

2006年中國大陸出版市場回顧

南京大學出版科學研究所所長 ◎ 張志強

對中國出版業而言，2006將是一個值得記憶的年份。北京國際圖書博覽會上第一次實現版權的輸出大於引進、上海新華發行集團借殼上市成為大陸出版第一股、作家出版社先出電子書再出印刷書，這些都標誌著大陸出版業正邁向一個新的臺階。其實，這一年內，大陸出版業可圈可點的還有很多。

◆ 經營意識逐漸加強，多種聯合不斷出現

1月18日，讀者出版集團在蘭州掛牌成立。該集團以甘肅人民出版社為基礎、借助《讀者》品牌優勢組建而成，成為大陸第一個沒有採用地域名稱而採用品牌優勢建立的出版集團。

1月11日，長江出版集團併購湖北海豚卡通有限公司，成為大陸國有出版機構收購民營機構的首個案例。新的海豚傳媒有限公司將在兒童教育、服裝、玩具等多個領域發展。4月7日，浙江教育出版社下屬的國有全資的浙江教育書店以380萬元的價格，向民營資本出讓65%的股權，開啓了浙江文化領域國有資產以公開拍賣方式出讓的先河。長期以來，大陸出版業官辦、民辦之間，壁壘森嚴，互不溝通。這些單位積極探索，尋求兩者的結合，開拓了大陸出版業新的發展模式。

同時，地區間合作也得到了加強。1月19日，中國出版集團公司與河南出版集團正式簽署了戰略合作協定，兩個集團將重點在圖書出版、管道建設、電子音像和新興媒體等方面開展長期合作。中國出版集團是目前大陸實力最雄厚的出版集團。它與河南出版集團的合作，開創了出版集團跨地區合作的先河。在國際合作方面，年初的1月8日，創刊不久的《出版人》雜誌與瑞德－愛思唯爾集團（Reed Elsevier）、美國國際數據集團（IDG）共同簽署了合作協定，正式宣佈啓動「全球中文出版信息平臺」。瑞德集團授權《出版人》雜誌獨家使用旗下《出版商週刊》*Publishing Weekly*、《圖書館雜誌》*Library Journal*、《學校圖書館雜誌》*School Library Journal*等3本期刊的全球中文版權，使這三本期刊的內容能在中國大陸市場上同步得到反映。臨近年末的11月16日，江蘇的鳳凰出版傳媒集團與美國麥格勞－希爾教育出版公司在南京舉行戰略合作簽約儀式，兩大集團將在圖書出版、產業研究、戰略投資等領域進行深度合作。

以往的大陸出版業，往往只關注圖書的出版。1月，湖北長江出版集團以480萬元投資入股40集電視連續劇《張居正》的拍攝。該電視連續劇改編自長江文藝出版社出版的、曾獲湖北政府圖書獎、第六屆矛盾文學獎等多項榮譽的歷史長篇小說《張居正》。這是該集團成立後首次進軍影視業，實施跨媒體發展。



發行單位與出版單位合作，有助於更好地開發出適銷通路的圖書。10月26日，新華傳媒與上海文藝出版總社共同組建了「新華百家出版編輯部」。該編輯部將利用新華傳媒緊貼市場的管道優勢和資訊優勢，負責編纂由新華傳媒提供的圖書選題，並在定稿後交上海文藝出版總社所屬的百家出版社出版，由新華傳媒中盤事業部向全國總發行。

在文化體制改革的2006年大潮中，上述行為都標誌著大陸出版單位的經營意識在不斷加強。

◆ 新華傳媒借殼上市，出版融資取得突破

大陸出版業在上市融資方面一直在積極努力。上海新華發行集團採取借殼上市的方式，成功地解決了這一難題，成為大陸出版發行類傳媒第一個上市的股份公司。5月26日，上海新華發行集團召開新聞發佈會宣佈，收購華聯超市股份有限公司45.06%股份，並以此借殼上市。華聯超市將更名為上海新華傳媒股份有限公司，繼承新華傳媒的全部資產和業務。7月下旬，華聯超市股份有限公司在2006年第一次臨時股東大會上將「華聯超市股份有限公司」更名為「上海新華傳媒股份有限公司」，證券簡稱也由華聯超市變更為新華傳媒。10月17日，上海新華傳媒股份有限公司揭牌儀式在上海展覽中心舉行，宣告上海新華發行集團核心業務成功「借殼上市」，也標誌著上海新華發行集團有限公司整體改制工作的順利完成。上海新華發行集團也因此成為大陸出版發行企業中第一家A股上市公司，將在出版融資等方面取得大的突破。

◆ 書市活動豐富多彩，BIBF扭轉版權逆差

2006年中，大陸各地不斷舉辦的書市、博覽會，成為熱鬧的文化大餐，吸引了大量的讀者。

1月3日至11日，一年一度的北京春季圖書訂貨會在京舉行。這已經是第19屆。820餘家出版單位攜10萬餘種新書集體亮相，拉開了2006年圖書市場的大幕。大陸參展的出版社有521家，港澳臺參展的出版單位有145家。訂貨會期間還舉辦了「北京圖書訂貨會20年紀念座談會」、業界論壇、新書發佈會等多項活動，並成功舉辦「首屆書稿版權交易」活動。6月16日，第十六屆全國書市在新疆烏魯木齊的新疆國際博覽中心隆重開幕。本屆書市同時在伊犁、喀什、阿勒泰、吐魯番、石河子設立了分會場。該屆書市設了1046個展位，澳門地區的出版社和香港聯合出版集團也加盟了全國書市。16日下午的「中國出版高層論壇」、17日上午舉辦的「少數民族出版論壇」、17日下午舉辦的「優秀出版物策劃出版經驗交流會」等交流活動，吸收了大量的參加者。書市的訂貨會金額也達10億元人民幣。8月5日至11日，上海舉辦了一年一度的上海書展。書展首次引入法蘭克福書展主題館概念，盛邀中國出版集團等外地出版單位參展。9月15日至24日，以「閱讀新生活，創意新北京」為主題的第七屆北京圖書節在北京地壇公園舉行，展示了2000年以來北京新聞出版業取得的豐碩成果。9月16日，為期9天的第十一屆長春書市開幕。長春書市是長春市委、市政府確定的每年必須舉辦的大型文化活動之一。11月3日至5日，第19屆全國大學出版社訂貨會又在青島舉行，來自全國百餘家大學出版社、千餘家書店、圖書代辦站、圖書館代表聚會青島，共襄這一文化盛舉。

8月28日～9月2日，第13屆北京國際圖書博覽會（BIBF）在北京國際展覽中心舉行。來自50個國家和地區的參展商參加了這一盛會。參展國家和地區為BIBF歷史上最多的一次。以「翻閱新書認識今日俄羅斯」作為主題的主賓國俄羅斯，搭建了BIBF歷史上最大的主賓國展臺，展出了多種誘人的展品，開展了眾多豐富多彩的活動。本屆博覽會版權貿易量（含意向及合同）突破12,000項，創歷史新高。其中，已簽約的版權輸出合同1,096項，版權引進合同891項，版權輸出與引進之比為1.23:1。在北京國際圖書博覽會20年的歷史上，首次實現了圖書版權貿易的順差。

10月4日～10月8日，中國出版界組團參加第58屆法蘭克福書展。中國展團共輸出版權1,364項，是去年的兩倍多。書展期間，與國外出版機構簽署了多項重要合作協議，版權貿易轉為深度合作，越來越多的中外出版企業開始採用共同策劃、合作出版的交易方式，取代了以往簡單的版權買賣。中國外文書局在書展期間還與美國耶魯大學出版社聯合舉辦了「國際合作出版論壇」。中國出版與國外的聯繫越來越緊密。

◆ 不斷打擊侵權盜版，經營環境繼續改善

侵權盜版行為在大陸可謂屢禁不絕。為了給經營者創造一個良好的環境，也為了遵守國際慣例，大陸一直在加強對盜版的打擊力度。2月28日至3月1日，在北京召開的全國版權工作會議上，新聞出版總署對版權工作提出了新的要求，以保護版權。

為了加強對侵權盜版的打擊，7月14日，全國「掃黃打非」工作小組在北京舉行了「反盜版百日行動」啓動儀式。自7月15日至10月25日，在全國範圍內開展了為期100天左右的集中打擊盜版音像和電腦軟體製品行動，進一步淨化出版物市場，為業界提供良好的生態環境。12月，全國「掃黃打非」工作小組辦公室、中央宣傳部、中央政法委、文化部、新聞出版總署等十個部門共同決定，開展「保護知識產權，反盜版天天行動」，使打擊盜版工作深入化。

行業部門也積極投入到反盜版中。9月1日，江西、江蘇、浙江、山東、安徽、福建六省的六家少兒出版社發起成立了華東六省少兒出版社反盜版聯盟。該聯盟旨在建立一種及時發現盜版、快速回饋資訊和有效打擊盜版活動的行動機制，在調查、取證、舉報、訴訟等方面進行全面合作。同日，中文「在線反盜版聯盟」（<http://www.coapu.org>）正式啓動了「網絡維權百日行動」，集中打擊網路盜版侵權行為，切實有效地保護權利人的合法權益。12月11日，由盛大、網易、新浪、微軟中國、北京金山、三辰卡通等六大企業聯合發起的「中國企業版權聯盟」在人民大會堂正式宣告成立，旨在加大對版權的保護，打擊各類盜版尤其是網路盜版行為。12月14日，中國工商聯書業商會期刊專業委員會在北京召開了「名刊反盜版聯盟」成立會。《讀者》、《家庭》、《青年文摘》、《家庭醫生》、《格言》、《小說月報》6家雜誌社成為「盟友」，將共同打擊期刊盜版行為。

在著作權的集體管理方面，8月21日，國家版權局公佈了「卡拉OK經營行業版權使用標準」，並向社會各界廣泛徵求意見。12月7日～12月8日，由國家版權局和歐盟委員會主辦的「著作權集體管理組織發展中歐研討會」在北京召開。作為中國與歐盟正在進行的旨在加強中



國著作權集體管理組織建設的合作專案之一，該研討會對普及和推動中國的著作權集體管理具有積極的意義。

在網路版權方面，3月15日，博客寫手秦濤委託律師在北京市海澱區人民法院起訴搜狐公司侵犯版權。這是國內首起博客著作權案。博客的著作權如何保護成為關注的話題。7月1日，《資訊網路傳播權保護條例》開始施行。該法對規範網路傳輸行為，對調整權利人、網路服務提供者和作品使用者之間的關係具有重要意義。12月15日，國際版權局與美國電影協會、商業軟體聯盟、美國出版商協會、英國出版商協會在北京簽署了《關於建立網路版權保護協作機制的備忘錄》，進一步加強和完善著作權授權的認證制度，定期就打擊跨國互聯網侵權盜版行為及相關問題進行交流。

◆ 市場監管力度加大，出版秩序得以規範

為了加強對出版物發行量的監督，幫助出版業建立誠信的經濟秩序。1月份開始，成立於2005年4月的國新出版物發行資料調查中心正式啓動了發行量核查工作。《車友報》成為國內首家接受發行量核查的單位。針對近年來辭書出版品質下降的情況，3月10日，新聞出版總署發佈了《關於規範圖書出版單位辭書出版業務範圍的若干規定》，自2006年5月1日起正式實施。該規定旨在提高辭書出版品質，規範辭書出版秩序，維護讀者權益。4月下旬，內蒙古的遠方出版社因為買賣書號、一號多用、一號多賣等行為，造成惡劣的社會影響而被新聞出版總署停業整頓6個月，社領導班子全部解聘。再一次向不遵守《出版管理規定》的出版社敲響了警鐘。5月1日，新聞出版總署發佈的《關於禁止出版發行「黃金書」等包裝奢華、定價昂貴圖書的通知》正式實施，標誌著新聞出版總署將嚴懲出版「黃金書」等行為。

加強對出版人的資格考核也成為重要的監管手段。2月22日，上海市新聞出版局推出了首批「印刷企業經理人」和「發行企業經理人」資格認證項目。同時還將研究制定出版物發行技師考核鑒定標準，施行出版物發行技師資格鑒定。10月21日，2006年全國出版職業資格考試舉行。從2007年起，出版行業將全面實行責任編輯註冊制度，責任編輯需持證上崗。

◆ 簽名售書屢創佳績，市場龐大令人驚異

5月22日，由中國國際電視總公司主辦的《易中天品三國》（第一部）圖書出版無標底招標會在央視梅地亞舉行。國內11家知名出版社參加了競標。最終上海文藝出版社以首印量55萬冊、14%出版版稅的超高標底奪得書稿的出版權。此後，不斷有媒體懷疑上海文藝出版社能否實現盈利。7月22日，易中天《品三國（上）》由上海文藝出版社出版發行。首發日當天，僅北京圖書大廈便售出3,500本。上市9天，首印55萬冊已基本訂完，又加印10萬冊，創造了大陸圖書出版發行上的新記錄。無獨有偶，同樣是中央電視臺百家講壇主講人于丹所寫的《於丹〈論語〉心得》，中華書局首印60萬冊告罄，目前發貨已達80萬冊。11月26日，該書在中關村圖書大廈首發簽售時，一天簽售量達12,000冊，創下單店單本圖書銷售的新紀錄。帶有學術意味的

圖書能取得如此佳績，除了電視這一強勢媒體的引導、作者自身的魅力、作品本身的價值外，也說明讀者的需求是巨大的。而「童話大王」鄭淵潔受江蘇省新華書店之邀，2月17日至23日之間在江蘇部分地區簽售《皮皮魯總動員》17,800冊，說明「童話大王」的魅力依舊。

◆ 經營風險逐步加大，市場呼喚理性應對

隨著大陸出版業的發展，圖書市場早已從賣方市場轉向了買方市場。在影視、網路的衝擊下，圖書業的風險在逐年加大。2004年，引進版的《出版大崩潰》曾引起出版界的熱烈討論。2006年，引進的《出版大冒險》再次引發出版界對出版風險的關注。而上海思考樂的變局，正好成爲這一關注的注解，體現了市場的無情。思考樂書局曾獲得過「滬上閱讀新地標」、「民營書店成功模式」等多種稱譽。然而，由於經營成本過高、大股東占款導致資金鏈斷裂等原因，滬上的思考樂書局不得不在2005年關門，並被大眾書局全線接管後改名爲大眾書局重新營業。1月18日，思考樂書局因母公司負債被法院強制拍賣，起拍價只有110萬人民幣。

7月15日，號稱國內最大的圖書零售賣場之一的第三極書局正式亮相北京中關村。書局開業後，推出了爲期3天的「買100送100」的優惠活動。同日，位於第三極書局附近的中關村圖書大廈，爲了應對第三極的開業優惠活動，宣佈推出爲期一月的全場75折優惠活動。9月7日，號稱全球最大中文圖書銷售網站的當當網宣佈全場69折跟進。一時間，全國各地媒體紛紛報導北京圖書市場這一折扣大戰，並進而引發了對大陸圖書價高低、圖書零售業經營環境等問題的關注。在經營者抱怨書價偏低、讀者抱怨書價連年上漲的同時，出版業如何理性應對成爲大家關注的焦點。9月26日，由機械工業出版社投資創辦的大型綜合性圖書零售賣場北京百萬莊圖書大廈開業。這是大陸第一家由出版社投資創辦的大型書城。11月6日，曾率先使用「書城」這一概念的「深圳書城」興建的新的書城——深圳書城中心城開業，成爲當今世界上經營面積最大的書城。書城在求大的同時，也引發了人們對他們經營效益等問題的關注。

◆ 國民閱讀持續下降，專家學者尋求良方

喜中有憂的是，大陸的國民閱讀率近年來卻呈現逐年下降的趨勢。4月21日，中國出版科學研究所在北京舉行新聞發佈會，正式對外公佈了「第四次全國國民閱讀調查（2006）」的初步調查成果，國民讀書率首次低於50%，連續6年持續走低。據該調查顯示，1999年首次調查發現國民的閱讀率爲60.4%，2001年爲54.2%，2003年爲51.7%，而2005年爲48.7%，比2003年再次下降3%，比1999年則下降了11.7%。閱讀狀況不容樂觀的另一表現是，還在讀書的人群中，讀書的時間卻在不斷減少。2005年，在讀書者的被調查者總體中，25%的人讀書時間比原來減少；只有18.2%的人最近半年裏讀書時間增加了。與前三次調查結果相比，個人讀書時間增加的比例顯著降低，個人讀書時間減少的比例卻有所上升。

在4月23日的世界圖書和版權日上，中宣部、國家新聞出版總署、文化部、教育部、團中央、中國作協等11部委聯合發出了「全民閱讀活動」的倡議，希望通過一系列的努力，能有效



遏止傳統讀物下滑的趨勢。11月6日，在當今世界上經營面積最大的書城——深圳書城中心城開業之際，第七屆深圳讀書月同時啓動。11月21日至11月24日，中國首屆報紙閱讀文化圓桌會議作為讀書節的重頭戲隆重舉行。中國出版工作者協會、中國圖書館學會等聯合主辦的全國讀書文化研討會也同時舉行。與會的專家學者一致倡議：「讓我們讀書吧！」但願學者們的這一倡議能換回大家對圖書的閱讀熱情。尤其是對各地不斷興建、力求成爲最大的書城而言，國民閱讀率的不斷走低，對他們的生存將是一個極大的挑戰。

◆ 現代技術不斷嘗試，網路利用仍待加強

新技術具有自己的優勢。尤其是利用網路來進行圖書宣傳，更具有便宜、超時空等優勢。3月8日，中國社會科學出版社以MSN形式在北京舉辦《習慣性八卦·語詞筆記第五卷》新書發佈會。這是出版界首次以MSN線上形式舉行首發式。

在電子書與印刷書結合方面，以往總是先出印刷書，再改造成電子書。6月，作家出版社與方正阿帕比(Apabi)公司合作，推出了新書《不是天使、不是魔鬼》。這是大陸第一本「先行電子書」。其運作方式是，先在網路出版電子書，再出版印刷版。這本先行書的發行，正檢驗電子書能否真正作爲一種獨立於紙書的出版形態而存在，也將成爲電子書產業的開拓之舉。9月11日至11月15日，龍源期刊網聯合新浪、搜狐、Tom等大型門戶網站，舉辦了第一屆網路期刊節。這是期刊界第一次大規模通過互聯網向讀者宣傳徵訂期刊，打破了傳統郵局訂閱的方式。10月，方正與卓越網合作的圖書線上翻閱服務已經正式上線，實現讀者在任何地方都能找到自己想要的圖書的願望，改變了傳統圖書行銷管道。

根據中國出版科研所的全國國民閱讀調查顯示，與國民圖書閱讀率持續下降相反，近年來國民網上閱讀率正在迅速增長，從1999年的3.7%，上升到2003年的18.3%，再上升到2005年的27.8%，7年之間增長了7.5倍。目前，超過10%的國民養成了網上閱讀的習慣。傳統出版業必須高度重視網路的影響，積極探討兩者之間的結合。

然而，能真正意識到兩者之間影響的出版社還是有限。穀歌(Google)公司推出圖書搜索計畫後，一直在中國尋找合作夥伴。該公司的圖書搜索計畫，是一項基於圖書內容的全文搜索計畫。出版社將圖書全文提供給穀歌公司，由該公司進行技術處理後發佈到網路上，讀者在發現感興趣的圖書後，可以進行少量的內容瀏覽，如果感興趣的話，可以通過頁面上的購買鏈結而購買到該書。類似在書店的瀏覽。6月，清華大學出版社和少年兒童出版社率先成爲穀歌公司圖書搜索項目的首批中國合作夥伴。到目前爲止，仍只有少數幾家出版社加盟了計畫外，大多數出版社仍對該計畫抱著懷疑的態度。穀歌強大的搜索功能有目共睹。對這一計畫的漠視，說明大陸出版界普遍對新計畫還不敏感，還沒有真正意識到新技術的威力。 ISBN