

· 海外新闻出版实录丛书 ·

Haiwai Xinwen
Chuban Shilu
2008

**海外新闻
出版实录2008**

新闻总署 编
对外交流与合作司

 人民出版社

**海外新闻
出版实录2008**

新闻出版总署 编
对外交流与合作司

 人民出版社

策 划:杨松岩
责任编辑:申 珺 张双子
装帧设计:肖 辉
版式设计:东昌文化
责任校对:刘越难

图书在版编目(CIP)数据

海外新闻出版实录(2008)/新闻出版总署对外交流与合作司 编. —北京:人民出版社,2009.3

ISBN 978-7-01-007669-0

I. 海… II. 新… III. ①新闻工作—概况—世界—2008 ②出版工作—概况—世界—2008 IV. G219.1 G239.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 011782 号

海外新闻出版实录(2008)

HAIWAI XINWEN CHUBAN SHILU(2008)

新闻出版总署对外交流与合作司 编

人民出版社 出版发行

(100706 北京朝阳门内大街 166 号)

北京利丰雅高长城印刷有限公司印刷 新华书店经销

2009 年 3 月第 1 版 2009 年 3 月北京第 1 次印刷

开本:720 毫米×1020 毫米 1/16 印张:34.5

字数:580 千字

ISBN 978-7-01-007669-0 定价:58.00 元

邮购地址 100706 北京朝阳门内大街 166 号

人民东方图书销售中心 电话(010)65250042 65289539

目 录

CONTENTS

出 版

- 康泰纳仕从大洋彼岸姗姗走来 /3
- 世界杂志出版的趋势 /7
- 总统竞选人图书出版悲喜剧 /11
- “浓缩铀一般的图书”走俏美国 /15
- 《乔治·H.W. 布什的中国日记》出版 /18
- 一人出书廿万种 写编印发全颠覆 /22
- 华人李健文掌控《多伦多太阳报》 /24
- “绝唱”:墨西哥出版怪现象 /26
- 古巴有份中文报 /28
- 鸟瞰欧盟各国图书出版 /30
- 当代法国出版业 /39
- 2007 年法国图书出版特点 /44
- 男性大众杂志激烈争夺市场份额 /46
- 法国十大出版社业绩突出 /48
- 法国风光好 旅游指南热 /50
- 法国发展连环画的主要做法 /52
- 拉鲁斯词典在法国经久不衰 /56
- 法国音乐图书受青睐 /58
- 法国园艺图书市场广阔 /60
- 法国旅游图书丰富多彩 /66
- 从家族出版社到世界传媒集团 /72

法国免费报纸不断发展	/75
法国地方报纸进行大规模重组	/77
法国日报面临严峻考验	/80
走近法语联盟	/83
从图书开始——爬不完的“台阶”	/86
“八卦杂志”在英国也不吃香了	/90
“巾帼”称雄德国出版业	/92
德国学术图书出版社兼并收购愈演愈烈	/95
奥地利出版商觊觎德国出版市场	/98
荷兰图书出版业与爱读书的荷兰人	/101
诊治“安妮之树”使《安妮日记》再度热销	/103
瑞士兄弟的雕塑出版社稳步发展	/106
从《达·芬奇密码》到《达·芬奇指纹》?	/107
100 卷《斯大林主义史》将陆续出版	/109
俄议会和总统大选前呈现“出版黄金期”	/112
普京高调出现在俄罗斯历史教科书中	/114
“佳人”取代“才子”引领日本出版业	/118
日本的地震图书	/122
剪影:日本出版业 30 年	/127
韩国 2007 年图书出版分析	/131
中文《亚洲日报》在韩国诞生	/134
韩国出版界热门话题不断	/137
几个亮点围绕韩国出版业	/140
朝鲜版《黄真伊》在韩国经久不衰	/143
朝鲜人了解世界的窗口——音像电子产品	/146
阿联酋启动“卡利马”计划	/148
“卡利马”计划与迪拜国际电影节共舞	/150

互联网的母体诞辰 50 年	/155
每秒运算千万亿次计算机在美国问世	/158
Cuil 搜索引擎令 Google 搜索引擎不安	/161
“显巨镜”:投射出纸介质百科全书的末路?	/163
50 万“网络小学生”:出版利润增长点	/166
第一份多语种电子版杂志在欧洲诞生	/169
法国奋起直追出版电子图书	/171
法国中年妇女的新网站	/172
年过半百的法国人爱上网	/173
法国开始发展网络连环画	/175
法国传统媒体网站全力抗衡竞争	/176
法国人看电视越来越少	/179
英国专家点评互联网几大趋势	/181
德国网络书店“发展简史”	/185
就剩下出版环节?	/188
网络经济冲击出版经济,取代电视经济?	/190
从“基本地图”到“灾情地图”	/193
纸介质图书将被取而代之?	/196
电子连环漫画和便携式小说争当“弄潮儿”	/198
“网络图书馆”等于新的电子出版商务模式?	/203
手机小说:“天之骄子”	/207
谁能从手机短信中掘金?	/210
朝鲜也有电子图书馆	/213
互联网在印度经受考验	/216
2100 年的图书是什么形象?	/219

动漫游戏

- 奥运吉祥物 动漫摇钱树 /227
- 《机器人总动员》可能“总动员”美国影迷 /229
- 美国游戏产业在“闯遍校园”中拓展市场 /231
- 美国动漫业之一环:玩具业遭遇困境 /235
- 美国问世用脑波控制游戏的装置 /238
- 连环漫画滋润好莱坞 /240
- 美国联邦调查局让文学艺术界倾倒 /243
- “小姐小”布拉茨娃娃挑战“大姐大”芭比娃娃 /245
- 《迪士尼动画中的自然理念》畅销英伦 /247
- “我当总统”电子游戏风行西班牙 /251
- 电子游戏市场日益火爆 /253
- 故事漫画拉动日本动漫产业 /255
- 日本政府与出版社联手,促漫画“走出去” /261
- 东京漫画“主题咖啡馆”吸引“御宅族” /264

印刷与纸张

- 印刷——彩色打印技术又有新突破 /271
- 印刷业问:纸介质喜帖还能存在多久? /273
- 歧视育人的美元纸币会不会重新印制? /275
- 法国印刷商活源多——烟盒印警示图片 /278
- “红太阳”照耀台湾岛 /280
- ISBN 在日本的风风雨雨 /282
- 英国废旧报纸要卖给中国 /288
- 石墨烯可以造纸 /290

- 美国 2007 年十本最佳图书 /295
- 美国平面媒体销售量和广告收入双双下降 /298
- 加拿大魁北克省建立图书销售网 /300
- 图书“浪迹天涯” /301
- 佳节送书蔚然成风 /303
- 法国 2007 年图书出版营业额 29 亿欧元 /306
- 法国努力振兴报刊杂志销售网 /307
- 法国报刊数字销售网逐步发展 /312
- 法国音乐光盘销售量急剧下降 /314
- 德国:书价下降,读者减少,销量增加 /316
- “多店铺书店”开始主宰德国图书发行业 /319
- 英国书店以朝鲜招贴画促销图书 /322
- 德国“限制图书价格法”危在旦夕 /324
- 日本全国书店经营状况调查概要 /327
- 日本书店设计图书封面 /332
- 日本 2007 年度教科书发行情况简析 /337
- 日本杂志想说发行册数不容易 /340
- 韩国图书发行面面观 /344
- 传单·出版物·文物 /348
- 以色列人爱买书 /350
- 以色列以电影带动图书销售 /352
- 澳大利亚畅销“道歉词” /356
- 各国政府助推出版“走出去” /358

版 权

法国 2007 年图书出口势头良好 /361

书香飘向黑非洲 /365

世界图书和版权日的由来 /371

美国电台被要求支付播放歌曲版税 /373

法国从重处罚网上音乐非法下载者 /376

盗版严重影响法国 DVD 光盘的销售 /377

第五大黑客组织在西班牙落网 /379

出版人物

小默多克取代老默多克 /383

美《娱乐》杂志评罗琳为年度娱乐人物 /385

“小 J. K. 罗琳”就是凯瑟琳·班纳? /386

快乐的法国独立出版商 /388

朝不保夕的伊拉克艺术家们 /391

阅 读

普利策奖“最爱”《华盛顿邮报》 /395

美国国家杂志奖“钟情”《国家地理杂志》 /397

美国青少年喜欢阅读《知更鸟》 /398

美国孩子学习汉语给出版商带来商机 /400

修建私人图书馆小布什“狮子大开口” /402

《出乎意料》预测七大“战略意外事件” /404

《布什的悲剧》与《里根的门徒》 /406

有了《对手》，《下一个美国的世纪》将如何? /408

拉美的智利正在普及汉语普通话 /411

“运河之国”巴拿马酝酿推广汉语 /413

汉文化倾倒哥斯达黎加 /416
布克奖属于《午夜之子》拉什迪隐身不敢领取 /419
法国:阅读习惯从小培养 /421
法国人爱看书 /423
法国人喜欢连环画 /427
法国人阅读报刊兴趣浓 /429
法国年轻人看报减少 /431
夜郎自大者竟然宣称:“法国文化已死” /433
俄小学生比他国小学生更喜欢读书 /435
研究“8”的图书也让俄罗斯人迷恋 /437
印度人说:印度文化优于其他文化 /439
日本重新审视汉语的中国和英语的印度 /441
日本农民阅读书报刊,主要看电视 /443
“韩流”:暖流→寒流? /446

政策与管理

各国出版教育 /453
副标题闯祸——《纽约时报》也得守规矩 /456
网络色情犯罪让美国政府伤脑筋 /458
法国政府支持报刊视听业的持续发展 /466
法国参议院建议采取措施扶持报业发展 /467
德国政府为青少年建立安全的互联网络 /469

海外看中国

英国李约瑟永远爱中国 /473
中国形象在西方出版界 /475
孔子学院与中国文化走出去 /479
孔老夫子又回来了 /481
《狼图腾》与中国出版“走出去” /484

《〈论语〉心得》与中国出版“走出去” /487
指导在华经商的图书走红世界 /489
好莱坞大片：中国照样可以拒之门外 /491
主宾国→中文图书走出去→在法国大受欢迎 /493
国外关注中国“80后”作家 /495
中国《人民日报》也出版手机报了 /497
十年来，中国广告收入报纸占17% /500
从《风云决》看中国动画电影的复兴之路 /503
福娃(鼠宝宝)：中国动漫的形象符号(消费者) /506
做活“奥运经济”发展动漫产业 /510
漫画内容荒 动画基础摇 /514
文化创意 798 区或在商业租赁中窒息 /521
《资本论》和“中国龙” /523
世界三“大国” 大中国居中 /529
从手机诗歌到纸介质诗集 /531
日本媒体从文化嬗变谈中国“多难兴邦” /534
台湾民众喜欢汉字的简体字 /536
CEO 图书正在中国幼儿园火起来 /539
中国报纸日发行量 1.07 亿份 /541
假发票或有损中国印刷业形象 /543

出 版

康泰纳仕从大洋彼岸姗姗走来

金秋的9月,与第29届北京夏季奥运会重合的第15届北京国际图书博览会,移师天津举办。

美国康泰纳仕国际集团董事长乔纳森·纽豪斯先生,应邀以贵宾的身份,在博览会高峰论坛上做了主题演讲。

与英国的企鹅出版集团、德国的贝塔斯曼出版集团、法国的拉加代尔传媒集团以及日本的讲谈社相比,美国的康泰纳仕国际集团对中国新闻出版界来说,大概还有点神秘。然而,当把《时尚》(Vogue)、《GQ》、《AD》、《魅力》(Glamour)、《纽约客》、《名利场》、《美食家》这些美国顶尖的杂志与之联系起来的时候,立刻就会感觉康泰纳仕原来是非常“熟悉的陌生人”。

百年老字号

康泰纳仕从创立至今,将近100年。作为以出版杂志为主的国际集团,一直致力于全球发展战略。

康泰纳仕国际集团现任董事长乔纳森·纽豪斯,从事新闻出版业已有30余年。1972年从出版报纸起步。1980年加盟康泰纳仕。1989年被任命为康泰纳仕国际集团总裁。从1991年起,出任康泰纳仕国际集团董事长。

乔纳森·纽豪斯成为康泰纳仕的掌门人以后,承先启后,继往开来,不断续写着辉煌。现在,康泰纳仕已在世界23个国家出版130多种杂志,这些杂志每期的总发行量达到3500万册。随着网络经济的兴起,康泰纳仕积极开拓杂志网络领

域,现已拥有 83 个网站,用户达到 2 400 万。

康泰纳仕的核心竞争力主要在杂志。这样,康泰纳仕也理所当然地成为催生名牌杂志的摇篮。比如,美国 2008 年度的“国家杂志奖”,再次拥抱康泰纳仕——其所属的《名利场》、《GQ》、《纽约客》、《连线》和《康泰纳仕证券》进入获奖名单。

有行家形象地比喻说,如果把美国“国家杂志奖”看作一顶皇冠,获奖的杂志是镶嵌在皇冠上的明珠,那么,仅康泰纳仕一家,就贡献了五颗璀璨的明珠。

美国建国不过 200 多年,而康泰纳仕即将进入百年老店的行列,且与时俱进,长盛不衰,愈久弥新。

不妨认为,无论在美国、在北美,还是在全世界,康泰纳仕都是最具规模、最有影响的杂志出版集团之一。

中国期刊出版界的新伙伴

虽然康泰纳仕的乔纳森·纽豪斯董事长已来过中国 20 次,但康泰纳仕与中国新闻出版界的合作,可以说才迈出了第一步。

2005 年,经新闻出版总署批准,康泰纳仕与人民画报社进行版权合作,创办了《服饰与美容 VOGUE》杂志;2007 年,经新闻出版总署批准,康泰纳仕与中国妇女杂志社开展版权合作,推出了《悦己 SELF》杂志。比起“老资格”的贝塔斯曼、拉加代尔等其他外国集团来,康泰纳仕还是中国期刊界合作的新伙伴。

然而,凭借自身跨国公司的丰富经验,凭借中国的天时地利人和,康泰纳仕做出了一系列实现本土化、充满人情味、让中国读者感动,甚至值得中国新闻出版界借鉴的事情:

——与 2008 年 5 月号《服饰与美容 VOGUE》杂志同期,特别制作了一期厚达百页的奥运别册《2008 在北京》。别册除了简短的文字以外,还配以大量精美图片,体现了奥运北京之美、奥运人文之美。新闻出版总署主管的中国新闻出版报指出,“以如此篇幅关注北京奥运,这在众多版权合作的期刊中‘并不多见’。”

——《悦己 SELF》杂志(大陆简体版)通过中国国际图书进出口有限公司,现在销售到北美和欧洲,如纽约、旧金山、洛杉矶、拉斯维加斯、伯明翰、多伦多、魁北克、温哥华以及欧洲各国的主要城市,并进入北美地区各大城市的机场。与此同时,在 2008 年,《悦己 SELF》杂志开始百分之百地采用大陆简体版的内容,出版总页码为 148 页的台湾繁体版,通过康泰纳仕台湾分公司,在台湾地区正式发行。台湾现有人口 2 300 万,报纸杂志强手如林,但台湾繁体版的《悦己 SELF》一面市发行量就达到 8 万册,这是出人意料的。应当承认,《悦己 SELF》杂志台湾繁体版的

出版,与正面宣传“实现祖国统一”有异曲同工之妙;而《悦己 SELF》杂志大陆简体版的海外发行,与中国出版及中国杂志“走出去”的理念又是不谋而合的。

—从 2008 年起,康泰纳仕与新闻出版总署及中国期刊协会开展一项为期五年的合作计划,内容包括通过康泰纳仕设立的奖学金资助中国出版业官员和专业人员出国进修,以及与中方共同组织每年一期的期刊经营与管理培训研讨班等,每年研讨主题由中方根据需要确定,外方提供专家和资金方面的支持,以加强人才交流。

—四川发生大地震以后,康泰纳仕在第一时间通过集团分公司向灾区捐款 100 万元人民币。集团董事长乔纳森·纽豪斯,集团总裁简武浩,集团中国区董事总经理曹伟明,集团中国区战略发展总经理蔡荣生还以不同方式表达了对灾区的慰问和支持。集团中国分公司还组织在北京、上海、广州、香港地区的员工捐款和献血。《悦己 SELF》杂志与李连杰主持的“壹基金”联手,开通了“悦己”专属的短信捐款通道,专款专用,支持灾区重建工作。

后来者居上?

2008 年 4 月,新闻出版总署副署长孙寿山会见了康泰纳仕国际集团董事长乔纳森·纽豪斯一行。

孙寿山表示,改革开放 30 年来,中国出版业发展迅猛,书报刊出版总量居世界首位,音像、电子、网络出版增长迅猛,已形成较完整的体系并具备一定产业规模。中国政府正在大力推进包括出版体制改革在内的文化体制改革,进一步解放和发展出版生产力,推动中国由出版大国向出版强国转变。

孙寿山特别指出,中国期刊出版单位与国际期刊出版机构版权合作取得良好进展,目前,全国已有 1 家商业类期刊、26 家时尚生活类期刊、32 家科技类期刊与国外期刊出版机构开展版权合作,社会效益和经济效益都不错。

也就是说,中国大陆现有杂志 9 400 多种。如果减去以上 59 种已经“涉外”的杂志,那就还有 9 300 多种杂志还没有与国外杂志开展版权合作。这对国外杂志而言,合作空间无疑是巨大的。

中国的《读者》期刊集团和《家庭》期刊集团,主要是把一种或几种杂志做大做强。美国的康泰纳仕国际集团,似乎是把几十上百种杂志做大做强。因此,韩信点兵,多多益善。只要是“有人居住的地方”,就要有康泰纳仕的杂志。康泰纳仕尽管已拥有 130 种杂志,但继续增加下去应是题中之义。

万事俱备,更有东风。在北京奥运会比赛场馆的商店里,中国政府破天荒地允

许世界各国的杂志进入,与中国的杂志同场销售,中外读者都可以购买。有人说这好像也是“全球杂志的奥林匹克运动会”。这应当预示着,中国期刊界正在以更加开放、更加大气的姿态,迎接国际期刊界的光临。

同样是在2008年,一直情系中国图书出版的贝塔斯曼,似要和中国出版说再见。而一直关注中国杂志出版的康泰纳仕,却越来越看好中国出版。

与中国出版业的合作,如果说康泰纳仕是个“后来者”,那么,随着对中国文化的深入了解,和与中国出版业交流合作的进一步开展,焉知这个“后来者”不会“居上”?不会走得更远?

笔者有幸提前拜读了乔纳森·纽豪斯在北京国际图书博览会高峰论坛上的主题演讲稿。在演讲稿的最后,有着意味深长的结束语:“对于出版从业者来说,这是一个激动人心的时代,就像舵手在险流中航行,前方波涛澎湃,暗礁处处。如果你不小心,可能会触礁而沉。但是如果你能够驾轻就熟,你就可以全速前进,越走越远。”

乔纳森·纽豪斯演讲的题目是:《世界杂志出版的趋势》。

(古隆中 编写)