

研 究 报 告

中国民营书业发展研究报告

党的十六大之前，我国民营书业已经有了较大的发展，十六大以后，我国民营书业进入新一轮的发展之中。民营书业无论就其现有的规模及崛起的势头，都已经和正在成为我国书业发展的一支不可替代的力量。但是也有不少因素制约着民营书业的发展，比如，体制优势尚未充分发挥出来，发展还面临着不少政策困难，自身也还存在着若干亟待解决的问题。中国出版科研所根据新闻出版总署石宗源署长在年初的全国新闻出版局长会议上提出的“放宽民营资本进入出版物市场的渠道，鼓励、支持和引导出版产业的非公经济发展”的任务要求，抽调相关科研人员，组建“民营书业发展研究”课题组，对民营书业展开专题研究。课题组通过座谈讨论、实地考察、个别采访、高层论坛、官民对话、网上采集等方式，对民营书业的历史与现状，面临的问题与机遇，发展的前景与对策等进行了系统的调查研究和深入的思考。对一些影响民营书业发展的重点问题，还组织了集体攻关，在此基础上形成了本研究报告。

一、民营书业产生与发展的历史沿革

自从1956年对私营出版业的社会主义改造完成以后，民营书业作为一个独立形态就不复存在了，但是仍有部分民营资本以

股份的形式存留在公私合营出版社内，这些资本只参加分红而不参加管理。1957 以后，随着一系列政治运动的开展，这些“资本家”也陆续退出，到文化大革命前，出版业已经成为单一的公有制形态。

党的十一届三中全会以后，随着全党工作重心的转移，在我国，服务于人民群众的生产和生活，个体经济开始发展起来。受经济领域这种允许集、个体经济发展政策及其积极效果的影响，加之确实存在着的卖书难、买书难的问题，党和政府开始关注这一领域，民营书业开始萌动。1980 年 12 月 2 日，国家出版局发出《建议有计划有步骤地发展集体所有制和个体所有制的书店、书亭、书摊和书贩》的通知，这是进入新时期，我国关于民营书业的第一份文件。以此为标志，我国民营书业开始出现，并获得生存权。1982 年 5 月，国家出版事业管理局等五部委合并为文化部，7 月以文化部名义发出《关于图书发行体制改革工作的通知》，提出“一主三多一少”的目标，即以国营新华书店为主体，组成多种经济成份，多条流通渠道，多种购销形式，少流转环节的图书发行网。以此为标志，民营书业在政策和法规的层面成为我国书报刊发行业的必要补充。1986 年恢复为国务院直属局后的国家出版局先后讨论、修改并下发了《关于发展集体、个体书店和加强管理的原则规定的通知》，这是在民营书店初步发展而又存在某种不规范的情况下，就集、个体书店两方面的情况专门下发的一个重要文件。解决不规范问题，着眼点、着力点仍在于发展。1988 年，在“三多一少”格局已初步形成的基础上，中宣部、新闻出版署发出《关于当前图书发行体制改革的若干意见》，其主要内容为“三放一联”即放权承包；放开批发渠道；放开购销形式和折扣，推动横向联合等。根据“放开批发渠道”的精神，一批实际上是民营书店的图书发行公司获得了二级批发权，或者一批对政策反应十分快捷的集、个体书店迅速成立了图

书发行公司争得了二级批发权。争取自己具有二级批发权，一时间成为民营书业追逐的热点。这种发行公司向两个方向发展：相当一部分钻协作出版的空子，打擦边球式地进行合作出版，有的甚至买卖书号，盗版盗印，获得巨额非法利润，建立起了地下发行网络。也有一部分公司，虽受书业垄断利润的诱惑，开始涉足编辑、出版环节的业务，但经营相对规范，恪守了基本的道义原则。1989年，“六四”风波之后，鉴于从印刷环节出笼的黄色书刊和其他非法出版物，主要通过集、个体书店、书摊流入市场的问题，新闻出版署、国家工商行政管理局发布了《关于加强集体、个体、私营书店（摊）管理的暂行规定》，对其加以约束，促其端正经营方向。1992年，邓小平同志在南巡期间发表重要讲话，紧接着党的十四大确立了社会主义市场经济体制作为改革的目标取向，民营书业因其天然的市场取向，思想获得空前解放，发展出现了新的气象。1996年新闻出版署发布的《关于培育和规范图书市场的若干意见》中，提出了“三建一转”（即建大型批发市场和批销中心，建立新型购销关系，建立和完善市场规则，转变出版社自办发行的观念和机制，转变国有书店经营机制）的改革任务。其中在总体上强调书业发展的同时，提出对二级批发单位的总量控制及集个体书刊零售的送审与归市，目的仍在于规范民营书业的经营行为，塑造较好的书业形象，推动其健康有序发展。1997年，党的十五大确认“私营经济是社会主义市场经济的重要组成部分”，1999年，此条款又写进宪法。党和国家在理论和政策乃至根本法方面的突破，为我国民营书业拓展了新的发展空间，在资本力量、市场本性和政治经济与社会需求诸多要素强有力的牵引下，我国民营书业正在从横向和纵向两个方面实现迅速扩张。所谓横向扩张，就是指一些民营书店，在初步创立起自己品牌的基础上，开始经营品牌、延伸品牌，通过特许加盟和连锁经营的方式来扩大自己的营销规模 and 市场份额；所

谓纵向发展，就是指一些民营书业企业不满足于只赚取发行环节的利润，还要向上游追溯，力图赚取编辑出版环节的利润，有的甚至就是瞄着这块利润蛋糕，直接成立起文化公司或文化工作室，以选题策划和编辑出版业务为龙头，形成自己统一的出版发行网络。

这些民营书业企业按其角色定位，大致可分为五类，第一类为零售型，如书店、书摊、书亭等，是民营书店的数量主体，占90%以上，多数处于自给自足状态；第二类是连锁型，为有一定实力的民营书店的自我复制，或通过特许加盟，扩大自己的“地盘”，扩张自己的影响，目前全国经新闻出版总署批准的有3~4家；第三类为新生代型，主要通过网络平台，从事书刊营销活动，如当当网上书店等，其经营规模相当可观；第四类是策划编撰型，即虽为民营文化工作室，但只限于选题策划和撰写编辑业务，不触及出版版权及出版环节问题，属单纯的上游型工作室，如人民大学的“梁晶工作室”等；第五类为准出版社型，这种民营文化工作室，除了没有出版社的正式批文外，所有出版社的特征一应俱全，设有总编室、教辅编辑室、外语编辑室、少儿编辑室、出版部、发行部等，完全是一个正规出版社的建制，且往往有一个卓有成效的发行网络。有的则是先有发行网络，后有出版实体的。

总之，从成熟度讲，改革开放以来的民营书业经历了从小到大，从弱到强，从原始积累到经营增值，从“拾遗补缺”到自辟天地，从不规范到逐步走向规范有序的发展历程。从经营形式看，民营书业大致经历了由小书摊到大书店，由零售到二级批发，由个体运营到区域性、全国性网络建立，由系统发行到涉足出版策划的发展阶段。现在书业已形成了以国有经济为主体，多种经济成份共同发展的新格局。民营书业已经成为我国民族书业重要的组成部分，成为我国书业实现跨越式发展的重要生力军。

二、民营书业现状

（一）民营书业数量与总体规模

从 20 世纪 80 年代以来，我国图书零售业重新向私人资本开放，图书二级批发向集体性质资本开放。在 20 多年时间里，各种资本充分发展，民营书业迅速壮大起来，成为出版物发行业的一支重要力量。

从图书发行网点数量上看，以集个体书店为主体的民营书店网点数已经超过全国图书网点数的一半，成为数量最多的图书发行网点。据新闻出版总署计财司统计，到 2002 年，全国共有图书发行网点 71824 处，其中，国有书店 2773 处，国有售书点 10595 处，两类国有网点共占全部图书网点数的 18.61%；其他类型售书点共 58456 处，其中：供销社售书点 9640 处，占全部网点数的 13.42%；出版社自办售书点 620 处，占全部网点数的 0.86%；集体、个体书店（摊）36035 处，占全部网点数的 50.17%；其他 12161 处，占全部网点数的 16.93%。从中可以看出，集、个体书店的网点数量已经远远超过其他网点类型，占图书发行网点的一半。如图 1。

从民营图书发行网点的发展趋势看，20 多年来，集个体书店从无到有，发展最为迅速，仅从 1994 年以来的发展看，集个体书店便从 29669 个增加到 2002 年的 36035 个，成为增长最多的网点类型，而其他几大类型的图书发行网点或变化不大，或大幅下降，如图 2。

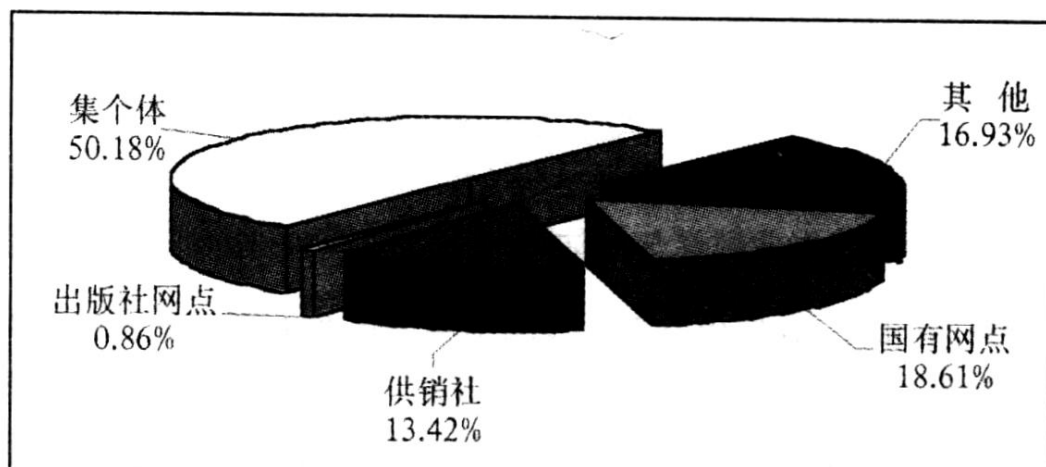


图 1：2002 年图书发行行业不同所有制网点所占比例图

数据来源：新闻出版总署计财司《中国新闻出版统计资料汇编 2003》

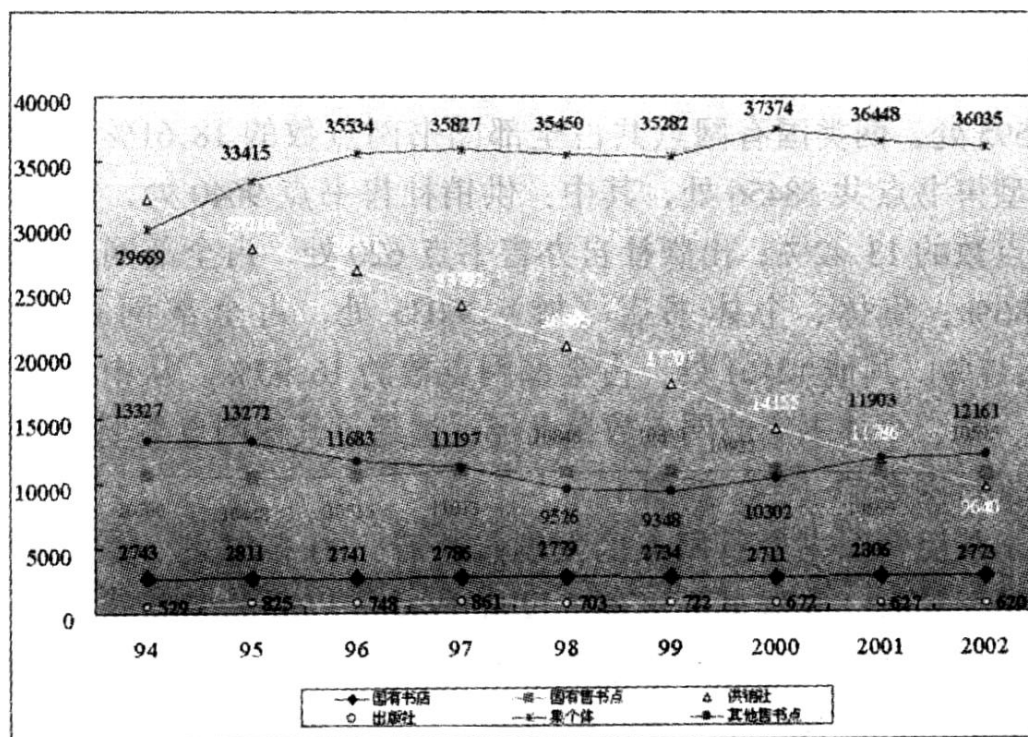


图 2：1994 年 ~ 2002 年全国发行机构数量、结构变动示意图

数据来源：根据历年来新闻出版总署计财司《中国新闻出版统计资料汇编》汇总

从上图可以看出，从 1994 年以来，集个体书店数量总体上保持着不断增加的势头。总数从 1994 年的 29669 家增加到 2002 年的 36035 家 增加了 6366 家。九年中，有 5 年书店数为增加，有 4 年书店数为减少。集个体书店数最多的年份 2000 年达到 37374 家，近两年都有所减少。这也显示了图书发行业的竞争已经十分激烈的现状。

从民营书业的分布看，集个体书店在全国的分布以经济和文化发达、人口众多的省份为主，从分布结构看，江苏省的集个体书店数量超过 5000 家，达 5817 家，是我国集个体书店数量最多的省份；浙江和福建两个省份的集个体书店数量超过 3000 ~ 4000 家；有 5 个省份的集个体书店数量超过 2000 ~ 3000 家，有 5 个省份的集个体书店数量超过 1000 ~ 2000 家。共计有 13 个省的民营书店数量超过 1000 家。如下表：

省份	集个体书店数量	名次
江苏	5817	1
浙江	3589	2
福建	3209	3
湖南	2480	4
山东	2175	5
陕西	2174	6
河北	2142	7
安徽	2023	8
上海	1676	9
湖北	1637	10
河南	1636	11
广东	1039	12
江西	1022	13
山西	872	14
四川	853	15

省份	集个体书店数量	名次
辽宁	849	16
黑龙江	706	17
云南	532	18
广西	302	19
甘肃	235	20
重庆	231	21
贵州	213	22
吉林	200	23
海南	192	24
青海	79	25
北京	59	26
内蒙古	36	27
新疆	34	28
宁夏	23	29
天津	数据缺	
西藏	数据缺	

表 1：集个体书店区域结构分布表

数据来源：新闻出版总署计财司《中国新闻出版统计资料汇编 2003》

从经营规模看，民营书业在整个出版物发行业也占有重要地位。由于没有对民营书业的经营情况进行过全面统计，所以无法精确统计出民营书业的总体经营规模，但我们可以通过对国有新华书店的经营情况的分析来推算民营书业的经济规模。

据新闻出版总署计财司的统计，在 2002 年，全国图书发行全行业图书发行总销售 160.6 亿册、993.93 亿元。其中新华书店系统总销售 123.19 亿册，652.51 亿元，新华书店系统以外的其他书店总销售 37.41 亿册，341.42 亿元。因为中小学教材是由新华书店独家行政垄断经营的，而在 2002 年，课本类的总销售册数为 85.98 亿册，金额为 394.28 亿元。如果这些课本全部为新华

书店经销的话，则新华书店除课本之外的其他一般图书销售册数仅为 37.21 亿册，金额为 258.23 亿元，这其中还包含了大量计划发行的教辅图书在内。以此推算，在除课本之外的其他一般图书销售中，社会书店总销售册数占 50.13%，金额占 56.94%，新华书店系统的册数占 49.87%，金额占 43.03%，社会书店均超过新华书店。而在社会书店的图书销售中，集个体书店又占据了最主要的份额。这从一定程度上可以看出民营书店的总体经营规模与比例。

另外，从总销售变化趋势看，在 2002 年全国图书发行总销售册数和金额分别比 2001 年增长 2.87% 和 7.93%，而新华书店的增长率分别为册数增长 0.75%，金额增长 3.41%。新华书店在 2002 年的图书总销售增长率无论是册数还是金额，均远远低于全国平均水平，这显示出新华书店在全国市场份额中在逐步下降，社会书店在全国市场中的份额在逐步上升。

以上对民营书业的数据是新闻出版总署计财司根据各地新闻出版局的统计结果进行汇总得出的。由于各种因素，以上数据事实上还存在一定的不准确性，并未能完全反映出民营书业的全貌。例如由于以前在政策上不允许个体图书批发企业存在，因此许多个体批发企业就通过挂靠国有企事业单位，戴上国有企业的“红帽子”开展经营，这就使得对民营企业的统计出现偏差，另外民营企业自己也还存在普遍的瞒报、漏报现象。例如上述统计就根本没有天津集个体书店数量的统计数据，对北京集个体书店的统计也仅为 59 家。而实际上仅北京海淀图书城就有书店上百家，甜水园批发市场有书店 218 家，虽然其中存在一些国有书店，但多数为民营书店。而散布在北京各处的大小集个体书店估计起码有上千家。

对现行统计中关于民营书店的数据，业内还存在着另外一些估计，如新闻出版总署发行司就认定我国民营书店数量为 7.8 万

家，现有从业人员 40 多万。从经营额上看，一些业内专家估计民营书业的经营规模也要远远大于统计数据。

对民营书业的数量与经营规模，一些地方也曾经进行过调查统计。如江苏的调查表明，江苏省共有民营书店（集个体书店及各种股份有限公司）9354 家，占全省总数 79.7%。湖南省新闻出版局市场处的调查结果是湖南全省目前共有集体、个体非公有制图书发行经营单位 4000 多家，从业人员有 2 万余人，注册资金达 7 亿元以上。甘肃非公有制图书发行业不完全统计有 2000 家以上，从业人数近 4000 人，年销售额估计在 1.5 亿至 2 亿元之间^①。浙江书刊发行业协会对浙江社会图书发行网点的调查统计 2002 年浙江全省共有 7375 个社会发行网点，年销售额推算共计 92734 万元，从业人员人数为 14276 人，按调查网点年销售额 92734 万元计算，人均销售额为 64958 元。

以上一些局部地区的数据显示，民营书业的数量和规模远远超过了官方的统计，但不论何种数据，都显示出民营书业的数量和经营额都占有重要地位，民营书业已经成为我国图书发行业中一支重要力量。

（二）民营书业规模结构与类别

经过 20 多年的发展，民营书业企业数量虽然达到数万家之多，但是，从规模结构看，民营书店的总体格局仍然是以个体零售书店的数量为主，占了绝大部分。由于缺乏统计，所以难以准确确定民营书业企业规模结构。随着经营的积累，在全国各地已经开始出现一批具有较大规模的民营书业。尤其是一些拥有强大实力的社会资本开始进入图书发行业之后，一些公司化、现代化

^① 有关数据分别来自《中国新闻出版报》2003 年 3 月 18 日陈奇亮、王立强的文章，3 月 28 日张辉冠的文章。

的非国有书业企业在全国各地不断出现。

据中国出版科学研究所研究人员调查，现在全国各地已经出现一批经营规模上亿元的大型民营书业企业，全国现在至少有20~30家年经营图书码洋上亿元的民营书业企业，其中大多数是兼营图书出版策划与发行的民营公司。

在类别形态上，经过多年的发展，目前民营书业已经不再局限于图书零售一个环节了，而是在零售、批发、连锁经营、网络书店、选题策划、装帧设计、咨询服务等各个环节都有涉及。

零售是民营资本进入图书发行业最早也是最普遍的业务。现在全国民营书店90%以上都是从事图书零售业务。在多年从事图书零售业务中，许多民营书店通过走特色发展之路，已经形成了一批在当地甚至是全国都有一定影响力的品牌。

1993年与1996年，北京大学校园附近相继出现了两家以社科学术图书为主要定位，以大学知识分子为读者对象、以秉承学术人文、学术传统、坚持学术文化精品图书为主旨的学术书店——万圣书园与风入松书店。这两家书店由于超越了当时集个体书店的大众化路线，在学术文化界引起了极大的反响，从而一路走红。其后，一批社科学术书店在全国各地风涌而起，如广州的学而优书店、南京的先锋书店、贵州的西西弗书店、长春的学人书店、上海的季风书园、福建的晓风书店、成都的弘文书局等。这些书店由于经营的图书品位高、服务态度好，并且经常举办一些学术文化讲座或其他文化交流活动，迅速成为当地城市重要的文化风景。

由于这些学术书店经营者们的个人素质较高，所以，在卖场的设计上比较符合学人的口味，宽敞明亮的店堂、柔和的背景音乐、畅销书排行榜、阅读及休息区、先进的计算机检索系统等等都对读者们有着独特的吸引力和亲和力。这些书店在营销和服务意识上都有了很大的提高，如组织签名售书、专家讲座、学术研

讨、图书联展等。一时间，学术书店赢得了读者和社会的阵阵掌声，社会对这些非国有书店经营者的认同度也迅速提升。

然而，经营品种范围的局限、对书店选址的特殊要求、经营管理工作的艰巨与复杂、资金的缺乏、技术力量的薄弱等等，也在制约着学术书店的发展空间。近年来，一些学术书店的经营状况不如人意，一部分当年曾开学术书店风气之先河的创始者也因深感自己难以攻克管理难关而悄然淡出管理层。但是，也有一些书店则在经营中经过摸索，恰当处理文化品位与经营的关系，加强经营与管理，从而使业务不断扩张，店面面积也越开越大，有的甚至走上连锁经营之路。如学而优书店、季风书园、学人书店等。

除了学术书店，还有一些建筑书店、电脑科技书店、医学书店、经济书店、法律书店等专业书店，通过市场细分，取得不同程度的成功。如在电子科技书店中的新疆华顺书店、成都都乐书店、哈尔滨金北方书店、长沙汇聚书店有民营书店的“电子科技书店四强”之称。新疆的“华顺”与成都的“都乐”是最早一批进入计算机书业的民营书店，如今它们都拥有数家分店，在各自城市的同业和电脑迷中享有相当高的知名度。随着计算机市场的火热，在他们之后，全国各地又出现了一大批科技专业书店。

医学专业学科体系分类很细，专业图书品种多，同时医药系统规模大，人员众多，从业人员知识水平相对较高，决定了医学图书市场需求很大。目前全国大约有 100 来家医学书店，其中上规模的有 40 多家，如长沙的科源图书公司、杭州的科兴图书公司等。这些民营医学书店在医学图书销售中占据越来越大的份额，一些医学专业出版社超过三分之一图书码洋是通过非国有渠道发出的。

这种现象在建筑类、经济类、法律类专业图书发行中也同样存在。科技图书由于专业性强、受众相对集中，书店一旦做得

优秀，其地位则不易取代，所以那些在各大城市里占据相当的市场份额、具有一套行之有效的管理手段、渠道已建立起来的非国有科技书店也都能得到专业出版社的大力支持，甚至发展成为出版社的特约经销店。建筑工业出版社、水利水电出版社等科技类出版社均依托这些民营专业书店，在全国建立起专业图书连锁发行体系。

除了这些独立书店，在发展民营零售书店过程中，在一些城市还发展起一些书店街或图书城，将一批零售书店集中到一起。这些书店街的出现，使民营书店的集中度更高，人气也更旺，形成一定的规模效应。如北京的海淀图书城，有上百家零售店集中到一起，成都的龙池书肆，有 20 多家书店，广州图书城也有几十家书店进驻。后来又有一些省份集中民营书店，形成图书市场。

到 20 世纪 90 年代后期，随着民营书店规模的扩张，加上一些社会资本进入图书发行业，在一些地方开始出现了民营的大型书城或超级书店，书店的规模与面积也越开越大。从而使民营书业的经营规模与经营水平再一次提升到一个新的层次。沈阳东宇书店、北京国林风书店、昆明新知书城、南京书城等便是其中的代表。

企业资金和有商业背景的经营者的介入，使非国有书业上了一个台阶。一方面，他们在文化品位与理念上，秉承了文人办书店的传统，都非常注重塑造自己的品牌形象，如国林风喊出了“文化担纲、传播真知、服务读书人”的口号，东宇书店则强调“创新书店概念 营造读者天堂”。另一方面，在商业运作上，他们一般都有着很强的营销意识、企划意识和服务意识，如东宇书店成立了东宇书友会并向会员赠送《东宇书讯》，设立成人借阅部和儿童借阅部，开设文化茶吧、电脑网吧，并开通网上书店，创建亲子天地等等。国林风书店则通过举办名社书展、主题书

展、专题座谈会研讨会、联谊会等，有针对性地系统地展示自己的经营理念与风格。在内部管理上，他们都强调努力实现操作的标准化和规范化。在企业 CI 形象与店堂布置上，也进行了非常专业精致的设计，以营造书香四溢的儒雅氛围。在发展战略上，也都有着雄心勃勃的规模扩张或连锁扩张计划，试图将商业精神带入图书发行业，将图书发行做成大的产业。

在 2001 年以后，连锁书店成为书店建设新热潮。在新华书店大力发展连锁经营的同时，民营书店也走上了连锁之路。一些独立书店在成功经营一家书店之后，又开始克隆自己的管理经验，在同一城市甚至异地发展连锁经营。如学而优书店、季风书园、西西弗书店、湖南的弘道书店、北京的儒仕源书店、海南创新书店、内蒙古通辽的环哲书店等，都走上了连锁之路，开办了数个到十多个不等的分店。而另一些民营书店，则以在加入 WTO 之后抢占全国性图书流通渠道为目标、以建立全国性书业连锁机构为手段，进行了大规模的扩张，一时民营图书连锁与国有图书连锁群雄并起，形成轰轰烈烈之势。在民营图书连锁中，以二十一世纪锦绣、新华驿站、席殊书屋最具代表性。

从目前发展状况看，民营书店发展连锁经营看来是轰轰烈烈，但真正具有连锁经营管理实力、理顺连锁各个环节、获得连锁经营经验的书店依然不多，成功的案例更是少之又少。为了解决资金缺乏的问题，某民营书店选择了加盟连锁店的方式，至今已发展了 500 多家加盟连锁店，虽然在数量上具有优势，但其商业模式和绩效尚未得到公认。另外一家连锁店在数量快速增加的同时，并没有带来经营上的成功，而不得不大幅度调整其经营思路与发展战略，反而是一些稳健经营、小规模扩张的小型连锁书店的发展较为成功。但是，大浪淘沙，那些经受了考验的民营连锁企业，则将可能成为中国书业未来的主力。

网络书店是随着网络电子商务的兴起而出现的一种新型图书

发行渠道。在网络书店的发展进程中，民营书业一改在传统书业中“二渠道”的角色，一跃而成为新兴行业的领头羊，领导着网络书店的发展潮流，承担着与国外网络书店相抗衡的重任。在民营网络书店中，以当当网上书店、旌旗席殊网络书店、卓越网络书店这三驾马车为主宰。其他传统书店如东宇书店、国林风书店、昆明新知书城等也纷纷触网，共同营造出一片网络书业天空。

民营书店除了从事各种形式的图书零售之外，在图书批发环节也已经拥有了重要地位，形成了较大的规模。按照有关政策，2003年9月以前不允许个体私营企业从事图书二级批发业务，也不允许集体企业从事图书总批发业务。但是，许多民营企业采取挂靠在国有、集体企事业单位的办法，或租赁出版社的批发门市，通过戴上“红帽子”，变相取得了图书二级批发权，有的甚至进而从事图书全国总批发业务。

现在全国许多省份都有图书批发市场，如北京甜水园图书批发市场、南京长三角图书批发市场、武汉图书大世界、长沙定王台图书批发市场等。这些市场中的经营者除了少数为出版社的发行门市外，多数都成为民营图书批发企业所占据。这些批发市场有的成为本省民营渠道图书批发集散地，有的甚至成为全国图书总发行集散地，如北京甜水园，在业界具有十分重要的影响力和较大的吞吐量。

北京甜水园图书批发市场于1993年建成开业，在压缩二级批发单位前有500家经营户。压缩后保留了218户，但一些企业通过多家共用一个执照的办法，实际数量远远超出这一数字。在统计的218户经营户中，除20%左右为出版社批发门市外，其他179家为非出版社的二级批发单位。在甜水园一年的批发吞吐量估计约为20亿元码洋，其辐射范围涵盖了全国各地。经营户不仅有图书批发单位，还有数家经营期刊批发，也是重要的全国期