

国际出版蓝皮书

INTERNATIONAL PUBLISHING BLUE BOOK

(2015 版)

国际出版业 发展报告

范 军 主编



中国书籍出版社
China Book Press

国际出版蓝皮书

INTERNATIONAL PUBLISHING BLUE BOOK

—(2015 版)—

国际出版业发展报告

范 军◎主编



中国书籍出版社
China Book Press

图书在版编目 (CIP) 数据

国际出版业发展报告: 2015 版/范军主编. —北京: 中国书籍出版社, 2016. 7
ISBN 978-7-5068-5665-2

I. ①国… II. ①范… III. ①出版业—研究报告—世界—2015 IV. ①G239.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 154534 号

国际出版业发展报告 (2015 版)

范 军 主编

责任编辑 许艳辉

责任印制 孙马飞 马 芝

封面设计 楠竹文化

出版发行 中国书籍出版社

地 址 北京市丰台区三路居路 97 号 (邮编: 100073)

电 话 (010) 52257143 (总编室) (010) 52257140 (发行部)

电子邮箱 eo@chinabp.com.cn

经 销 全国新华书店

印 刷 三河市顺兴印务有限公司

开 本 787 毫米×1092 毫米 1/16

印 张 17.25

字 数 296 千字

版 次 2016 年 7 月第 1 版 2016 年 7 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-5068-5665-2

定 价 98.00 元

版权所有 翻印必究

前 言

“国际出版蓝皮书”是中国新闻出版研究院的重要研究成果。该系列图书自2003年出版以来，至今已走过14年的历程，先后出版了7部。《国际出版业发展报告（2015版）》是该系列的第八部。本书在继承前7部的基础上，又有许多创新之处。

第一篇“主报告”解析了在国际金融危机、各国政策法律和数字化浪潮的影响下，2014年国际出版业发展情况。包括传统出版市场发展堪忧，生产规模压缩，销售数量下滑，实体书店唱衰；新兴出版业态风生水起，电子书市场向好，自助出版渐成气候，众筹出版闪亮登场。以及伴随而来的人们阅读状况的喜忧参半和国际大型出版传媒集团调整战略目标，进行资本重组，积极发展数字化，着力开拓海外市场，以求在出版市场占得先机。

第二篇“研究成果”对美国、英国、法国、德国、俄罗斯、日本、韩国等七个国家出版业发展状况及相关统计数据的进行了系统梳理。比较客观地阐释了与出版业发展息息相关的各国政策法律、国民阅读以及图书馆采购等市场环境和出版业的生产、销售、贸易、投资和细分领域等情况。

第三篇“业界观点”分别介绍巴西、西班牙、巴基斯坦、哈萨克斯坦等国家出版业的历史与现状。

我们非常希望能以此书为桥梁，与业界人士建立广泛而深入的合作，促进国际出版业研究工作的拓展与完善，为行业发展提供服务。

中国新闻出版研究院副院长范军参加和组织了本书的撰写、修改和统稿工作。中国新闻出版研究院张晴和王卉莲承担了组稿工作。

本书各部分的翻译、整理、撰写情况如下：

“主报告”由范军、张晴撰写。

在“研究成果”中，美国分报告由张晴撰写；英国分报告由中国新闻出版研究院侯鹏和中国人民大学田以丹撰写；法国分报告由中国新闻出版研究院王珺撰写；德国分报告由大众汽车集团（中国）彭斯撰写；俄罗斯分报告由王卉莲撰写；日本分报告由中央财经大学宫丽颖撰写；韩国分报告由韩国

京畿道观光公社上海事务所叶子撰写。

在“业界观点”中,《巴西图书出版业发展及出口转型》一文由武汉大学信息管理学院傅西平撰写;《西班牙图书出版业发展概况》一文由中国新闻出版研究院刘莹晨撰写;《巴基斯坦的图书出版业》一文由河北大学新闻传播学院金强撰写;《哈萨克斯坦出版业发展情况综述》一文由王卉莲撰写。

在此,对各方专家所付出的辛勤劳动和大力支持表示诚挚的谢意。

本书由范军审阅、终审并定稿。

《国际出版业发展报告(2015版)》课题组

2016年6月26日

目 录

第一篇 主 报 告

2014 年国际出版业解析	(3)
一、传统出版不容乐观	(3)
二、新兴出版风生水起	(5)
三、阅读状况喜忧参半	(6)
四、大型企业积极进取	(7)

第二篇 研究成果

美国出版业发展报告	(11)
一、出版业发展背景	(11)
二、图书业发展状况	(21)
三、期刊业发展状况	(35)
英国出版业发展报告	(41)
一、出版业发展背景	(41)
二、图书业发展状况	(41)
三、期刊业发展状况	(65)
法国出版业发展报告	(69)
一、出版业发展背景	(69)
二、图书业发展状况	(74)
三、报刊业发展状况	(95)
德国出版业发展报告	(100)
一、出版业发展背景	(100)

二、图书业发展状况	(105)
三、期刊业发展状况	(120)
俄罗斯出版业发展报告	(123)
一、出版业发展背景	(123)
二、图书业发展状况	(126)
三、期刊业发展状况	(141)
日本出版业发展报告	(148)
一、出版业发展背景	(148)
二、图书业发展状况	(151)
三、期刊业发展状况	(168)
韩国出版业发展报告	(175)
一、出版业发展背景	(175)
二、图书业发展状况	(184)
三、报刊业发展状况	(203)

第三篇 业界观点

巴西图书出版业发展及出口转型	(213)
一、巴西图书市场的发展情况	(213)
二、图书市场增长有限及其因素分析	(214)
三、未来仍有增长空间	(215)
四、另辟蹊径转型出口	(216)
五、政府举措	(217)
六、私企发力	(218)
七、美国的巴西图书	(219)
八、个案：畅销书作家保罗·科埃略（Paulo Coelho）	(219)
九、结论	(220)
西班牙的图书出版业概况	(222)
一、出版业相关法律	(222)
二、图书馆借阅情况	(222)
三、图书业发展状况	(224)

巴基斯坦的图书出版业	(231)
一、图书出版业状况	(231)
二、图书出版的新态势	(237)
三、图书盗版问题及其他出版制约因素	(243)
四、制约图书出版业发展的其他因素	(252)
哈萨克斯坦出版业发展情况综述	(256)
一、出版业情况	(256)
二、出版物发行的情况	(258)
三、出版企业的情况	(262)
四、出版人才培养的情况	(263)

附 录

2014 年 12 月 31 日人民币对各币种汇率中间价表	(267)
-------------------------------------	-------



第一篇 主 报 告

2014 年国际出版业解析

范 军 张 晴

受国际金融危机、各国政策法律和数字化浪潮的影响，2014 年国际出版业有喜有忧：喜的是新兴出版业态风生水起，电子书市场向好，自助出版渐成气候，众筹出版闪亮登场；忧的是传统出版市场发展堪忧，生产规模压缩，销售数量下滑，实体书店唱衰。伴随而来的是人们阅读状况的喜忧参半。面对这一系列的变化，国际大型出版传媒集团相继调整战略目标，纷纷进行资本重组，积极发展数字化，着力开拓海外市场，以求在出版市场占得先机。

一、传统出版不容乐观

在国际出版业的发展进程中，尽管 2014 年美国、法国和韩国等国出版种数相比 2013 年略有增加，分别为 20.1 万种、9.8 万种和 4.8 万种。但德国、俄罗斯和日本等国出版种数相比 2013 年都有一定的减少，分别为 8.7 万种、11.2 万种和 8.1 万种。2014 年英国出版的种数与 2013 年持平，均为 18.4 万种。

从图书销售来看，与 2013 年相比，除美国外，英国、法国、德国、俄罗斯、日本和韩国等国图书销售额都有不同程度的下降。2014 年美国各类图书销售表现令人刮目相看，其销售额增至 279.8 亿美元，同比增长 4.4%。而英国、德国、法国和日本等国图书销售额分别下降了 4.6%、0.7%、1.6% 和 4.1%。其中，德国是自 1992 年以来首次出现下滑的情况。2014 年畅销书也未能带动图书的销售。2012 年出版的《五十度灰》“三部曲”和《饥饿游戏》“三部曲”等超级畅销书，犹如一缕春风温暖了欧美图书市场乃至全球图书市场。但随着这两本图书热度的衰减，2013 年大众图书销售额骤减。虽然，2014 年大众图书销售额有所回暖，但很难再现 2012 年如火如荼的情景。

从期刊发行来看，2014 年美国增加 190 种新刊，数量和规模都高于 2013

年的水平。但这只是个案，更为普遍的情况是2014年大多数国家期刊的发行量、订阅量、广告量、销售额和广告收入都有所下降。英国期刊发行量为3.74亿份，同比下降10.7%；法国期刊发行量为38.4亿份，减少1.7亿份，降幅为4.2%；日本期刊发行仅为3761种，销售额降到8802亿9751万日元，同比减少5.1%。

从实体销售渠道来看，中小型书店生存状态尤为令人叹吁。近些年来，随着数字化浪潮的冲击，人们的阅读习惯正在改变，连锁书店、独立书店、报刊亭等传统销售渠道处于缩减的状态。自2005年以来，美国的实体书店数量逐年减少，2014年仅为13928家。法国一级书店市场份额大多被二级书店、网络书店及其他零售渠道所瓜分，2014年销售额缩至3000万欧元左右。在2005年的时候，日本实体书店有17839家，而至2014年5月仅存13943家，十年来减少了3896家。2014年俄罗斯实体书店数量也在持续缩减，所占市场份额不足五成。2014年不仅是中小型书店的寒冬，就连有着上百年历史的大型连锁书店如巴诺书店也举步维艰。2014年巴诺书店销售额为63.8亿美元，较2013年同期大幅下降。

从总体上看，尽管传统书刊出版市场状况不容乐观，但在局部方面仍有一些表现值得关注。一是文学类和青少年类图书在传统出版市场上扮演着主角。2014年美国、德国、法国、日本和韩国等国文学类与青少年类图书出版种数合计分别为50039种、32743种、31812种、18644种和17940种，分别占图书出版总量的24.8%、44.3%、32.3%、23.0%和37.1%。同时，儿童和青少年图书也是版权输出的主力。2014年法国海外授权翻译出版最多的图书是连环画，占输出品种总量的28.8%；德国儿童和青少年图书版权输出占全部版权输出的36.7%。二是畅销书与影视作品或网络游戏相互影响，带动图书的销售。2014年度美国、英国虚构类畅销书排行榜位列前几名的《无比美妙的痛苦》《分歧者》《地狱》和《我的世界》都分别被搬上荧幕，在电影热映后又掀起了一轮原著抢购高潮。而《我的世界》是根据其同名游戏《我的世界》改编而来的，该游戏在全球范围内有着很大的玩家群体，正是出于对该游戏的喜爱，同名图书也受到了玩家们的热捧。《我的世界》在英国共销售2000万册，创下历史纪录。法国青少年小说中有4个系列共20部作品均受到影视作品的带动，绘本和插画类作品中有9部与2013年11月上映的《冰雪奇缘》有关，累计销量达到53.03万册。《冰雪奇缘》在日本的热映与手机游戏《妖怪手表》的流行助力儿童图书的畅销，儿童图书《冰雪奇缘（迪士

尼小说版)》累计销量达 45.5 万册,其动漫绘本销量达 27.5 万册。三是以中、日、韩为代表的亚洲逐渐成为欧美国家实物出口的重要目的地。特别是中国已经成为法国在亚洲的最大贸易伙伴,其从中国引进出版物数量占进口总量的 8.5%,而向中国输出出版物数量占出口总量的 3.8%。

二、新兴出版风生水起

电子书、自助出版、众筹出版等一系列新兴出版业态如雨后春笋般大量涌现、成长茁壮,构成 2014 年国际出版市场一道亮丽的风景线。

电子书市场稳步发展,订阅模式方兴未艾。2014 年美国电子书出版种数为 255341 种,较 2013 年增加 9.9%,其销售额为 3.37 亿美元,略高于 2013 年的收益。2014 年英国电子书销售量增长 11%,销售总额从 2010 年的 1.69 亿英镑增长至 2014 年的 5.63 亿英镑,增长了三倍多。2014 年德国共出售电子书 2480 万册,比 2013 年增长 330 万册,但增长率相较于 2013 年有所放缓。日本电子书销售额为 1266 亿日元,同比增长 35.3%。韩国电子书市场规模为 7063 亿韩元,同比增长 20.9%。此外,2014 年电子书订阅模式也是一个亮点。2014 年 7 月,亚马逊宣布正式推出一款名为“阅读无限”的电子书订阅服务模式,每月订阅费用也为 9.99 美元。美国出版商协会年度报告也将电子书订阅纳入统计范围,2014 年美国电子书订阅收益为 0.2 亿美元,而 2013 年仅为 0.062 亿美元。尽管这种收益模式尚处于起步阶段,但市场空间却不容小觑。

自助出版渐成气候,作者和读者基本认可。2008 年,一位年轻人因其撰写的小说被出版商拒绝而成立一家专门为那些无缘与出版社合作的作者们提供出版便利的公司。这位年轻人则是这家公司的首席执行官也是自助出版领域的开山鼻祖马克·科克,这家公司就是首开自助出版先河的斯马史沃兹公司。经过七年的时间,自助出版一路扶摇直上、渐成气候,帮助近 10 万人圆了出版梦。英国女作家詹姆斯就是一个典型例子。她所作的《五十度灰》最初就是由自助出版平台出版,被兰登书屋选中推出后而风靡全球,连续两年蝉联欧美畅销书榜首。2014 年自助出版在延续前几年如火如荼的发展态势后日渐平稳,被越来越多的作者和读者所认可。根据鲍克公司调查,2008 ~ 2014 年美国自助出版图书数量增加约 70 万种,增长率逾 700%。

众筹出版富于创新,极具尝试与探索。近些年来,随着传统出版市场的

萎靡，已越来越难以满足数字化时代人们的阅读需要和阅读口味，众筹方式的出现赋予传统出版传播模式和盈利模式以巨大的潜能和空间。2013 年 Ten Pages、Unbound 和 Fan Funding 为代表的众筹出版平台相继建立，2014 年越发成熟、渐成体系。Ten Pages 由荷兰女出版人瓦伦丁·万·德·兰德于 2010 年初创建，它的运作模式正如它的名字所示，通过作者所提供作品前十页样张的阅读，由众筹参与者决定是否参加这一出版项目。该平台设立筹款标的，如果众筹资金达成，作者将得到一定资金作为写作报酬，其余资金将由合作出版商用以编辑出版发行书稿。在图书出版后，作者、出版商、Ten Pages 平台和众筹参加者将按比例分别获得销售收入。成立于 2011 年的 Unbound 平台由三位作家在伦敦创立，它的运作模式兼具传统出版和众筹出版的特性，注重内容把关与运用众筹所独有的推广模式和资金筹集模式。截至 2014 年年初，Unbound 成功融资 120 万英镑。2013 年 8 月，美国著名的网站 Wattpad 发布 Fan Funding 出版众筹平台，为作者写作创意、专业化排版、编辑和印刷等筹集资金。当下，众筹出版这一特殊背景下产生的特殊产物，像蹒跚学步的婴儿一样，对未知的世界不断进行着探索，其发展前景令人期待。

三、阅读状况喜忧参半

2014 年在美国虽然阅读并未成为首选的娱乐方式，但在阅读时间和阅读频率上都呈上升趋势，超过体育、休闲等项目。2014 年俄罗斯人平均阅读图书 4.55 本，超过 2013 年和 2011 年的 4.23 本和 3.94 本。相比美国和俄罗斯的情况，德国人则是“宁愿在空闲的时候选择拿着铲子在花园里干活，也不愿选择拿本书阅读”。同样，2014 年韩国每户家庭每月购买图书的平均费用约为 18154 元韩币，占整个娱乐消费的 12.4%，与 2013 年相比下降一个百分点。2014 年日本也出现了国民阅读下滑的趋势，国民阅读图书或杂志的综合阅读率为 69%，相比 2013 年减少 2 个百分点。

年龄、受教育程度、性别以及个人收入也影响着阅读习惯。2014 年美国 75 岁及以上人群阅读时间最长，15~19 岁年龄段的人群阅读时间最短；本科及以上学历的人群阅读时间最长，高中以下学历的人群阅读时间最短。2014 年德国每天都读书的人群比例相比 2013 年有所下降，70 岁以上人群中 42% 的人每天读书，在 14~19 岁的群体中只有 38% 的人每天读书，比 2013 年下降 6 个百分点。2014 年在日本国民阅读的图书类别中，男性对体育类书

籍最为青睐，其次是小说；女性则对生活、烹饪、育儿类书籍最感兴趣，其次为健康、医疗、福祉类书籍。在俄罗斯女性更喜欢阅读文学作品，其中言情小说最受欢迎。从收入来看，高收入人群购买书籍的数量要低于低收入者，这与高收入人群更可能接触电子移动设备有关。

随着科技的迅速发展，手机、平板电脑、kindle 等终端设备的普及改变着人们的阅读习惯。2014 年美国国民阅读无论是纸质书阅读率还是电子书阅读率较以往均有所增加。二者相比，虽然电子书势头看似强劲，但纸质书依然是美国民众阅读的首选。在德国全职人群往往选择有声读物，但是与 2013 年相比，2014 年有声读物的销量由 4.1% 降到了 3.8%。法国电子书市场情况比较特殊，虽然有 15% 的人每年阅读 1 本以上的电子书，但民众尤其是精英人士还是更喜欢阅读传统纸质报刊，96% 的人每个月至少阅读一种报刊，比 2013 年增加 0.7%。2014 年日本国民电子书的总体利用率为 29.3%，并且呈逐年增长趋势。2014 年韩国只阅读纸质书的人群占 51.7%，比 2012 年下降 4.3%；同时阅读纸质书和电子书的人群占 13.2%，与 2012 年相比略有上升；只阅读电子书的人群占 2.4%，也呈上升趋势；两者都不阅读的人群占 32.7%，比例较大。

四、大型企业积极进取

面对传统出版的持续下滑与新兴出版的风起云涌，国际大型出版传媒企业相继进行战略性调整，不断创新发展模式，大力推进数字化，积极开拓海外市场，以求在激烈的行业竞争中占得先机。

通过战略重组增强企业的实力。2014 年 4 月，圣智学习集团通过清理 40 亿美元的债务，完成财务重组。2014 年 6 月，阿歇特集团将珀尔修斯出版社收购，并将其分销业务以及经销客户转移到 Ingram。2014 年 7 月，贝斯塔曼旗下的兰登书屋并购了桑迪亚纳出版社，该举措极大地提高了企鹅兰登书屋 2014 年的销售业绩。2014 年 8 月，新闻集团旗下的哈珀·柯林斯投入 4.55 亿美元从托斯塔公司手中收购了禾林出版公司，并将其作为自己的分支机构，进一步打开了在亚洲和欧洲地区的出版平台。2014 年 10 月，西蒙舒斯特与亚马逊达成新的分销协定，改变了亚马逊对美国市场的垄断局面。除集团之间的并购外，抛售持有的不良资产也是企业常见的发展战略之一。2014 年以损失 3800 万英镑的代价出让 Nook Media 公司 5% 的股权，同时抛售在线图书平

台 Safari Books Online 和电子教材租赁平台 Course Smart 的部分股份，培生集团获得 4000 万美元的收益。

着力发展数字化和在线教育。2014 年麦格劳·希尔对集团内部的很多业务进行调整，按照新的数字化教育模式形成全新的教育服务模式，其收入为 4.12 亿美元，比 2013 年增长 18%，超过了传统纸质产品的利润。2014 年企鹅兰登书屋在出版纸质书的同时，推出超过 10 万种配套电子书和再版图书的数字版本。2014 年圣智公司继续大力推广其旗下的电子书平台虚拟参考书博物馆，在其上发布 400 多部电子书。2014 年爱思唯尔集团进一步完善旗下的数字库和电子工具，通过对参考工具书的电子化转型来满足科研人员对跨学科知识的需求。2014 年贝塔斯曼集团加大对数字化领域的版权保护，严格控制非法传播的行径。隶属于贝塔斯曼的古纳雅尔旗下的《父母杂志》的第一款 APP《辣妈驾到》已在中国上市，并获得不俗的浏览量。2014 年培生的数字化与服务业务依然涨势凶猛，其中虚拟校园和在线教育项目都取得了不错的收益。

积极走出去开拓海外市场。从各大集团的财务年报来看，海外市场收入在总利润中占有相当大的比重。2014 年英国布鲁姆斯伯里出版社美国公司与 Oyster 公司签订电子书订阅协议，将 1000 多种图书与 Oyster 的电子书库共享。在保持原有的北美市场以及英国、意大利和澳大利亚等核心市场基本稳定的前提下，2014 年培生集团积极开拓中国、巴西、印度和南非等新兴市场。

（作者单位：中国新闻出版研究院）



第二篇 研究成果