

# CHINA PUBLISHING & MEDIA JOURNAL

# 中国出版传媒商报

## (原《中国图书商报》)

2015年5月12日 星期二 第2137期 国内统一刊号CN11-0282 邮发代号1-217 国外代号D-4584



中国广告主协会、  
中国传媒大学广告学院、  
中国人民大学公共外交研究院共同主办  
**中国出版传媒商报**(原中国图书商报)  
获誉影响中国2013年度  
最具传播价值专业媒体  
唯一入榜的出版传媒类媒体

由中国广告协会报刊分会  
联合清华大学新闻与传播学院、央视CTR  
等权威机构推选  
**中国出版传媒商报**(原中国图书商报)  
获誉最具成长价值媒体十强  
荣登2012-2013中国报刊广告投放价值排行榜  
唯一入榜的出版传媒类媒体

国内10家顶尖新闻学院、  
中国新闻史学会联合推选  
**中国出版传媒商报**(原中国图书商报)  
获誉2010-2011中国品牌媒体百强  
获誉2011-2012中国行业报品牌十强  
获誉2013中国十大行业报  
获誉2013-2014中国最具品牌影响力商报

中国传媒论坛学术委员会、  
史坦国际STANCHINA等知名机构  
联合举办2011中国传媒投资年会  
**中国出版传媒商报**(原中国图书商报)  
获誉2011中国最具影响力行业媒体品牌  
与理财周报等3家媒体从全国众多报刊网媒中脱颖而出  
荣登2011中国传媒和思想界的全新价值榜单  
中国出版传媒行业唯一获此殊荣的媒体

国新出版物发行数据调查中心主办、  
中国期刊协会、中国报业协会共同联办  
2009中国广告精确投放奖  
**中国出版传媒商报**(原中国图书商报)  
获誉最受广告主广告商青睐的行业报  
与中国汽车报从中国百余家部委行业报  
千余家行业报中脱颖而出  
中国出版传媒行业唯一获此殊荣的媒体

邮发代号1-217  
请广大读者从速办理订阅手续  
年价298.80元/半年价149.40元  
**中国出版传媒商报目标**  
持续打造中国出版传媒业第一全媒体传媒(群)  
地址:北京西三环北路19号外研大厦北楼  
邮编:100089 传真:010-88818933  
咨询电话:010-88810715/27/29/转231

# 全民阅读地方立法:立什么立之后

■中国出版传媒商报记者 龚牟利

全民阅读立法进入全国人大立法规划引发全民热议:“今后不读书是不是也算违法了?”“个人阅读与回家看父母一样也要立法?”——质疑声不绝于耳。截至目前,全国已有3部相关的地方法规和政府规章落地——全民阅读地方法规《江苏省人民代表大会常务委员会关于促进全民阅读的决定》从2015年1月1日起正式实施,政府规章《湖北省全民阅读促进办法》2014年11月24日由湖北省人民政府常务会议审议通过及公布,地方法规《辽宁省人民代表大会常务委员会关于促进全民阅读的决定》2015年3月31日通过。《深圳经济特区全民阅读条例》的编制也正在顺利推动,有望在年内出台。

### 法律能强迫人读书?不能!

全民阅读立法把分散的个人行为和政府、社会行为有机地勾连起来。

全民阅读立法之所以遭到质疑,是因为法律天生的强制性。相关法律能对个人阅读行为进行强制?不能,但是能强制政府提供促进个人阅读的服务。

全民阅读立法对政府和百姓的要求是不一样的,原因就在于这是一种新型的“促进性法律”,重在促进某项事业的发展,而非管制与约束,如我国已经出台的《促进科技成果转化法》、《民办教育促进法》和《中小企业促进法》等。湖北省新闻出版广电局全民阅读办公室主任王璐解释道:“全民阅读法律对政府是强制、义务和责任,对公民是权利、保障与促进。《湖北省全民阅读促进办法》中内容相当大一部分,如有关全民阅读的设施、体制建设、对特殊人群的保障,都是政府的义务。”权利和义务是对等的,政府的义务即公民的权利。

为何要出台这种没有强制性的法律?湖北省人大教科文卫委员会副主任江作苏给出了解释:“像读书这一类的法律,具有行为的裁判性,但是不

具有可诉性,而这种裁判性的引导作用,具有根本的意义。”中国提倡性的立法虽然不具有强制性,但是代表国家行为和国家意志并具有最高的号召力。读书虽然是个人活动,但与社会、公共财政紧密相连,全民阅读立法把分散的个人行为和政府、社会行为有机地勾连起来。

### 有法律就不会“一个师傅念一种经”

法律规定了专门的机构和预算来保障全民阅读活动的执行。

全民阅读立法相关工作从2006年就已开始,党的十六大提出建设“学习型社会”以后,中共中央宣传部、原新闻出版总署、中央文明办就开始倡导在全国开展全民阅读活动。自2006年开始总署每年都开展全民阅读活动,各省市按照要求组织活动,有“规定动作”也有“自选动作”。从中央到省市主要以部门出台的规范性文件来指导全民阅读的开展。但与法律相比,不具有长效性、稳定性,同时也有较强的部门色彩,而全民阅读涉及不同部门,在推进各部门协调推进时难免会出问题。

湖北省新闻出版广电局政策法规处陈振国表示:“有法律和没有法律最大的不同在于,法律有根本性、长远性、稳定性和全局性,无论上级领导重视与否,全民阅读都能平稳有序地推动,不会‘一个师傅念一种经’,朝令夕改。”

稳定性最重要的表现,是法律规定了专门的机构和预算来保障全民阅读活动的执行。在全民阅读活动推进过程中,最大的困难在于没有具体的部门和机构承担统筹与执行。江苏省新闻出版广电局政策法规处主任科员张意德表示:“全民阅读涉及的事情广、人群多,如未成年人、特殊人群等,还涉及到阅读资源的整合等。作为倡导性活动,以前中央几十个部门联合发文,具体执行却很分散,新闻出版部门只是其中之一。”而目前全民阅读推进已经进入瓶颈期,特别是涉及到资源整合,较难协调各部门。比如全民阅读涉及到图书馆、社区书屋、农家书屋等,但是图书馆属于文化部门主管,农家书屋属于新闻出版广电部门主管,社区书屋属于工会等机构管理,这些设施之间的资源流通,尤其是依托县级公共图书馆的资源共享、通借通还无法实现。

(下转第5版)

### 商报快递

## 公共文化服务保障法公开征求意见

中国出版传媒商报讯 由全国人大教科文卫委员会牵头组织起草的公共文化服务保障法草案(稿),5月11日~6月11日向社会公开征求意见。党的十八届四中全会明确提出,制定公共文化服务保障法,促进基本公共文化服务标准化、均等化。十二届全国人大常委会将公共文化服务保障法列入本届五年立法规划。全国人大教科文卫委员会按照中央的要求和全国人大常委会的立法规划,牵头组织起草公共文化服务保障法。在多次听取有关部门关于立法工作的意见和建议、深入实际了解情况、组织有关同志和专家学者认真研究论证的基础上,形成了法律草案稿。社会公众可以将意见发送至全国人大教科文卫委员会电子邮箱,也可以寄送至全国人大教科文卫委员会。(完)

## 上海市局与肯德基合作推广阅读

中国出版传媒商报讯 肯德基近日启动“天天阅读·快乐成长”系列读书活动。首次在上海广三地的部分餐厅随“快乐儿童餐”派送优质童书,7月将扩展到全国各个城市。肯德基与活动合作方童趣出版有限公司共同选定《奇先生妙小姐》作为首批肯德基“快乐儿童餐”的图书礼物。该套丛书是英国皇室儿童必读少儿读物。同时肯德基还将在上海广三地的部分肯德基餐厅展开百场故事会。童趣出版有限公司的儿童读物专家们将被邀请走进餐厅,和肯德基餐厅员工一起为孩子们讲故事,让孩子们参与到故事互动游戏中来。

今年4月,肯德基取得上海市新闻出版局颁发的出版物经营许可证,随后上海地区306家肯德基门店推出儿童阅读推广项目,并将于7月份推出儿童阅读专区。据了解,为契合2015年上海迪士尼开园迎客的新机遇,上海市新闻出版局将继续推动儿童阅读文化推广在上海书业网络中的布局。

出版社开发非书品业务布局几何?大书城构建文化商业MALL,怎样有效招商?如何高效管理?传统书业遭遇电商冲击怎么办?书店如何调整店面布局,增加经营品种?

## 全国书业非书品订研研讨会启幕在即

中国出版传媒商报 河北省新华书店

北京上元环艺建筑设计顾问有限公司

Beijing SunUp Environmental Architectural Design Co.,Ltd

主办:中国出版传媒报社

协办:河北省新华书店有限责任公司

非书品供应商对接书业渠道商,

就在5月14日~17日的石家庄!

### 书业第一媒体,立足新华渠道60年,倾力打造书业非书品经营对接平台!

> 听,王府井百货购物中心、百新文具等相关负责人畅谈在“互联网+”大时代如何经营创新。

> 看,北京上元环艺创始人、设计总监、文化空间设计专家仪祥策讲述新型文化卖场设计秘诀。

### 诚邀社·店·供应商三方同台分享!

> 各省新华发行集团、大书城、民营书企负责人,非书品采购、营销、策划、设计者。

> 非书品生产商、代理商、运营商等。

> 出版集团、出版社发行、编辑室主任及相关非书品设计人员。

联系人:倪成 15901244316 113363923@qq.com  
张攀 15120055969 546245242@qq.com

## 2015年4月商报·东方数据排行榜

(详细分析报告请见近期《中国出版传媒商报》)

4月全国畅销榜TOP10

排名	图书书名	定价	版别	册数增长	覆盖率%
1	《末日浮空城·查理九世24》	15.00	浙江少儿	16169	42.1
2	《中华人民共和国安全生产法(实用版)》	15.00	中国法制	10682	12.8
3	《习近平用语》	39.00	人民日报	10367	35.3
4	《习近平治国理政(第二卷)》	79.00	人民出版社	10288	56.5
5	《大数据时代·生活、工作与思维的大变革》	49.90	浙江人民	9055	43.8
6	《云朵上的学校·笑猫日记》	15.00	明天	7424	41.4
7	《中华人民共和国安全生产法(最新修订)》	5.00	中国法制	6930	24.2
8	《家庭教育促进法》	39.00	长宁文史	6999	31.1
9	《我们的一步(全新升级珍藏版)》	49.00	中少童书	6991	13.4
10	《中华人民共和国安全生产法(2014最新修正版)》	5.00	法律	6499	21.3

4月图书零售畅销总榜TOP10

排名	图书书名	定价	版别	监测销量	覆盖率%
1	《中华人民共和国安全生产法(实用版)》	49.90	浙江少儿	10201	12.8
2	《中华人民共和国国家安全法》	32.80	中宣部	5130	6.7
3	《习近平治国理政(第二卷)》	49.90	人民日报	5054	13.4
4	《带着责任感去工作》	32.00	企业管理	4650	6.5
5	《论语》(影图全解版)	29.80	北京联合	3997	4.6
6	《孔子家语解译》	89.00	齐鲁书社	3710	20.0
7	《会计从业资格考试会计基础》	54.00	中国金融	3480	12.2
8	《会计从业资格考试会计基础》	100.00	上海三联	3025	6.4
9	《我们都要一样,年轻有彷徨(亲笔签名海报版)》	36.80	湖南文艺	2705	15.2
10	《中华人民共和国安全生产法(2014最新修正版)》	5.00	红旗	626	6.7

4月全国动销新书总榜TOP10

近日,奥地利咨询顾问鲁迪格/威辛巴特发布《2015全球电子书报告》,描述了世界主要图书市场的电子书发展全景,探讨了发展背后的驱动力、法律争论及政策等,并对未来市场转型可能产生的影响进行了解读。

### 新兴经济体表现优异

报告显示,虽然近期北美和欧洲图书市场有所衰退,但伴随着新兴国家(特别是中国和巴西)的增长,全球总体市场保持平稳。

图书出版在教育、科研、娱乐等占据着核心的位置。其市场规模达到1480亿美元,超过包括音乐、互联网广告及电影等媒体,仅显著落后于电视市场。全球娱乐和媒体产业预计在2016年将达到2万亿美元,其中数字内容带来大部分的增长,而非数字内容的收益预计2018年将增长到11560亿美元。

全球2014出版企业排名显示,排名前十的公司占了市场总收益的57%,超过了其后40家企业的总和。但是在该榜单中,不断有来自新兴国家的企业出现,中国表现尤其突出,比如中国出版集团公司和中国教育出版传媒集团都跻身前二十。

### 增速放缓定价下降

与纸质书市场衰退相比,近年世界主要出版市场电子书均呈现增长态势,但是增速明显放缓。亚马逊与苹果等巨头占据了电子书市场份额的大部分。成人小说、类型小说是主要阅读内容,如畅销小说或爱情电子书占据德国和法国市场的30%~40%,欧美主要国家电子书的平均价格在7欧元左右且呈下降趋势。

美国2014年成人大众电子书市场同比增长4.7%,达15.82亿美元,占据了成人大众图书市场的27.2%。但近5年来,其增长率从2009年的366%一直下降到2013年的-0.7%,2014年回升到4.7%。其中亚马逊占据67%的市场份额。

英国2014年电子书市场销量增加了15.3%(2013年为18.2%),总营收达到3.726亿英镑,占据了总零售市场的21%。其中亚马逊占据了70%~80%的市场,苹果占据13%。在成人小说市场电子书的比例超过40%,在类型小说市场的比例更高。

德国2014年电子书占据了整个图书市场的4.3%(2013年为3.9%),其中84%来自于虚构作品。市场份额的增长率从60.5%暴跌到7.6%。

■中国出版传媒商报记者 梅园/编译

## 市场份额持续增加增速明显放缓

### 本期关注

#### 全国书业非书品经营调查报告

P2~3

本报对40余家发行企业的采访了解后发现:实体书店多元经营已是大势所趋。目前实体书店非书经营势头迅猛、前景可期。

阅读推广专题

P6~9

全民阅读为什么这么“火”

社区阅读如何助推全民书香?

出版机构推广阅读5策

建立德国促进阅读基金会 国家战略政府行动

时代出版传媒做“互联网+”文化出版企业

P10

“一带一路”出版界以文化传播立足才能“有为有位”

P13