

913151

世界书业导论

● 孟凡舟 编著



SHIJIE
SHUYEDAOLUN

书海出版社

前 言

本书曾经是武汉大学图书发行管理专业八五、八六、八七级本科生和八八级干部专修生的教材，并且几次有机会在一些干部进修班试讲过。经过征求意见，反复修改，才成现稿。编著者希望它对在出版系统、图书发行系统、外文图书发行系统等部门工作的同志有些参考作用；给从事科研、教学的同志提供一些帮助。

书中的材料一部分转引自国内的中文内部或公开刊物，一部分编译自国外的原版书刊（书末编有主要参考与引用文献索引）。为此，编著者对原作者、编辑等表示感谢。

编著者还感谢王彬华、梁彦斌等同志为编写此书提供的无私援助。

书中不妥之处，衷心希望得到各方面的批评指正。

孟凡舟

1988年12月 于珞珈山

责任编辑

张安塞

封面设计

赵 源

7A183/01

目 录

第一章 总论	(1)
第一节 国外书业发展规模	(1)
一、图书出版业的发展规模	(1)
二、图书发行业的发展规模	(3)
第二节 国外书业观念	(4)
一、纯商业观	(4)
二、文化观	(5)
三、政治、文化观	(7)
四、政治、文化、商业观	(8)
五、文化商业观	(9)
第三节 国外书业的宏观管理	(10)
一、书业宏观管理的手段	(11)
二、管理权的归属	(22)
第四节 国外书业的产销渠道与产销关系	(29)
一、产销渠道	(29)
二、产销关系	(34)
第五节 国外出版经营的特点	(38)
一、市场在出版经营中起重要的调节作用	(38)

二、竞争激烈·····	(42)
三、注重图书宣传和推销·····	(46)
第六节 国外图书发行业的特点·····	(49)
一、现代化的物质技术条件·····	(50)
二、方便迅速的信息传递·····	(51)
三、精心经营的零售书店·····	(51)
四、健全的人事管理制度·····	(55)
第二章 美国书业 ·····	(57)
第一节 美国书业机构·····	(57)
一、图书出版机构·····	(57)
二、图书发行机构·····	(64)
第二节 美国书业的组织与管理·····	(66)
一、宏观组织与管理·····	(66)
二、出版社的组织与管理·····	(70)
第三节 美国出版业·····	(76)
一、出版业的规模·····	(76)
二、纸皮书出版业的经营·····	(77)
三、非大众市场图书的经营·····	(85)
第四节 美国图书发行业·····	(95)
一、出版社的图书发行业·····	(95)
二、图书批发业·····	(102)
三、图书零售业·····	(108)
第三章 日本书业 ·····	(112)
第一节 日本书业的概况·····	(112)
一、书业的起源和发展·····	(112)
二、日本书业的规模·····	(114)

三、日本书业宏观管理·····	(115)
第二节 日本图书出版业·····	(117)
一、著名的图书出版机构介绍·····	(117)
二、日本出版经营观·····	(120)
三、日本出版经营活动·····	(123)
第三节 日本图书发行业·····	(135)
一、图书发行机构与图书发行渠道·····	(135)
二、社店关系·····	(139)
三、图书批发业·····	(144)
四、日本图书零售业的经营特点·····	(148)
五、图书发行业的人事管理·····	(153)
第四章 联邦德国书业·····	(157)
第一节 联邦德国书业概况·····	(157)
一、书业简史·····	(157)
二、联邦德国书业发展规模·····	(158)
三、书业协会·····	(159)
第二节 联邦德国的出版业·····	(161)
一、出版机构·····	(161)
二、联邦德国书业的管理与书业观念·····	(163)
三、出版经营活动·····	(165)
第三节 图书发行业·····	(170)
一、图书产销渠道与图书产销关系·····	(170)
二、图书批发业·····	(172)
三、图书零售业·····	(173)
第五章 英国书业·····	(176)
第一节 英国书业概况·····	(176)

一、书业发展的历史·····	(176)
二、书业的发展规模·····	(179)
三、英国书业的管理·····	(180)
第二节 英国出版业·····	(183)
一、英国图书出版机构·····	(183)
二、出版经营活动的特点·····	(189)
第三节 英国图书发行业·····	(196)
一、产销渠道与产销关系·····	(196)
二、图书零售业的特点·····	(198)
第六章 法国书业 ·····	(201)
第一节 法国书业概况·····	(201)
一、发展规模·····	(201)
二、书业管理·····	(202)
第二节 法国出版业·····	(204)
一、出版机构·····	(204)
二、出版经营·····	(205)
第三节 法国图书发行业·····	(210)
一、图书发行机构与图书发行渠道·····	(210)
二、图书产销关系·····	(211)
三、图书批发与零售业·····	(212)
第七章 苏联书业 ·····	(215)
第一节 书业概况·····	(215)
一、俄苏书业简史·····	(215)
二、书业发展规模·····	(218)
三、书业的组织与管理·····	(219)
第二节 苏联图书出版业·····	(220)

一、出版业的高度计划管理·····	(220)
二、出版业的专业分工·····	(222)
三、出版社同作者、读者的联系·····	(223)
四、出版社与书店的购销形式·····	(224)
第三节 图书发行业·····	(225)
一、图书发行机构与发行渠道·····	(225)
二、苏联的图书市场·····	(226)
三、苏联的古旧书贸易·····	(229)
四、图书发行人员的教育·····	(230)
第四节 苏联书业改革·····	(232)
一、全行业改革的原则与要求·····	(232)
二、在出版方面的改革措施·····	(233)
三、在图书发行业方面的改革措施·····	(234)
第八章 东欧书业·····	(236)
第一节 东欧书业发展规模·····	(236)
一、捷克斯洛伐克·····	(236)
二、罗马尼亚·····	(236)
三、南斯拉夫·····	(237)
四、民主德国·····	(237)
五、保加利亚·····	(237)
六、波兰·····	(238)
七、匈牙利·····	(238)
第二节 东欧书业观念和书业管理·····	(239)
一、书业观念·····	(239)
二、书业管理·····	(240)
第三节 东欧出版业的特色·····	(243)

一、发达的读者俱乐部·····	(243)
二、重视图书的宣传·····	(243)
三、出版专业分工较严格·····	(244)
四、重视加强作者工作·····	(245)
五、重视国际出版交流·····	(245)
六、南斯拉夫出版业的特色·····	(246)
第四节 东欧图书发行业的特色·····	(248)
一、图书产销渠道与产销关系·····	(248)
二、图书零售业的组织·····	(249)
三、图书零售业特点·····	(250)
第九章 北欧书业 ·····	(253)
第一节 瑞典书业·····	(253)
一、书业概况·····	(253)
二、出版社和出版商协会·····	(254)
三、瑞典图书销售业·····	(255)
第二节 芬兰书业·····	(256)
一、出版业·····	(256)
二、芬兰图书销售业·····	(257)
第三节 丹麦、挪威、冰岛书业·····	(258)
第四节 北欧书业特点·····	(260)
一、利用协会对书业进行管理·····	(260)
二、高度发达的物资技术设备·····	(260)
三、外向型经营·····	(261)
四、集中的趋势·····	(261)
第十章 亚、非、拉、澳国家书业 ·····	(262)
第一节 亚洲发展中国家书业·····	(262)

一、印度书业·····	(262)
二、孟加拉国书业概况·····	(266)
三、印度尼西亚书业·····	(267)
四、泰国书业·····	(268)
五、菲律宾书业·····	(269)
第二节 非洲书业·····	(270)
一、书业的发展概况·····	(270)
二、非洲国家民族书业的发展·····	(272)
三、外国资本对非洲书业的渗透·····	(275)
第三节 拉丁美洲书业·····	(277)
一、拉丁美洲书业概况·····	(277)
二、巴西书业·····	(278)
三、阿根廷书业·····	(279)
四、哥伦比亚书业·····	(280)
第四节 澳洲书业·····	(280)
一、澳大利亚书业·····	(280)
二、新西兰书业·····	(283)
第十一章 台湾省书业·····	(285)
第一节 台湾出版业·····	(285)
一、出版业规模·····	(285)
二、出版经营特色·····	(286)
第二节 台湾图书发行业·····	(289)
一、图书发行渠道与产销关系·····	(289)
二、图书零售业的特色·····	(291)
本书主要参考与引用文献·····	(293)

第一章 总 论

在分国度介绍世界各国出版发行业之前，有必要对世界范围内书业各方面的状况进行一下全面而又概略的讨论，以便我们能放宽眼界，看待任何一国书业，都用全球的眼光去分析和比较。

第一节 国外书业发展规模

我们分别从图书出版业和图书发行业两方面来介绍国外书业的发展规模。

一、图书出版业的发展规模

世界各国出版业的发展规模差距很大。较落后的是非洲、拉丁美洲和亚洲发展中国家，较发达的是欧洲、北美、澳洲和亚洲发达国家。

非洲各国中，除了埃及、尼日利亚等有较强大的民族出版业外，其他国家的书业是很落后的。非洲各国年总出书量约在13,000种左右，这仅相当于欧洲的3.1%，相当于亚洲的7.4%。它出版的图书仅占世界总量的1.7%，而人口却占世界总人口的11.1%。非洲每百万人出书仅25种，远远落后

于欧洲（551种）。尼加拉瓜1984年仅出书26种，冈比亚出书146种。

拉丁美洲出版业相对发达的国家是巴西、墨西哥、阿根廷、委内瑞拉和哥伦比亚。但总的来说，拉美出版业在世界上是相对落后的。有的国家除了必备的教科书外，基本上没有什么出版物。1982年拉美人口占世界总人口的8.3%，而图书出版量只占6.1%，远远落后于欧洲。当时欧洲人口占世界总人口的16.2%，但图书总量要占54.3%。

亚洲发展中国家书业比非洲国家相对发达，但与欧洲相比也是比较落后的。这些国家中，出版业较为发达的是印度、孟加拉国、朝鲜等，每年出版物几千种，印度达1万种左右。

欧洲和北美出版业在世界上是最发达的。世界上年出书量较多的国家如苏联、美国、西德、法国、英国、加拿大、荷兰、意大利等，都集中在这两个地区。在这些国家中，苏联出版业传统上实行计划控制，出版社较少，总数在220家左右，但规模都较大，年出书在三、四百种上下。其他国家实行市场自由调节为主，出版社的创立没有特别限制，所以出版社的特点是数量较多，规模较小。美国全国有较正规的大中小型出版社5,500家左右（不包括政府和团体的出版社）。其中出书在100种以上的大型出版社300余家。西德目前有各种类型的出版机构4000多家，其中大部分是总出书在50种以下的小型出版社，约占90%。英国1986年有2920家出版社，其中96家出版社出书数量在100种以上。所以，从出版社的数量来看，以上国家出版社数量是较多的。再从出书品种看，近年来这些国家出书品种都在5万种左右。如美

国1986年出书52,637种,1987年出书45,401种;西德1986年出书63,679种;英国1986年出书52,496种;苏联每年出书(包括小册子)七、八万种,规模也很庞大。

二、图书发行业的发展规模

世界各国图书发行业的规模差别也较大。与出版业一致,图书发行业较发达的也是欧洲、北美的一些国家,较落后的是亚、非、拉发展中国家。非洲某些国家还没有专营的较正规的图书发行业,亚洲的某些国家还没有专门的图书批发业,而北美、欧洲图书发行业却非常发达。

发达国家图书发行业规模的特征是:网点多、备货品种多、小型书店多、大型书店物质条件好。

美国书业界除了自办发行的出版社发行部外,还有专门的图书批发公司近百家。贝克·泰勒公司联系几千家出版社、15万家书店,存书上千万册。美国还有零售书店几万家,其中5000多家是加入了美国书商协会的正规书商。美国的连锁书店不仅有独立书店,而且有连锁书店。几十家甚至上百家零售书店联合起来,打同一个招牌,用相同的经营方式统一经营。这种连锁书店销售额占美国书刊销售总额的15%~20%。西德的书店零售网有四、五千家较正规的书店,此外还有为数众多的书摊、车站书亭、商场售书部等。英国有出售书籍的各种网点36,000处,其中包括3000家较正规的书店,18,000个书报代理商,2,000家百货商店代销点和各种其他类型的网点。相对于人口密度来讲,这些国家的网点也是很密集的。西德1万人左右一个图书发行网点,美国6000人左右一个网点,日本1600人一个网点,苏联2200人一

个网点。

发达国家图书发行网点的备货数量都较多。美国小型书店备货也在二、三万种上下，大型书店备货就更多。邦斯诺布尔书店备货20万种。日本也相似，八重洲图书中心、纪伊国屋书店等备货都超过20万种。莫斯科的“书籍之家”，备货五、六万种。英国牛津布莱克维尔书店备货也在20万种左右。

第二节 国外书业观念

所谓书业观念，是指不同国家、不同群体、不同企业或个人对书业的不同看法。如出版发行业是商业活动？或是文化活动？对出版发行业管理要采取常规经济控制手段，还是要采取特殊的文化措施？出版商书商的道德责任与赢利欲求的关系如何等等。不同国家、不同企业或者同一国家在不同的历史发展阶段，对于书业的认识是不同的。我们把各种不同的书业观念，根据其区别和联系总结为5类书业观：

一、纯商业观

这种观念认为，出版社出书、书店卖书，都是一种纯粹的商业经营活动。盈利是书业的第一目的，其他一切都要为此服务。价值规律和竞争规律是书业活动的行为准则。这种观念体现在美、日、西德、英、法等国的许多出版商书商身上。

西德有一派观念认为，书业是工业的一个分支，因此书

业经营的目的、方式、准则都与其他工业没有区别，对书业也应该象对待其他行业一样进行管理。美国有些书商认为：

“凡是生活里有的东西，书上都可以有”，“有人买就可以卖”。日本出版界的宗旨是，“以读者为中心”，有些出版社认为出书选题要完全依据市场的需要，书业经营要以市场为中心，其它都是次要的。这些是纯商业观的典型描绘。

纯商业观指导下的经营是不顾图书的文化意义的。图书只要俏销，就出就卖。当然这些俏销的有利润的书可能是内容健康的，但也可能是内容不健康的。日本有一类出版社，被人们形象地称为“软性出版社”，实际上是对这些出版社的商业主义及不顾文化性、责任及良心的行为的指责。例如1983年，有家叫资料社的出版社出版了3种资料工具书：《干坏事的词书》、《搞女人的词书》、《弄钱的词书》。内容有文有图，逐条讲解干坏事、搞女人的花招，诸如破门而入、勾引少女的方法、靠卖淫去弄钱的方法等，被认为是“教唆犯罪的百科全书”。还有个别出版社奉行“sex”路线，出版的书如：《好色的泪》、《暴行初体验》、《寡妇淫情》等。美国的有些出版社，也充分地相信图书的“三S”内容，即sex（性）、sedism（虐待狂）、Smoking Gun（冒烟的枪）。这些行为尽管受到法律的限制和人们的指责，但是由于其商业上有利可图，迎合了社会上部分人的口味，所以总有出版商以身试法，不顾文化性与道德责任。

二、文化观

这种观念认为，出版发行业是一项文化事业，传播文化知识是它的目的。因此，为学术而出版，为科学而出版是图

书出版发行业的主要任务。因此，书业活动不应该计较经济上的得失，而应该受文化活动规律的制约。这种观念集中体现在某些国家的政府出版社或者受到某种资助的出版社身上。

美国有些出版社不是商业性的。如不少大学出版社，是专门为大学生、研究人员和学校工作者服务的。他们出版图书，不要求取得商业性成功，而是要对学术教育事业起到促进作用。他们还经常出版一些供学校内部应用的资料，不作商业销售。美国的这些大学出版社，一般都得到大学、政府或者企业基金会的资助。

印度官方出版社也把出版业作为一种文化事业来看待，因此，他们强调图书的社会价值、文化价值，而不大考虑经济效益。印度官办出版社的图书定价只相当于直接成本的2.5倍，而私营书商出版的图书定价为成本的4~5倍。印度的这些官办出版社也由政府资助，每年这些出版社根据出书计划申报需要的经费，由政府拨给。

日本风间书房认为，出版业是由出版文化人从事的学术性事业。它出版了大量有价值的学术图书，如《类聚名义抄全二集》，是古辞书中利用价值最高的出版品种。从1955年开始，风间书房得到文部省的资助，以人文、社科类读物在日本享有崇高的学术地位。

文化观指导下的出版家的唯一目标是文化学术事业，与图书馆、博物馆有近似职能。文化观存在的条件是要有各种渠道的经济资助。

三、政治、文化观

这种观念认为出版发行业要为政治目的服务，为政治和文化的需要而从事宣传、推广、组织活动。革命时期的苏联书业就是这一观念。

1921年11月以前，苏联书业处在国内战争和外国军事干涉的环境中，书业的工作具有为苏联布尔什维克党服务，为苏联人民服务的鲜明政治立场，实际地配合着前线 and 后方作战的需要。列宁早在1905年就说过：“出版社和书库、书店和阅览室、图书馆和各种书报贩卖所——这一切都应成为党的、受监督的。有组织的社会主义的无产阶级应当注意这一切工作，对这全部工作加以监督，把生气勃勃的无产阶级事业的生气勃勃的精神毫无例外地放进这全部工作中。”列宁很明显地强调出版工作的阶级性和政治性。

之所以说这一时期的苏联出版发行观念是政治文化观，是因为：首先，这一时期对于鼓动性的出版物特别重视。如国家出版社的一套“工农小丛书”以及讲述马列主义的一些小印刷业的小册子等获得广泛传播。政治性、文教性读物占著作中的绝大多数。其次，出版物没有经济上获得补偿的要求，出版社和书店都没有严格的经济核算，著作也没有稿酬规定。再次，图书发行机构还不具备企业的条件。那时的发行机构是1919年成立的“中央出版物供应局”，简称“中央供应局”。它经手的图书往往随部队送到前线，它的工作人员在红军和居民中进行文化启蒙工作并大力发行书籍。所以当时书籍贸易制度还未建立，书业机构还不是企业。这种状况一直到1921年11月制定新经济政策才结束。