

主编 辛广伟 魏玉山

2002 年 世界华文出版年度观察

GLOBAL CHINESE PUBLICATIONS SURVEY IN 2002



华文出版社

2002 年世界华文出版年度观察

主编 辛广伟 魏玉山

华文出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

2002 年世界华文出版年度观察/辛广伟、魏玉山主编 .
—北京: 华文出版社, 2004.5

ISBN 7-5075-1664-4

I .2… II .①辛… ②魏… III . 中文—出版物—
出版工作—简介—世界—2002 IV .G239.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 029993 号

华文出版社出版

(邮编 100800 北京西城区府右街 135 号)

网址: <http://www.hwcbs.com.cn>

网络实名名称: 华文出版社

电子信箱: hwcbs@263.net

电话: (010) 83086663 (010) 83086853

新华书店经销

首钢总公司印刷厂 印刷

787 × 1092 16 开本 28.875 印张 490 千字

2004 年 5 月第 1 版 2004 年 5 月第 1 次印刷

*

定价: 68.00 元

顾 问：

于友先（北 京：中国出版工作者协会主席、全国政协委员）

吴修书（北 京：华文出版社社长兼总编辑）

王荣文（台 北：远流出版公司董事长）

林载爵（台 北：联经出版事业公司总编辑）

陈万雄（香 港：联合出版集团总裁）

陈松龄（香 港：天地图书有限公司董事长

香港书刊业商会会长）

陈雨润（澳 门：澳门文化广场总经理）

周曾鐸（吉隆坡：大众控股有限公司主席、董事总经理）

白振华（新加坡：新加坡胜利书业集团董事经理

前国会议员）

刘 冰（洛杉矶：前常青书局董事长）

潘立辉（巴 黎：友丰书店经理）

主 编:

- 辛广伟 (新闻出版总署图书司审读处处长、
《中国图书年鉴》执行主编)
魏玉山 (中国出版科学研究所所长助理)

特约编委:

- 陈信元 (台 北:前佛光大学出版研究所所长
台湾南华大学副教授)
李金莲 (台 北:《中国时报》文化中心副主任
《开卷周报》主编)
陈万雄 (香 港:联合出版集团总裁、香港出版总会会长)
尹惠玲 (香 港:商务印书馆总经理助理)
李宝华 (澳 门:澳门文化广场总经理助理)
王孔敬 (新加坡:胜利出版私人有限公司总编辑)
傅承得 (吉隆坡:马来西亚大将出版公司总经理)
刘 冰 (洛杉矶:前常青书局董事长)
赵 伟 (纽 约:前 Random House, Inc 资深编辑)
潘立辉 (巴 黎:友丰书店经理)

北京编委:

- 辛广伟 (新闻出版总署图书司审读处处长、
《中国图书年鉴》执行主编)
魏玉山 (中国出版科学研究所所长助理)
孙鲁燕 (中国出版科学研究所副研究员)
徐升国 (中国出版科学研究所副研究员)
赵春霞 (北京师范大学出版专业研究生)
韩文静 (北京师范大学出版专业研究生)



CONTENTS

目 录

第一编 年度重要文选

第一章 出 版

抓住机遇 深化改革

加快发展有中国特色的出版事业 (北京) 柳斌杰/3

华文出版市场的竞争与整合 (台北) 陈信元/12

我所感觉到的几个出版问题 (香港) 赵 斌/22

从“大众”到“新马港的大众”

——浅谈出版与零售在新加坡、马来西亚和中国香港的发展历程

(吉隆坡) 周曾镔/27

中文图书市场发展的大趋势

(上海) 祝君波/30

理解现代出版业

——兼析“日本出版大崩坏”

(北京) 程三国/40

台湾图书和杂志出版情况

(台北) 王荣文/62

一位英国教授眼中的中国出版业

——专访牛津国际出版研究中心主任保罗·里查森

(北京) 郑晓红 (英国) 保罗·里查森/68

我国图书出版产业的集中度和规模经济分析

(北京) 周蔚华/74

出版社宣传策划机构设置及其运作

(北京) 张福海/82

企业化:出版业产业升级第一步

(南昌) 张秋林 邱建果/95

畅销书十大营销技巧

(台北) 苏拾平/100

再谈中国图书零售市场进入畅销书时代

——中小出版社专业化、差异化的判断与呼唤

(北京) 孙庆国/105

“台湾宝贝”在大陆

——北京书展特别报道

(台北) 李金莲/115

国际巨头试水中国 中国书业接轨国际

——第九届北京国际图书博览会综述

(北京) 周建华/118

年年春风,拂面不同

——记 2002 年台北国际书展

(台北) 傅月庵/123

展示华文图书 促进市民阅读 香港书展人气旺销售好

(北京) 山 风/125

北京图书订货会:聚焦“加入 WTO”后的新状态

(北京) 黄国荣/127

2002 年台湾出版观察

(台北) 王乾任/131

他山之石可以攻玉

——欧洲出版业现代经营理念的启示与思考

(长春) 周殿富/139

21 世纪出版业的发展道路

(韩国) 李钟国/146

第二章 发 行

台湾诚品的“大陆攻略”

——诚品的 D 日

(北京) 宋迎秋/157

当前我国发行集团的产业化发展初探

(成都) 王 庆/162

警惕,“圈地运动”在书业物流建设中重演

(苏州) 吴培华/169

浅谈现今台湾连锁书店

(台北) 王乾任/177

一次假想的碰撞：西方连锁书商 VS 中国书城

(北京) 刘文杰 渠竞帆 王芳(协助)/189

Book Club 开拓新市场 (台北) 丁文玲/195

2002,出版业的黑暗期 (台北) 施沛琳/198

台湾杂志是否走向半月刊时代? (台北) 徐开尘/200

期刊发行即将进入职业化时代 (北京) 秦立德/202

国外图书连锁店经营综述 (杭州) 尤建忠/207

第三章 期刊、高新技术与出版

近五年来中国期刊市场风云概览 (武汉) 吴乐平/215

2002 年杂志市场概况

——杂志的十大现象 (台北) 简言喻/222

中国科技期刊发展的历史与现状 (北京) 张伯海/227

数码时代的当前要务

——知识重构与模块创建 (香港) 陈万雄/232

谈“e”时代图书行销的观念与做法 (台北) 林训民/236

2002 年网络书店市场概况：在逆势中成长的一年

(台北) 李令仪/242

新秋更欲浮沧海

——我国电子出版调查与综述 (北京) 史建华/247

网络监管与内容技术控制 (北京) 林 江/258

编辑学研究评述 (北京) 邵益文/267

构筑现代出版的职业化平台

——我国出版教育与培训现状及回顾 (北京) 魏玉山/279

台湾高等出版教育之现状与展望 (台北) 魏裕昌/287

第四章 出版人感言

我们是中国编辑

——《中国编辑》杂志代发刊词 (北京) 刘 杲/297

品牌与减法 (台北) 郝明义/300

“韦伯斯特”的诱惑 (沈阳) 俞晓群/302

进入学术图书的隧道	(北京)	刘苏里/304
书店还是可以开下去的	(上海)	严搏非/307
诚信社会的出版业	(武汉)	王建辉/309
穿越真相的文字的力量	(北京)	吴玉仑 吴会劲/311
畅销书的渠道开发与管理五人谈	(北京)	王一方 刘国辉 黎波 扈文建 辛继平/315

第二编 年度纪事与统计

世界华文出版业 2002 年度出版纪事(内地部分)	(北京)	孙鲁燕 韩文静/325
世界华文出版业 2002 年度出版纪事(海外部分)	(北京)	韩文静 韩华洁/338
2002 年中国内地新闻出版业基本情况	(北京)	新闻出版总署计划财务司/349
第六届国家图书奖获奖名单		/368
2002 年度《联合报》、《中国时报好书名单》		/374
2002 年度台湾畅销书排行榜	(台北)	金石堂书店/378
2002 年度出版的出版类图书书目	(北京)	赵春霞/382
2002 年度部分重要出版类文章选目	(北京)	孙鲁燕/387

第三编 行业基本联络资讯

世界主要华文出版社团简介	(北京)	刘蕾/397
世界主要华文出版媒体简介	(北京)	徐升国 熊妍妍 赵春霞/404
世界主要华文出版研究机构简介	(北京)	熊妍妍/424
世界主要华文书展简介	(北京)	刘蕾/430
世界主要华文连锁书店名录	(北京)	庞学栋/433
世界主要华文图书俱乐部简介	(北京)	赵春霞/444
海外驻华出版机构名录	(北京)	赵春霞/448

第一编 年度重要文选

第一章 出版

抓住机遇 深化改革 加快发展有中国特色的出版事业

(北京) 柳斌杰

抓住机遇、深化改革、加快发展有中国特色的出版业是我们的总目标,也是我们研究问题和制定政策的出发点。

一、服务大局,为十六大的召开营造良好氛围

服务大局对图书业来讲,不是一个口号,也不是一个套话。自从有了记录文字的载体以来,书都是同国家、民族利益连在一起的。图书出版,历来都是治国安邦的大事。书的历史,源远流长。在中国的历史上,很多重要事件,都与书密切关联,既有盛世修典,倡导著书、印书、授书、读书、用书的善举;也有过焚书坑儒,大搞文字狱、禁书、封书、查书、炬书的恶行。由此可见,出版业自古以来都和大局密切联系着。书籍是我们积累文化、储存思想、传播知识、教化公民、传承人类文明的重要载体。图书业本身又是一个产业,出版的内容是知识性的,有思想内容。但是图书的生产过程同其他产品的生产是一模一样的,我们不仅要设计、要策划,还要组织创作、生产、制作、加工、销售。因此,图书出版业既是重要的思想文化阵地,也是推动生产发展、社会进步,满足广大人民群众精神文化生活需求的基础产业。培养现代劳动生产力,传授知识离不开书;建设先进文化,推动精神文明建设离不开书;提高素质,不管是科学文化素质,还是思想道德素质,都离不开书籍的作用。所以,讲出版服务大局,不要把它当成一种套话去理解,它本身的性质决定了它必然和大局紧密联系。出版社的社长、总编辑,要落实政治家办社办刊的要求,以高度的责任意识、政治意识、大局意识做好工作,为改革发

展稳定服务。

当前我们一个重要的大局,就是迎接党的十六大、宣传十六大、贯彻十六大的精神,这是全国全党的一个大局。我们出版部门一定要通过自己的工作,努力为此大局服务,目前主要是营造团结奋进的舆论氛围。

第一,要深入学习、宣传、落实“三个代表”重要思想,进一步统一思想认识。“三个代表”重要思想,是我们党马克思主义中国化的一个新的里程碑,它从社会发展规律、党的执政规律和人类文明进步的规律出发,来阐述一个政党的基本纲领,是立党之本,执政之基,力量之源。人民群众是不是永远拥护党的领导,关键在于我们能不能做到“三个代表”,能不能始终代表中国先进生产力的发展要求、代表中国先进文化的前进方向、代表中国广大人民群众的最根本的利益。所以“三个代表”的学习、宣传、贯彻落实,是我们迎接十六大的一个重要的思想和理论准备问题。大家千万不要忽视,要放在统领一切工作的地位上。

第二,围绕十六大,策划组织出版一批能够唱响“三好”、体现主旋律的精品力作,特别是要完成好重点选题的出版任务。凡是有这样任务的出版社都要加强领导,加大支持力度,确保完成任务。我们确定了100种重点选题,在京出版社也承担了一部分任务。要充分地做好准备,及时地把这批庆祝十六大的重点图书高质量地推出来,为十六大营造良好的思想文化氛围。

第三,认真执行现行各项出版制度,提高政治责任心,严格把关,守土有责,保证在十六大召开的前后不出有错误内容的图书。对各种敏感的问题要提高警惕性,出现问题及时报告,把问题解决在萌芽之中。

二、深化改革,探索有中国特色的出版业发展之路

改革是一切事业发展的动力,也是我们出版业发展的动力。“中共中央办公厅、国务院办公厅”17号文件的出台,给我们整体推进新闻出版事业改革指明了方向,它对指导思想、基本原则、实施步骤都作出了明确规定,我们要按照文件精神去组织落实。

根据这个文件的精神,新闻出版总署制定了关于实施17号文件的细则和十多个配套文件。现在的问题,就是要按照这些文件的精神统一思想,按照总署所制定的实施细则来进行操作,抓好落实。

新闻出版业改革内容很多,目前主要集中在这几个方面:

第一,集团化的建设。集团化建设是目前改革的一个突破口,目的是要组织我们中国出版的主力军进入世界竞争。集团化怎样建设,集团怎样搞,得有一个标准。如果我们总共 566 家出版社,又搞了 566 个集团,那有什么用,那不就是一个翻牌公司吗?就像当年有的企业体制改革一样,把厂长换成总经理,把党委书记变成董事长,牌一挂,就算企业改制,过了两年发现是假改制,不解决任何问题,回过头来又重新改。我们不能搞这个。我们搞的是以资产为纽带,以强社为核心,体制机制一起改的有发展潜力的大集团。

第二,支持具有优势和特色的名社做大做强。除了组建集团外,还要关注和支持中小型出版社的改革和发展。特别是我们已经提出的内涵式发展的观点,要制定一套试点的规范,入门的条件要有一个标准。中小型出版社占全国出版社的 80%~90%,要对中小型出版社的改革从政策上给予更多的扶持和支持,中小型出版社重点是发挥优势,突出特色,不求大而求强。

第三,推广试点单位内部深化改革的经验。试点单位中有一些出版社改革意识强,进行了很多的探索,积累了内部深化改革的经验,要注意总结推广。因为改革是多层次的,总结经验要根据不同情况,分层次地进行指导改革。出版社的体制、机制不一样,改革也就不能一个模式。

第四,解决改革的政策环境问题。改革涉及许多政策问题。比如说重组方面、组建集团方面,如何解决离退休人员的养老问题?如何剥离不良资产的问题等等。要组建集团,要做大做强,就要让它轻装上阵,必须解决这些政策性的问题。所以我们要加强政策法规方面的研究,抓紧研究解决出版单位改革的政策环境问题。

第五,调整结构,优化组合,解放出版生产力。改革的关键,是要把出版的生产力解放出来。特别要强调的是,改革不只是体制改革,主要是机制转换。要继续扩大试点,加速外部结构调整,整合资源,减少低水平的重复;推动社内经营机制转换,改革劳动、人事、分配三项制度,增强内部活力;鼓励产业升级、产品更新、技术创新,向世界先进水平迈进。

第六,扩大开放。首先是要选择一批项目,作为引进各种资产、管理和技术,发展出版业的试点。集团组建以后,集团里边的编辑业务和经营业务分离,经营性业务与内容无关,可以吸收业外的资金,包括非公有制的资本、境外的资本、国外的资本为我所用,壮大自己。总署制定了新闻出版业融资的暂行规定,大家要按照规定来做。此事不能一哄而起,必须严格审批,先行试点。

第七,进行各种合作出版规范化的试点。合作出版在国际上相当通行,

国内也相当流行,只是没有加以规范,像外国大使馆和中国的某个出版社合作出书,外国的某个组织和中国的某个单位或出版社合作出书早就有了。现在的问题是两个:一是正常的合作出书没有明确的规则;二是利用“合作出版”从事买卖书号的行为仍然存在且比较严重。所以要制定规则,加以规范。到底是合作出版,还是买卖书号?要在科学界定的基础上规范行为,严格管理。

第八,安排一些外向型的出版工程,支持具备条件的出版社、出版集团到境外、国外去开办出版公司、书店等等,鼓励走出去。我们不是消极地抵制外来文化的渗透,我们也要向外“渗透”,中国文化要走向世界,组织一些外向型的出版工程,鼓励名社、大社,采取合作出版、区域代理、版权贸易等形式,开展对外活动,扩大我们在国际图书市场的影响和份额。

第九,通过流通体制的改革,提高出版的市场竞争能力,带动整个出版业的繁荣。流通体制改革有两个建设的重点:一个是地区性的物流配送中心,一个是连锁经营,目前正在加速推广。因为加入WTO后,外国集团要进入我们的出版物分销服务领域,所以我们自己的主渠道要建立起来,占领阵地。

为此,改造新华书店也要列入流通体制改革的重点,有条件的国有新华书店要进行完全的股份制改造,建立新的运行机制。不转变机制,人的思想观念、运作方式都变不过来。条件成熟的可以进行公司制的改造,公司制改造达到一定条件的经过批准可以上市,真正走向市场。可以看出,将来的流通是要发生重大变化的,所以我们出版的改革要与流通体制的改革相衔接,积极探索新的经营管理方式。

以上是出版改革的重要方面和内容。出版社改革的另一个方面就是以转换机制为重点的内部改革,这在所有的出版社都可以进行,不管是组建集团的,还是不组建集团的;不管是改制的,还是没有改制的都可以进行。例如以下事情自己就能做好:

一是内外开放,对内、对外,都要开放。对内部,要调动编辑人员出谋划策、开发选题的积极性。对外要吸收社会上在专业方面有造诣、有特长、有权威的学者参与,向这些人开放,联系一些有用的专业人才,帮出版社出题审稿。外国出版社的人数都很少,但它联系的社会人才却相当多,值得我们借鉴,在很多方面是依靠了社会化的工作方式。

二是前后延伸。所谓向前延伸就是大量地进行调查研究。我们过去以计划来指导,关门想题目,不看市场。现在要以市场来主导,要进行读者的

调查、市场的分析,从调查分析开始,确定选题。为什么你出版的书卖不出去?原因是你没有进行很好的调查研究,对市场心中无数。向后延伸主要是市场服务,除了策划、选题、编辑、加工、印刷,这样一整套的工作以外,要关注市场!你要有自己的销售渠道,要扩大销售网络,要找到自己的消费者、读者。销售不是说光卖书,国外很多出版社都策划大型的读书活动、专题促销他的出版物。国内也有类似的活动,但是与出版社联系不密切。我们出版社要和各种社会团体、社会组织联系起来,通过种种的读书活动来促进图书市场的开发。所以向两头延伸,为读者服务,是我们的根本出路。

三是调整内部结构。宏观调整结构是总署的问题,是省里的问题,出版社内部的结构,要自己去主动地调整。调整的原则,就是发挥自己的优势,突出自己的特色。目前的格局是过去计划经济形成的,很多出版社由于有人员结构的限制,形成了它特定联系的作者群,但是,他们提供的书稿不一定是市场上需求的,需要的又找不到作者、编者,出不来。面对这种现实,我们要鼓励每一个出版社找到自己的优势和特色,找到自己的读者群。几十块钱一本的时尚杂志,卖得相当好,几毛钱的小书可能发行不出去,有的书畅销,有的书积压,其实一点都不奇怪,你的人员、产品、市场结构不适应,希望出版社很好地研究一下自己的特色、优势和读者对象,根据市场调整结构。

四是强化市场营销。连锁经营、物流配送,这样一些新的流通体制即将形成。我们的出版社也要扩大市场,巩固原来的市场覆盖区,主动地与目前这样的改革相联系,尽快转化自己的营销机制。我们的出版社确实出了很多好书,但说实话,很多书很难到基层。我常常收到基层群众写给我的信,说他们那里没有书,要这书、要那书,我多次托人买书给他们寄去。这就是发行渠道不畅的问题。订书不订书,就凭店员的兴趣。有的同志反映,小店员决定了我们出版业的命运。所以,要改变重生产、轻流通的旧观念,强化市场营销的力量。

三、加强管理,提高出版业的整体水平

现代管理就是生产力,管理就是效益。这个已经是大家都认识到的。一个出版社能不能科学地管理,是关系它能不能发展、壮大的一个关键的因素。管理有两个方面,有政府的管理,也有出版社的管理。

从政府管理来说,现在要按照转变工作职能、转变工作方式、转变工作作风这个根本要求来抓。要遵循政企分开、管办分离、转变职能、强化服务的思路,充分发挥政府的宏观调控、社会管理、市场监督、公共服务这四个方面的功能。在这些基本的要求之下,目前主要做好以下事情:

1. 清理已经形成的那些法规、规章、审批事项等等。到底有多少规章制度? 清理一下。凡审批的事项,有关的法规都要重新审核,不适宜的要抓紧修订,要透明、公开,凭什么审批,凭哪些条件你可以办出版社? 凭什么可以给你批书号、刊号、版号,要有一定的规范。

2. 制定出版规范和标准。由原来行业管理转向社会管理,按照中央的要求,重点是管理出版活动,活动怎么管,我们要制定规范。管的过程中各种事项要有一个标准,如总编辑、编辑室主任资格认证;如大社、名社,也要有一个标准。什么叫“大社”? 什么叫“名社”? 什么条件就够一个大社、名社,经济效益、社会效益、人才的储备,这些都要有可以比较、衡量的标准。

3. 建设出版管理的信息平台,实行数字化的办公、电子政务,提高我们的效率,更好地为基层服务。

4. 公开办事的程序,规定办事的时限,特别是审批的时限。至于这时限多长,一个星期、半个月,一个月,根据类别的不同,难易的程度,需要协调的部门的多少来规定。凡是执行备案制度的也要有一个时限,备案期一过,视为自动生效。对重大选题备案中涉及的一些特殊情况,比如:书稿送审以后,必须要送中央有关部门审核把关,而在一定时间内没有返回审核意见,总署也要及时把情况告知出版单位,要加强沟通。总之,要用一些制度来提高我们的办事效率,规范行政事务。

5. 关于专业化分工问题,我们要进行充分的研究,给大家发展的余地和空间,解决问题的着眼点是有利于发展。现代产业发展的特点是:专业化的程度越高效益越好。我们提倡在地区、行业,特别是中小出版社,尽量有专业化的特点,专业化才能发挥优势。要做到一提你这领域,人家就想起你这个品牌。集团的结构调整也要突出专业化。关于分类指导的问题,我很赞成,没有区别就没有政策。但怎么样分类,怎么样指导? 要进行很好的研究,大家共同出主意。

6. 改进我们的作风,主动地为出版社服务。要树立起领导、管理就是服务的观念,多想想支持搞活的办法,少搞一管就死的那一套。

7. 发挥中介组织的作用。政府的职能发生转变以后,很多工作要依靠中介组织来完成。所以把我们出版系统的一些中介组织、团体组织利用好,让