



世界市场全书

主编：廖海良 姚开建 胡晓华

世界书刊出版市场

朱福铮 著

THE WORLD
MARKET
SERIES

中国大百科全书出版社

世界书刊 出版市场

朱福铮 著

中国大百科全书出版社

《世界市场全书》序言

现在奉献给广大读者的百卷本《世界市场全书》，是在我国遵循着邓小平同志理论和路线，创立有中国特色社会主义市场经济体制的历史时期，为了借鉴和利用当今世界主要国家和地区的市场经济、市场体系的正反两面经验所作出的科学性的介绍、分析和评价。

在现代市场经济体制中，市场及其机制（主要如供求机制、价格机制、竞争机制）是资源配置的基本手段，对国民经济的发展发挥着极其重要的支配性作用。但是，各国的历史都表明，市场经济及其机制本身也有“失灵”、“缺陷”和“危机”，因而国家干预、宏观调控、社会保障，普遍为各市场经济国家所采用。所以现代市场经济，可以说是与这三个方面相结合的市场经济。在这里，国家干预的作用，不是削弱市场经济及其机制，而是弥补其“缺陷”，并给予政策导向，让市场以及市场机制充分地发挥其作为社会资源有效地配置的基本作用。经过长达数百年的发展，特别是二次大战以来，随着科技、信息、交通的迅速进步和经济、金融日益全球化，市场经济

和市场体系日臻完善。一方面,消费市场、资本市场、劳动市场、技术市场、货币市场、信息咨询市场等高度发达;另一方面区域市场、国内统一市场和世界市场多层次交错联系。市场机制运作和交易过程也更趋向有序化了。

审视现代市场经济体制发展的新情况、新特点,根据我国社会主义市场经济体制发展的现实,《世界市场全书》的编者们颇具匠心,把全书前五卷的主题分类定为:世界商品市场、世界金融市场、世界劳动市场、世界技术市场与信息咨询市场和世界文化市场。这五卷展示了世界各国和我国台湾、香港地区异彩纷呈的市场体系。全书的后五卷,则以世界市场形式、世界市场营销、世界市场管理、世界市场制度、世界市场组织为主题,详述了现代市场经济中市场操作规范、市场管理体制、市场运营机制和运行过程。所有这些,可以说是构成了一幅世界市场的“清明上河图”。

当今世界各具特色的市场经济模式的形成与发展,都不是一蹴而就的。无论古典市场经济体制向现代市场经济体制的过渡,还是现代市场经济体制自身的不断改革,无不经历过艰难曲折,无不遭受过挫折失败。正是经过不断实践不断探索,一些较为发达的市场经济体制才得以逐步崛起。《世界市场全书》设立的每一主题中,都展示了世界各国和我国台湾、香港地区在建立和发展各自的市场、市场体系过程中的成败得失。所有这些,对于

我国社会主义市场经济体制的建立和发展将会有所借鉴。

不同国家的市场经济体制是不可能完全类同的,单纯的模仿是不可能建立起有效的市场经济体制的。即使在社会制度相同的国家,由于各国国情不同,最终形成的市场经济模式也是有极大的差异的。从我国国情出发,走社会主义现代化道路,注重借鉴、比较,立足创新、实践、总结,这应该是我们发展具有中国特色的社会主义市场经济的正确态度和方法。这正是百卷本《世界市场全书》的宗旨吧。

《世界市场全书》各卷的主题和内容注意务实性、知识性、针对性、普及性和可读性;并且还介绍了一些以前我们了解不多、甚至有所误解的问题。对于开阔我们的思路,拓展我们的视野,如果能有所帮助,将是对编者们的最大鼓励。

《世界市场全书》是在一批老专家和出版家的指导下由一批中青年学者和出版者分工主笔完成的。这是继我国伟大的文化工程《中国大百科全书》完成后,中国大百科全书出版社在编辑出版大型系列丛书方面的一次有益的尝试,我衷心祝愿并确信这一尝试会获得成功。

汪道涵

1995年5月16日

内 容 提 要

目前,世界上已初步形成英语、法语、汉语、西班牙语、德语、俄语、阿拉伯语 7 大语言的出版市场,并形成了美国、英国、法国、德国、荷兰、日本、俄罗斯 7 大出版强国。本书以世界西方工业化国家的图书、期刊出版业为主线,分别阐述这两大行业的现状、特点与发展趋势,并将其中一些可供借鉴的经营思想、方法与策略展现在读者面前。本书力图向出版界人士与其他读者揭示当今出版业发达国家在图书出版与发行、期刊出版与发行方面的颇有新意之举。

目 录

世界书刊出版市场

一、世界图书市场	1
1. 世界 7 大出版强国	1
2. 联合国出版业	36
3. 世界 7 大语言出版市场	41
4. 世界图书消费市场	45
5. 3 个国际性组织	47
6. 电子出版物	50
7. 5 种样书	55
8. 图书出版业	59
9. 畅销书	84
10. 图书广告	88
11. 图书批发业	92
12. 图书零售业	95
13. 图书评论	100
14. 图书俱乐部	102
15. 图书博览会	107
16. 图书的版税与版权	110
17. 出版商标	115

18. 国际标准书号	119
19. 图书的未来	124
二、世界期刊市场	127
1. 期刊出版业	127
2. 期刊发行业	146
3. 国际标准连续出版物号	149
4. 期刊的未来	151

一、世界图书市场

1. 世界 7 大出版强国

20 世纪 80 年代,美国、英国、法国、德国、荷兰、日本、意大利、加拿大、西班牙、瑞典、澳大利亚、瑞士等出版业发达的西方工业化国家,先后跨入电子化出版时代。出版、印刷、发行这三大相互依存的行业,越来越成为许多国家重要的经济支柱。

近 10 年来,美国、英国、法国、德国、荷兰、日本、澳大利亚、意大利、西班牙等国的大型出版公司,不断向海外投资,通过兼并海外出版公司的方式,扩充其在国际出版市场上的实力。例如,1989 年,法国阿歇特出版公司先后出资 4.48 亿美元和 7.18 亿美元,兼并了美国两家出版公司。又如,1993 年,美国派拉蒙传播公司出资 5.528 亿美元,兼并了属于英国资本的美国麦克米伦出版公司。

当前,就地域而言,欧洲、北美洲的出版业最为发

达,亚洲、南美洲、大洋洲次之,非洲较为落后。就国家而言,欧洲的英国、法国、德国、荷兰、俄罗斯、意大利、西班牙、比利时、瑞典、瑞士、丹麦、挪威、芬兰、波兰、匈牙利,北美洲的美国、加拿大、墨西哥,亚洲的日本、中国、印度、韩国、新加坡、以色列,南美洲的阿根廷、哥伦比亚、巴西,大洋洲的澳大利亚,非洲的埃及、尼日利亚、南非、阿尔及利亚,出版业有的十分发达,有的比较发达。

进入 90 年代,国际图书出版市场的发展趋势是:大型出版公司国际化、集团化、多元化,中小型出版公司枝繁叶茂,电子出版物日趋增多,科技期刊日趋国际化,西方国家出版公司之间的兼并活动日趋激烈。

本书着重介绍世界西方工业化国家的图书市场,从整体出版规模与出版实力而言,已经形成美国、英国、法国、德国、荷兰、日本和俄罗斯 7 大出版强国。中国也是世界出版大国之一,1993 年全国共出版 96761 种图书(含课本、图片),其中新版 66313 种,总册数为 5934 亿册,其品种较 1993 年美国的 42217 种,1993 年日本的 48053 种为多。

(1) 美国出版业

19 世纪末叶,美国已有数家专门出版技术类图书、期刊的出版社。1899 年,设在纽约的麦格劳出版社成为股份有限公司。1901 年,美国出版图书 8 千多种。20 世纪初至第一次世界大战之前,专业出版社主要出版本土

工程、机械、农业、铁路工程类的图书、期刊。

1918年以后,一些欧洲科学家移居美国,出版商开始出版科学专著。20世纪30年代,大批受德国法西斯势力迫害的欧洲学者与专家移居美国,他们之中有一些富有才华的出版商和书商。40年代初期,来自欧洲的出版商在美国创立了国际科学出版公司、学术出版公司等富有生气的专业性出版公司,将“学者型编辑”、“合著图书”、“研究性期刊”等新的观念,灌注到美国出版业之中。这期间,美国人自己创办的纸皮书由于需求量猛增,刺激了大众图书市场的发展。

1945年之后,由于英语成为国际语言,美国成为世界科研中心,故美国专业图书、专业期刊出版业进一步兴旺发展起来。

从50年代起,美国高等教育迅速发展,其教科书的出版业也稳步发展,出现了艾迪生-韦斯利出版公司、约翰·威利父子公司、霍顿·米夫林公司、普伦蒂斯·霍尔出版公司等以出版教科书为主的公司。

进入60年代,一些大型出版公司开始在海外设立子公司,逐渐向海外拓展图书市场。1965年,美国出版图书已达28595种。

1972年,美国出版图书38053种,其中新书26868种,新版书11185种,图书营业总额32亿美元。70年代,随着大学本科与研究生院入学人数的增多,商业性出版公司开始重新出版教科书,而擅长出版教科书的大

学出版社则开始出版一些商业性图书。

1983年,美国图书出版业、期刊出版业、报纸出版业的年度营业总额分别为80亿美元、110亿美元和230亿美元。1987年,美国出版图书56027种,图书年度营业总额121.9亿美元。同年,美国出版期刊11500多种,期刊年度营业总额129亿美元。

1990年,美国西蒙与舒斯特公司、时代公司的年度营业额分别为13.2亿美元和11.4亿美元,哈考特·布雷斯·乔瓦诺维奇公司、兰登书屋公司、读者文摘公司、麦格劳-希尔公司、不列颠百科全书公司、矮脚鸡-道布尔戴-德尔出版集团公司的年度营业额也都在6亿美元以上。

90年代初,美国约有2.1万家出版公司,其中有许多集中在纽约。就图书出版业而言,出版活动正常的出版公司950多家,其中纽约480多家,芝加哥80多家,波士顿50多家,旧金山40多家,洛杉矶40多家,费城20多家。美国年度出书100种以上的大型出版公司有130多家。

美国的出版公司大体上分为商业性出版公司、学会、协会出版公司、大学出版社、政府出版机构4类。

在商业性出版公司中,出版实力较强的有西蒙与舒斯特公司(母公司是派拉蒙传播公司)、时代-沃纳公司、哈考特·布雷斯公司、兰登书屋公司、读者文摘公司、麦格劳-希尔公司、不列颠百科全书公司、矮脚鸡-道布尔

戴-德尔出版集团公司、时报-镜报公司、哈珀柯林斯出版公司、约翰·威利父子公司等。

在各学会、协会出版公司中,出版实力较强的有电气与电子工程师学会出版社、美国化学会、美国机械工程师学会、美国农业工程师学会、美国数学会、全国地理学会等。

在大学出版社中,以耶鲁大学出版社、哈佛大学出版社、芝加哥大学出版社、普林斯顿大学出版社、加利福尼亚大学出版社、麻省理工学院出版社最为有名。

在政府出版机构中,最重要的有政府印刷局、全国技术情报局。此外,还有国防技术情报中心、国家科学院出版社、国家航空航天局出版社。

若从出版历史、出版物的学术价值等角度来评估,麦格劳-希尔公司应是美国排名最前的大型出版公司。该公司自 1888 年在纽约创立以来,始终以服务教育、提供信息、传播知识为出版宗旨,和美国科学技术的发展同步前进。1959 年,公司年度营业额超过 1 亿美元;1964 年,在澳大利亚设立子公司;1972 年涉足电视传播业与信息产业;1980 年,年度营业额突破 10 亿美元;1988 年,年度营业额达 18.17 亿美元。在国内有 25 家子公司,国外有 22 家子公司。1992 年,该公司年度营业额达 20 亿美元。

美国的图书发行,主要有间接销售和直销两种。美国经营间接销售业务的主要机构为批发公司、发行公

司、销售代理公司。最大的全国性批发公司是贝克与泰勒公司、英格拉姆公司、布罗-达特公司。

批发公司、发行公司，又有全国性与地区性之分。销售代理公司实质上是个体发行公司或销售代理人，基本上全是地区性的，其职能是为某几家出版公司在某些地区从事发行代理工作，这类公司约有 1200 多家。

在发行期刊、报纸方面，美国共有 900 多家发行公司，其中埃布斯科发行公司和布莱克韦尔北美公司的规模最大。

此外，美国大型、中型出版公司都设有发行部，可直接将本公司出版的图书、期刊批发给一些报刊亭、书店或购物中心，或是直接通过邮寄函售给读者。一些出版公司还自办图书俱乐部，从面向入会的会员直销图书。

在美国，许多人加入图书俱乐部，一些拥有出版实力的大型图书俱乐部可以此直销图书。美国共有 140 多家图书俱乐部，其中最大的是：每月图书俱乐部、文学会、道布尔戴图书俱乐部。

美国约有 1.74 万家书店，其中大型书店 130 多家。美国最大的连锁书店是巴恩斯与诺布尔公司、B·多尔顿公司、沃尔登图书公司。在这 1.74 万家书店中，全国性连锁书店、地区性连锁书店总共有分店 2500 多家。其他的书店是：个体书店 1.17 万家，大学书店 3000 多家，减价书店 150 多家。

美国 900 多家报刊发行公司向订户和 20 多万个报

刊亭、杂货店、百货公司、购物中心发行报纸、期刊。

美国全国性的出版业协会有：美国出版商协会(1870)、美国书商协会(1900)、期刊出版商协会(1919)、全国报纸出版商协会(1940)。其他行业组织还有：美国大学出版社协会(1937)、美国医学出版商协会(1961)、全国图书委员会(1954)。

在美国，美国新闻署下设的文化中心、智能教育与文化事务部，负责促进与发展美国出版业的工作，对有助于促进美国图书出口的项目予以资助。该部与美国出版商协会密切合作，积极参与世界各地举办的国际性图书博览会。

90年代，美国联邦政府对商业性出版公司、发行公司、书店视其营业额的多少征收20~45%所得税，州政府对它们征收5~10%营业税。对于非赢利性出版公司，联邦政府和州政府均不对其征税。美国联邦政府对进口图书、期刊免征进口税，对出口图书、期刊免征营业税。美国不允许进口侵犯美国版权利益的图书。在美国，图书标有统一售价，但购书的读者须再交营业税，由于美国各州制定的营业税率不同，便会出现现在不同地点购买同一种书，读者支付的金额不同的情况。

美国1909年颁布版权法，1955年加入《世界版权公约》，1989年加入《伯尔尼公约》。1968年起，美国采用国际标准书号，组号0和1，有的出版公司还使用9。

美国全国性的图书目录是：《在版图书》、《在版图书

主题指南》。

美国最有影响的大众期刊是：《时代》、《新闻周刊》、《美国新闻与世界报道》、《生活》。

1993年，美国出版图书42217种，营业总额172亿美元。同年，美国出版期刊73000多种。

美国主要向加拿大、澳大利亚、英国、日本出口图书，主要从英国、荷兰、日本进口图书。

(2) 英国出版业

19世纪末，英国与爱尔兰书商协会、出版商协会相继成立，这标志着英国出版业与发行业已具有相当的规模。

20世纪初期，英国出版业、发行业逐渐成为国民经济中占有重要地位的产业。1901年，在弗雷德里克·麦克米伦的努力下，英国与爱尔兰书商协会、出版商协会达成了重要的《净价图书协议》，推动了英国出版业的发展。1910年，出版商协会明确规定：其会员公司，对除教科书以外的所有图书都不允许书商打折扣出售，而必须以净价出售。这项有力的措施，对西方国家出版业的发展产生了重大影响。

1936年，艾伦·莱恩在伦敦创办的内容通俗、价格低廉、开本袖珍的平装本丛书——“企鹅丛书”，使得出版商可以通过出版大众型书籍，薄利多销，扩大发行量，从而增加图书营业额。这场被誉为“纸皮书革命”的

革新活动,对欧美许多国家出版业的发展产生了深远的影响。

从 20 世纪 30 年代初期开始,英国出版的各种图书大批销往英语国家。至 1939 年,英国年度出版图书 14904 种,年度出口额达 320 万英镑,占英国年度图书营业总额的 30% 左右。与此同时,英国的出版商同美国的出版商在争夺英语图书市场方面展开了竞争。

第二次世界大战期间,由于纸张缺乏,英国年度出书品种呈下降趋势。战争结束后,英国出版业重新振兴,1947 年年度出书达 13046 种,1957 年为 20719 种,1962 年为 25079 种,1967 年为 29619 种,1969 年为 32393 种,1977 年为 36322 种,年度图书营业总额 4.67 亿英镑,其中出口额 1.82 亿英镑,占年度图书营业总额的 38.97%。1980 年,年度出书 48158 种,年度图书营业总额 6.44 亿英镑,其中出口额 2.13 亿英镑,占年度图书营业总额的 33%。这些数字充分地说明,英国已成为典型的“出口型”出版强国。

90 年代,英国共有 2400 多家出版公司,大多集中在伦敦,其次是爱丁堡、格拉斯哥、牛津和剑桥。

伦敦是英国出版业中心。英国年度出书 100 种以上的大型出版公司有 40 多家,年度出书 50~100 种的中型出版公司有 340 多家。英国出版实力最强的大型出版公司有:里德国际公司、皮尔逊公司、哈珀柯林斯出版公司、汤姆森公司、麦克米伦出版公司、牛津大学出版社、