



The Chinese
Publishing
Industry

辛廣偉
著

世界華文
出版業

世界華文出版業／辛廣偉著．-- 初版．-- 臺北市：遠流，2010.04
面：公分．--（本土與世界：71）
參考書目：面
含索引
ISBN 978-957-32-6634-1（精裝）
1. 出版業

487.7

99005984

世界華文出版業

作者——辛廣偉

出版三部總監——吳家恆

執行編輯——曾淑正

內頁設計——丘銳致

封面設計——唐壽南

發行人——王榮文

出版發行——遠流出版事業股份有限公司

地址——台北市南昌路二段81號6樓

電話——(02)23926899 傳真——(02)23926658

劃撥帳號——0189456-1

著作權顧問——蕭雄淋律師

法律顧問——董安丹律師

□2010年4月15日 初版一刷

行政院新聞局局版台業字第1295號

定價——新台幣700元（精裝）

如有缺頁或破損，請寄回更換

有著作權・侵害必究 Printed in Taiwan

ISBN 978-957-32-6634-1（精裝）

 遠流博識網

<http://www.ylib.com> E-mail: ylib@ylib.com

世界華文出版業

辛廣偉
著



關於這個版本

這本書或許可以稱為第一本系統講述世界華文出版業的書籍。相對於已出版的幾種外文版，本書也是第一個中文版本。因為北京商務印書館的大陸簡體字版本還在編排中。除了第八、九兩章外，本書其他部分幾乎全部為英文版*Publishing in China*的內容。這也是為何在本書的前面有英文版序言、書的封底使用了對*Publishing in China*的評論的緣故。

世界華文出版業主要由中國大陸、臺灣、香港三地，及東南亞（主要是新馬）、北美幾個主要地區構成。其中，前三個地區是華文出版的基地與核心。新加坡與馬來西亞有成為第四個基地的條件，北美則是三大基地以外最大的市場。而澳洲、歐洲等地區是目前雖不成規模、但在逐步增量變化的潛在市場。從總體看，隨著華人影響的不斷擴大，特別是隨著華文出版業第一大基地中國大陸市場的不斷增長與綜合實力的不斷提升，整個華文出版業正走向逐步提升之路。

由於中國大陸、臺灣與香港三大基地的市場份額占了世界華文出版業總額的絕大部分，所以，自然就成了本書敘述的重點。同樣的理由，由於中國大陸市場份額占了全球總額的70%以上，且既是最大也是其他地區的人最感興趣又正在逐步開放的市場，所以，對這一地區的敘述就成了本書重點中的重點。

對於一個華文出版人而言，除了明晰自己所在區域的產業基本狀況外，對其他一些地區乃至於整個世界的華文出版業也有一個大致的把握與瞭解，似乎也是情理中之事。猶如台南的蓮霧業者也應該關注

大陸兩廣、海南及東南亞地區的蓮霧種植狀況一樣。如此說來，華文出版人似乎需要一本類似的書籍。特別是在近些年，一體化、走向世界（大陸習慣簡稱「走出去」）成為時尚話語的時候，全球危機連鎖反應、人們無法潔身自好的時候。當然，具體到本書，乃一個出版人個人的業餘觀察結果，到底能起什麼作用那就難說了。只是要拿去出版，總得找個藉口。前面的幾句話權當本書出版的一個理由吧。

辛廣偉

2010年3月於北京

英文第二版序言

本書第一版出版於2004年，轉瞬間五年過去了。

如果要用一個詞來概括中國出版業這五年，最恰當的應該是「變化」。雖然中國出版界裡沒有總統或領袖的競選，但歐巴馬的競選口號在中國出版界卻是不斷地被實現著。

五年前，中國大陸的500多家圖書出版社還都是事業機構，無一家企業；今天，它們中的大多數都已變成了企業，剩下的約150家，除了4家外，其餘的也都要在2010年底前轉制成為企業。五年前，中國大陸的出版社尚無一家股份制公司；今天，不僅股份制公司已很普遍，且已有兩家出版集團成為了上市公司，還有多家公司在排隊等候上市。五年前，貝塔斯曼在中國的圖書俱樂部業務正如火如荼；今天，它告別它們快一年了。五年前，卓越網還是中國本土的一個著名網路書店；今天，它雖然依然著名，但名字卻改成了亞馬遜中國。五年前，Condernast、Reader's Digest等都還在中國大陸外觀望；今天，它們都已在這裡有了自己的合作夥伴……

是的，剛剛過去這五年，中國出版業發生了巨大的變化。這是過去三十年中從未有過的。本書第二版要做的，就是盡量把這些變化、把發生在這裡的各種最新資訊告訴讀者。當然，作為一部系統的著作，這一版並沒有對過去的結構做出太大的調整。

本書第一版出版後，得到了國際出版界的普遍讚譽。諸多媒體都對這本書進行了報導與評論。《紐約時報》甚至說：“As the author of ‘Publishing in China: An Essential Guide’ (Thomson 2004), Xin is the

Chinese industry's foremost bridge to the West, and a sort of effusive Rosetta Stone.”（「作為 *Publishing in China: An Essential Guide* 一書的作者，辛廣偉先生為西方世界架起了一座通往中國出版界的重要橋梁，其作用猶如破解埃及古文字的羅塞塔石碑一樣。」）這當然是過譽了。我知道一本書的影響其實非常有限。更何況，我也不敢保證我所說的都是全面與正確。事實上，這本書肯定有一些缺點與不足。但有一點我可以保證，那就是，在寫作時，我會盡全力秉持一種客觀的態度。

中國與許多國家存有不同程度的隔閡，在出版領域也是如此。減少與消除隔閡，增進彼此的瞭解，是非常必要的。藉著這本書給我帶來的廣告效應，我應邀到美、日、英等許多國家或國際書展去演講或研討，這使我聽到了國際出版業同行提出的諸多問題。印在本書封面折口上的我的E-mail信箱，也收到了諸多不同國家讀者提出的問題。這些都使我更加清楚了隔閡的程度，清楚了促進中外出版界瞭解的必要與緊迫，清楚了本書的使命與價值。這也使我的第二版寫作更有針對性。當然，第一版出人意料的銷售成績對我也是一個直接的鼓舞（出版商告訴我第一版書籍全部銷罄，按慣例一定要出第二版）。這個結果意味著，我似乎還有義務為英文讀者再做些事情。雖如此，由於時間非常緊迫，也由於個人能力所限，這第二版完成得很匆忙，對內容也不敢有太多誇口。但願它能比第一版發揮更多作用吧。

當我即將把第二版書稿交給出版公司時，我心存感激。有許多人

在我腦海裡浮現。

我首先要感謝本書第一版出版時（2004年），來不及在〈致謝〉中提到的人物。他們是時任美國出版商協會主席兼首席執行官帕特·斯羅德（Patricia Schroede）女士，牛津布魯克斯大學出版中心主任保羅·瑞查森（Paul Richardson）教授，法蘭克福書展主席沃克·紐曼（Volker Neumann）先生，紐約大學出版中心主任羅伯特（Robert）先生。我原本與他們都不熟悉或相識，但因為本書，我們成了朋友。他們既是本書的最早讀者，也是最早的評論者。我要感激他們對這本書的評論，感激他們對我的鼓勵與支持。我忘不了保羅先生在英國媒體上為本書所寫的書評，不僅僅因為他讚賞本書是瞭解中國出版業最權威的書籍令我惶恐，還因為他指出了本書的不足與紕漏，包括把山西省的省會太原誤寫成了陝西省省會西安。我忘不了斯羅德女士對我的鼓勵，包括我應邀赴美國書展演講與她首次會面，她身著別致的唐裝，站在紐約Jacob Javits Convention Center書展大廳裡熱情迎接我的那一刻。

今天，他們四位都已經離開了當時的職位，斯羅德女士更是告別了出版界並徹底退休，在美麗的佛羅里達與夫君一道安度晚年。我衷心地祝福他們平安、幸福！中國唐朝有句詩，叫做「海內存知己，天涯若比鄰」。無論是在北京，還是在倫敦、佛羅里達，我想我們彼此並不遙遠。

我要感謝中國出版工作者協會主席于友先先生，他從中國出版人

的角度給了這本書非常高的評價。還有史丹福大學出版中心主任Ms. Holly Brady，美國出版商協會國際部主任Ms. Jued。前者把本書介紹給了諸多到史丹福大學進修的各國出版界同行，後者特別到我在美國書展上的作者簽名會上為我站臺鼓勁。

我還要感謝時任中國國務院新聞辦主任趙啟正先生（現任中國政協外事委員會主任、新聞發言人）。我和他素不相識（至今也不曾通過話），但他在看到這本書後，立即讓秘書打電話給我轉達他的三句話：第一，感謝我為中國、為中國出版界及國際出版界做了一件非常有意義的事情。第二，衷心祝賀這本書的出版，也祝賀作者。第三，如有需要國務院新聞辦的地方請隨時和他聯繫。趙先生不僅是中國政府的一位部長，還是一位學養深厚、頗具世界眼光和獨立見解的學者與智者，他還是當年上海浦東新區的規劃者與實際領導者。我用業餘時間寫這本書完全是個人行為，與政府無關；Thomson Learning出版它也完全是出於市場考量，我們都是商業行為。所以，也就沒有什麼需要請他幫助的，但他當時的舉動卻讓我至今難忘。

至於本書第二版的完成，我要感謝下列人士。

首先是第二版的主譯者李紅小姐。本書第一版之所以成功，與這位孟菲斯大學博士的翻譯密不可分。這次她是邊忙碌地安排著一批批美國華盛頓大學學生來中國學習，邊抽空完成了翻譯工作。還有唐洪照先生，翻譯了其中的部分章節。他們兩位都是我多年故友，按中國的習慣，我本不必多說謝謝。但對於讀者，卻應該知道他們。

其次，我要特別感謝北京的姜曉娟小姐與香港的尹惠玲小姐，要感謝我在中國出版科學研究所時的同事陳磊先生、李偉先生、王琚小姐、王惠蓮小姐、于華穎小姐、鮑紅小姐、屈明穎小姐、胡義蘭小姐，他們在索引、圖表、數據、法文與俄文資料等方面為我提供了許多幫助。

我還要感謝英國出版商協會的國際部原主任西蒙·貝爾（Simon Bell）、安德魯·紐柏格協會（Andrew Nurberg Associates）的Mr. Ian Taylor，原英國朗文公司的Mr. David Mortimer、姜樂英小姐、藍燈書屋前主席Mr. Alberto Vitale。他們或回答了我諸多問題，或提供了難得的幫助。Mr. David Mortimer和原新聞出版署署長宋木文先生還分別為我提供了珍貴的照片。

我要感謝臺灣的吳興文先生、香港聯合出版集團的謝麗清小姐、北京市新聞出版局的馬錚小姐、童趣公司的鄧琚雯小姐、IDG中國公司的任瑛小姐、江蘇省新聞出版局的呂詠小姐、新聞出版總署的洪永剛先生、中國城市出版社的黃饗小姐、哈波·柯林斯出版集團北京公司的周愛蘭小姐、吉林出版集團的周蘭小姐、接力出版社的白冰先生、二十一世紀出版社的張秋林先生、中信出版社的李英洪小姐、上海譯文出版社的趙武平先生、外研社的侯慧小姐、時尚雜誌集團的閻嬌小姐、天下文化出版公司的蔡馥鵬小姐，遠流出版公司的陳采瑛小姐，中國連環畫出版社的倪延風先生，普知雜誌的王有布先生及北京的陳非先生。他們都為本書提供了重要的相關數據與資料。

責任編輯楊立平先生對本書的編輯出版工作付出了特別的辛勤，我要特別地感謝他。Cengage Learning的陳達樞先生和Mr. Paul K. H. Tan，北京公司的Mr. Andrew和馬清揚小姐，是促成第二版的核心人物，沒有他們的催促與耐心，我恐怕就完不成這項工作了。所以，也要特別感謝他們。

最後，我要感謝我的愛妻包蕾小姐。因為這一版的寫作，占用了我們的大量時間，使我無法陪伴她。我要謝謝她的理解與支持。

辛廣偉

2009年7月2日於北京

英文第一版序言

佛經裡有則寓言叫「盲人摸象」：幾個盲人想知道大象的樣子，摸到腿的說大象像根柱子，摸到身軀的說大象像堵牆，摸到尾巴的說大象像根繩，摸到耳朵的說大象像簸箕，摸到牙的說大象像竹筍……

不同文化、語言的人，對對方的瞭解，有時還真像這些摸象的盲人。其實，又何止是相異民族之間。一個人對自己所在民族、國家乃至於周圍事物的瞭解，有時也會如盲人摸象。

如何避免這一問題，大抵有兩個辦法。第一不應急於求成，而要花時間繼續摸，廣泛、深入地摸索之後，多會得到一個較全面的感覺。第二是聽明眼人介紹，套用今天流行的話語就是請專家或業內人士評說。

瞭解大象如此，瞭解一個行業也一樣。

不過，對明眼人的話也不必全信。因為他們並不見得就都具備一目了然的本領。九百多年前，中國一個叫蘇軾的詩人有一首詩：「橫看成嶺側成峰，遠近高低各不同。不識廬山真面目，只緣身在此山中。」因為身在「山中」，所以明眼人的見解有時也不見得可靠。

因此，你還不能只聽一家之言。東方的魏徵（中國唐朝的一個大臣）與西方的查斯特菲爾德爵士（Lord Chesterfield，18世紀英國政治家）都曾說過，兼聽則明，偏聽則暗（Hear one side and you will be in the dark, hear both sides, and all will be clear.）。

雖然如此，這本*Publishing in China*你還是要「聽」一下的。因為它是第一本用英文講述中國當代出版業的書籍，此類書尚無二家。而

「第一」多少總是會引起人們好奇的。

最後，要感謝Thomson Learning及其新加坡公司的主管陳達樞先生和Mr. Paul K. H. Tan、北京的袁江與馬清揚小姐，他們不僅是本書的催生者，還為該書的寫作給予了多方幫助。

一本書的出版或許平常，但Thomson Learning主動為中外文化交流架設彩虹的舉措令人感懷。中國需要瞭解世界，世界需要瞭解中國。

辛廣偉

識於北京 2004年4月

目錄

關於這個版本	2
英文第二版序言	4
英文第一版序言	10

第一章 概述

第一節 中國大陸出版業概述	22
背景資料 22 大陸出版業基本數據 24 大陸出版業的結構與布局 25 大陸出版業的法律、行政管理與獎助 28	
第二節 中國大陸出版業的主要特徵	32
第三節 臺灣、香港與澳門出版業概述	35
臺灣出版業的主要特徵 36 港澳出版業的主要特徵 37	
第四節 中國的著作權保護	39
第五節 其他地區華文出版業的主要特徵	42

第二章 中國大陸的圖書出版業

第一節 出版機構與圖書分類	48
出版社 48 出版集團 50 區域差異與圖書類別 56	
第二節 大眾圖書出版	59
文藝類圖書出版 59 生活類圖書出版 64 少兒類圖書出版 66 社會科學及科普類圖書出版 68	
第三節 專業圖書出版	72
簡述 72 科學與技術類圖書出版 74 醫學類圖書出版 77 財經與法律類圖書出版 79 古籍類圖書出版 81	
第四節 教育出版	82
簡述 82 高等教育與大學出版 85 中小學教育出版 88 外語與工具書出版 90	

第三章 中國大陸的雜誌出版業

第一節	雜誌業簡述	96
	基本情況 96 發行與廣告 99	
	雜誌出版的特點與存在的問題 103	
	專業雜誌與學術雜誌出版 104	
第二節	大眾雜誌出版(上)	107
	時尚女性雜誌 108 生活、休閒類雜誌 110	
	財經類雜誌 113	
第三節	大眾雜誌出版(下)	115
	新聞類與思想類雜誌 115 學習與文摘類雜誌 117	
	文藝、少兒類雜誌與畫刊 120 電子資訊類雜誌 123	

第四章 中國大陸的音像、數位出版與行業媒體、出版研究

第一節	音像出版業	126
	基本情況 126 出版公司與發行公司 128	
第二節	數位出版業	132
	電子書產業 133 互聯網期刊出版業 135	
第三節	行業媒體與組織	137
	出版行業媒體 137 出版行業組織 141	
第四節	出版研究與教育	142
	出版研究 142 出版教育 143	

第五章 中國大陸的發行業

第一節	概述	148
	新華書店與國營發行集團 149	
	民營書店與民營文化公司 153 圖書市場 158	
	雜誌市場 161 音像製品市場 163	

第二節	各類銷售形態	165
	超級書店與專業書店 165 連鎖書店與圖書俱樂部 169	
	網路書店 171 批發市場與物流中心 174	
	書展與書市 176 出版物進出口 178	

第六章 臺灣的華文出版業

第一節	簡述	182
第二節	圖書出版	183
	宏觀 183 分類敘述 187	
第三節	雜誌出版	193
第四節	有聲出版與其他	199
	有聲出版 199 出版社團、媒體與研究 201	
第五節	發行業	204
	傳統發行業 204 網路書業 208	
第六節	境外資本進入情況	209
	外國資本的進入 210 中國其他地區資本的進入 212	

第七章 香港與澳門的華文出版業

第一節	香港出版業	216
	圖書出版 216 報刊出版 221	
	數位出版與網路書業 224 發行、印刷業及其他 225	
第二節	澳門出版業	230
	報刊出版 231 圖書出版 232	

第八章 亞洲的華文出版業

第一節	新加坡的華文出版業	237
-----	-----------	-----

第二節	馬來西亞的華文出版業	242
第三節	東南亞其他國家的華文出版業	250
	泰國 251 菲律賓 253 印尼及柬埔寨、越南、緬甸 254	
第四節	東北亞的華文出版業	257
	日本 257 韓國等國家 260	

第九章 北美、歐洲等地區的華文出版業

第一節	北美的華文出版業	264
	美國 264 加拿大 273	
第二節	歐洲的華文出版業	274
	西歐 276 東歐 278	
第三節	大洋洲、中南美洲及非洲的華文出版業	280
	大洋洲 280 中南美洲與非洲 282	

第十章 加入伯恩公約以來中國圖書版權貿易現狀

第一節	概述	286
第二節	引進版權圖書狀況分析	288
	中國成為世界主要版權引進國 288	
	貿易夥伴不斷擴大 289 題材廣泛，出版迅速 291	
	社會科學類書籍比重極高，少兒與漫畫圖書銷量突出 293	
	書價略高，暢銷書漸多 294	
	產生了一批善於經營引進版圖書的出版社 296	
第三節	輸出版權圖書分析	299
	加入WTO前輸出版權狀況 300	
	加入WTO後輸出版權狀況 302	

第十一章 中國與美國、英國、日本的出版及版權貿易