

<<出版大崩溃>>

图书基本信息

书名：<<出版大崩溃>>

13位ISBN编号：9787542618931

10位ISBN编号：7542618938

出版时间：2004-4-1

出版时间：上海三联书店

作者：小林一博

页数：304

字数：200000

译者：甄西

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>

<<出版大崩溃>>

内容概要

本书对上世纪末开始的日本图书业的崩溃作了详实的介绍和评述。其中有些情形与中国颇不相同，如作为出版社与书店之间的经济中介的“图书交易公司”，在中国就很少见，许多出版泡沫的出现恰恰与之相关。

但也有很多情况与我们相似，如出书过滥，退货堆积如山，大书店挤垮小书店，等等。他山之石，可以攻玉，日本的出版危机应当引起我们的警觉。

出得多，卖不动 第二次世界大战后的日本出版业，在发展的过程中尽管遇到许多挫折，但还是可以说一直处在增长时期。

然而，进入20世纪90年代后半期，出版行业的销售额开始描绘出完全下降的曲线。

从1997年开始，销售额连续四年减少。

这时的减少，绝非一时的低迷和下降。

整个出版业面临着崩溃的危险。

连讲谈社和小学馆这样的大出版社，也已在赤字边缘徘徊。

作为日本出版业经济支柱的连环画书刊销售急剧下滑，杂志销售数连续下跌不见谷底，广告收入也随之锐减…… 这种危险不仅仅是IT革命这个怪物带来的，还有其他原因，那就是出版社（出版商）、图书交易公司、书店三者20世纪90年代不加区别地走扩张路线，结果统统迷失方向，走进了没有出口的死胡同。

其中，出版社的泡沫路线体现在出书太滥。

先看一看过去的新书出版品种数。

在上世纪70年代，每年平均出版两万种左右。

到1995年突破了六万种大关，这是三倍于20世纪70年代的数字！

如今每年出版的新书超过65000种，每天出版的新杂志接近200种。

把新书和新杂志加在一起，平均每天出版250种。

尽管日本人口比美国人口少得多，但发行的图书杂志却不比美国少多少。

由于在销售额逐渐下降时还要大量发行甚至许多退货率达到80%或90%的书刊还要发行，自然就会出现堆得像小山一样的退货！

笼统算一下，图书、杂志年发行共60亿册，其中就有20亿册要作为退货返回来。

多数化浆处理，造成资源的极大浪费。

即使有这么多的退货，还要沿着泡沫路线“突飞猛进”，这里有后面将要论述的独特的出版流通“装置”在起作用。

大多数出版社认为，在图书交易中，首先打交道的是图书交易公司，即使书店倒闭，也有图书交易公司的货款在作保证。

然而，一旦最后三者都遇到麻烦、相互拖欠时，就开始有倒卖自身的出版社了。

所谓书店的泡沫路线，就是大型书店的迅速发展。

在20世纪90年代，日本的书店倒闭了近一万家。

其中一个重要原因就是大型书店快速发展，使一般书店显得过剩，把中小书店挤掉了。

可是，虽然有近一万家书店倒闭，书店的卖场面积却反而激增，日本全国的书店面积总计还比上世纪70年代初扩大了数倍。

以前，书店在100坪（1坪约等于36平方尺——译者注）左右即称为大型书店。

而现在，800坪或1000坪甚至1000坪以上的被称为“强大书店”的超大型书店陆续诞生，此外，一家书店开设几十家、几百家连锁店的特大书店也诞生出来。

结果是书店的卖场面积扩大，新书、新杂志源源不断地送进来。

但是，由于购买力没有上升，反而大大增加了退货。

销售册数20年间几乎没有变化，靠着图书、杂志的定价提高，销售额仅仅增加了三至四成。

由此而来，实力不支的书店纷纷倒闭就是理所当然的了。

图书交易公司联结着走在泡沫路线上的出版社和书店，在双方泡沫的推动下，也不得不沿着追求

<<出版大崩溃>>

市场占有率的泡沫路线前行。

在图书销售额上升停住脚步的20世纪90年代，只有新书品种在急剧增加；从1997年以来，每一年的销售额与上年相比都是负增长，尽管新书品种增加势头有所减弱，但还是在增加。

这种新书泡沫，这种图书泛滥，决不是行业兴旺发达的标志，而是行业充满危机的表现。由于每一种书的销售额都在减少，陆续出版新书就用来弥补亏空。无论怎样出版新书就是卖不动，其结果就是来自书店的退货越堆越多。

这里看一看图书销售额的变化。

同上世纪70年代相比，图书销售额增加不过70%，但新书品种数却增加了2.7倍。

在这其间，图书的平均单价从1979年的841日元上升到1994年以后的1000日元。

虽然图书销售额比70年代增加70%，但相当部分属于价格上升的因素。

这里再看一下销售册数的变化。

1979年是7.58亿册，在1996年的巅峰时期，也不过增加到9.15亿册。

20年间仅仅上升了20%。

到1998年就下滑到8.1亿册。

如果以这个数字为基准进行比较，那么与20年前相比其实没有什么变化的水平。

销售册数没有提升，但新书却不断问世。

可怕的是，这种情况年复一年地重复，将沉的船只又堆上大量的数也数不清的货物，如此一来，沉没也只是时间问题了。

卖不动，为何还要出 新书为什么出那么多呢？

为什么要继续出版销售不出去的新书呢？

这里需要简单说明一下，处在一部分大牌出版社的立场，如果图书交易公司缴纳了图书货款，那么图书即使销售不出去，销售额在实际上却已经“预付”了。

这本书一旦成为退货书，为了清算，就必须再出版新书以填补亏空。

如此循环往复，就只有无休止地出版新书了。

这就连结着另一种奇思怪想——“不管能卖不能卖，图书交易公司接受新书就要交购书款，有了钱，就可以实现资金周转”。

依靠图书交易公司具有的这种金融功能，过去一直支撑着小资本出版群体甚至还有大牌出版社的经营，推动出版行业向前发展，这是不可否认的事实。

然而，应当指出的是，这种金融功能铸造了出版行业脆弱的体质，造出了大量的新书泡沫。

看到以上情况以后，这里还有必要认识一下独特的流通体系。

简而言之，日本图书流通的最大特征就是“委托制”和“定价销售”。

几乎所有在书店可以销售的图书，都与在零售店销售的其他众多商品不同，对制造者（出版社）而言，图书是具有退货自由的“委托商品”（岩波书店等极少数出版社的图书例外，属于买断品）。

这个委托销售体系，一直是通过书店遵守再销售价格维持制度——即按照出版社指定的销售价格进行定价销售，从而表里如一地运行着（作为日本反垄断法适用除外确认的再销售商品，有图书、杂志、报纸、唱片、音乐磁带、CD等六个品种）。

从出版社到图书交易公司、从图书交易公司再配送到书店的图书，书店只能按“定价”销售，这样书店之间不会出现价格竞争。

既没有竞争的必要，想竞争又不可能，因此，卖剩下的书也不能降价销售或大减价抛售。

这对图书交易公司以及出版社来说，就形成了退货的结局。

然而退货越多，为弥补已经收取购书款造成的亏空，就越要接受更多的新书。

不可逆转的奇思怪想上下流传，完全扭曲的交易方式到处蔓延。

危机转嫁给中小书店 书店与图书交易公司之间的委托期限，原则上是三个月，然后在第四个月结算。

但是，书店与这个委托期限没有关系，只要提出配书，就被要求与定购品种一块在第二个月支付货款。

于是，书店经营者经常不满地说：“说的是委托，可第二个月就要求支付。”

<<出版大崩溃>>

这哪里是委托，简直是买断。

” 图书交易公司为了向部分出版社支付货款，被迫要求书店早期支付。

图书交易公司对书店要求不仅苛刻，而且为了顺利收回货款，还预备了“糖果”，这就是名为“进款奖金”的赚头。

这是根据要求支付金额的比率（全额或部分）或金额的多少，如果提前支付，即按一定比率给书店的返还差额。

也就是说，如果提前支付，就能得到好像是“褒奖”的赚头。

图书作为再销售商品，无论是大牌书店还是中小书店，都能以相同的定价销售。

买进价格（所谓的批发价）虽然多少有些差别，但基本上是持平的（只有出版社才能根据图书价格决定批发价格）。

因此，大牌书店光靠买进价格也不能实现大规模发展。

而“进款奖金”、“进款回报金”在实际上有时也成为使批发价下降，从而提高效益的手段。

但是，中小书店销售额小，根据金额确定比率，“进款回报率”的比率也低。

尽管这样，图书交易公司还是每月要求中小书店支付刚刚进来还没有销售出去的图书的购书款，中小书店对此十分不满。

支付的比率一下降，被称为“支付差的书店”就要被催促货款，书店就借钱支付，拿到进款奖金又被借钱的利息抵消了。

所以，对中小书店来说，比起进款奖金的利润来，支付的负担要沉重得多。

“实际上已经不是委托了”，这句话充分表达了中小书店的不满。

将近一万家中小书店的停业，可以说就是无法忍耐大牌出版社与图书交易公司“转嫁”给书店的结果。

“新旧书店”促进了崩溃 最近一些年像“图书休闲”这样的“新旧书店”，也在如火如荼地扩张。

这样，由于书店过剩使市场混战愈演愈烈。

“新旧书店”，即出售新的“旧书”（其实还是新书）的店，它与过去的“古色古香”的古旧书店划出了一条界线。

新旧书店在店铺结构、书架设计、图书品种、采购（把他人的东西买过来）方法以及销售价格方面有很大变化，凭借这些新的经营方式，通过特许代理，与小型无人管理商店或啤酒屋发展连锁店一样，爆炸式地扩大着自己的店铺网络。

在新旧书店中，有的从销售图书着手，有的从销售游戏软件和影像资料起步，有的则从开展租赁业务开始。

新旧书店经营方式的特征，反映了现代社会是大量消费的社会，对图书是“读完了就扔掉”的时代。

这种经营方式仅仅把图书定在再循环、再利用的位置上，只对其进行彻头彻尾的买进卖出。

传统的古旧书店，采购图书，给图书定价，要从图书的趣味性、稀少性、资料性以及文化价值等方面考虑，且采购（把他人的东西买过来）上还需要对古旧图书有鉴别力，对古旧图书行情有充分的了解。

而新旧书店排除“附加值”，只是把握图书的内容奇和外表新（没有污损）。

日本新旧书店中最大牌的“图书休闲”书店，对只要是比较新没有破损的图书，几乎全部买进。

购入的价格大约是原定价的5%~10%。

销售的时候，收购的图书经过研磨机打磨，先贴上印着相当于原价一半定价的密封垫，然后开始出售。

卖剩下的图书，三个月后一般都转到“一律100日元”的书架上。

假如是传统型的古旧书店，不会和新书书店产生磨擦和对立。

现在这种新旧书店不甘寂寞，非要闯入新书书店本来就感到难受的饱和状态的混战中。

虽说是“半旧”，其实是在把新书书店之间竞争的新商品以“低价格”销售。

这就把出版社和书店都卷进磨擦与对立中了。

<<出版大崩溃>>

<<出版大崩溃>>

作者简介

作者：(日本)小林一博 译者：甄西

<<出版大崩溃>>

书籍目录

序言 第一章 日本出版业充满总破产的恐惧 一 崩溃与沉没已经开始 二 出版业的泡沫经济即将破灭 三 神秘主义加深危机 四 出版社纷纷破产或倒卖自身 五 上市出版社已然衰落 六 讲谈社和小学馆也在赤字边缘徘徊 七 德间书店的破产 八 作为经济支柱的连环画杂志（图书）销售急剧下滑 九 广告收入随着杂志的下滑也跌入低谷 十 杂志销售下跌——不见底部的现象 十一 书店充满新书泡沫 十二 出版行业的新书泡沫 十三 图书退货率节节攀升 十四 大出版社也卷入新书泡沫之中 十五 中小出版社在幸存之际走向破产 十六 作者和相关业者惶惶不可终日 十七 “秀才们”会不会消失第二章 经济恐慌必然导致流通崩溃 一 在一万家书店停止的背后 二 “奖金”扭曲了交易关系 三 大书店倒闭引来日贩的危机 四 图书交易公司给书店泡沫压阵 五 “活着”的大书店都是幸存者 六 销售额成为书店泡沫的装饰品 七 库存大倒流将引起行业大恐慌 八 “新旧书店”的建店浪潮促进了崩溃 九 “有时限再销售图书”也流通于新旧书店 十 “新旧书店”是否助长图书偷盗 十一 连环画书和文库版书的不正当退货也在增加 十二 新旧书店的进攻与出版社、书店、作家们的防守第三章 从胡麻书房看“出版大崩溃” 一 以出版畅销书起步 二 胡麻书房第一本销售45万册 三 沿着“创作出版”路线前进 四 畅销书接二连三问世 五 在文库书繁荣的同时凸显颓势 六 新书泡沫最终淹没胡麻书房第四章 IT革命是否动摇了出版的根基第五章 为什么自己不能改革第六章 出版文化之火会不会熄灭结束语

<<出版大崩溃>>

媒体关注与评论

书评日本出版业为何一落千丈？
日本发行流通环节为何混乱不堪？
日本印刷业为何能中间突起？
IT革命为何对日本出版业造成冲击？
整个出版秩序为何面临全线崩溃？
日本出版业为何前景不明？

在连续7年的“置于死地而后生”的武士式的打拼中，日本出版业这艘“泰坦尼克号”并没有止住持续下沉的趋势。

仔细想想这六个“为何”，也许就会得到持续发展的启示。

仔细阅读本书，它带给读者的不只是一本书，而会给我国出版业带来诸多可以深思的问题、可以借鉴的教训。

<<出版大崩溃>>

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>