



(上接第10版)

#新闻出版总署成立,梳理法律法规# 1987年,新闻出版署成立。2001年4月,新闻出版署(国家版权局)升为正部级单位,名称改为新闻出版总署(国家版权局),石宗源任新闻出版总署署长兼国家版权局局长。

#集团化成为改革趋势# 1999年2月24日,我国第一个经中宣部、新闻出版署批准成立的国家试点出版集团——上海世纪出版集团挂牌成立,中国出版业的集团化序幕由此拉开。

#网络书店出现# 20世纪90年代末,网络迅速发展之时,美国亚马逊网络书店的巨大成功,激发了全球化模仿浪潮。1999年当当正式上线,给国内书业的传统发行模式一个猛烈的冲击。

#民营力量崛起# 2003年9月19日,文德广运发行集团在北京宣布组建成立,标志着民营资本终于名正言顺地进入了书业。

#大学社兴起# 一批大学出版社在上个世纪70年代末、80年代初纷纷建立。大学出版社最早只是作为学校的附属机构而设立的,但在随后的几十年时间中,逐渐发展成为中国出版业中可以与原来的中央社、部委社相抗衡的重要力量。

#ISO9001首次在书业运用# 1999年9月9日,天鸿书业获得英国国家质量保证有限公司(NQA)颁发的ISO9001质量体系认证证书,成为全国同行业中第一家通过ISO9001国际标准质量体系认证的出版物选题策划、组稿、设计、图书发行机构。

#“招投标”推行# 2001年8月开始,安徽省、福建省、重庆市3个试点省市进行了全国中小学教材出版发行招投标试点工作,中小学教材招投标由此开启。2008年,中小学教材发行招投标工作在全国暂缓推行。

#两岸交流日益密切# 2006年北京图书订货会首次邀请我国台港澳地区的出版机构参展,这是北京图书订货会第一次真正意义上的全国出版界“大团圆”。

#大书城涌现# 广州购书中心是广州市新华书店集团有限公司以现代企业制度要求组建的一个大型的图书零售企业,自1994年11月23日开业以来,被誉为“神州第一书城”。

#批销中心出现# 20世纪90年代中后期,各种批销中心纷纷成立,进行现货批发。2001年起,批销中心开始向物流配送升级。

#书店连锁业态推进# 新世纪以来,各地推进的连锁经营为新华书店市场化运营打开局面,一些实力雄厚的新华书店集团用各种资本运作形式在多省市铺点。

#书业上市# 2006年10月,以上海新华发行集团为主体的“新华传媒”以买壳“联华超市”的方式上市,被称为发行业第一股,目前发展相对平稳。2007年,在政策的鼓励下出版企业上市进程继续加快。

#文化体制改革使社店巨变# 2003年,中央确定9个省市、共35个宣传文化单位作为文化改革试点,其中新闻出版系统有21家,出版社改制被提上日程。2006年8月4日,经原新闻出版总署批复,人邮社作为首批试点中唯一出版社完成“邮电出版有限责任公司”的工商注册工作,转企改制进入实质阶段。

#书店异地开公司、设店# 进入新世纪,我国一些地方出版单位为了克服人才、信息等出版资源比较贫乏的区位优势,瞄准了京沪等有着丰富的人才资源和出版资源优势的“金矿”,纷纷进军外省,设立办事处或分支机构,抢占争夺出版资源的制高点。

#海外出版公司在京沪设代表处# 1995年,美国西蒙·舒斯特国际出版公司在北京成立代表处,1996年开展工作,成为最早开拓中国市场的外国出版商之一。早年外国出版公司代表处的一个重要使命就是开展版权贸易。

#书业出现兼并重组# 2007年12月7日,江西出版集团联合中国宋庆龄基金会重组中国和平出版社方案获批,我国出版业第一例真正意义上的跨区域兼并重组破冰。

#图书“走出去”升级换代# 20世纪90年代,中国越来越多的出版社开始通过资本运作,在海外设立真正意义上的出版机构,从图书产品“走出去”,到机构实体“走出去”。

链接: 1978~2008
30年书业30切片

- 2008年 数字出版产业基地落成
- 2009年 国际大型书展主办国,中国来了!
- 2011年 教辅“整装”再发
- 2012年 热门大奖“带货”可观
- 2013年 作家工作室、经纪人风生水起

1978~2018 书业变迁40切片

2013年 作家工作室、经纪人风生水起

影视圈的明星工作室、经纪人已经相当成熟,这种运作方式也从2013年开始在出版业,特别是儿童出版领域得到广泛应用。2013年10月,汤素兰工作室在湖南少年儿童出版社挂牌成立;2014年1月,由天天出版社发起成立的曹文轩儿童文学艺术中心揭幕。2014年,商晓娜作品工作室在福建少年儿童出版社正式成立;2014年4月,著名儿童文学作家郑春华儿童文学工作室落户杭州;2015年1月,著名儿童文学作家伍美珍宣布依托北京少年儿童出版社成立伍美珍儿童文学工作室。浙江少年儿童出版社汤汤工作室成立于2016年7月,是浙籍作家汤汤和浙江出版力量的一次深度联姻……

能够成立工作室的作家通常是与出版社建立紧密联系并且已经具备一定知名度。对作家本人来说,成立工作室主要还是希望能有专人打理版权等“俗事”,如营销活动的总体安排、媒体专访、读者反馈、合同管理等,让自己能够更加专注地进行创作。

2013年 奖项设置从锦上添花变为雪中送炭

原创作品的创作和出版并非一蹴而就,这已经成为业内外的共识。随着出版人对原创出版重要性认识的提高,很多机构选择通过设立奖项的方式,挖掘新人新作。2013年,大连出版社首先发起创立“大白鲸”原创幻想文学奖,让许多名不见经传的写作者,真正用作品的质量在匿名评审中打动评委,从此走向更加富有激情的创作之路。作品评选出来之后,大连社进行了多维度的立体化包装,产品形态包括图书、电影、电视、舞台剧、动漫作品、主题公园、室内儿童乐园、海洋食品、饮料等。这种方式将过去奖励性资金变为扶持性资金,从选题立项阶段开始加大资金投入,将资金扶持渗透到图书生产各个环节当中,通过资助前移,确保优秀选题从源头开始实现精品化生产、精品化制作,从而真正打造精品、产出精品。

与之前的综合奖项相比,这些社办评奖更多是专项奖,如接力出版社设立的“曹文轩儿童小说奖”针对中短篇小说、“金波幼儿文学奖”参评体裁是童话、图画书等。2014年,天天社借助该社曹文轩儿童文学艺术中心平台,与曹文轩共同

2014年 社办书店“卷土重来”

2014年,一边是大量独立书店不堪昂贵的租金、人力成本,以及线上销售渠道的分流相继倒闭。另一边是出版社开店的消息频传,商务印书馆2014年年底与山西大学、广西日报集团合作,相继开办“商务印书馆阅读体验店”;人民教育出版社2014年10月在贵州书城启动“人教书苑体验店”;福建教育出版社打造的“大梦书屋”同月在福州营业;当月开业的还有由黑龙江教育出版社参与投资创办的哈尔滨“果戈里书店”,被誉为“最美书店”。此后几年,包括华东师范大学出版社、广西师范大学出版社等在内的大学社纷纷升级原来的读者服务部,将原来单一的图书销售书店升级为新型态公共阅读空间,集实体书店、咖啡文创为一体,定期举办高端的文化沙龙、学术活动、读书会活动,成为读者文化交流的场所。事实上,出版社开设书店早有先例,三联韬奋书店美术馆总店于1996年开业;2003年,商务印书馆创办于1909年的“涵芬楼”以现代书店的形式开业;2006年,机械工业出版社投资建立了大型书店北京百万庄

2015年 股权激励呼声高落地难

出版业实行股权激励的呼声由来已久,特别是出版业转企改制顺利完成以及上市潮兴起后,越来越多的出版企业酝酿或者已经实行了相关的股权激励方案。然而,由于出版业特殊的行业属性,围绕股权的分配和兑现还有一定的政策限定和难度。相比之下,在一些出版项目、选题策划中,进行股权激励可行性更强。

2015年9月,中共中央办公厅、国务院办公厅印发的《关于推动国有文化企业把社会效益放在首位、实现社会效益和经济效益相统一的指导意见》,强调要在新闻出版传媒领域探索实行特殊管理制度,积极稳妥开展试点。特殊管理股是指在双重或多种股权结构中,股份持有人具有特别表决权的股份。特殊管理股持有者在某些重大事项上具有特别的决定权。特殊管理股制度是出版传媒企业在进行股份制改造、混合所有制改革、上市资本运营的过程中为了确保国有资本具有内容导向决定权而设计的一种制度形式。

对出版社来说,成立工作室能够获得作家最全最新的作品版权,在影视动画、游戏开发、衍生品生产、海外代理等方面进行深度合作,进行全版权运营。工作室在内部管理体制上,变过去的单兵作战为工作室团队的团体作战,在选题流程、营销宣传、人员配置、合作纵深上,采取编辑部承担日常运行、出版社领导专项管理、各部门综合配置的灵活机制。编辑不再只是服务于某个单本图书的责任编辑,而是服务于作家整体品牌的“产品经理”,并逐步向“作家经纪人”的身份转变,以“作家经纪人”这一角色模式,提供除了纸质图书出版外其他衍生服务。

作家工作室的成立,可以说是出版分工细化的产物,能够放大作家价值,对作家和出版社来说算是共赢。当然,这种合作方式要建立在作家和“作家工作室”的高度信任之上的,作家“转会”在近几年偶有发生。

发起“青铜葵花儿童小说奖”,奖励优秀中长篇儿童小说创作,高达20万元的首奖奖金使其成为当前国内奖金最高的儿童文学奖项。与小说奖相呼应,2015年天天社组织筹办以奖励优秀中国原创图画书文字作者和插画家为主的“青铜葵花图画书奖”。今年,北京出版集团旗下《十月少年文学》杂志发起设立了“小十月文学奖”,每年评选一次,按小说、童话、散文、诗歌4种体裁进行分类评选。

要办就要办得住考验的、细水长流的奖项。没有公信力的评奖是无意义的,也是不会长久的。奖项越多,主办方越应把真正有水准的专家选到评委队伍中来,尽可能让评委发声,在评奖中让评委会有充足的时间阅读作品。作家则不应丧失初衷,误将评奖当作捷径,秀技巧、追潮流,而应脚踏实地,扎实积累。

图书大厦;2011年中国少年儿童新闻出版总社打造的注重少儿体验的青少年阅读体验大世界正式营业……

出版上游重开书店有多重因素。首先是经历闭店低潮期后,为推广全民阅读,让更多书店能够存续,多个部门持续推出扶持政策,先后提供了实体书店扶持资金,对实体书店减免增值税及营业税。第二,在终端读者竞争愈发激烈的环境下,出版社意识到,实体书店无疑是进行品牌宣传的重要平台,很多出版社看中的并非实体书店带来的实际赢利。有出版人坦言,读者消费习惯的转变以及线上购书具备的吸引力似乎已经不可逆转,获得租金、场地支持的书店尚可实现微赢利,背负租金压力的书店几乎没有赢利空间。但是对于出版社来说,“圈人”比“圈钱”更重要,书店带来的品牌溢出效应对于出版社整体业务的发展极为有利。也有出版社将书店作为文创品的试水平台。

2017年,原国家新闻出版广电总局也表示拟选择符合条件的出版传媒公司开展股权激励试点。在两年内没有因违法违规行为受到宣传文化部门通报批评或行政处罚的国有控股上市文化企业中实施股权激励政策。实施股权激励的企业将以绩效考核指标完成情况为条件,其中政治导向、文化创作和服务、受众反映、社会影响、内部制度和队伍建设等社会效益指标权重应占绩效考核的50%以上。在新机构改革的背景下,试点工作将如何开展还有待进一步观察。

据悉,凤凰传媒此前积极推进股权激励制度的选点和落地,已有出版社进行了公司股权改造,中文传媒也在新业态中积极探索混合所有制形式、试点股权激励机制,引入个人持股的合伙人股权结构,推行项目跟投和超额利润奖励机制,形成“一荣俱荣、一损俱损、风险共担、利益共享”的股权激励制度。

从目前来看,股权激励在出版业的落地仍有很长一段路要走。

- 2013年 奖项设置从锦上添花变为雪中送炭
- 2014年 社办书店“卷土重来”
- 2015年 股权激励呼声高落地难
- 2016年 国际编辑部让中外合作务实、可控
- 2017年 教材“统”字诀加速推进

从2016年开始,不少出版社发现与其大手笔地在海外“买买买”,不如尝试风险相对可控、成本相对较低的海外编辑部运营模式,国际编辑部这种新型合作模式得到了包括商务印书馆、外语教学与研究出版社、五洲传播出版社、华语教学出版社、中译出版社等在内机构的青睐。2017年,北京国际图书博览会期间迎来国际编辑部的成立新高峰。

中国出版集团就力推国际编辑部模式。自2016年以来,旗下中译出版社、中国大百科全书出版社、商务印书馆、中国民主法制出版社先后与13家海外出版商签订成立20个国际编辑部的合作协议,中外双方共同策划中国主题图书,进入外方当地主流渠道,取得了良好成果。2018年8月,中国出版传媒股份有限公司在京召开了“首届国际编辑部年会”。

在中国出版集团公司总裁谭跃看来,国际编辑部有3方面的优势,一是更契合在海外市场进行本土化运作的市场规律。双方通过市场调研了解当地读者的阅读需求,从而开发本土化选题;二是风险更具可控性,比直接在国外设立分公司更有效,风险及成本都低得多;三是更加务实,国际编辑部以项目的形式运作,有利于双方更有针对性地开展合作。设立国际编辑部是中国话语权的全球表达,最符合根据人类文化差异进行交流合作的特性,利于促进不同文化的交流与合作。

国际编辑部在合作初期,会以向外输出图书为主,但随着合作的深入,中方也将适当引进外方的一些经典作品及当代名家作品。相对来说,国际编辑室的业务相对单一,主要是进行主题出版、传统文化等题材的合作,且投入少,一般不用置办房产,需派遣到海外的工作人员相对较少,更易见成效。当然,从长远来看,这种合作能否长久持续,取决于双方能否就需求达成共识,需要运用市场化手段进行选题开发和国际化营销。

教材统编的趋势正在各个教育阶段逐步推进。2017年7月3日,国务院办公厅正式发文宣布成立国家教材委员会,这是中华人民共和国成立以来首次由各领域资深专家和有关部门负责人组成教材建设的最高管理机构。同年,国家统编《道德与法治》《语文》《历史》三科教材在秋季投入使用,继2001年基础教育课程改革启动后,教材从“一纲多本”回归到“一纲一本”。

教材的变动意味着与之相关的出版市场变化。在教材印制之外,相关学习资料提供、培训服务开展等也必然随之变化,相关政策与出版机构的应对措施都在紧锣密鼓地制定中。在未来数年国家统编教材种类逐年增多的情况下,三科教材出版发行创新了教材发行机制,为国家统编教材工作常态化探索出了有效路径。

在高等教育阶段,早在2004年,由中宣部和教育部组织编写的“马克思主义理论研究和建设工程”项目(简称“马工程”)教材,共立项建设139种,覆盖高校思想政治理论课和马克思主义理论、哲学、政治学、法学、社会学、经济学、文学、历史学、新闻学、教育学、管理学、艺术学等哲学社会科学专业。据悉,截至目前,中宣部组织编写的专业课教材已经正式出版30余种,教育部组织编写的专业课教材计划于2017年底完成教材初稿编写和大部分审议工作。其中,高等教育出版社承担了绝大部分“马工程”重点教材的出版任务。10余年来,高教社不断加大力度,提升“马工程”教材配套的数字资源建设数量和质量,提高线上内容和纸质教材一体化服务教学水平,为加强和改进新形势下高校思想政治工作提供有力支撑。

目前,高中三科教材的编写正在进行,大中专教材的统编和统用政策在征求意见中,全国大中小学教材建设规划以及教材管理办法和指导意见或将陆续出台。



2016年

国际编辑部让中外合作务实、可控

2017年

教材『统』字诀加速推进