

辽宁出版集团
辽宁人民出版社

杨贵山 林成林 姜乐英 等著

世界 出版观潮

中国商业文化丛书

出版业兼并狂潮席卷全球

日本出版步入“过剩时代”

解密按需印刷

印刷业：老字号不如小字辈

谁来替你打出版官司？

美国出版社怎么做广告

世界出版趋势

出版管理与各国出版

新出版

出版集团

出版经营——股权制与产权

出版经营——中介服务

出版经营——出版营销

世界 出版观潮

主 编

张小影 程三国

顾问

杨牧之 刘 果

编 委

(按姓氏笔画排列)

王俊国 任慧英

张小影 李英健

程三国

执行编辑

朱筱林 欧 宏

王一方

《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。

目 录

主编的话

世界出版趋势

数字化是专业出版的发展趋势	2
美国出版业现状与发展趋势	8
出版业兼并狂潮席卷全球	16
坚守出版的多样性	25
——法兰克福书展前主席彼德·魏德哈斯谈出版业未来	
加入 WTO 的发展中国家出版业无一受损	30

出版管理与各国出版

中美图书出版发行差距在哪里?	34
英国的版权贸易	53
英国出版法律体系	59
西方国家如何保护出版业	80
话说美国版权局	88
荷兰:小国大出版	91
日本出版步入“过剩时代”	96
加拿大出版发行业	104
俄罗斯出版业现状	111
西班牙出版业格局	119
法国出版业不同寻常	123
意大利出版业两极分化	127

法国出版业的基本架构	131
俄罗斯政府的出版管理	134

新出版

出版社上网和网上出版	140
新技术与出版业未来	146
解密按需印刷	153
美国出版业亲密接触网络	162
传统出版危机四伏	171
——访汤姆森学习出版集团总裁兼 CEO 罗伯特·克里斯蒂	
出版业世纪末冲浪新技术	179

出版集团

欧洲出版集团考察报告	190
贝塔斯曼：誓做电子商务盟主	204
——贝塔斯曼总裁米德霍夫、上海贝塔斯曼文化实业 有限公司总经理艾科访谈录	
出版业的扩张模式	212
——访角川书店总裁角川历彦	

出版经营——股权制与产权

欧美出版业产权变革的新趋势	218
英国图书零售业产权与企业发展	221

印刷业：老字号不如小字辈	224
合并、收购、标价兼并与反兼并	227
皮尔森集团的烦恼	230
出版商的理财观	233
直接融资逐鹿出版	236

出版经营——中介服务

欧美图书市场发育成熟的标志	240
版权代理商：独步欧美市场	242
版权代理帮你挣大钱	244
市场调查影响出版决策	246
顾问咨询业：帮企业分忧	248
出版营销：中介商大显身手	251
出版商破产 中介商发财	254
海外拓展出版代理潜力无限	257
谁来替你打出版官司？	259
协会为你壮胆撑腰	262
给出版业“充电”	265
欧美出版界的社外力量	268
美国的出版教育与培训	271
出版商合同中的五个陷阱	275

出版经营——出版营销

畅销书与“大腕作家”	280
------------------	-----

超级畅销书 巨额定金娶进门	283
文坛也需“星探”	286
——作者的发现、培养和再创造	
一步成功的小说家	289
美国犯罪纪实文学 作者与案犯做交易	292
书评 获奖：图书销售的“发酵剂”	294
作者为何匿名？	296
——畅销书营销的怪招	
作者的自我推销	298
出版商的“三包装”	300
畅销书的区域性与全球化趋势	302
图书畅销的非常规因素	305
畅销长销与图书生命周期	308
性 心灵 死亡 三大热门题材	310
美国书评业探秘	313
美国出版商如何开发畅销书的潜力	318
美国出版社怎么做广告	326

世界出版趋势

数字化是 专业出版的发展趋势

哈考特·布雷斯国际出版集团是美国唯一一家跻身世界前五名的专业出版社，同时又是世界上最大的医学出版社。这样一个引人注目的国际出版集团的主席兼执行总裁如何看待目前出版业频频的兼并重组、经营模式的转变、版权问题，以及在医学这个中美有着巨大合作潜力的市场将有怎样的打算，都是令人关注的问题。为此，《中国图书商报》记者借'98北京国际图书博览会之机，对郝史东先生进行了专访。

林：作为世界第六大专业出版公司，也许在收购了莫斯比后就跃居世界第五大专业出版公司的总裁，您是否可以谈一谈专业出版的未来发展趋势？

郝：首先我要更正的是我不是哈考特·布雷斯的总裁，我是哈考特·布雷斯国际出版集团的主席兼执行总裁。哈考特·布雷斯的总部设在马萨诸塞州波士顿城外，其国际集团的总部设在伦敦，我就在伦敦工作。我想我们的确要跃居第五了。在位居前五名的专业出版社中，目前只有一家是美国的其他四位是皮尔森集团（PEARSON，英国）、沃尔特斯·克吕维尔集团（WOLTERS KLUWER，荷兰）、汤姆逊集团（THOMSON CORP，加拿大）和里德·艾尔塞维尔（REED ELSEVIER，英荷合资）。我们是美国惟一的一家。虽然五家公司均被称为专业出版商，彼此之间却存在着很大差别。我们的公司与其他四家也有相当大的区别。这四家公司总体来看，法律出版占据很大比例。里德·艾尔塞维尔、汤姆逊和沃尔特斯·克吕维尔都是法律出版商，法律出版所占的比例是惊人的，而我们根本就没有

有法律出版。此外，皮尔森集团作为专业出版商，更多地出版大学教材，我们也出版大学教材，但这方面的业务并不是很大。我们作为一个专业出版商，优势在于科学、技术和医学。我们目前是世界上最大的医学出版商，这是我们与其他四家主要的不同。另一点我想说的是，我们正在越来越积极地参与医学以外的出版，或者也可以将专业出版的范围扩大一些，这个话题我们回头还要谈。

我得说，专业出版发展中最重要趋势是数字方式对数据的保存和恢复，或者说数字出版。作为一个专业出版商，我们对此还不够活跃。我指的是与其他一些公司相比。要探索其原因很简单，那就是公司是否赚钱。法律业务方面的数字出版已经发展相当好，律师，特别是美国的，已经开始不再用书和杂志，差不多所有的事都在屏幕上完成。因此里德·艾尔塞维尔、汤姆逊和沃尔特斯·克吕维尔法律出版的大部分收入几乎都来自电子数据库出版。律师很快就看到了数字出版的优势，金融领域的专业人士亦如此。你甚至可以说，世界上最大的数字出版商不是以上这几家，而是像路透社和BLOOMBERG这样的机构。因为它们通过出售数字的金融信息获得主要的收入，但是我们主要从事的医学出版数字化步伐很慢，我想这是因为医生与医学专家传统上以一种与律师和金融家不同的方式获取和利用信息。医学工作中很重要的部分不是分析处理数据，而是手工地给病人做检查，根据经验做出诊断，而不是像律师那样以分析数据为基础。我们还发现，医生在受教育的过程中很少有机会与电脑接触，因此很多医生，即使是四十岁上下较年轻的医生也不能很适应电脑。当然事情也在变，因为越来越明显，医生的工作如果基于大量的数据分析，可以变得更有效，诊断成功率会更高。比如一个患者身上有如此这般的症状，如果医生拥有一个庞大的数据库，其中保存了成千上万有这种症状的病例，医生就可以看到各种疗法对症状的效果如何，这种帮助是很有用的。这就是医疗领域正在发生的转变。

数字时代是对医学出版的巨大挑战。到目前为止，我们在这方面的投资还不多。而且坦白地讲，医学出版上我们的记录是零，我们仍然通过传统方式在医学出版上获得大部分的收益。未来的几年中，我们面临着巨大的挑战，我们必须在医学的数字出版上加大投资，这可能很冒险的。因为我们现在做的与一个世纪以前没有什么区别，但一旦涉足数字出版就意味着不稳定性，我们吃不准市场的变化。可

■专业出版发展中最重要趋势是数字方式对数据的保存和恢复，或者说数字出版。

■未来的几年中，我们将面临着巨大的挑战，我们必须在医学的数字出版上加大投资，这可能很冒险的。因为我们现在做的与一个世纪以前没有什么区别，但一旦涉足数字出版就意味着不稳定性，我们吃不准市场的变化。可我们没有选择。

■大多数顾客并不会为了某一条信息而购买某一公司的数字出版物。专业出版商需要考虑的问题是如何在各种数字产品间建立统一性同时又不削弱各自的竞争力。

■在收入没有快速增长的情况下，要实现利润的快速增长就需要合并，减少商业运作上的成本。

我们没有选择，因为你不做，别人就会做，就会威胁我们的市场。面对更加强有力的竞争对手。因此我们在数字出版方面面临着很大的挑战。

在科学技术出版方面，我们有专门的学术期刊，并且在数字出版上做出了大量成功的尝试。事实上，在这一方面我们取得的进步超过世界上任何一家学术出版社，包括阿尔塞维尔这样的杰出出版社。因此，可以说我们是这一领域的佼佼者。我估计今年学术出版的杂志征订收入将有25%来源于数字版权授权许可。这就是我对专业出版发展趋势的看法。还有一点我想说——但是我自己也没有答案，也是一个趋势，那就是在法律数字出版方面更突出。如果你是律师，你在市场上可以选择汤姆逊的法学数据库，里德·阿尔塞维尔的法学数据库，当然还有其他公司的法学数据库，问题在于大多数顾客并不会为了某一条信息而购买某一公司的数字出版物。专业出版商需要考虑的问题是如何在各种数字产品间建立统一性同时又不削弱各自的竞争力。但我相信这必将成为一个关键的问题，对医学出版尤其如此。比如我们来看一看医生一般是如何选择医学数据库的。他们会看到哈考特·布雷斯的产品，也会看到克吕维尔的产品，问题在于医生并不关心他所需要的信息是由哪一家出版社出版的，他所关心的是这些信息是否来自同一个系统和来源。他不希望因为两个数据库毫无联系而导致为了一两条信息大大破费，我想这是一个很具挑战性的问题。

林：90年代以来，专业出版刮起“兼并”之风。其中原因是什么？今后的趋势又是怎样？

郝：原因有几条。其一就是90年代以来，坦白地讲，对专业信息的需求不够强烈。也许对专业信息需求最为强烈的是在60、70和80年代。事实上，在80年代就有苗头表现出需求下降。出版商发现很难实现收入快速增长。在收入没有快速增长的情况下，要实现利润的快速增长就需要合并，减少商业运作上的成本，我相信这是主要的推动因素。其二就是数字出版需要相当大的投资来制作数据库，这笔资金是许多小出版商难以负担的，因此，在很多情况下，他们不得不把自己卖给大公司，如果不这样，他们知道自己掌握的信息的价值就无法得到体现。这些是合并的主要原因。那么这种趋势会不会继续下去呢？我认为不大会，因为合并已经基本达到无法再有余地合并的程度了。举个例子，里德·阿尔塞维尔和克吕维尔数日前曾

试图合并，但数周后又决定放弃。我认为原因在于双方都没有看到合并之后会带来什么好处，相反认为最好的方式还是让两个公司维持现在的状态。我相信还会有收购、兼并的发生，但步伐肯定会慢下来。另外我想会发生的是在合并收购之后生成的新公司将会花几年的时间解决诸如结构机制的问题。而在此过程中，他们肯定会忽略或者错过一些良机，因为他们的精力都集中在内部调整上了。这无疑给小企业提供了机遇，人员可能就来自大公司的内部，这些人也许出于个人的原因离开大公司。对他们来说，找到合适的市场也许不易，但在专业出版中，如果有一个好的创意，成立专业出版社并不是难事，成本也不高。因此肯定会有一批有创新精神的人投入到这个行业。他们当中有些人会成功，有些人可能会被淘汰出局。有些人也许还有希望成为专业出版的巨人，我想这就是信息的游戏规则。因此，我个人并不担心专业出版会最终集中在某个或某几个出版商身上。因为出版业与其他行业的情况不同，比如，如果我是搞软件的，我会很担心微软，如果它把网络浏览与视窗98附送，那么很多开发浏览器的软件公司将蒙受损失。但专业出版就不同了，因为甚至最大的公司也不是能够占领所有图书出版市场的，所以我相信问题不大。如果让我预言10年后，我想在那时相当一部分重要的专业出版商在今天也许只是无名鼠辈或根本就不存在。

互联网的问题是拥有太多太多的数据，而这些数据大部分又是毫无价值的。

林：互联网对专业出版，尤其是STM出版（科学、技术和医学出版）有何影响？

郝：我想在某种意义上我已经回答了这个问题。互联网对专业出版的影响是不可估量的。大家都使用互联网，但互联网的问题是拥有太多太多的数据，而这些数据大部分又是毫无价值的。如何找到有用的信息是问题的关键，我们不希望花大量的时间找到的只是一些毫无帮助的东西。我相信从事互联网上出版的公司主要工作是改进网上浏览器，使信息查寻更准确，我相信你也使用互联网，我常上网，你能体会到这不仅是公司的事，也是任何网络用户的事，互联网目前仍然是一个潜在的有待改进的获取信息的方式。

1998年我们在亚洲的情况十分糟糕，我们已决定给客户优惠折扣。

林：贵公司在亚洲发展的状况如何？就专业出版和图书市场而言，亚洲哪个国家在贵公司看来最具潜力？

■在专业出版中，如果有一个好的创意，成立专业出版社并不是难事，成本也不高。因此肯定会有一批有创新精神的人投入到这个行业。我个人并不担心专业出版会最终集中在某个或某几个出版商身上。

■中国经济发展迅速，人民越来越富裕，对国外医学知识的需求也越来越大。我个人认为中西医结合是很好的治疗方法。我希望能与中国医学著作出版商和医学界组织进行交流。

郝：说起来你可能会感到惊讶，开始我们在亚洲的情况十分糟糕。到1996年，我们在亚洲的业务规模还很小。而在1997年，我们的发展非常迅速，业务拓展到原来的五到六倍，数月间销售额便从100万跃至2000万美元。但1997年11月，韩国、马来西亚和泰国的金融危机爆发，我们的客户遇到很大困难，尤其在债务支付上。总之，今年很困难，我们已决定给客户优惠折扣，以便在一定程度上帮助他们。

不过在这个月销售额已经有所增长，而且这种趋势会继续保持数月，总的来说，今年的水平会与去年持平。我们不指望1998年亚洲市场能有快速增长，因为在亚洲许多受金融危机打击严重的国家至今仍不稳定。在日元兑美元继续贬值的情况下，我十分赞赏中国政府为保证人民币不贬值做出的努力，如果人民币贬值就会引发新一轮的贬值。我不是这方面的专家，但我相信人民币不会贬值，因为我对中国的经济形势很有信心，这种良好的势头必能消除其他方面的消极影响。历史地看，就销量而言，日本、中国台湾排在前面；但在日本出版几乎停滞不前。在韩国，我们一度增长很快，而金融危机后也形势欠佳；中国台湾的情况不错，虽然其货币也轻度贬值大约30%。在过去的两年里，一个广大的市场是印度市场，而五六年前，印度的市场还是一片混乱，没有资金。我们期望印度、中国台湾能继续增长，当然最具潜力的是中国大陆。中国经济发展迅速，人民越来越富裕，对国外医学知识的需求也越来越大。我个人认为中西医结合是很好的治疗方法。我希望能与中国医学著作出版商和医学界组织进行交流。我们确实进行过十分有益的讨论，我谈到了对未来医学出版趋势的看法。

林：如果中国开放专业出版领域，比如批准成立合资公司，你将有何打算？

郝：我们对在中国成立合资公司很感兴趣，尽管现在不能。对此我倒不急于求成，因此我们需要更多与中国伙伴合作的经验，更需要彼此的相互了解，也许出版便是最佳途径。而且我们对中国传统医学很有兴趣，我们属下有一家公司专门出版关于中医疗法的书，虽然业务不是很多，却具有巨大的潜力，中西方医学应当建立双向交流。

林：此次来京参展带了多少书？是关于哪些方面的？

郝：我们带来了大约五百种图书。是关于科学、技术、医学、护

理、经济、心理学、社会学以及计算机等大学教材。我想补充一点的是，在过去的一年我们对自己作为专业出版商的工作又有了新的理解。我们认为在未来大约20年后，我们称为“传统教育”，即那种学校教室教育的增长将会缓慢下来，而我们习惯称为“非传统教育”，即很多已经工作的人希望继续接受教育的需求会增加，这使得出版社有机会不仅成为出版社还成为教育者。

1997年我们收购了NETG公司，一家以多媒体电脑培训为主的公司，软件使用开发和编程培训时下十分红火，我们以CD-ROM或网络形式出售这些课程。我们还收购了学习系统公司(ICS)，ICS在教学上经验丰富，其市场营销也做得不错，但他们的课程质量不过关。我们希望在这方面帮助改进，并对其前景很有信心。因此我们重新地审视自己的地位，认为自己不仅仅是图书杂志的出版者，也应扮演教育者的角色，为学习提供材料。相比之下，其余四家眼光没有这么长远，我们甚至称这种旧眼光为“历史的眼光”。

我们一直不是十分积极地促成版权贸易，在这个问题上我们使用的是较长远的战略眼光。

林：我也听说了一些出版社转向教育上的尝试。看起来出版业正经历着一些经营方式上的转换，你能谈一下哈考特·布雷斯如何处理版权问题吗？

郝：我们在销售版权问题上什么情况都有，但最通常的做法是作者将版权转让给出版社。我想比起旧的所有方式，新的做法会使相同内容以多种形式出版，单行本、连载、外语版等，现在的情况是可以组织内容的形式十分多。我想关于版权，事情还在演变。一方面出版社不希望看到作者只出让一种形式的版权，而把其他形式的版权签给其他出版社，从而造成出版社之间的竞争；另一方面，作者希望保留版权以便寻找能够最大限度地发挥作品潜力的出版方式。这是版权问题上比较困难的地方。

■我们重新地审视自己的地位，认为自己不仅仅是图书杂志的出版者，也应扮演教育者的角色。

1998.8.31

美国出版业 现状与发展趋势

马丁·马勒斯卡先生是著名的西蒙-舒斯特国际出版集团总裁，18年前由银行业进入出版业，亲眼目睹并推动了美国出版业专业化进程，而且刚刚完成皮尔森集团对西蒙-舒斯特的收购操作案例。1998年8月，马勒斯卡先生来到中国，为上海出版界做题为“美国出版业发展”专题报告，并接受了《商报》独家专访。

世界出版产业发展趋势

■当今世界出版业出现了两个较大的趋势：一个是业内企业的并购，一个是新组合的大出版社的专业性越来越强。另外，还有技术上的重大进步。在出版业，几乎没有一家公司可以没有兼并经历而在业内生存。

林：你在今天下午的“美国出版业的发展”的主题报告会上谈了很多当今世界出版业发展的趋势，现在，你能再概括地谈一下这个问题吗？

马：我认为，我们已经看到两个较大的趋势，一个是业内的并购，结果是产生了为数更少、但规模庞大、地位重要的出版社。另一个趋势是这些新组合的大出版社将自己的目标锁定在范围较狭窄、专业性更强的业务上，这使得它们有机会成为真正专业品质的出版社。除了这两个主要的趋势，我们还看到技术上的重大进步将很快彻底地改变出版业的面貌的趋势。比如，为了直接适应读者对资讯接受方式上的要求，出版社正在努力为读者提供以他们所希望的方式出版的书籍。

林：兼并对出版业的影响是什么？

马：兼并是并购的主要方式，大多数的企业重组属于兼并。在出