

辽宁出版集团
辽宁人民出版社

欧宏著

中国 书业透视

中国图书商报文丛

国货洋货差距在哪里？图书十点利走得可好？

读书风气日盛，主体更趋年轻

市场疲软，一个不容回避的存在

图书市场为什么异常反弹？

书市能火多久？

中华书局：时代商机的驭手

产业观察·问题篇

产业观察·改革篇

产业观察·看潮篇

产业观察·评论篇

书市订货会述评

出版史话

 中国图书商报文丛

中国书业透视

欧 宏 著

辽宁出版集团
辽宁人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

中国书业透视/欧宏著. - 沈阳: 辽宁人民出版社,
2002.10

(中国图书商报文丛/张小影,程三国主编)

ISBN 7-205-05240-8

I. 中… II. 欧… III. 出版工作 - 中国 - 文集
IV. G239.2-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 042562 号

辽宁人民出版社出版、发行

(沈阳市和平区十一纬路 25 号 邮政编码 110003)

沈阳新华印刷厂印刷

开本: 787 毫米×1092 毫米 1/16 字数: 245 千字 印张: 16

2002 年 10 月第 1 版

2002 年 10 月第 1 次印刷

责任编辑:冯 静 朱静霞 版式设计:北京颂雅风文化艺术中心

封面设计:诺 梵

责任校对:陈文本

定价:35.00 元

《中国图书商报》创刊第二年的时候，就有读者提议将发表过的文章精编成书，当时编报人并未在意。书业媒体的编辑多为爱书人，作为爱书之人，对书的品质要求近乎苛刻，而在图书、期刊和报纸这三大纸介质媒体中，报纸算是最速朽的了，把这些速朽新闻变成考究的胶版纸，价值安在，他们一时找不到感觉。

然而，业界这样的建议渐渐多了起来，转眼《商报》也走过了七年的路，他们开始认真考虑编书这件事。

国际传媒界习惯把《商报》这样的媒体称为商务传媒。商务传媒的主要职能有两个，其一是作为给业界人士经营管理决策提供参考资讯的信息工具；其二是作为企业界用来传播产品与服务信息的营销工具。

出版史上，专门为出版界服务的商务媒体最早产生于出版作为一个产业基本成型的19世纪。世界上最权威的几家书业商务媒体都诞生在那个时候，像德国的《德国图书报》(1833年创刊)，英国的《书商》(1862年创刊)，美国的《出版商周刊》(1873年创刊)。

书业商务媒体连同前后出现的书业行业协会以及晚些时候出现的书业培训机构、研究机构、市场调查机构、版权代理机构和书展等一道构成出版业的服务体系。出版业同与之相适应的完整的书业服务体系相辅相成，共同发展，逐渐演变成如今在世界上蔚为大观的行业。

《商报》最初的设计就是照着国际上最权威的这三大书业媒体画瓢的，做起来之后，才发现中国的事情要复杂得多，在中国做书业媒体，仅有资讯和营销两个基本功能是远远不够的。

《商报》创于1995年，这并不是什么特别的年头。

这一年全球图书市场总销售800亿美元，其中美国188亿美元，中国约18亿美元。

这一年英国停止了运行100多年的净价图书协定(NBA)，全球出版界至今对此争论不休。

这一年出版商里德·艾尔塞维尔卖掉了它久负盛名的大众出版品牌，踏上专业化集团的重组之路，由此引发了上个世纪90年代后期的全球出

版界专业集团化风潮。

这一年全球出版业着实感觉到以CD-ROM为代表的新技术的冲击，出版物载体形态结构的变化。

这一年欧盟将版权保护期从50年延长到70年，加上当年纸价上涨，有人惊呼便宜的平装古典名著会因此退出市场。

这一年美国第二大连锁店鲍德斯宣布在加拿大开分店，启动了零售书店的国际扩张战略。

这一年美国书店协会起诉五家出版社给连锁店和独立书店不平等交易条件，尚未开庭，就有三家出版社提出和解与赔偿。

国际书业界发生的事好像与我们距离遥远。

这一年中国出版业进入改革开放的第18个年头。出版史家说，健康的出版是文化理想与商业运作的完美结合。中国出版史上，出版人的文化理想与生俱来，而商业意识则是从商务印书馆开始。商务可以说是文化理想与商业智慧成功结合的典范，但已比西方晚了一百多年。《商报》创办的这个时候，中国出版业被特殊年代破坏的文化性格基本还原，但商业意识、产业观念却远未启蒙。当时的产业状况是，计划大于市场，行政多于商业，封闭性盖过国际性。

产业状况如此，更不用说与之相应的培训、研究、版权服务、市场调查等产业服务体系；同发达国家相比，中国出版业需要建构的东西太多太多。这也给了新生的《商报》一个空间和机会，同时也使《商报》的框架设计在书业媒体两大基本功能的国际标准版上必须加注更多适合国情的东西，如市场和产业的观念与意识的导入，营销与管理操作层面知识技巧的传习，按市场规律运作成功案例的搜罗与评述等等。还有要尽可能地用国际的视角观察、介绍、评论产业与企业的运作，以期为国内的同行提供一些可资借鉴的经验。

经过七年的运作实施，尽管没有达到设计的理想目标，却也收获不菲。《商报》作为资讯和营销工具的基本功能得到业界广泛认可，且口碑不错；其作为导入理念传播知识的角色，也得到普遍赞赏。正是这些内

容让热心的读者意犹未尽，纷纷提议精选编书。因为信息的价值在于保鲜，而知识和理念的价值却日久弥新，影响如涟漪扩散，需要假以时日。也正是从这里编报人找到感觉，像是要完成一项未竟的使命，终于同意将轻薄发黄的新闻纸变成讲究得多的胶版纸。

《商报文丛》第一辑共五本，由1995~2000年6年间发表于《商报》的文章中编选而成；《中国书业思考》侧重收集这几年刊发的关于书业改革与发展、经营和管理方面的专论文章，可大致反映中国书业上个世纪最后几年的思想轨迹，许多话题曾引起业界广泛讨论，更多的却是未来的焦点话题；《中国书业调查》收集的是关于读者调查研究、图书市场零售观测、版权及少儿读物专题调查等三种调查报告，其中结论也许过时，但方法仍可资借鉴；《世界出版观潮》、《世界发行扫描》收集的是对国际出版发行业现状趋势、经营管理、市场营销、经典案例、出版巨头的报道。《商报》国际版一向是中国书业界了解世界出版业的主要窗口，也是报社着力较多的版面，传播新知、鼎新观念常借他山之石，这里自然不乏厚重之作。

需要说明的是，1998年新增的《书评周刊》也是业界非常喜欢的报刊，得到学术界许多朋友的嘉许。延伸了《商报》的文化价值，本也属精选结集的范围，只是考虑到聚焦于产业话题，因此，书评佳作选编的工作只好留待日后了。

《商报文丛》问世的时候，中国已经踏进WTO大门。中国书业改革发展任重道远，祈望《商报》和《商报文丛》有所作为，不负所望。

自序

当我还是一个中学生的時候，我梦想将来能成为一个小说家，写浪漫小说和生活感悟之类的小说。可现在，我是一个产业记者。理想未能实现，偶尔想起来，总会激起几丝惆怅的涟漪。但实际上，对所投身的这个出版业，我是心存感激的。

1995年春，那时我还只是刚成立不久的《中国图书商报》的一个兼职记者。我的第一拨采访对象，是时任湖南省店总经理的唐俊荣、四川省店总经理王庆、浙江省店总经理周立伟等人。面对缺乏出版业常识说的全是外行话的我，这些发行界的资深人士不以为忤，而是毫不介怀地侃侃而谈他们的主张、思考、经验、困惑，其间对年轻后进者的善良和宽厚自不待言。

就这样，我开始了我的产业记者之路。

也是这一年的夏天，我去湖南采访，适逢长沙发大水，天出奇地热，所住的招待所还停水停电。时任湖南省新闻出版局局长的满之先生和副局长光华女士给了我无微不至的照顾，不但为我的所有采访提供了很多的方便，而且还专门派人带我参观了岳麓书院，一个很思想、很文化、很历史的所在。当时几乎湖南所有出版社的社长们对我——一个不知深浅的年轻人，均颇多支持与关爱。

还是这一年，一个凛冽的冬日，我受命采访人民文学出版社。在那幢陈旧而深重的大楼里，接待我的是时任总编辑助理的李昕先生。采访尚未开始，有人给李昕送来一大盘鲜嫩艳丽的草莓。窗外朔风呼啸，雪花翻飞，室内却温暖如春，气氛宜人；家具、办公设施过时且凌乱，但我们的话题在当时的出版界却属前沿：文学图书的商业化操作及其模式……

在众多出版前辈、兄长、同仁的扶助和关爱下，我的产业记者之路就这样走了下来。

出版的本质是传承文化，记载和推动社会进步。我庆幸我是在这样一个行业中。出版业中人因了上面的缘故，比别的行业中的人似乎更多文化，更多人本主义的质素，我庆幸是他们中的一员。但我想仅有庆幸是不够的，我们每一个人还得为这个行业做点什么。近五年的中国书业养育了《商报》养育了我，那么我们拿什么作为报答呢？为了产业进步而思考，而观察，而写

作，是《商报》和我，须臾不敢忘却的事情。眼前的这本小书，便是几年来我在《商报》上发表的产业报道的结集，从中不难看出这种努力。虽然我们知道，这种努力还有待加强。

在这本小书出版之际，我还要特别感谢一个人，那就是我的上级程三国先生。书中的有些篇章，是他“逼迫”着我写的，另有一些，则是我们共同讨论、修改的结果。可以说，没有他就没有这本书。而且作为上级，一直以来，他给了我极大的支持与宽容。

新世纪已经开始了很多个日子，而我们，无论是《商报》或我，都面临着新的开始和新的努力。

欧 宏

2001年12月

目 录

主编的话

自序

产业观察·问题篇

少儿读物系列报道之一	
评选结果出人意料	2
少儿读物系列报道之二	
南北双汇聚 煮酒论英雄	4
——全国少儿社首届联合看样订货会传真	
少儿读物系列报道之三	
国货洋货差距在哪里?	7
少儿读物系列报道之四	
版权贸易 任重道远	10
少儿读物市场谁领风骚?	14
“禾林”为何没能刮起旋风	17
’96 爱情小说的致命伤	19
中国卡通何日“神通”	21

产业观察·改革篇

图书十点利走得可好?	24
中国书业回顾与前瞻	28
——写在第七届全国书市开幕之际	

省级店的未来之路系列报道之一	
引来活水养大鱼	32
省级店的未来之路系列报道之二	
“要致富 先修路”	35
省级店的未来之路系列报道之三	
规模经营 品种是关键	37
省级店的未来之路系列报道之四	
发展大连锁 搞活大流通	39
中国书业直面新千年第一挑战	42
1997, 我们带什么上路?	45
春潮涌动 百舸争流	52
—— 1997 年中国书业回眸	
出版: 何时让“上帝”满意	60
光盘市场前景看好 形成产业尚需时日	63
读书风气日盛 主体更趋年轻	66

产业观察·看潮篇

沈阳图书市场上演“三国演义”	72
市场对泡沫出版说不!	77
1998 年上半年图书市场系列报告之一	
市场疲软 一个不容回避的存在	82
1998 年上半年图书市场系列报告之二	
市场趋淡 原因何在(上)	89
1998 年上半年图书市场系列报告之三	
市场趋淡 原因何在(下)	94

1998年上半年图书市场系列报告之四	
平淡中有亮点 困境里寻对策	101
1999年上半年全国图书市场	
风光依稀 增势趋缓	107
图书市场为什么异常反弹	112

产业观察·评论篇

32年后的里程碑	118
不做小媳妇 争当大丈夫	119
英雄不必气短	120
兄弟同心，其利断金	121
一口井，一只桶，一个碗和一位懒汉	122
圈地·猎手	123

书市订货会述评

书市能火多久?	126
给订货会号号脉	130
落幕之后再说交易会	136
——第九届首都图书交易会述评	
未来 从今天开始	143
——第七届全国书市综述	
订货会是冷是热 看业内人士如何说	150
喜忧参半订货会	155

订货：欲说还休 欲休还说	159
——第八届全国书市订货会述评	
第八届全国书市述评	163
中国书业：挡不住的诱惑	168
——从1998年北京图书订货会看图书市场发展态势	
我们还需要订货会吗？	176
——1999年北京图书订货会综述（上）	
九九图书市场，谁领风骚？	182
——1999年北京图书订货会综述（下）	
从“市”到“会”书市呼唤功能转换	186
——第十届全国书市述评	
订货会归去来兮	191
全国书市：嬗变与期待	195
电子商务：挡不住的潮流	200
——2000年北京图书订货会综述	
圈点书业世纪盛会	207
——第十一届全国书市述评	
版权贸易路正长	216
——1998年北京国际图书博览会综述	
网络出版离中国还有多远？	225
——第八届北京国际图书博览会追记	

出版史话

沧海横流 方显英雄本色	230
——从三位先贤看商务百年	
中华书局：时代商机的驭手	239

产业观察·问题篇

评选结果出人意料

刚刚结束的首届“小松树”儿童图画书奖评选，评委们毫无争议地把4棵“小松树”全部奖给了湖南少儿出版社，在少儿出版界一石激起千层浪。这4部获奖作品是：《贝加的樱桃班》（作者：郑春华、沈苑苑）、《贝贝流浪记》（作者：孙幼军、周翔）、《袋猫妈妈》（作者：何艳荣）、《小兔小兔当了大侦探》（作者：俞理）。

据了解，在众多的参评图书中，获得评委们不约而同的关注和好评的，是湖南少儿社选送的一批作品。这些作品体现了较新颖的创作意识和编辑意识，既充分注意了儿童读者的审美心理需求，又充分发挥了作家画家的艺术个性，文字与绘画既统一又颇具特色，与当前国际上较先进较流行的儿童图画书的运作形式相接近。

本次“小松树”图画书奖评选，从某种意义上是对近年我国儿童图画书创作与出版状况的集中展示与检阅。参加评选的专家和学者一致认为，我国的儿童图画书虽获得了长足的发展，并正踏上与国际儿童图画书接轨的路，但与欧美、日本等国相比差距仍很大。此次全国范围的评奖，送书参评的出版社只有13家，样书的种类只有90种，这对于一个拥有3亿儿童的大国来说，显然是远远不够的。在内容质量上，作为获奖作品一般有较大突破、让人耳目一新的图画书并不多。究其原因，一是创作力量不足，大多数儿童文学作家尚未将视点真正投向儿童图画书；二是编辑力量尚弱，观念和方法尚陈旧，大多数儿童图画书的编辑仍沿袭作家给故事、画家配插图的传统方式。要满足广大少年儿童的需要，让儿童图画书上质量上档次，上述两个问题非解决不可。

在这次评奖中独占鳌头的湖南少儿社自然是一阵欢欣雀跃。社

■本次“小松树”图画书奖评选，湖南少儿独揽4棵“小松树”奖，反映出我国的儿童图画书虽获得了长足的发展。但在内容质量上，作为获奖作品一般有较大突破、让人耳目一新的图画书并不多。究其原因，一是创作力量不足，大多数儿童文学作家尚未将视点真正投向儿童图画书；二是编辑力量尚弱，观念和方法尚陈旧，大多数儿童图画书的编辑仍沿袭作家给故事、画家配插图的传统方式。

长张天明说，这是他们多年来下功夫狠抓编创观念的转变、狠抓极富想象力的绘画和优美的文字有机结合的果实。他说在儿童文学尤其儿童图画书的创作编辑方面，湘少社开始走出了一条属于自己的并逐渐被认可和接受的路。

“小松树”的破土发芽固然是一件可喜可贺的事情，但它只植根在一家出版社，同时又是一种遗憾。因为中国3亿儿童所需要的，绝对是蔚为壮观的。

大森林而不仅仅是几棵小松树。日本福音馆书店会长松居直先生在看了参评样书和获奖图书后说，中国的儿童图画书已站在了国际起跑线上，在21世纪该有巨大发展，他期待着中国儿童图画书超过日本。这话由日本人口中说出来，该是另一种遗憾。

这两种遗憾都消除的那一天，还有多远呢？

1995.10.2

南北双汇聚 煮酒论英雄

——全国少儿社首届联合看样订货会传真

■1995年9月18日~20日在北京、上海两地同时举行的全国少儿社首届联合看样订货会，是全国少儿社的一次大比武。大比武的结果表明，少儿出版市场开始走出低谷，诸强已经诞生，阶梯已经形成。

过去十年，公众、媒介对国产少儿读物的批评集中在三个方面：选题重复、量大质低、价格“不菲”。面对欧美、日本卡通读物的大肆进犯，港台出版商在作者、市场方面的争夺以及纸张、印刷成本的飙升，国内的一些少儿读物出版商们似乎也显得有些窘迫。

目前的情况怎么样呢？1995年9月18日~20日在北京、上海同时举行的全国少儿社首届联合看样订货会，是对各家少儿社与逆境相抗争的努力成果的一次总结，也是市场中锤炼一番之后各自成熟程度与实力的一次检阅，业内人士一致认为，一个较为规范的少儿读物市场由此开始形成。

南北诸强排座次

本届联合看样订货会，上海片的订货总码洋为3229万元，北京片的订货总码洋为1465万元。两地的共同情况是获前5名的出版社完全相同，获前10名的出版社基本一致。依序看各社的订货码洋，发现早就呼之欲出的5强终于诞生，4级阶梯的构成也十分明显。

名次越靠前，市场占有率自然越大。我国少儿出版界历来有“南上少北中少”二雄并立的说法，然而本次订货会后起诸雄咄咄逼人的态势，打破了这种均衡的南北对峙。5强中除了中国少儿社，其余4强，无一例外在长江流域的南方。就是前10名中，也是南雄多于北雄。因此订货会统计数据尚未完全出来，南方的少儿社已是一片兴高采烈。

关于这种状况,一个一致的解释是,长江流域尤其华东地区历来是我国经济文化发达地区,上海又是我国最大的出版基地。这自然有道理,但如果从出版这一市场行为本身来考察,恐怕没那么简单。

作者手记:关于要不要5强或者4级阶梯的提法,采访中听到了不同意见。为了述说的方便,姑且用此说法。且不言江山代有英雄出,各领风骚“三几”年。强与不强之间,也是互相转化的。况且这里谈及的不是少儿社的整体实力,仅仅是就一般图书而言,如果加上教材教辅和期刊的话就另当别论了;不过话说回来,未来图书市场的实力竞争将是一般图书唱主角。

上海少儿社在上海片的订货码洋为1190万元,占了总码洋的1/3。它在北京片的订货码洋比例虽没这么大,但也是高高在上的第一级台阶。第二级台阶由江苏少儿社、中国少儿社、浙江少儿社、湖南少儿社组成。它们之间的订货码洋差距不大,如第四名浙江少儿社与第五名湖南少儿社,仅2万元之差。但它们与6~10名的第三级阶梯之间,仍有较大落差。11名以后的第四级阶梯,情况又各有不同。这种宝塔形结构,该是正常而合理的市场结构。

■上海少儿社是高高在上的第一级台阶。第二级台阶由江苏少儿社、中国少儿社、浙江少儿社、湖南少儿社组成。这种宝塔形结构,该是正常而合理的市场结构。

比特、比精、比新

中国少儿社发行处处长尚万春先生一语中的:越有特色的出版社,市场占有率就越高。出版社的特色究其实质便是出版物的特色。名列5强的出版社,家家都有自己的精品书,都有畅销不衰的特色书。

实力最强、影响最大的上海少儿社,社长周舜培女士说,他们特别注意培育新的畅销书,以使好戏连台。中国少儿社的“一个工程五个系列”,重在为学之初的少年儿童打好扎实牢固的基础,绝不追求花里胡哨一时热闹的短期效应。在少儿读物定价普遍太高的时候,江苏少儿社却采取低价策略,尚未开棋已先胜一筹。他们的24开《彩图中国古典名著系列》、《彩图外国童话系列》,在同类图书中内容装帧制作是最好的,价格却是最低的,新华书店当然抢着订,读者当然