

# 《图书出版产业之中日比较》

## 图书基本信息

书名：《图书出版产业之中日比较》

13位ISBN编号：9787509755239

出版时间：2014-1

作者：田雁

页数：220

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)

# 《图书出版产业之中日比较》

## 作者简介

1958年生。1982年苏州大学历史系本科毕业，1995年华东师范大学经济系国贸专业研究生课程结业后留学日本。1998年4月~东京大学日本1999年11月就读于研究生院社会福祉专业，同年11月受聘于日本《中文导报》，担任报社记者。2002年3月起为日本Apples eed Agency Ltd签约作家，直至现在。

# 《图书出版产业之中日比较》

## 精彩短评

- 1、图书馆查资料找到的书，信息量太足，作者把中日出版相关的选题几乎写了个遍让我再怎么下笔（暴哭
- 2、很详细啊，产业结构+数据为basic，比较全面。很好的参考。

## 章节试读

### 1、《图书出版产业之中日比较》的笔记-第三章 中日图书编辑之大不同

#### 第三章

##### 中日图书编辑之大不同

【中国图书编辑权利大地位高 可以在书页上署名（日本不行）可以对书稿内容进行修改编辑 且分工细化为文字编辑和策划编辑 现如今策划编辑已开始成为一个出版社的核心 而日本图书编辑与作者的关系就是敦促作者完成书稿 为了降低成本现状83.4%出版社将图书编辑业务外包 图书编辑的地位也日益边缘化】

### 2、《图书出版产业之中日比较》的笔记-第一章 中国图书出版业的现状

#### 第一章 中国图书出版业的现状

##### 图书出版业的市场分析

国家新闻出版总署从2005年开始对中国图书销售的市况加以细分。其中共分为哲学社会科学、文化教育（含教辅）、文学艺术、自然科学、少儿、大中专科教材、中小学教材、其他图书以及期刊、报纸、音像、电子书籍等12大类。及期刊、报纸、音像、电子书籍在统计中列为其他项。

2012年全国图书零售市场销售 资料来源：开卷公司有关市场统计资料

教辅25.21% 社科18.51% 文艺16.95% 少儿15.15% 科技9.21% 语言8.25% 生活6.28% 综合0.12%

中国图书市场以教材及教辅书籍为绝对主体的市场。

2007-2012年间学术文化图书大幅度起伏型增长，教辅图书始终保持稳定增长。

##### 畅销书特点

少有纯文学

##### 前景

2007-2009年间，中国民营书店锐减了1万之多。民营实体书店大规模倒闭，给中国图书出版市场前景蒙上阴影。

2010年，北京市实体书店仅1800家左右，伦敦市2904家，纽约市7298家，东京市4715家。人均拥有量，平均每万人拥有书店量分别为1.06家，3.87/8.88/3.75家。

中国新闻出版研究院2012年4月发布的第九次全国国民阅读调查，2011年，中国18~70岁国民人均纸质图书阅读量只有4.35本，比起韩国11本、法国20本、日本40本少得多。

图书行业行政性垄断（中国特色）：进入的审批制（自1957年以来，出版社的建立需通过政府审批，因此出版工作室仅能通过出版社合作间接获得出版的权利）书号的配给制、企业的行政级别（各地政府新闻局直接领导下的出版企业享有相应的行政级别

）

##### 导致结局

中国出版行业当下存在的弊端

产业的准入与退出障碍、书号配给下的寻租、行政垄断下的区域性布局以及产品结构上的高度依赖教材等。

### 3、《图书出版产业之中日比较》的笔记-第四章 中日图书版权输出之异同

# 《图书出版产业之中日比较》

## 第四章

### 中日图书版权输出之异同

【虽然有国家文化输出方面的政策支持，但是缺少世界级的作家优秀的译者，以及和国外出版商沟通交流的平台。】

#### 4、《图书出版产业之中日比较》的笔记-第六章 中日电子书市场发展之异同

## 第六章

### 中日电子书市场发展之异同

纸质图书出版成本：作者稿酬10% 出版社成本20% 书店流通成本30% 印刷装订成本40%

电子书出版成本：减少55~50%

在国内有盛大文学（网络文学）这一模式，绕开了出版社，文字编辑上传全部由作者负责，网络运营商只需提供平台和相关维护服务，阅读网络文学费用的收取依据字数，作者的收入依据点击量、月票、打赏与网络运营商分成。中国电子书市场忽视了出版社对版权的控制，因此盗版书猖獗，这是最大的问题。

电子书面临的问题：1.读者对电子书的接受度 2.电子书籍的版权问题 3.电子阅读终端 4.收益低

#### 5、《图书出版产业之中日比较》的笔记-第五章 中日图书销售之异同

## 第五章

### 中日图书销售之异同

【日本主要销售渠道：独立书店、24小时店、车站店等，日本最大的二手书店Book of Corporation. 中国网络销售成为常态，电子书籍及图书网购市场已然成为行业外企业的天下。图书和咖啡馆、沙龙捆绑在一起成为一种新模式，新文化销售方式，例如上海2666图书馆、北京的库布里克书店、单向街图书馆等。】

#### 6、《图书出版产业之中日比较》的笔记-第七章 中日图书出版业未来之走向

## 第七章

### 中日图书出版业未来之走向

读者阅读心态的变化，《经济学人》11年7月封面话题“新闻业的未来——重返咖啡馆”，数字化时代阅读的未来是咖啡馆，在内容及形式上选择适合读者阅读心态的书成为数字化时代纸质图书的最主要选择。

传播途径的创新：数字化时代图书营销模式，与咖啡馆结合，更重视体验和服务。

#### 7、《图书出版产业之中日比较》的笔记-第二章 日本图书出版业的现状

## 第二章

### 日本图书出版业的现状

前景不佳 中日图书出版行业差距逐渐发生逆转

构造变迁：

不断萎缩的市场、不断增加的新书品种和书籍返品率、不断减少的出版社书店、回落的图书价格（原

## 《图书出版产业之中日比较》

因：经济不景气、图书购买力低下、平装小开本和文库本的不断推出)

市场发展分析：

对电子书籍态度保守

【日本人对传统纸质书较为推崇 态度保守 但随着老龄化 年轻人逐渐接受电子化读物 数字出版对纸质图书的颠覆式必然的结果 实体书店大幅倒闭 经济低迷 图书市场不断萎缩】

# 《图书出版产业之中日比较》

## 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:[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)