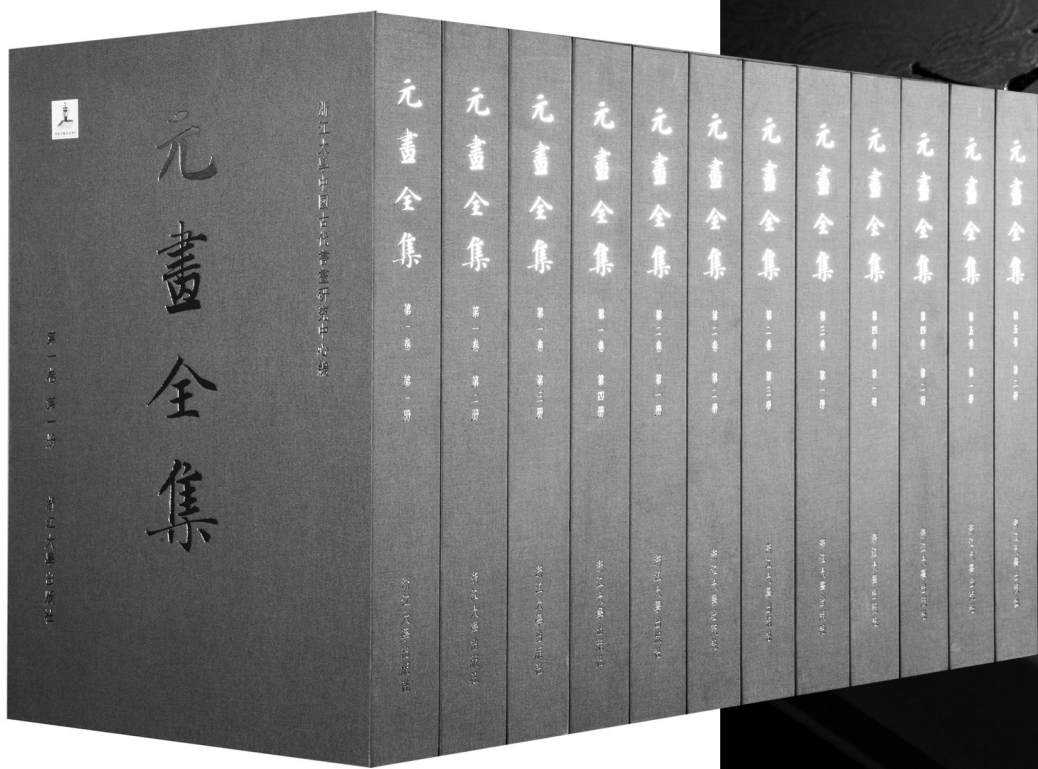


ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS
浙江大学出版社

元画全集

元代历时不长，却疆域辽阔，文化“混一”，画坛名家辈出，其画作之创作思想、艺术追求、品格面貌、精神蕴涵，既有秉承唐宋遗风，又对后世影响深远，显示了独特的艺术、文化和历史价值。

作为“中国历代绘画大系”的重要组成部分，《元画全集》涉及欧美、日本、中国110余家收藏单位约670件存世元画作品，分故宫卷、上博卷、欧美卷、日本卷和国内散目卷等5卷约16册出版。这是对中国元代绘画一次整体的、全球性的整理发掘和汇编出版，将为后人学习、借鉴与研究元代绘画艺术提供详尽的、科学的基础文献，也为深入研究元代艺术史、文化史乃至思想史，奠定坚实的文献学和图像学基础，更为民族文化遗产和人类文明发展，奉献一种有担当的劳动。



地址：杭州市天目山路148号浙江大学西溪校区内（310028）
联系电话：0571-88925953（省内） 0571-88925646（省外）
传真：0571-88925590 网站：www.zjupress.com
E-mail: faxingbu2004@zju.edu.cn

中国历代绘画大系

中国书业格局变异凸显

（上接第34版）云南、福建销售稳增，排位分别前移1位、2位。新疆作为边远少数民族自治区近年来跨越明显：2006年其还排位第22，此后2007~2010年其连续4年排位第21，2011年其以逾4成的高增幅售增长，排位升至第20，2012年其再以逾1成的销售增幅，排名前移两位。重庆、上海两直辖市的销售下降、排位后移，如前所述系大城市书业遭遇新阅读方式、新介质产品、多元文化消费冲击更大所致。但上海书业销售逾3成的大幅下降和后退达7位的大幅排名降位的确出人意料。如果不是统计上的误差，这的确值得重视。上世纪90年代，上海多居全国省域销售10强；本世纪初的2001年，上海曾位居全国省域销售第6位；2006、2007年，上海还同居全国省域销售第8位；2008、2009年退出10强，分居第11位后，2010年又回归10强，列第9位。其2011年的排名较上年后退3位，已初引关注。2012年上海的销售续降，排位续退，幅度之大，不能不令人觉得反常。

2012年全国省域书业销售居10亿元档级的有依次排位第20的北京、排位第21的贵州、排位第22的甘肃、排位第23的辽宁等4家。较上年，这4家除北京排位后退外，其余3省排位均与上年相同。近几年来，北京在全国省域书业销售的最佳排位是2006年和2007年的第11位，距10强仅一步之遥；2009~2011年，北京连续3年在全国省域书业销售排名第18位；2012年其因销售下降15.97%，而排名降至第20。北京作为一国之都和政治、文化中心，其书业销售在全国的位置的确不理想，但由于和上海同样的原因，加上人口大大少于很多省份，教材销售明显低于许多省份，北京书业销售要扭转态势实属不易。贵州、甘肃、辽宁三省2012年书业销售虽均有增长，其中贵州、甘肃增长逾1成，但各自排名仍在上年原位，可见中国书业实力相近的省竞争激烈，要实现超越并非易事。

2012年书业销售逾5亿元的内蒙古、黑龙江、吉林三省份，分别在全国省域书业销售中列第24、25、26位。值得一书的是内蒙古书业，其超过1倍的销售增幅，创下当年全国省域书业销售的最高增幅，而这一高增幅出自地处边远的内蒙古少数民族自治区就更为难得。内蒙古也由此获得近年来在全国省域书业销售中的最佳排位。同居东北、相邻的黑龙江、吉林

两省，2012年在全国省域书业销售中的排位同样相邻，吉林书业销售增长逾6成，使其成为继内蒙古之后的第二个高增幅省。

2012年全国省域书业销售逾亿元的尚有天津、海南、青海三省市，它们分别排名第27、28、29位。三省市销售均较上年下降，显示了书业小省在当下遭遇多重冲击、竞争中的艰难。

排名2012年全国省域书业销售第30位和第31位的西藏、宁夏两自治区，与上年交换了位次。地处高原地区的西藏自治区书业销售达7400万元，创下其历年书业销售的最高值。2012年全国图书交易博览会在宁夏举办，对宁夏回族自治区书业销售的拉动应是不言而喻的，但统计资料显示的宁夏销售数据却是同比下降逾7成，据称这与教材新政出台后，教辅减少有关，但降幅如此之大是否有统计上的原因，尚待求解。

三大方阵新结构，十强销售趋6成

去年，笔者在撰文分析全国书业市场格局时曾提出，为了更恰当、准确、科学地划分市场格局，归属产业力量，结构实力版图，根据年度产业实绩对中国书业方阵划分的标准应作适当调整：即第一方阵由年销售25亿元以上的省份构成；第二方阵由年销售10亿元~25亿元的省份构成；第三方阵由年销售不足10亿元的省份构成。2012年全国省域书业销售表明，按这一新的标准划分产业方阵已具备条件，并契合产业实绩。故以这一新标准来结构2012中国书业方阵，剖析市场格局：

以年销售25亿元为界，2012年中国书业第一方阵成员正好为10名，这10名成员各具特色，当之无愧。成员构成为华东地区5名：江苏、浙江、山东、安徽、江西，占据半壁江山；中南地区4名：湖南、河南、广东、广西；西南地区1名：四川。书业是与经济、文化、人口密切相关的产业。经济发达、人口众多、文化底蕴丰厚均会对书业产生明显拉动。第一方阵成员或这三方优势兼具，或具备其中一、二。这三方

“天然”优势，无疑给书业以助力。

根据最新统计资料，2012年中国书业省域销售10强中，有8家人口居全国前10位，其中河南、山东、四川、广东、江苏系全国前5人口大省，湖南、安徽分列全国人口第7、8位，广西人口位居全国第10。浙江、江西虽不是全国10大人口省，但仍分列全国人口第11位和第13位。从各省GDP看，2012年中国书业省域销售10强中有6家本省GDP列全国前10位，其中广东、山东、江苏、浙江、河南5省GDP分别列全国前5位，四川GDP列全国第9位。10强中只有江西的人口和GDP两项均不在全国前10名之列。

除了“天然”优势，当地书业主体的实力强，也是重要因素。本年度第一方阵10成员中，江苏、湖南、安徽、四川、河南、江西等6家书业主体为上市集团，资金雄厚，无疑从硬件和软件等多方面为扩大销售提供了支撑。

第一方阵的中国省域书业10强，除新人者广西略显稚嫩外，其余各家均已多年位居10强之列，只不过是位次有所交替。10强虽处同一方阵，但销售差距各异，分居4个档级，其中50亿元档级3家，40亿元档级1家，30亿元档级4家，30亿元以下档级2家。10强中，最有望升档的是江西，其销售距30亿元仅一步之遥，升档或指日可待。特别是如前所述，江西的人口、GDP均不占优势，其目前业绩和排名的获得相对难度较大，付出更多。第二个有望升档的是安徽，其已连续两年销售增幅逾1成，2013年其销售只要同比增长3.7%，就可升入40亿元档级。眼下已时近年底，江西、安徽两省新年度的升档恐已在握。

2012年中国书业第一方阵10强年销售总额达400.23亿元，占当年全国书业销售的56.17%，比上年10强占全国书业销售的份额上升了0.71个百分点，显示了产业集中度的提高。第一方阵以不足全国三分之一的省份创下逾半壁江山的销售，诠释了“中国书业非均衡发展”的特色。

以年销售10亿元~25亿元省份构成2012年中国书业第二方阵，共13家成员。

第二方阵成员分布广泛，覆盖全国各大区，其中华北3家：山西、河北、北京；西南3家：云南、重庆、贵州；西北3家：陕西、新疆、甘肃；华东2家：福建、上海；中南1家：湖北；东北1家：辽宁。13省份类型丰富，既有直辖大都市，又有边疆、少数民族地区；既有东南沿海省份，又有中西部内陆省份，还有老工业基地。

中国书业第二方阵成员除少数几家外，多数排位区间与本省人口、GDP在全国的排位区间相同，再次验证了书业与人口状况、经济状况紧密的关联度。需要提及的是，新疆维吾尔自治区人口、GDP排位均在第23名之后，但其书业销售却列第18位，且同比增长逾1成。作为一个地广人稀的边疆少数民族自治区，取得这一业绩实属不易。而上海、北京两大都市GDP分列全国第7位、第10位，但由于两市人口仅分列全国第25位、第26位，与全国大多数省份悬殊的人口差，使两市书业销售能获得第19、第20的排位，已并非易事。

第二方阵是中国书业中成员最多的军团，也是中国书业的中坚力量，其成员分属3个档级。其中逾20亿元档级的为山西、河北、湖北、陕西4省；逾15亿元档级的为云南、重庆、福建、新疆、上海5省市；逾10亿元档级的为北京、贵州、甘肃、辽宁4省市。从销售额看，位居第二方阵之首的山西此前曾连续两年销售增幅逾2成，2013年其只需销售同比增长2.7%，就可入围第一方阵。如不出意外，这应该是顺理成章的事，2013年，第一方阵增加新成员恐已成定局。另外，此前两年销售曾连续获得两位数增长，乃至增长逾3成的云南，2013年只需销售同比增长3.1%，就可升档至20亿元档级，这或是不成问题。

2012年中国书业第二方阵销售总额为231.31亿元，占全国书业销售的份额为32.46%，几近三分之一。按中国书业销售的走势，正常的话，第二方阵的阵容将趋于缩减，即成员数量及占全国销售份额均可能减少；晋升第一方阵成员的离去，势必既减成员，又减份额；而即使有下一方阵成员升入本方阵，其与升入第一方阵者

的销售差也不会是少数目。第二方阵作为承上启下的军团，既要力争向上一方阵输送新兴力量，又要力争从下一方阵吸纳新成员，可谓是为中国书业培育强者的摇篮。

年销售不足10亿元的8省份，构成中国书业的第三方阵。与上年相比，其成员数量相同，成员构成相同，只是成员在全国省域书业销售的排位有所变化。8成员排位除青海与上年保持不变，仍居第29位外，其余7家排位均有变化：3家排位上升，4家排位下降。细究可见，当年销售同比增长者，排位均上升：内蒙古、吉林销售大幅增长，排名分别上升两位，西藏销售增长近2成，排名上升1位。除青海外，当年销售同比减少者，排位均下降：天津销售减少，排名下降2位，黑龙江、海南、宁夏销售减少，排名分别下降1位。

第三方阵虽成员不多，但分布却较分散，全国六大区除华东空缺外，其余5区均有成员。华北2家：内蒙古、天津，东北2家：黑龙江、吉林，西北2家：青海、宁夏，中南1家：海南，西南1家：西藏。

第三方阵中海南、青海、西藏、宁夏4省区的销售排位与其人口、GDP排位所在区间完全重合，均列全国后4位。这种契合再度表明人口、经济状况对书业销售的影响。天津书业销售的排位与其人口排位同处第27位，虽然天津GDP排名第20，但由于人口与其他省大幅差额的“拖累”，难以改变书业销售排位之窘况。

第三方阵虽可谓中国书业的“弱势群体”，但仍不乏亮点。特别值得重书的是内蒙古自治区，其销售增幅成为当年全国省域书业销售增幅之最。作为人口密度每平方公里仅20人的边疆少数民族自治区，取得如此业绩堪称难能可贵。而吉林省的销售增长逾6成，成为当年仅次于内蒙古的高增幅，也不可小觑。一个方阵囊括当年全国省域书业销售增幅冠、亚军，值得圈点。

2012年中国书业第三方阵销售总额为30.13亿元，占当年全国书业销售的份额为4.23%。与上年相比，方阵成员未变，销售总额增长7.72%，占全国份额下降0.05个百分点。第三方阵8省销售规模与10强之江西省销售规模大体相当，中国书业发展之不平衡在此凸显。

按正常趋势，第三方阵应呈逐渐缩减状，但由于其成员相对薄弱，欲升至上一方阵也不会轻而易举，尚需时日。