机制的改革带来机会。当然就出版业而言,我想也像万事万物一样有一个水到渠成的过程。前面我说过,由于出版业的特殊性,为改革付出的代价超过其他行业,但是代价也是学费,我们从曲折徘徊中可能学到顺利情况下学不到的东西。锦涛总书记讲,我们党在改革发展中坚持了十个“结合”,其中第四个结合,“把坚持社会主义基本制度同发展市场经济结合起来,使经济活动遵循价值规律的要求,不断解放和发展社会生产力”。对出版业而言,就是如何将坚持正确健康的舆论导向与解放出版生产力结合起来。还有第八个结合,“把坚持独立自主同参与经济全球化结合起来”,强调我们既高度珍惜独立自主权利,又坚持对外开放的基本国策。对出版业而言,就是在全球出版激烈竞争环境中,既坚持中国特色新闻出版的发展道路,绝不“受制于人”,又要积极参与国际竞争,实施“走出去”战略,增强中国文化软实力的魅力和影响力。我觉得我们在这些方面已经积累了相当成功的经验,积蓄了相当丰富的能量,只等择

时而发。

另一个原因,就是国家经济实力的快速增长,已经有能力为特殊行业改革提供强有力的支持,其他行业深化改革的成功经验也会助推出版业。一个国家,当人均生活水平和社会物质消费指数达到一定程度时,文化需求和文化对社会的参与性与日俱增。当今世界,迫切需要名牌的文化产品、强势的文化市场,文化软实力是世界舞台上综合国力和竞争力较量的一个重要指标。我们国家充分认识到这一点,2003年,党中央、国务院决定启动文化体制改革试点,在所确定的35个文化体制改革试点单位中,新闻出版单位就有21家,占了近2/3。我们从体制创新入手,全面完成了出版、发行、报业改革试点任务,为出版发行体制改革向纵深推进提供了宝贵经验。2005年,新闻出版总署进一步明确出版发行体制改革的总体思路,重点抓了一批中央部委出版社、一批高校出版社、一批经营性报刊转企改制,推动了已转制企业的上市工作,继续推动所有出版单位深化改革,加快发展。

经过5年的努力,新闻出版体制机制发生了根本变化。出版方面23个集团已经或正在变成企业集团公司,100多家图书出版社改制到位,上千种经营性报刊转企改制,40多家报业集团实现企事分开,面向市场经营。29个省、自治区、直辖市的新华书店系统完成了转企改制,有些已经完成了股份制改造。出版物全国连锁经营企业已达29家,23个省级新华书店实现了省内或跨省连锁经营;全国建成10万平方米以上图书物流中心5个,年赢利水平千万元以上的10个;全国性民营连锁经营企业8家,民营发行网点达10万个,中外合资、合作或外商投资书报刊发行企业40多家;一批网络发行企业快速成长;出版传媒业上市公司9家,市值2000多亿,净融资达180多亿。

3. 经过30年的风风雨雨,又经过5年的快步前进,2007年的确是出版业改革历史上重要的年份。兼并重组、上市融资,应该是2007年中国出版业两个重要的关键词。

□ 2007年您在十七大期间接受国内外媒体采访时,透露两个重要信息:一个是国家允许已经完成股份制改造的出版传媒企业整体上市;二是国家通过集团化、股份制改造、企业重组等方式,培育出版传媒方面的集团公司作为市场竞争主体和战略投资者。我认为这两点也是2007年出版业改革最精彩的篇章。您刚才讲的最后5年改革步入快车道,那么能不能说,5年中的最后一年,2007年又是改革取得成果最丰盛的一年?

■ 改革成果日积月累,渐进发展,总有一个量变到质变的过程和集中显现的时期,这也是事物发展的正常规律。经过30年的风风雨雨,又经过5年的快步前进,2007年的确是出版业改革历史上重要的年份。你刚才提到的那两点,兼并重组、上市融资,应该是2007年中国出版业两个重要的关键词。

2006年7月总署出台《关于深化出版发行体制改革工作实施方案》,鼓励出版集团公司和发行集团公司相互持股,进行跨地区、跨部门、跨行业并购、重组,建立必要的经营性分支机构;推动有条件的出版、发行集团公司上市融资;大力发展连锁经营、物流配送、电子商务、信息管理等现代流通技术和手段;鼓励非公有资本以多种形式进入政策许可的领域等等。

兼并重组是出版业资源整合的高级形态,在我国更是涉及管理归口对接、组织架构融合、企业文化统一等多层面的问题。这里有观念问题、政策问题、时机问题、实力问题。

中国出版业的重组起步于上世纪末的集团化,那时是事业性质,不属于市场行为,属于“以行政力带动”的区域内的资源整合。在兼并条件尚不充分的时候,行政捏合只能是一种“试验”。有的出版单位“轰轰烈烈”搞过联合,但只能流于形式,因为没有“化学变化”。

2007年则不一样,出版业跨区域、跨行业真正的兼并重组是以企业为主体的市场行为,是有了实质性进展:深圳发行集团与海天出版社、江西出版集团与和平出版社、吉林出版集团与中华工商联合出版社、江苏新华发行集团公司与海南新华书店等兼并重组,都是以资产为纽带的企业重组,市场化了。这