

ZHONGGUO
CHUBANYE
SHINIAN GUANCHA

中国出版业

十年观察

肖东发 等著

编辑学人丛书

山西出版传媒集团 山西教育出版社

非外借

ZHONGGUO
CHUBANYE
SHINIAN GUANCHA

中国出版业

十年观察

肖东发 等著

编辑学人丛书

山西出版传媒集团

山西教育出版社

图书在版编目 (C I P) 数据

中国出版业十年观察/肖东发等著. —太原: 山西教育出版社, 2017. 8
(编辑学人丛书)

ISBN 978-7-5440-7077-5

I. ①中… II. ①肖… III. ①出版业-研究-中国 IV. ①G239.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 070718 号

中国出版业十年观察

ZHONGGUO CHUBANYE SHINIAN GUANCHA

责任编辑 康红刚
复 审 邓吉忠
终 审 康 健
装帧设计 薛 菲
印装监制 蔡 洁

出版发行 山西出版传媒集团·山西教育出版社
(太原市水西门街馒头巷7号 电话: 0351-4035711 邮编: 030002)
印 装 山西臣功印刷包装有限公司
开 本 890×1240 1/32
印 张 7.75
字 数 183千字
版 次 2017年8月第1版 2017年8月山西第1次印刷
书 号 ISBN 978-7-5440-7077-5
定 价 20.00元

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与印刷厂联系调换, 电话: 0351-7337712。

总 序

编辑是个关于文字的职业。然编辑写作，如同歌者舞蹈，画家书写，相亲相近，却属客串，票友性质。昔时，编辑职业流动性大，或作家兼任，或教授代办，编辑写作实乃常态。当下，此业相对固定，更为专业化，作为独立的写作，反倒少了。然就编辑工作而论，写作无疑有益于提高职业素养。

《编辑之友》杂志创刊于1981年，为国内最早的出版学刊，当代编辑出版学借此发展，并直接推动了相关学科的研究。在此基础上，1986年11月设立书海出版社，作为山西人民出版社的副牌，出版了大量编辑出版学研究成果。此次“编辑学人丛书”的出版，实为文脉承续。

丛书取材，无外编辑从业者、教学者两类，或编辑论编务，或编辑谈杂学。论编务者，难免有些工作总结意味，然内行看门道，字里行间捕捉信息，价值不可限量。出版改革的蜿蜒进程，此处可见；市场变化的左右摇摆，此处可闻。作为一个区间的记录仪，经验积累也罢，史料价值也罢，其意义不唯当下，也在以后。入编此丛书者，以职业定调，内容不囿。故在丛书名号下，各具形态，此不为过，在各

自领域上乘即是。

时下，出版形态日新月异，编辑的能力与修养与之应对相关。新业态产生新需求，新需求促成新形制，但总有一些千变万化中之不变，成为众人为之固守的精神内核。丛书仍固执地以纸质形式出版，其着重者，即其中之一。编辑学产生之前，编辑已然存在；编辑学成熟之时，编辑依旧从业。编辑学之确立，为的是于纷乱繁杂中理析出规律，使编辑能更快入手，出版能更好发展。如今电子网络无限延展，编辑队伍日趋庞大，自媒体时代，人人皆写手，人人可编辑，但业余与专业毕竟不同。编辑人数越多，编辑学问当越精，此间越发显得专业素养的可贵与可靠。

作为编辑学说最早的倡导与刊发者，《编辑之友》在贡献学术论文的同时，汇集相关内容出版图书，此非业务之延伸，乃业态之深化。丛书秉承者，刊物一贯之质量品格也。

编辑是个不衰的行当，也是在传承中不断顺应变化的事业。编辑之于实操的任何思考，规整为文字，则为文章；规制为理论，则为学问。时间上的滞后，无碍理论上的超前。所谓学术眼力，既为理解能力，判断定力，更是《编辑之友》持之不懈的努力。

丛书于不急不躁、不紧不慢中陆续开印。其间或有这样那样问题，对于编者，唯有克服困难，坚持不懈，编下去，走下去。起初，读者的期待不及编者的期许，待书出版，得以认可，读者的企望便会超过编者的祈望。但愿如此。

是为序。

康 宏

（康宏，《编辑之友》主编）

序 言

在我国当代编辑出版学的研究领域里，大体上有三种类型的专家在发挥着各自的作用，一是在高校里从事编辑出版学教学和科研的教师团队，二是在行业内一面从事编辑出版实务一面进行理论研究的业内人士，三是在新闻出版科研机构里从事编辑出版学研究的专业人员。这三种类型的研究者经常有所交流，有所切磋，由此而形成一时期来编辑出版学的学术研究和谐而不庸俗、斑斓而不混乱的良好氛围。在这中间，北京大学教授肖东发先生虽然属于来自高校方面的专家，可是他与业内专人士、研究机构专业人员关系融洽，联系广泛，因而广受尊重。在编辑出版学学术研究的群体中，肖先生称得上是一位颇具感召力、凝聚力的忠厚长者，一位具有影响力的学术带头人，一位成果丰硕、成就卓著的学者。说肖教授是忠厚长者，不只是因为他在这个群体里属于稍稍年长的专家之一，更主要是由于他是非明晰、平等待人的为人。说他是学术带头人，不是因为他有何官职，而且肖先生也并无官职，有的头衔只是北京大学教授、博士生导师，还有就是若干学术研究团体的委员之类，然而在学术上真正称得上带头人的，必须来自于他在学术上的影响力。肖教授在编辑出版学学术领

域里的影响力是同业者所不能忽视的。至于说到他的学术成果，且看他迄今已经出版的《中国书史》《中国藏书楼》《中国编辑出版史》《中国图书出版印刷史论》《插图本中国图书史》等20余部著作和发表的200多篇论文，便可观其概貌。他还是国家社科基金资助项目8卷本《中国出版通史》的常务副主编，由此亦可看出他在这个学科的学术地位。

现在，肖东发先生又有新著出版，就是这本《中国出版业十年观察》。

读《中国出版业十年观察》的文稿，感到十分亲切。全书由两部分组成。第一部分是2005—2014年，肖先生以关键词的形式对我国出版业每一年度状况的回顾和分析；第二部分是2005—2014年，肖先生在多届海峡两岸华文出版论坛上的发言。前者是行业综述性的文章，后者则是就近期研究重点所作的理论阐述。前者每一篇发表时都受到行业人士的关注，其带有学院派文章“重学理”的特点，与其他“表彰式”的行业综述文章不太一样，堪称一家之言。后者是在海峡两岸华文出版论坛上的发言，几乎每一篇我都在论坛上聆听过，有着比较深的印象，都能感觉到肖先生“重学理”的特点。早些年，我曾经在一些场合发表过浅见，呼吁高校的研究在自觉贴近业界的同时，更要显示出一些学院派“重学理”的特点——尽管我本人并不在学院工作而只是一个出版工作者。在许多学科的研究中，与学院研究相对立的实务派（姑且如此称谓）常常取笑学院派，认为他们寻章摘句，死抱学理，脱离实际。久而久之，学院派似乎成了一种错误学术倾向的代名词，尤其是来自学院的作者，就有了学院派的嫌疑，不少人避之唯恐不及。甚至有人为了避嫌，就有意放弃对学理的演绎，主动向某些实务者献媚。学术研究向实务靠拢，本来没有什么不好，然而，献媚则有问题，因为实务中往往有着许多复杂的问题，其中或是功利的因

素，或是策略的考虑，甚至是具有一定的盲目性，其学术品质有时就不如学院派“重学理”那么纯粹。在出版业大繁荣大发展的形势下，倘若能够有一些“重学理”的学术研究，有一分事实，讲一分道理，一定有利于行业的健康发展。肖东发先生正是如此这般地在做着每一年的行业回顾和评价。现在，这些文章汇编成书，我不仅因为它们熟悉而感到亲切，更因为它们显示出来的学术品格让我又一次生出声气相投的亲切感。

面对《中国出版业十年观察》，我不仅有许多亲切感，还有一个新的发现。这个发现就是肖东发先生在学术研究上坚持不懈、自强不息的精神。

结识肖先生已经很多年了，对于肖先生执着于某一目标，坚持不懈、自强不息地进行研究，是有所了解的。肖先生是目录文献学出身，后来才开始了编辑出版学、文化学等方面的研究。尽管他在后来的研究领域里成就卓著，可原先的研究专业也从未放弃或懈怠，其专著及编著的《中国书史》《中国图书》《年鉴学概论》《中国统计资料概览》《中国藏书楼》《实用年鉴学》以及多次主编《中国图书馆年鉴》，都是我国这个领域的一流著述，可见肖先生一直在坚守自己原先的专业领域。肖先生的坚守和负责精神尤其表现在海峡两岸华文出版论坛的创办上。这个论坛由北京大学和台湾南华大学于2005年联合创办，其后陆续有河北大学、南京大学、北京印刷学院和台湾世新大学加盟，延续至今，已逾十届，其中出力最多的核心人物就是肖先生。每一届的策划筹备工作主要是他在操持，每一届都是他打电话邀约我出席，而且往往是多次叮嘱，让我一定要参加，其诚恳认真的态度还让我不敢有些微的懈怠。每一届论坛，肖先生不是发表演讲，就是主持，忙得不亦乐乎。可以这么说，倘若没有肖先生的坚持，这个论坛或许不会延续至今。又譬如，肖先生用了相当长一段时间深入研究历

史文化，于是就有了由他牵头主编的好几本相关图书相继出版，《北京传统文化便览》出版20余年一直沿用至今，《风骨——从京师大学堂到老北大》《风物——燕园景观及文化底蕴》《风范——北大名人寓所及轶事》等书在北大校园内外广受欢迎，长销不衰。

正因为有着坚持不懈、自强不息的精神，才有了肖先生十年来每年都能对出版行业做一番观察分析的壮举，也才有了这样一本“十年观察”的新著。近些年来，本人也忝列编辑出版学研究群体，做一些被称为学术的文章，然而往往坚持不够，对一些命题，常常浅尝辄止，故而成绩平平。在这个领域里，我所见到的为大家所尊重的一些像肖先生这样的成功者，无不是贵在坚持，咬定青山不放松，选准一个选题坚持不懈地掘进，方成就自己的一番事业。诚如南宋学者朱熹在《中庸章句集注》一书中对《中庸》中的“博学、审问、慎思、明辨、笃行”一说所注：“君子之学，不为则已。为则必要其成，故常百倍其功。”朱熹身体力行这一信念，才有了儒学研究集大成者的历史地位。朱熹的所谓“君子之学”，一如《周易》中提出的“天行健，君子以自强不息”，根本在于“自强不息”，“君子”应效法天道，刚健地运行不止。肖先生正是切实践行“君子之学”的要求，坚持不懈，自强不息，这才有了一个又一个令我们钦佩的学术成果。

肖东发先生《中国出版业十年观察》一书的出版，引发我以上一些感想，特记下来与读者和同行交流。

是为序。

聂震宁

（聂震宁，现任韬奋基金会理事长，原任中国出版集团公司总裁）

目录



第一部分

2005年出版业热点评述/	3
2006年出版十大关键词解读/	13
2007年出版十大关键词解读/	21
2008年出版十大关键词解读/	31
2009年出版十大关键词解读/	47
2010年出版十大关键词解读/	63
2011年出版八大关键词解读/	75
2012年出版十大关键词解读/	86
2013年出版十大关键词解读/	99
2014年出版十大关键词解读/	110
2014年编辑出版学研究综述/	121

肖东发看两岸出版 / 128



第二部分

产业变革呼唤编辑出版专业研究生教育的发展

——2005年首届海峡两岸华文出版论坛发言 / 135

两岸携手共创华文出版美好未来

——2005年首届海峡两岸华文出版论坛综述 / 153

中法图书版权贸易初探

——2006年第二届海峡两岸华文出版论坛发言 / 158

三十年中国出版教育与科研同步前行

——2007年第三届海峡两岸华文出版论坛发言 / 173

从华文出版版权贸易看文化软实力竞争

——2008年第四届海峡两岸华文出版论坛发言 / 189

欣慰与感激

——2013年第九届海峡两岸华文出版论坛祝词 / 214

推陈出新，创意无限

——从故宫博物院镇馆之宝《唐写本王仁煦刊谬补缺切韵》谈起

——2013年第九届海峡两岸华文出版论坛发言 / 217

互联网环境下新闻出版产业未来发展趋势

——2014年第十届海峡两岸华文出版论坛祝词 / 225

华文出版与经典传播

——2014年第十届海峡两岸华文出版论坛在台湾世新大学成功举办 / 235



第一部分

2005年出版业热点评述

回顾2005年中国大陆的出版产业，北京大学新闻与传播学院教授、现代出版研究所所长暨台湾南华大学管理学院出版事业管理研究所客座教授肖东发，总结归纳出15种现象，同时也提出了个人对这些现象的看法与说明。

一、持续发展，忧喜参半

在过去的二十几年，中国大陆的图书出版品种一直在不断增加，到2004年已有219,000种；1998年年度出版单位的利润率排在全国各行业利润率的前5位。但在另一方面，从1995年到2003年，广播电视节目的时间已由38万小时，增加到118万小时，增加了2.1倍，报纸总印张也由259亿印张增加到1235亿印张，增加了3.8倍。但图书的总印张从63亿增长到66亿，却仅增长4.8%；人均购书费用33元和人均购书册数5.5册，也一直没有太大的变化，并未随着近年来人均GDP的快速增长而增长。又根据中国出版科学研究所连续三次对国民阅读与购买倾向所做的专题调查结果显示，传统纸本阅读率持续走低，而网上阅读率却持续大幅上升。于是，我们似乎在欣欣向荣的出版产业数据中，看到了背后已经存在的危机。

二、转制试点，推广缓慢

现在绝大多数出版社被要求从事业型转向企业型，要按照公司法、企业法来确定结构。如果是公司制的，必须明确公司制的出资单

位和股东；如果转制以后，企业成为股份制的公司，公司的领导体制只能是董事会下经理负责制的企业体制。但在改制的同时出版发行企业融资中的控股权问题凸显，加上目前出版业原本存在的其他主要问题，如出版单位分类标准不清，假书、伪书现象严重，图书出版种数大幅增长，但印数下降、通货增加、库存暴涨、效益下降等等，种种问题造成改革成本巨大，改革动力不足。因此，预计出版体制要获得真正的改革，还需要一段时间。

三、伪书成灾，狠刹严管

过去的一年是假书、伪书泛滥的一年，图书市场上出现伪书现象，一些图书盗用西方原著书名，但作者是假的、书的内容是假的，或是根本就是无中生有，书名、作者、内容都是假的。参与造假的出版社就有20多家，且都是合法的出版单位。新闻出版总署已经几次发文，公布伪书及出版社的名单，并进行了处罚。

北京锡恩管理公司总经理姜汝祥在2005年勇于打击伪书，树立了诚信的品牌，其系列经管图书继续受到关注。倡导将生命信仰、职业精神和注重家庭合为一体的曼德推出了《新职业观》一书，受到摩托罗拉中国区前总裁时大鲲的称道，中国企业管理图书以学习为起点、以诚信为态度、以服务中国为宗旨，正在走向成熟。

四、品牌维护，保卫三联

文化品位、图书风格、书籍装帧的稳定性，是一个出版企业文化和长期品牌战略的成果。在出版界历来有所谓“商中三”之说，即商务印书馆的工具书、中华书局的古籍、三联书店的学术专著，都是品牌。又有所谓的计算机网络类图书出版的“四大金刚”，分别是人民邮电、电子工业、机械工业、清华大学四家出版社。但目前这些原本不多的出版品牌却都面临了一些问题，如：影响范围窄，仅限国内，缺乏国际声誉。另有些老字号出版社，像过去的商务、中华、三联，在

工具书、古籍重印、教科书、学术书出版等方面都有不错的表现，现如今却是缺乏开发新的高质量出版物的魄力，只是坐吃老本。2004年出现的“保护三联”事件就说明品牌需要维护和延伸。

五、影印《四库》，重复浪费

清代乾隆时期编辑的大部头丛书《四库全书》当年抄写了七部，分藏七阁，原本没有印刷。对于是否需要影印一事，20世纪初曾有过一场争论，大多数学者的意见是没有必要全印，只需选出其中有价值的且在市面上罕见的便行，结果是在当时商务印书馆张元济的主持下，选印出《四库全书珍本》，这种实事求是的态度值得肯定。

20世纪80年代，台湾商务、上海古籍先后影印了文渊阁本《四库全书》，后者发行700多套，已是很大的浪费。我在当时就发表了好几篇文章反对这种浪费行为。没想到21世纪初在已经有了多种光盘版、电子版、网络版《四库全书》的情况下，重复影印之风卷土重来，而且愈演愈烈，造成很大浪费。请看2005年12月28日各大媒体，包括《中华读书报》头版头条对商务印书馆影印文津阁本的报道，又如2006年1月8日《光明日报》对杭州出版社影印文澜阁本的报道，还有更多要印文溯阁本的消息传来，这么多家出版社都重复影印大同小异、成千上万册的《四库全书》，每套定价都要20万或40万元人民币，这可以说是出版界最大的浪费。重印《四库全书》其实没有宣传词所说的有那么大的意义，不值得吹捧和鼓励。倒是《四库全书存目》《续修》和《禁毁》等几套书各有其价值，《四库全书总目提要》也有再印的必要。

六、出版集团，不必全“化”

截至2005年12月底，共有20家出版集团成立。出版集团化的目的原本是为了打破地方保护主义，实现跨国际、跨地域、跨行业、跨所有制的经营，增强出版企业实力，但由近年来所组建的出版发行集

团的名称来看，却都仍是以地域为名，且大部分集团的产生都有政府凑成的“因缘”，和应该经由市场优胜劣汰的竞争而出现的集团大不相同，这样的出版集团自然也完全没有办法达到集团化原本的目的。在另一方面，出版产业本应该有着大大小小的出版社，这就像是一个联合舰队，有航空母舰，也有巡洋舰、驱逐舰及鱼雷快艇，各有各的战略位置，这样出版业才能更好地发展。

七、民营出版，稳步发展

民营书业的发展崛起于1982年的图书体制改革。20多年来，其发展大致经历了由小书摊到大书店，由零售二级批发到全国性总发行，由个体运营到区域性、全国性网络建立的过程。2005年政府为民营书业争取税收优惠政策，认为开在县以下的民营发行企业，应和新华书店一样，享受增值税先征后返政策。2005年全国有11个省市实行中小学教材招投标试点，拥有总发权的民营发行企业将与新华书店平等参与竞标。

目前在零售市场上，已有七八万家民营书店遍布城乡，比新华书店多5倍有余，从业人员也多达40多万，更出现一批营业面积上万平方米、年销售码洋上亿元的大型书店。尽管根据研究调查显示，目前新华书店仍是出版物销售的重要管道，但出版物分销市场已经形成，包括：新华书店、个体书店、商场超市、音像商店、书报摊、邮局、网站，甚至是违法经营的街头小商贩等，多种流通渠道都是读者买书的管道。

除了参与书籍的发行，民营书业还积极参与出版前端的工作，但由于民营出版不具有编辑出版权，所以常常是以书架、书坊、图书工作室、文化传播公司等名义存在，最终再采取与出版社合作的方式获得正式出版权，以较深的方式介入图书出版流程，包括图书前期的策划、组稿、包装到后期的宣传制作和发行。据统计，全国民营选题工