107 年第 1 期（總號第 1 期） 民國 107 年 3 月（2018.3） 頁 88-94 國家圖書館

2017 年中國大陸圖書出版產業回顧

萬麗慧 閩南師範大學副教授

2018 年 1 月 10 日，北京開卷資訊技術有限公司發布了《2017 年中國圖書零售市場報告》（以下簡稱 2017 開卷圖書報告）。報告顯示，2017 年，中國圖書零售市場總規模為 803.2 億元，較 2016 年的 701.2 億元同比增長 14.55%，繼續了近年來的增長勢頭。全國圖書零售市場動銷品種數 189.36 萬，比 2016 年增長了 8.19%。

新書品種數為 20.40 萬，從 2012 年到 2016 年始終在 20-21 萬種之間，已經連續 6 年保持穩定。2017 年網上書店管道依然是市場增長的主要推動力，實現了 25.82% 的增長。

從當當公布的資料來看，其交易規模達就 400 億元，銷售冊數 11.89 億。其中協力廠商平臺業務是網上書店中規模最大的部分，也是增長相對較快的部分。

實體書店也走出了負增長態勢，實現了 2.33% 的同比增長。本文主要以北京資訊技術有限公司、當當、中國亞馬遜圖書銷售平臺各自發布的 2017 年圖書報告與數據，及 2017 年整年度中國大陸圖書出版產業相關重點報導為參考，回顧 2017 年中國大陸圖書出版產業。

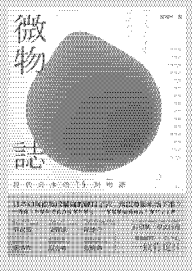
前 1% 的暢銷書，為市場貢獻過半的碼洋

2014 年，大陸圖書市場中銷量排名前 1% 的圖書，為整個市場貢獻了 43.73% 的碼洋，2015 年和 2016 年，暢銷書的貢獻都持續增加，2017 年更是增加到了 51.70%，超過了一半的市場碼洋是由 1% 的暢銷書所取得。但另一方面在暢銷書不斷壯大的同時，圖書市場的「長尾」也在不斷拉長。2014 年，為零售市場貢獻 50% 碼洋的長尾共有 155 萬品種，占到當年動銷品種的 98.46%。經過三年的增長，2017 年的市場 50% 長尾所包含的品種達到了 187.67 萬種，為 2017 年動銷品種的 99.11%。

2017 年度排名前三名最暢銷的非虛構圖書為《習近平的七年知青歲月》《天才在左瘋子在右》和《我們仨》，均已暢銷多年。非虛構榜中，社

會熱點對圖書銷售影響很大，如《萬曆十五年》受到熱門影視劇《人民的名義》的推動，以及「一帶一路」發展戰略所帶來的《絲綢之路》和《全球通史》持續暢銷。稻盛和夫的《阿米巴經營》是非虛構榜前十中唯一一本經管類圖書，與社科類圖書相比，經管類圖 2017 年熱度似乎稍顯不足。虛構類暢銷書榜單前三名為：《解憂雜貨店》《追風箏的人》和《擺渡人》，這些也都是持續暢銷多年的熱門小說，榜單中引進作品較多。

暢銷書 2017 年的三大榜 Top10 中（虛構、非虛構、少兒），新書僅有 5 種，分別是《習近平的七年知青歲月》《我不》《人民的名義》《未來簡史》《笑貓日記：櫻花巷的秘密》，為 20 年來新書上榜品種最低的一年，且即使在這 5 種上榜新書當中，《笑貓日記：櫻花巷的秘密》《我不》《未來簡史》等，也依然是暢銷系列或暢銷書作家的新作或者續作，並不屬於完全意義上的創新圖書。暢銷榜單中老書居多，說明圖書的有效創新不足。相比之下，上市三年以上的圖書中，



歷史／傳記

微物誌

現代日本的 15 則物語

蔡曉林 著

獨立作家 /10602/276 面 /21 公分 /300 元 / 平裝
ISBN 9789869430821/731

日本如何從戰敗最痛的硬日子裡，無損尊嚴地活下來？「轉角國際」專欄作家蔡曉林，以社會學的視角，藉由牛奶糖、巧克力、零式戰機、扶桑花、燒肉、電車、門票、頭盔、汽車、模型、櫻花、履歷表、房間、生魚片、麥克風等 15 個物件深入 1945 年戰後的日本，以微觀的物，開啓對於世界更多元與宏觀的想像。一起溫柔地靠近，直擊日本社會的核心。（獨立作家）



歷史／傳記

寫給兒童的中國歷史

陳衛平 著

天衛文化 /10603/15 冊 / 27 公分 /7,200 元 / 精裝
ISBN 9789574904198/610

本書共出版 15 冊，分成 99 個單元。由天衛文化社長編著，集結臺灣 12 位插畫家，搭配近千張彩圖、文物照片及生動的文字，以寫實的手法將歷史的事件與人物重現。本書從時間上，是由上古寫到民國；在空間上，是涵蓋祖先們活動範圍與同時代其他國家的情形；內容上則包含歷代的政治變遷、經濟發展、文學藝術與科學成就等面向。每篇故事結尾設計「說來聽聽」的延伸思考專欄，提出或反問與現代生活經驗相關的問題。（天衛文化）

有 19 種進入到了 2017 年的三大榜 Top10，卻是歷年來最多的一年。東野圭吾是 2017 年虛構類圖書銷量最高的作家，在年度虛構類暢銷書榜單 Top5 中，有 3 種都是他的作品。非虛構類作者大冰雖然僅有 5 部作品出版，但每一本都是圖書市場中的暢銷書。

圖書零售市場逾三成增長 來自少兒圖書

《2017 年中國圖書零售市場報告》顯示，2017 年中國圖書零售市場中，少兒類圖書占到圖書零售市場的碼洋比重達 24.64%，是市場最大的細分類，也成為市場增長貢獻最大的類別。2017 年圖書零售市場的增長有三分之一以上是來自於少兒類圖書。2013-2017 年這五年來，當當童書總銷量也持續攀升，連續五年增幅達 30% 以上，2013、2016、2017 達 35%。2017 年最具市場影響力的作家是知名童書作家楊紅櫻，圖書銷量占有率為 1.01%，也就是說圖書市場中每賣出 99 本書，就有一本是楊紅櫻的作品。擁有 3.67 億未成年讀者的中國童書市場進入前所未有的繁榮發展期。北京開卷資訊技術有限公司總經理蔣豔平認為，無論是 80 後、90 後父母的購買力、整個少兒教育和少兒培訓市場的發展態勢，還是歐美國家少兒圖書市場的地位等，都預示著少兒類圖書在中國圖書市場中還將有更大的發展。

11 月 17 日，在 2017 年第 5 屆中國上海國際童書展（CCBF）上，當當隆重揭曉了 2017 年童書「四大榜單」——暢銷榜、新書榜、原創榜和熱評榜，這些榜單已成為童書市場閱讀的風向標。從「暢銷榜」中看出，隨著 2017 年上半年國學復甦、詩詞大熱，有更多傳統文化伴隨原創兒童文學出現。2017 年當當網中國兒童文學 TOP10 中，《寫給兒童的中國歷史》（全 14 本）穩居首位，累計銷量已近 50 萬套。榜單上一些經典兒童圖書也成為暢銷典範，比如《神奇校車．圖畫書版》（全 11 冊）、中國原創童話《鄭淵潔十二生肖童話》（全 12 冊）、《楊紅櫻淘氣包馬小跳系列》典藏版等，一方面體現了經典讀物經久不衰的力量，另一方面也體現了讀者對品質閱讀的追求。「新書榜」上，老版已累計發行 5,000 萬冊的《諾獎少年版》，4 月份全新升級上市就榮登新書榜首。《小牛頓科學館》、《去旅行》、《愛的朗讀》位於新書榜前列，體現了父母對兒童成長的關心和期盼，此類新書促進了親子閱讀，也成為兒童素質教育和未來培養的關鍵。從「原創榜」占比中可以發現，原創科普／百科類童書，地理熱、太空熱等題材大為流行，這與國內爸爸媽媽愈發重視科普知識、親近大自然教育相關，如《鄭淵潔給孫女的好習慣書：十二生肖童話繪本》、《這就是二十四節氣》、《童年裡美好的幾米繪本》、《我是花木蘭》、《幸福的味道》。其中《這就是二十四節氣》（全 4 本），目前已累計銷量 200 餘萬冊。「熱評榜」中啟蒙讀物倍受青睞。《小豬佩奇》高居榜首《小雞球球成長繪本系列》、《小熊寶寶繪本》、《法

布林昆蟲記》等。

近年來當當對原創童書的推動不遺餘力。從當當 2013-2017 的童書銷量中看到，原創童書占總銷售量 1/3。五年中當當童書暢銷 TOP1000 榜中，原創品類與引進的比例基本保持在 3:7，到 2017 年 1-10 月 TOP1000 中原創作品占 40%，TOP10 中占 4 席，紛紛達到歷年之最，2017 年可說是中國原創力量的爆發年。雖然目前原創童書的整體銷售碼洋占比、平均單本品效依舊不如引進童書，但從各別品類表現來看，原創童書正逐步追趕並有要超越引進童書之勢。2017 年當當童書品類結構中，中國兒童文學占比最高，達到 18%，超過外國兒童文學的 12%。中國兒童文學銷量在 2015 年之後快速增長，同比增長率高達 69.23%。原創兒童文學作品《寫給兒童的中國歷史》連續兩年蟬聯當當童書暢銷榜首位，累計銷售近 1,000 萬冊。資料顯示，家長們最愛購買的童書品類是：兒童文學、圖畫書和科普 / 百科。

其中，圖畫書銷售碼洋在童書總銷量中占比 21%，僅次於兒童文學。圖畫書作為引進童書的重點，一直是原創力量較為薄弱的領域。近五年來，原創圖畫書的品種占比只有 25%，碼洋占比只有 10%，單品銷售貢獻率較低，主要以引進歐美、日韓為主。2017 年，情況開始好轉，精裝圖畫書原創銷量占比最高到 15%，而平裝圖畫書銷量占比從 12% 逆勢上揚至 16%。在原創圖畫書中，情商教育、中國傳統文化成為熱點。歪歪兔《入園必備》系列作為首部挫折教育繪本，累計銷量



歷史 / 傳記

一九五九武漢大旅社

黃秀華 等著

前衛 /10604/401 面 / 23 公分 /450 元 / 平裝
ISBN 9789578018167/733

本書撰述一九五九年一樁發生於臺北「武漢大旅社」的離奇死案，調查局介入辦案，自殺變他殺，被控訴為凶手的黃學文等七人，被逮捕後經歷一連串不合理、違反人權的拷問、逼供。此案從一九六 0 年代歷經九次更審，至今懸而未解。作者黃秀華為黃學文么女，為圓滿此案至今唯一活口黃學文之妻：楊蕙春的心願，撰述本書，釐清全案案情，盼求政府歸還清白，落實轉型正義。（前衛）



歷史 / 傳記

帕德嫩之謎

古希臘雅典人的世界

康奈莉 著；梁永安 譯

貓頭鷹 /10604/624 面 /23 公分 /720 元 / 平裝
ISBN 9789862623251/740

一直以來，西方文明珍視的價值：理性、民主與人性，被認為生根於希臘雅典，其中奉祀雅典娜女神的帕德嫩神殿，更是西方世界民主、理性、藝術之象徵。但事實為何？作者透過佚失已久的歐里庇得斯劇作，輔以歷史、考古研究，還原帕德嫩的形象樣貌，將希臘神話、雅典歷史與神廟建築比對討論，由此翻轉過去對雅典的偏見，重新了解影響人類至深且鉅的一段文明歷史與民主的起源。透過西方最具象徵性建築，重新看見被忽視的歷史面貌。（貓頭鷹）

突破 400 萬。中華傳統美食低幼繪本《餃子笑哈哈》，上架首月即進入當當原創榜前 10 名。從地域上來看，2013-2017 年，全國顧客購買的童書中有三分之一是原創童書，其中南方城市比北方更愛原創童書。最推崇原創童書的省份是福建，以41.2%位居榜首。其次是廣東，占比41%。北京、上海兩座國際大都市的比例僅為 29%，仍青睞高碼洋的引進版童書。

合肥、鄭州、長春是 2017 年最愛閱讀城市

2017 年亞馬遜中國年終最愛閱讀城市榜顯示，與2016年相比，在榜單前十城市中，除合肥、鄭州連續兩年蟬聯榜單冠亞軍外，長春從去年的第六位上升至 2017 年的第三位，珠海、武漢、長沙擠進前十。每個城市呈現出不同的閱讀特點，如合肥讀者在上半年比較喜歡閱讀家教、育兒及社科類書籍，《正面管教》《實用程式育兒法》《時間簡史》《中國哲學簡史》均進入合肥半年書榜前十。鄭州讀者喜歡閱讀經典以及東野圭吾的系列作品，《我們仨》是鄭州讀者上半年最喜歡的圖書，東野圭吾的《嫌疑人 X 的獻身》《白夜行》《解憂雜貨店》均進入鄭州半年書榜前十。長春讀者則比較側重英語學習，在長春半年書榜前十中，星火英語系列圖書就占據了四本。人口基數與購買數量呈正相關，北上廣深四大一線城市購買圖書最多。沿海 / 河城市偏愛電子書，深圳、東莞、廈門人均為購買付費 Kindle 電子書數量最多的城市。

温州、紹興、湛江的 Kindle 電子書閱讀完成率最高。紹興、福州和汕頭是最喜歡借閱 Kindle 電子書的城市。此外，亞馬遜中國還根據 2017 年浪漫類紙書和 Kindle 電子書銷售總和排名發布了 2017 年度浪漫圖書排行榜，排名前十的浪漫圖書（愛情、婚戀、浪漫等題材的書）分別是：《情人》《島上書店》《百年孤獨》《偷影子的人》《失樂園》《巨人的隕落》《戀情的終結》《從你的全世界路過》《我的前半生》和《穆斯林的葬禮》。又根據 2017 年浪漫類紙書和 Kindle 電子書銷售總和占城市 GDP 占比，排出中國浪漫城市排行榜單依序是，鄭州、合肥、石家莊、哈爾濱、南通、紹興、瀋陽、北京、長沙、常州。

數位閱讀成常態，付費知識平臺崛起

猶記 2016 開卷圖書報告顯示，網上書店銷售的總碼洋在 2016 年超過實體書店的總碼洋。2016 年，當當電子書和網路原創品種已經超過 40 萬種，比 2015 年增幅 60%；下載量 1 億冊，比 2015 年漲幅 142%；電子書銷售金額同比漲幅 123%。2017 年當當數位公司總經理雷玟「數位閱讀，未來已來」演講中認為，當當紙書擁有累計 2 億用戶，存在巨大的轉化空間。當當副總裁兼出版物事業部總經理陳立均也表示，在數位閱讀成為全民閱讀主要通路的時代，紙電一體化勢在

必行。2017 年 11 月《出版參考》推出「知識服務與出版創新」專題策畫，從國家政策、知識服務標準、傳統和新媒體的融合、自媒體對出版帶來的變革做出全方位討論。第 8 屆學術出版年會（2018. 1）會議上學者針對「學術出版與知識服務」提出知識服務平臺建立的重要性，強調學術出版整個產業鏈的變動已經是必然趨勢。一時之間「知識服務」這個原本與圖書館較為接近的用字，開始頻頻和「出版」產生交集，特別是專業出版社。

在 2015 年 3 月，國家新聞出版廣電總局啟動「專業數位內容資源知識服務模式試點工作」，確定了首批 28 家出版單位作為專業數位內容資源知識服務模式試點單位，批復中國新聞出版研究院負責籌建「知識資源服務中心」，並具體組織試點工作。2017 年 12 月 26 日 -27 日在京組織召開了第二批專業數位內容資源知識服務模式試點單位遴選。

一年多來，出版業內以「知識服務」為標籤的數位化產品或服務平臺不斷湧現，出版單位的數位化轉型升級已逐漸從數位出版系統搭建、資源庫建設等基礎環節建設，過渡到搭建知識資源服務平臺，向社會提供知識資源服務的建設階段，除了搭建平臺，專業出版社還利用自身優勢，通過與行業資源合作打造行業專家團隊。知識服務的發展直接推進了大數據在出版領域中的實現應用。

2008 年起開始關注和投資文化領域投資，已布局一條覆蓋從 IP 來源到平臺通路和衍生變現完整產業鏈的華映資本，年初合夥人劉獻民的發言整理「文娛投資賽道的三大關鍵字和十個洞察」，其中提到可將知識付費內容分成兩類，一是，娛樂類內容。二是，傳統教育類內容。

第一，所謂「娛樂類」的內容，主要是解決焦慮、提供娛樂的內容，可以歸作此類。這類內容將會繼續呈現爆發趨勢，因為當下音訊內容的消費體驗愈來愈好，且門檻極低、獲取方式多樣；此外隨著智慧語音產品、自動駕駛的發展，使用者的資訊和消費習慣逐步養成；而焦慮會始終存在，因此治癒焦慮、提供娛樂的內容會是剛需。

第二，原有教育領域的內容產品通過知識付費模式實現了輕量重組和改造，是對原有教育行業的「存量改造」和「增量升級」，在深度教育前端、持續的教育、教育新產品的開發等環節，都將出現新機會。

一時之間，筆者彷彿突然明白，過去已印刷為必要支撐條件的出版產業，受數位化科技的影響，早已經走過紙書和電子書的徘徊、走過實體書店和網路書店的掙扎，來到一個完全以讀者端需求出發的出版模式。在未來付費知識平臺會不會成為數位時代出版社的常態面貌？或仍只是一種選擇？傳統出版業要如何華麗轉身？答案彷彿已經愈來愈具體了。

編按：本文幣值皆為人民幣，目前與臺幣匯率約 1:4.6。
「碼洋」是圖書出版發行部門用於指全部圖書定價總額的詞語。以零售書店來說，銷售碼洋（銷售收入）減去銷售折扣，等於銷售實洋（銷售淨收入）。

附錄：《2017 年度開卷圖書報告》暢銷書三大榜

表 1：虛構類暢銷書 TOP10

排名	ISBN	書名	排名	ISBN	書名
1	9787544270878	解憂雜貨店	6	9787506365437	活著
2	9787208061644	追風箏的人	7	9787536692930	三體
3	9787550013247	擺渡人	8	9787536693968	三體 II- 黑暗森林
4	9787544258609	白夜行	9	9787530216194	人民的意義
5	9787544267618	嫌疑人 X 的獻身	10	9787229030933	三體 III- 死神永生

表 2：非虛構類暢銷書 TOP10

排名	ISBN	書名	排名	ISBN	書名
1	9787503561634	習近平的七年知青歲月（平裝）	6	9787549550173	目送（插圖新版）
2	9787550263932	天才在左 瘋子在右（完整版）	7	9787508672069	未來簡史：從智人到智神
3	9787108042453	我們仨	8	9787535488473	自在．獨行：賈平凹的獨行世界
4	9787201094014	浮生六記	9	9787540476892	好嗎好的
5	9787540482190	我不	10	9787510842344	所有失去的都會以另一種方式歸來

表 3：少兒類暢銷書 TOP10

排名	ISBN	書名	排名	ISBN	書名
1	9787544250580	窗邊的小豆豆	6	9787533274269	猜猜我有多愛你
2	9787534256301	狼王夢	7	9787201077642	小王子
3	9787532767373	夏洛的網	8	9787534267925	沒頭腦和不高興（注音版）
4	9787534618727	草房子	9	9787500794141	長襪子皮皮
5	9787533290467	笑貓日記：櫻花巷的祕密	10	9787531332091	小豬唏哩呼嚕（上）

資料來源：北京開卷資訊技術有限公司《2017 年中國圖書零售市場報告》