

<<2007-中国民营书业发展研究报>>

图书基本信息

书名：<<2007-中国民营书业发展研究报告文化公司研究>>

13位ISBN编号：9787506816939

10位ISBN编号：7506816938

出版时间：2008-4

出版时间：中国书籍出版社

作者：郝振省 编

页数：244

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<2007-中国民营书业发展研究报>>

### 内容概要

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。

这一报告从民营书业产生与发展的历史沿革、发展现状、经营优势、历史作用、主要问题、发展前景六个方面阐述了民营书业作为改革开放的产物,其发展的必然性与根源性,以及在所有制结构中的不可替代性。

它对于政府制定关于民营书业的发展政策及民营书业经营者制定经营策略与发展方向等方面具有重要的参考价值。

今年是改革开放三十年,也是我国民营书业发展的三十年,全面、准确、客观、公正地总结、评价民营书业的作用和地位,不仅对民营书业的过去很重要,对民营书业的未来也十分重要。

本书为《2007中国民营书业发展研究报告(文化公司研究)》,无论是从事出版管理工作的同志,还是出版生产与流通单位、国有书业企业活民营书业企业的管理者、研究者,以及出版教育工作者,相信都会从中找到自己所需要的内容。

<<2007-中国民营书业发展研究报>>

书籍目录

民营书业的历史地位与作用(代序)第一章 主报告 民营文化公司发展研究报告第二章 特色文化公司个案研究 科学管理的探索——志鸿教育集团个案研究 民营书业的契约化进程与诚信之路——以江苏春雨文化教育传播有限公司为例 成长的奥秘——海豚传媒有限责任公司个案研究 成长中的“读书人”——读书人文化艺术有限公司个案研究 打造书业“神话”——榕树下文化咨询有限公司个案研究 做个专业超市图书供应商——唐码书业(北京)有限公司个案研究第三章 选题策划领域个案研究 教辅图书产业状况报告 变化中的民营经管策划力量 少儿图书领域的民营生力军第四章 专家观察 促进民营文化公司发展的政策建议 让历史告诉未来——民营书业发展历程回顾及启示第五章 调研手记 调研手记——和某出版社社长一席谈附录 新中国成立以来有关民营书业发展的政策大事记

## 章节摘录

民营文化公司发展研究报告 一 荏 所谓民营文化公司，本文定位为从事图书策划、编辑加工等业务的民营图书公司和工作室，包括民营独资文化公司、民营股份制文化公司等。本文还会经常提到一个词——民营书业，它是出版上游的民营文化公司与出版下游的民营图书发行公司的统称。

民营文化公司与民营图书发行公司是密切联系在一起的，相当一部分民营文化公司是从民营图书发行公司演化而来的，而且后者是前者主要发行渠道。

一、发展历程 新中国成立前，我国出版业以民营经济为主。

新中国成立后，通过没收国民政府官僚资本性质的少数出版机构，并对私营出版业进行调整和改造，逐步建立起了国有出版业体系。

到1956年6月，对私营出版业、发行业、印刷业的社会主义改造基本完成。

从“文革”到1980年以前，整个书业（包括出版、印刷、发行环节）几乎是单一的国有经济成分，民营书业一片空白。

党的十一届三中全会改革开放政策实施以来，民营经济得到了迅猛发展。

将快速发展的民营经济引入书业，也是促进书业发展的需要。

在图书出版领域，首先向民营开放的是图书发行业。

“文革”后，国有图书发行网点远远满足不了广大读者的需求。

1980年底，国家出版局发出通知，允许民营正式进入图书零售领域，民营书店从此获得飞速发展。

之后，又相继赋予民营企业二级图书批发权和总发行权。

有媒体称，目前民营发行企业已经获得了国民待遇，和国有图书发行企业站到同一的起跑线上。

如今，民营书业在一般图书销售中已经占据半壁江山。

图书发行业开放的同时，图书印刷业也全面放开，允许民营资本和海外资本进入。

早在2000年，中国印刷企业82189家，其中非国有印刷企业就达74309家，占90.4%。

与此同时，民营文化公司也随着我国出版的改革开放而产生并发展起来。

梳理近30年来中国民营文化公司的发展历程，大体可以分为三个阶段。

（一）第一阶段 “文革”结束到1989年，是民营文化公司发展的第一阶段。

这一阶段，民营文化公司多以个体书商的形态出现，利益诉求是最大的驱动力。

“文革”期间，出版业陷于停顿。

“文革”结束后，与满目疮痍的出版现状相对应的，是数之不尽的嗷嗷待哺的读者群。

面对全社会文化饥渴的市场需求，“文革”中几乎瘫痪的出版社根本无法满足，在这样的大环境下，民营书商经历了自身的启动期。

1978年1月，国家出版事业管理局向国务院提出了《关于克服书刊内容重复和滥编滥印现象的报告》，报告同时提出6条处理意见，其中第4条意见是：“党政机关、群众团体、学校和企业、事业单位，不得编印图书发售。

大专院校自编的讲义、教材和未经批准发行的学报，除在校内使用和与有关院校交换外，不得在社会上公开发售。

”第6条意见是：“各地印刷厂不得擅自接受非出版单位交印的图书，如有必需，须经省、市、自治区党委宣传部门或出版行政部门批准。

”由此亦可见，当时已经有非出版单位介入出版活动。

“文革”后，由于国有图书发行网点远远满足不了广大读者的需求，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》，允许民营经济正式进入图书零售领域，以拓宽出版社的发行渠道，方便读者购书。

民营书店从此获得飞速发展。

1982年7月，文化部又发出《关于图书发行体制改革工作的通知》，提出“一主三多一少”（以国营新华书店为主体，多种经济成分、多条流通渠道、多种购销形式，少流转环节的图书发行网），要求各地落实发展集体、个体书店的发展规划。

## &lt;&lt;2007-中国民营书业发展研究报&gt;&gt;

1988年，中宣部、新闻出版署提出“三放一联”（放权承包，放开批发渠道，放开购销形式和发行折扣，发展横向联合），又赋予民营企业二级图书批发权。

这一时期，图书印刷业也开始出现民营经济。

图书印刷业和发行业对民营资本的开放，使民营资本进入产业链的上游有了一定的便利。

同时，出版社“事业单位企业化管理”模式的确定，和协作出版、承包责任制的实行，客观上给民营资本进入上游图书策划环节带来空隙。

1983年，经文化部出版局批准，出版社定性为“事业单位，实行企业管理”，出版社由单纯的生产型逐步转变为生产经营型，开始面向市场寻求生存和发展。

1984年，湖北、辽宁两省的一些科研单位与出版社合作，自筹资金出版科研类图书，这种方式被称为协作出版。

1985年，文化部充分肯定这一形式，后来又具体规定了协作出版的对象和内容，主要是自然科学和工程技术类图书，只限于国营企业事业组织，出版社不得与集体或个人进行协作出版。

协作出版本来是想解决出版社资金短缺等问题，利用社会资金多出好书，但一些热衷于此的出版社在选题和内容上没有严格把关，粗制滥造的现象时有发生。

而且能够协作出版的学术单位也面临经费短缺，羽翼渐丰的民营书商不满足于只获得零售利润，他们以协作出版为突破口瞄准了更为可观的上游利润。

1984年，安徽科技出版社率先实行承包制，接着，辽宁、福建、天津等地纷纷效仿。

到1988年，17个省市新闻出版局对财政实行了全面承包。

在新闻出版局内部，实行出版社向出版局承包，各编辑室向出版社承包。

虽然国家不允许编辑室向个人承包，但不少出版社还是这么做了。

结果是室自为战，人自为战，承包者为了完成任务，不得不通过买卖书号完成承包额，这种情形为民营书商的成长创造了机遇。

在卖方市场占主导地位的20世纪80年代，是一个商品短缺而需求旺盛的年代，一本书出版后几乎自动可以创造需求，挣钱得来全不费工夫。

许多学术类图书都可以印制数万册，一般图书印数达几十万册是很平常的。

某民营书商与出版社合作出版的《中小学生一课一练》，在当时定价仅两三毛钱的情况下，发行码洋达数百万元。

像改革开放初期大部分一夜暴富的人一样，第一批民营书商的成功，很快引来了大批的追随者。

这一阶段，民营书商的主体是个体书商。

他们有敏锐的眼光，看到了市场的巨大需求，迅速跟进。

他们的目标非常单纯而明确，就是追求利润的最大化，很快成为书业最早的一批暴发户。

当时中国尚未加入《伯尔尼公约》和《世界版权公约》，书商可以肆无忌惮地使用全世界的图书资源。

另外，不支付版权费、翻译费极低、定价偏高、偷税漏税等低成本运作，使书商们获得了高额利润。

总体而言，民营书商文化素质偏低，主要依靠剪刀加糨糊的拼凑，图书策划含量不高。

这一时期，民营书商制作的图书多是通俗小说、武侠小说，以及实用生活类图书。

还有的书商为了追求利润，迎合公众的猎奇心理，制作了不少反动、荒诞、淫秽、迷信的书画。

当然，20世纪80年代的民营策划也有可圈点的地方。

1983年，北大哲学系副教授王伟等人成立“走向未来丛书编委会”，挂靠在中国科学院青少年研究所，策划出版了《走向未来丛书》，成为当时思想解放运动的重要事件，反响很大。

之后，《现代西方学术文库》丛书、《21世纪》丛书等相继问世。

这一时期，政府对民营公司的鼓励发展与整顿规范是并行的。

1989年7月，新闻出版署发布《关于检查、整顿书刊市场的紧急通知》、新闻出版署发布《关于在全国出版社整顿协作出版、代印代发的通知》。

11月，新闻出版署、国家工商行政管理局联合印发《关于加强集体、个体、私营书店（摊）管理的暂行规定》，对民营书店参与图书批发业务作出了更为具体明确的限定，如不得经营国家明令禁止的出版物和其他非法出版物；不得办理租型造货和代理出版业务（如代印代发，代制封面、广告、插图和

## &lt;&lt;2007-中国民营书业发展研究报&gt;&gt;

编印征订单等), 不得以“协作出版”为名, 向出版社(期刊社)“买”书(刊)号; 不得向出版社和期刊社承揽书刊的总批发(总发行), 等等。

(二) 第二阶段 20世纪90年代, 是民营文化公司发展的第二阶段。

这一时期, 作为公司制的民营文化公司诞生, 它们开始将商业运作与文化理想结合起来。

1992年, 邓小平以88岁高龄进行南巡, 并发表重要讲话, 提出判断一切的标准, 应该看是否有利于发展社会主义的生产力, 是否有利于增强社会主义国家的综合国力, 是否有利于提高人民的生活水平。

毫无疑问, 民营经济的发展, 是符合“三个有利于”标准的。

邓小平提出, “计划多一点还是市场多一点, 不是社会主义与资本主义的本质区别。

计划和市场都是经济手段”。

并用“傻子瓜子”这个富有典型性的个案, 给民营经济吃了一颗定心丸。

1993年, 民营经济迅速走出低谷, 达到23.7万家, 1994年增至43.2万家。

改革开放的车轮滚滚向前, 国家和各地方陆续出台了一些鼓励非公经济发展的政策, 又一次刺激了民营书业的发展。

这一时期, 随着图书印刷、发行环节依次开放, 下游的市场竞争也日益激烈, 而上游环节由于垄断仍保持着较高的利润, 民营资本向仍处于垄断高利润的上游环节渗透成为一种必然。

民营获得二级批发权后, 规模实力进一步壮大, 产业集中度也更高, 全国形成了以长沙黄泥街、武汉武胜路、西安东六路、北京金台路为核心的四大书刊批发市场。

随着二级批发商的兴起, 挂历、年画、年历、畅销书、教辅的主要发行渠道逐渐从新华书店向民营渠道转移。

民营发行业从国有新华书店的“补充”, 成了它的重要竞争对手与合作伙伴。

不少民营文化公司在图书批发公司的名义下, 从事图书策划、编辑业务。

20世纪90年代上半期, 民营书商的整体队伍有了较大改观, 以北京大学、中国人民大学等高校的教师、学生为代表的学院派, 以及一些有过海外留学工作经历的海归派不断加入。

学院派如人大毕业生全品文化发展有限公司总经理肖忠远、21世纪锦绣公司董事长罗锐韧、汉唐阳光文化公司总经理尚红科, 北大毕业生正源图书有限公司董事长欧阳旭、万圣书园总经理刘苏里、光明书架文化有限公司总经理严平等; 海归派如同人书业文化公司总经理石涛等。

还有不少民营从业人员, 是直接从出版社出来加入这一队伍。

随着从业人员素质的提高, 他们除了利润诉求, 同时高扬文化理想。

这一时期, 他们已经认识到, 散兵游勇的状态无法长远发展, 于是, 图书工作室和文化公司名义下的民营文化公司相继诞生。

工作室不是法人, 没有营业执照, 只是几个人合伙一起做书。

一般规模不大, 一年出版约十本书。

更多是成立了文化公司, 比较知名的有科文剑桥文化公司、正源文化公司等。

它们的营业范围是图书批销, 但实质是图书策划。

他们没有国有体制下的退休人员和闲置人员, 决策机制更为灵活, 可以随时调整经营方向, 经营上也较为灵活高效。

民营文化公司的商业运作更为成熟, 并显示了较好的机制优势。

据光明日报出版社原副总编徐晓回忆, 1994年, 出版社决定出版当年诺贝尔文学奖得主大江健三郎的五卷本作品集, 大江健三郎是纯文学作家, 市场风险很大。

而五本书的引进出版需要投资几十万元, 出版社无力承担风险, 只好与民营文化公司合作。

结果, 这套纯文学丛书, 几个月之内销售达十几万套, 成为1995年书业的神话之一。

与此同时, 出版社体制内运作了另一套七本的丛书, 有文化公司愿出30万元收购。

徐晓认为, 如果出版社自己发行成功, 利润更大, 而且可以带动社内其他图书的销售, 于是决定由出版社自己做。

然而, 几年过去了, 这套丛书一直亏损, 数千册书躺在库房里蒙尘。

多年后, 文化公司仅用几千元租下了这套书的版型, 新版上市即受到市场的欢迎, 新版的成功, 证明

## &lt;&lt;2007-中国民营书业发展研究报&gt;&gt;

了选题的生命力，也证明了民营书业的活力与效率。

从1991年到1998年，新闻出版署也多次发出通知，规定出版社不得与集体和个人进行协作出版；对出版社的书号使用总量进行宏观控制；未经国家相应的新闻出版行政部门批准而私自设立的所谓“编辑部”、“出版社”、“杂志社”等必须取消；严禁出版单位以任何形式出卖书号、刊号、版号；严禁任何单位和个人以任何名义直接或间接购买书号、刊号、版号，并参与出版、印刷、复制、发行等活动。

但这一时期的“扫黄打非”主要集中在一些有政治倾向错误及淫秽出版物上，对于民营文化公司策划的一般出版物采取了一种宽容的态度。

整个90年代中，从简单的剪刀加糨糊到精心的选题策划，民营文化公司向商业运作迈进了一大步。

民营文化公司许多精心策划的选题，使市场高潮迭起。

北京紫图图书有限公司的《黑镜头》，不经意间宣告了中国阅读史上读图时代的开始。

北京共和联动图书有限公司总经理张小波策划的《中国可以说“不”》一书引起的风波，说明了大众文化商业性的本质。

科利华公司运作的《学习的革命》是否真的掀起一场学习的革命还有人质疑，但它确实引爆了一场图书营销的革命。

科利华的介入，使一本原本销售平平的书，通过广告、展览等大手笔营销的跟进，销售冲上800多万册。

90年代末，民营文化公司开始大规模进入教辅策划领域，并很快形成一批有影响的品种。

《教材全解》、《优化设计》等品牌教辅图书就是这一时期的典型代表。

由于教辅图书旺盛的市场需求和高额的利润回报，一些民营文化公司迅速完成原始积累，为以后更长远规模的发展奠定了基础。

（三）第三阶段 进入21世纪，民营图书发行业在政策上获得鼓励支持，整个民营书业进入一个新的发展阶段，一些民营文化公司开始规模化、品牌化经营。

这一时期，中央连续出台一系列促进非公有制经济的政策。

2004年宪法修正案明确指出：“国家保护个体经济、私营经济等非公有制经济的合法的权利和利益。”

同年，文化部发布《关于鼓励、支持和引导非公有制经济发展文化产业的意见》，鼓励非公有制经济以独资、合资等多种方式进入法律法规未禁止的文化产业。

2005年初，国务院通过《关于鼓励支持和引导非公有制经济发展的若干意见》（简称“非公36条”），这是我国第一部以促进非公有制经济发展为主题的中央政府文件。

在图书出版领域，中国加入世界贸易组织后，书报刊分销市场面临向外资开放的压力。

依据对外资开放的领域首先要对内资开放的原则，2003年，国家新闻出版总署发布《出版物市场管理规定》，赋予民营发行企业总发行权。

目前，文德广运、世纪天鸿等18家民营企业先后获得总发权，媒体称这意味着“民营发行企业从此获得了国民待遇，和国有图书发行企业站到同一的起跑线上”。

随着政策的开放，民营书业开始浮出水面，整体更为活跃。

目前，民营书业已经拥有了两个属于自己的行业协会——中国书刊发行业协会非国有书业工作委员会和中华全国工商业联合会书业商会，它们在促进业界交流，争取国民待遇方面做了许多工作。

民营图书订货会成了公开的聚会，由于民营渠道效率较高，许多国有出版社也积极参加。

2005年，国内书业最重要的两次盛会——春季图书订货会和秋季全国书市，也开始吸收民营书业设展。

经过多年的积累，民营文化公司的实力进一步增强。

内业主流的文化公司一般都有5年以上的从业经历，有的达到10年甚至20年。

其销售规模，通常在2000万元以上，销售码洋过亿的民营文化公司达几十家，从2005年开始，志鸿教育集团销的售码洋就连年超过10亿元。

随着整个图书市场进入买方市场，竞争更为激烈，靠一本畅销书打遍天下的时代已经过去，企业的规模效应、综合实力，成为竞争的重要因素。

## <<2007-中国民营书业发展研究报>>

一些规模较大的文化公司已经走上集团化经营的道路，如志鸿教育集团、金星国际教育集团、修远教育集团、江苏可一实业集团、经纶文化集团等。

业内最大的民营文化公司——志鸿教育集团2002年便开始集团化运作，目前下辖有山东世纪天鸿书业有限公司、北京时代志鸿国际教育咨询有限公司、北京中鸿智业信息技术有限公司、北京易赏图书有限公司、北京尼赏文化传播有限公司、北京世纪国鸿图书发行公司等8家全资子公司，成为集基础教育研究、图书策划发行、会议培训、教育信息化产品开发为一体大型集团。

金星国际教育集团2005年开始虚拟集团化运作，2006年正式成立集团公司，目前下辖北京金星书业文化发展有限公司、北京科智文化传媒有限公司、山东金星书业文化发展有限公司等多个子公司，成为集中小学教育研究、图书策划、发行为一体的大型教育服务机构。

这些民营集团在探索科学管理、市场化运作中积累了很多有益经验，成为民营书业的领头羊。

随着市场竞争的加剧和出版社经营压力的加大，越来越多的出版社开始与民营文化公司展开各种形式的合作。

通常情况下，只有合作出版了违禁图书引起轩然大波，才会遭到处罚，平时民营文化公司的经营活动很少受到干预。

政策的宽容使民营文化公司得以持续发展、壮大。

在一些图书领域，民营文化公司已经占有相当的优势。

在教辅图书领域，民营文化公司已经占有绝对优势，国有出版社除有龙门书局的“三点一测”，其余知名教辅品牌几乎都是民营的产品。

如志鸿教育集团的“优化设计”、金星国际教育集团的“教材全解”、荣德兴业的“点拨”系列、九州英才的“轻巧夺冠”、方洲公司的“方洲作文”、天利公司的“38套卷”等。

在大众图书领域，民营文化公司是许多畅销书的策划者，《富爸爸穷爸爸》、《谁动了我的奶酪》、《蒙牛内幕》、《诛仙》、《刘心武揭秘红楼梦》等畅销书，都是民营文化公司策划出版的。

有媒体称，在国内各种畅销图书排行榜上，民营策划的图书高达80%。



版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>