

通过中国 2008-2010 年文学类畅销书管窥中国文学生产机制

朴英顺(国民大学中国人文社会研究所)

一. 引言

二. 畅销书发展与排行榜

1. 畅销书的发展

2. 畅销书的排行榜

三. 文学畅销书与其生产机制

1. 作品特点

2. 作家生产机制

3. 出版机制

4. 市场机制

四. 结语

参考数目

【关键词】 文学类畅销书，文学生产机制，文学知识，文学知识生产机制地形图

【摘要】 本文试图通过文学作品(畅销书)的生产、流通机制研究中国文学知识生产机制。在文学领域，通常可以将知识人称为作家(生产者)，而他们创作的作品(产品)就可以称之为文学知识。文学畅销书是作家创作的知识结晶，也是一个文学知识的重要组成部分。从这种观点来看，畅销书可以说是在公众中非常普及的文学知识。因此本文的宗旨是通过对中国畅销书的分析，来考察中国大众化的文学知识生产机制。本文中所说的畅销书生产机制包括两个方面：首先是文学作品创作，即作家、负责文学作品策划和制作的出版社、进行相关宣传和评论的舆论媒体以及承担流通和销售的书店等有形机制；其次是国家和市场所建立的制度、政策、环境等无形机制。如果能知晓在这一框架内，文学作品是通过何种机制创作出来，就可以大致描绘出文学生产机制地形图。

一. 引言

本文试图通过文学作品(畅销书)的生产、流通机制来研究中国文学知识的生产机制。在文学领域,通常可以将知识人称为作家(生产者),而他们创作的作品(产品)就可以称之为文学知识。文学畅销书是作家创作的知识结晶,也是一个文学知识的重要组成部分。从这种观点来看,畅销书可以说是在公众中非常普及的文学知识。因此本文的宗旨是通过对中国畅销书的分析,来考察中国大众化的文学知识生产机制。

20 世纪 90 年代中后期,中国国内开始出现畅销书排行榜,而文学书始终是排行榜上的主力军。因此,什么类型的文学书会成为畅销书,哪些作家是畅销书作家,哪些出版社出版畅销书等问题逐渐成为人们关心的话题。这些都可以通过畅销书的整个文学生产机制来说明,也会帮助人们了解中国大众化的文学知识生产机制。

本文中所说的畅销书生产机制包括两个方面:首先是文学作品创作,即作家、负责文学作品策划和制作的出版社、进行相关宣传和评论的舆论媒体以及承担流通和销售的书店等有形机制;其次是国家和市场所建立的制度、政策、环境等无形机制。如果能知晓在这一框架内,文学作品是通过何种机制创作出来,就可以大致描绘出文学机制地形图。

本文根据当今中国最权威的畅销书排行榜机构——开卷畅销书研究有限公司和开卷畅销书排行榜的 2008-2010 年排行榜所列的排名前 30 位的文学类畅销书来进行分析。本文的重点是考察文学作品生产机制,所以与作品内容相比,更注重作家、出版社、市场以及舆论的机制。首先,本文将对作品类型进行简单分析,然后从作家生产机制角度来讨论作家进入文坛的过程以及其培养机制,并且从出版机制方面分析畅销书策划机构和出版研究机构,最后从市场机制方面对媒体和书店等流通和传播渠道进行探讨。

二. 畅销书发展与排行榜

1. 畅销书的发展

中国畅销书可以说是在中国出版业市场化进程中诞生,并且伴随着出版业从文化事业向产业化转型而逐渐发展壮大。从 20 世纪 80 年代到 90 年代中期,由于图书发行量有限,读者购买力以及对知识需求等处于消极状态,出版市场并没有表现出明显活力。而改革开放以后,畅销书的发展可以分为两大阶段:第一个阶段是 90 年代以前,这个时期可以说是逐渐摆脱文化沙

漠的时期，当时的畅销书是四大奇书、讽刺小说、古典文学名著，或鲁迅、巴金、张爱玲等现代文学作品，或文革以后出现的伤痕、反思、寻根等启蒙文学小说，这些成为当时的主流；第二个阶段是 90 年代以后到 2000 年，可以说是精英文化和大众文化同时盛行时期，并且出现大众媒体和网络文学，出版业也逐渐由“事业型单位”转向“企业化管理”，从此多个领域书籍得以出版。此外，随着 1991 年前后，中国出现畅销书排行榜，畅销书作家也成为很普遍的名词。在这之后，即 2000 年以后出现的畅销书，其最突出的特征之一就是百家讲坛系列丛书，如《品三国》、《论语心得》等国学书籍，以及《杜拉拉升职记》、《幻城》之类的青春文学作品、儿童书籍、教学图书、经营管理图书、外语翻译小说等图书大量涌现，并且通过各种舆论和媒体出现的广告和书评也日渐活跃。

在这一变化之中，根据 2009 年韩国 Contents 振兴院对目前国外内容（Contents）市场的调查结果，2007 年中国图书市场在中国全境范围内大约发行 248,238 种图书，总共 629,300 万册；而 2008 年发行图书达 27 万种，总计 693,600 万册。

中国图书市场的发展过程（2000-2007）¹

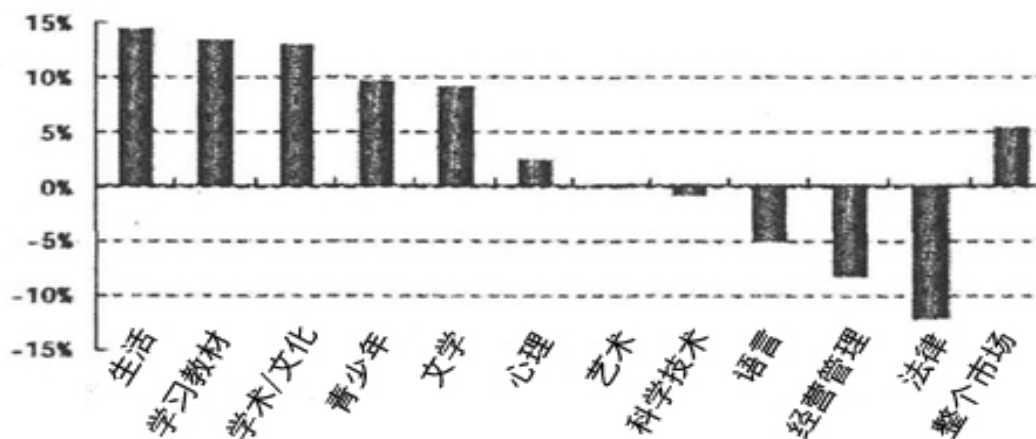
年度	出版社数	发行种类		发行数量(亿册)
		全部	新书比率(%)	
2000	528	143,376	58.8	73.2
2001	525	154,526	59.2	63.1
2002	532	170,962	58.9	68.7
2003	535	190,391	58.2	66.7
2004	572	208,294	58.4	64.1
2005	573	222,473	57.8	64.7
2006	573	233,971	55.7	64.1
2007	579	248,283	54.9	62.9
2008	—	270,000	—	69.7

随着图书市场规模不断扩大，2000-2010 年可谓是中国图书市场的“畅销书”时代。经济高速增长增强了读者购买力，互联网的普及和全球化以及公民教育水平提高也促进了买方市场的扩大，而且读者购阅能力提高也使文化内容呈现多样化趋势。如此看来，2000-2010 年对中国畅销书而言，其实是“机会与挑战并存”的十年。在这一背景下，2007 年中国出版的文艺

¹ 《2009 해외콘텐츠 시장조사(출판)》，연구기관(주)스트라베이스, 한국콘텐츠진흥원, 2010 년, 132 쪽.

类图书总共达到 27 万种，占全年出版图书总数的 11%，文学类图书约为 15 万 4 千种，占总数的 6%，艺术类图书也达到约 12 万种，占 5%。²

中国图书市场各类图书增长率(2009 年上半年)³



从图中可以看出，2009 年文学类图书仍处于增长趋势。这是因为文学图书具有十分广泛的读者群，出版种类也很多。在目前的整个文学类图书中，畅销书比重还不到 10%，可是销售额却占整个图书市场的 60%以上，⁴尤其是 2008 年文学类畅销书，如《杜拉拉升职记》等作品，随着人气高涨，连续推出了系列作品，不仅引发出版热潮，同时也被制作成电视剧、电影、戏剧等其它艺术样式。

中国文学图书和畅销书的成长与出版业的体制改革紧密相关。2004 年，出版社开始从事事业单位体制转型为经营型企业体制，而进入 2009 年后，随着新闻出版体制改革，出版社管理体制也逐渐转变为企业体制。到目前为止，仍有 1 千多家报社正在进行企业化和市场化管理改革。这其实意味着中国图书出版的资本市场正逐渐开放，中国出版业也正在发生变化。此外，随着中国加入世贸，外国出版社纷纷进入中国市场，这也加快了中国图书出版业的市场化进程。也就是说，随着出版体制改革和资本市场开放，中国图书出版的制度环境已经形成。其次，随着该产业引进市场经济体制及新闻媒体改革，面对竞争并且为了在市场中获得生存，文学作品内容也逐渐更为迎合市场需求。尤其是进入 2000 年以后，年轻网络作家及其作品的大量涌现、出版社策划与出版政策以及市场原理推动了试图进行多种文学实验的文学类畅销书的大力发展。此外，2000 年以后的文学类畅销书读者中，1980 年以后出生、拥有独特气质的新的读者队伍也在不断扩大。他们对未来生活感到茫然，有不满和反抗情绪，同时具有表现自我

² 《중국 출판-수퍼 차이나: 출판 초강대국을 넘본다》，신광웨이 지음, 인트랜스번역원 옮김, 북폴리오, 2011 년, 84 쪽.

³ 《2009 해외콘텐츠 시장조사(출판)》，연구기관(주)스트라베이스, 한국콘텐츠진흥원, 2010 년, 133 쪽.

⁴ 《중국 출판-수퍼 차이나: 출판 초강대국을 넘본다》，상계서, 84 쪽.

的强烈愿望及对未来的自由想象，他们也试图通过青春文学和奇幻小说进行情感发泄。这种倾向，从后文对 2008-2010 年文学类畅销书排行榜的探讨中也可以找到明显证据。

2. 畅销书的排行榜

中国出版界流行“2:8”法则，即 20%的图书创造的利润占整个图书出版利润的 80%，符合这一法则的图书被称为“畅销书”。此外，销量在 5 万册以上被认为是一般畅销书，10 万册以上则被认为是全国畅销书。⁵目前，中国所有畅销书排行榜中，开卷畅销书排行榜统计最具权威性。

该排行榜是根据北京开卷图书市场研究所和中国图书商报在 1998 年 7 月共同建立的“全国图书零售市场监控系统”进行统计的。该系统每月定期收集 POS 系统的读者购买数量记录⁶，并且该系统基本覆盖了全国大中城市的大、中型书店。截止到 2009 年 1 月 1 日，中国 350 多个大中城市中已有 1,500 多家书店加入该系统。另外，从地区分布来看，目前除西藏、香港、澳门、台湾等地区之外，其他 30 个省、市、自治区中具有影响力的国营和民营书店大部分都已加入该系统。

与中国出版科学研究所一样，作为中国典型的出版研究机构，北京开卷图书市场研究所既是提供中国图书信息服务的专业咨询机构，同时也是图书产业机构之一，它通过收集图书市场数据，为图书界提供专业化市场信息咨询服务。该机构原为开卷图书市场研究所，后于 1998 年改名为北京开卷图书市场研究所，之后一直坚持走图书产业化和专业化相结合之路，稳固了其作为中国最优秀图书产业信息和咨询服务企业的地位。到现在为止，它已与全国图书产业相关机构如《中国新闻出版报》、《出版商务周报》、《出版人》、CCTV、中央人民广播电台、新浪网站等多家媒体建立了合作关系。

除了这些研究机构发布的畅销书排行榜之外，一些图书出版专业报纸也发布类似的排行榜，比较具有代表性的有《中国图书商报》、《新京报》（全国性报刊）、《南方都市报》（地方性报刊）等。这些媒体根据统计数据参照的依据与范围、排行发布周期、排行图书分类方式、排行图书种类等对畅销书进行统计。⁷

报纸	数据根据	发表	图书分类	统计
----	------	----	------	----

⁵ 一般畅销书的种类按时间，主题，地区，出版社，小说类与非小说类，文学类与非文学类，Study 畅销书，Long Seller 畅销书和百万畅销书等进行分类。开卷畅销书排行榜分为虚构类、非虚构类和儿童类图书，本文选定的分析对象是开卷畅销书排行榜中的虚构类图书。

⁶ point of sales system(销售时点信息管理系统)，这是一种实时记录在售商品，集中管理销售信息的系统，亦称店铺销售系统。

⁷ 《30 年中国畅销书史》，孙月沐 总主编，中国出版集团等，2009 年 172-173 页。

		周期		范围
《中国图书商报》	1999-2005 年全国图书市场零售数据库分析统计	月	文学类/非文学类, 通俗类/非小说文学 (nonfiction)、儿童类、经管类、电器类	全国
	2005 至今, 全国范围内较大书店集中地区、全国大型民营书店、当当网、卓越网、《东方商报》等数据	月	文化类、社会科学类、文化教育类、经管类、科技类、生活类、儿童类、政治类	全国
《新京报》	北京图书大厦、王府井书店、中关村图书大厦、涵芬楼书店、三联韬奋图书中心、万圣书园、风入松书店、国林风书店、第三书局、卓越网、当当网等统计数据	周	整体排行、小说类、非小说类、学术类、经管类、儿童类、生活类	地方
《南方都市报》	学而优书店、南方书城、精彩网上书城、唐宁书店、必得书店、红枫叶书社等	月	整体排行、文化艺术类、社会科学学术类、经管类、生活自我开发类、儿童类	地方

其中, 中国图书商报从 1999 年开始正式发布文学类畅销书排行榜, 率先抢占了中国图书市场排行榜。中国图书商报隶属于中国出版集团, 是中国出版业代表性的专业报刊, 每周发行两次。⁸此外网上书店(当当网、卓越网等)和大型出版集团的“推荐畅销书榜”等也成为排行榜统计中的成员。也就是说, 中国目前的畅销书统计, 由专业研究机构、专业报刊、全国性书店或网上书店、出版集团等单位定期发布。

三. 文学类畅销书与生产机制

据开卷畅销书排行榜, 2008 年-2010 年间, 各年文学类畅销书的排行如下:⁹

表 1: 开卷 2008 年虚构类排行榜 TOP30

资料: 北京开卷信息技术有限公司 2010-06-04

排行	书名	出版社	作者	国外
1	小时代 1.0 折纸时代	长江文艺出版社	郭敬明	

⁸ 此外, 《中国新闻出版报》、《文汇报书周刊》、《出版商务周报》、《新书报》、《中国图书杂志展览》等也提供畅销书排行统计信息、出版流通信息及出版广告等。

⁹ 北京开卷信息技术有限公司 <http://www.openbook.com.cn/>

2	狼图腾	长江文艺出版社	姜戎	
3	杜拉拉升职记	陕西师范大学出版社	李可	
4	追风筝的人	上海人民出版社	卡勒德·胡赛尼	0
5	浮沉	陕西师范大学出版社	崔曼莉	
6	沙漏(III终结)	当代世界出版社	饶雪漫	
7	驻京办主任	作家出版社	王晓方	
8	大象的眼泪	上海人民出版社	莎拉·格鲁恩	0
9	市长秘书	作家出版社	王晓方	
10	驻京办主任(三)	作家出版社	王晓方	
11	驻京办主任(二)	作家出版社	王晓方	
12	鬼吹灯 II 之四-巫峡棺山(大结局)	安徽文艺出版社	天下霸唱	
13	鬼吹灯 II 之三-怒晴湘西	安徽文艺出版社	天下霸唱	
14	红袖	湖南文艺出版社	浮石	
15	幻城	长江文艺出版社	郭敬明	
16	山楂树之恋	江苏文艺出版社	艾米	
17	米兰·昆德拉作品系列-不能承受的生命之轻	上海译文出版社	米兰·昆德拉	0
18	藏地密码(1)	重庆出版社	何马	
19	士兵突击	花山文艺出版社	兰晓龙	
20	素年锦时(精)	作家出版社	安妮宝贝	
21	夏至未至(1995-2005)(新版)	春风文艺出版社	郭敬明	
22	暖暖	作家出版社	蔡智恒	
23	德川家康(第一部)-乱世孤主	南海出版公司	山冈庄八	
24	鬼吹灯 II 之二-南海归墟	安徽文艺出版社	天下霸唱	
25	午后薰衣茶	新世界出版社	明晓溪	
26	我叫刘跃进	长江文艺出版社	刘震云	
27	鬼吹灯 II 之一黄皮子坟	安徽文艺出版社	天下霸唱	
28	藏獒 3(终结版)	人民文学出版社	杨志军	
29	天机(第三季)-大空城之夜	陕西师范大学出版社	蔡骏	
30	鬼吹灯之精绝古城	安徽文艺出版社	天下霸唱	

表 2：开卷---2009 年虚构类排行榜 TOP30

资料：北京开卷信息技术有限公司 2010-06-04

排行	书名	出版社	作者	国外
1	张爱玲全集-小团圆	北京十月文艺出版社	张爱玲	
2	杜拉拉升职记	陕西师范大学出版社	李可	
3	小时代 1.0 折纸时代	长江文艺出版社	郭敬明	
4	杜拉拉 2-华年似水	陕西师范大学出版社	李可	
5	暮光之城-暮色	接力出版社	斯蒂芬妮·梅尔	0
6	暮光之城-新月	接力出版社	斯蒂芬妮·梅尔	0
7	暮光之城-月食	接力出版社	斯蒂芬妮·梅尔	0
8	狼图腾	长江文艺出版社	姜戎	
9	遇见未知的自己:都市身心灵修行课	华夏出版社	张德芬	
10	他的国	万卷出版公司	韩寒	
11	西决	长江文艺出版社	笛安	
12	暮光之城-破晓	接力出版社	斯蒂芬妮·梅尔	0
13	追风筝的人	上海人民出版社	卡勒德·胡赛尼	0
14	幻城	长江文艺出版社	郭敬明	
15	悲伤逆流成河(百万黄金纪念版)	长江文艺出版社	郭敬明	

16	1995-2005 夏至未至(新版)	春风文艺出版社	郭敬明	
17	米兰·昆德拉作品系列-不能承受的生命之轻	上海译文出版社	米兰·昆德拉	0
18	澜本嫁衣	长江文艺出版社	七堇年	
19	我與狗狗的十個约定	天津教育出版社	泽本嘉光	0
20	盗墓笔记 5	中国友谊出版公司	南派三叔	
21	全世爱-丝婚四年(II)	长江文艺出版社	苏小懒	
22	藏地密码(5)	重庆出版社	何马	
23	苍黄	江苏人民出版社	王跃文	
24	任凭这空虚沸腾	长江文艺出版社	王小立	
25	我在雨中等你	南海出版公司	加思·斯坦	0
26	藏地密码(1)	重庆出版社	何马	
27	蜗居	长江文艺出版社	六六	
28	围城	人民文学出版社	钱钟书	
29	天机(第三季)-太空城之夜	译林出版社	蔡骏	
30	浮沈	陕西师范大学出版社	崔曼莉	

表 3：开卷 2010 年虚构类排行榜 TOP30

资料：北京开卷信息技术有限公司 2011-01-28

排行	书名	出版社	作者	国外
1	小时代 2.0 虚铜时代	长江文艺出版社	郭敬明	
2	独唱团(第 1 辑)	书海出版社	韩寒	
3	杜拉拉升职记	陕西师范大学出版社	李可	
4	临界·爵迹(I)	长江文艺出版社	郭敬明	
5	失落的秘符	人民文学出版社	丹·布朗	0
6	1988:我想和这个世界谈谈	国际文化出版公司	韩寒	
7	杜拉拉升职记 2-华年似水	陕西师范大学出版社	李可	
8	山楂树之恋	江苏人民出版社	艾米	
9	1Q84 BOOK(1)(4 月-6 月)(精)	南海出版公司	村上春树	0
10	杜拉拉 3:我在这战斗的一年里	江苏文艺出版社	李可	
11	狼图腾	长江文艺出版社	姜戎	
12	蜗居	长江文艺出版社	六六	
13	小时代 1.0 折纸时代	长江文艺出版社	郭敬明	
14	暮光之城-暮色	接力出版社	斯蒂芬妮·梅尔	0
15	暮光之城-破晓	接力出版社	斯蒂芬妮·梅尔	0
16	幻城	长江文艺出版社	郭敬明	
17	东霓	长江文艺出版社	笛安	
18	暮光之城-月食	接力出版社	斯蒂芬妮·梅尔	0
19	夏至未至	长江文艺出版社	郭敬明	
20	1Q84 BOOK(2)(7 月-9 月)(精)	南海出版公司	村上春树	
21	这些都是你给我的爱	长江文艺出版社	安东尼	
22	暮光之城-新月	接力出版社	斯蒂芬妮·梅尔	0
23	悲伤逆流成河(百萬黄金纪念版)	长江文艺出版社	郭敬明	
24	遇见未知的自己:都市身心灵修行课	华夏出版社	张德芬	
25	追风筝的人	上海人民出版社	卡勒德·胡赛尼	0
26	西决	长江文艺出版社	笛安	
27	译林名著精选-麦田里的守望者(插图本)	译林出版社	J. D. 塞林格	0
28	张爱玲全集-小团圆	北京十月文艺出版社	张爱玲	
29	米兰·昆德拉作品系列-不能承受的生命之轻	上海译文出版社	米兰·昆德拉	0
30	达·芬奇密码	人民文学出版社	丹·布朗	0

1. 作品特点

文学类畅销书是畅销书市场的主要组成部分。2008-2010 年，最突出的作品类型是青年文学。青年文学自 2000 年代中期以来，一直占据文学领域畅销书的半壁江山。与 2008 年相比，韩寒、郭敬明、迪安等的作品在 2009 年和 2010 年人气更高。青年文学过去一直在畅销书排行榜上占据上风，特别是最近 3 年，题材比以前更加多样化。80 后作家的畅销书，作品风格和题材等方面更显多样化，呈现出百花齐放的局面。本文根据上述资料，共整理出 40 名作家（中国作家 30 名，外国作家 10 名）由 25 家出版社发行的 68 部作品（中国国内作品 55 部，外国作品 13 部）。根据这些作品，对上述三年中国文学作品的主要特点进行简要概述。

首先，从作品类型方面，可以分为职场小说（《杜拉拉升职记》）、青年小说（《小时代》、《西决》、《夏至未至》、《这些都是你给我的爱》等）、灵异小说（《鬼吹灯》）、纯爱小说（《山楂树之恋》）、科幻小说（《幻城》）、魔幻小说（《临界-爵迹》）、悬疑小说（《盗墓笔记》）等。这些风格多样的文学类畅销书，反映出读者阅读文学作品的多样化倾向。

其次，过去三年间一直排名靠前、并持续保持良好销售业绩的作品有《杜拉拉升职记》。

“杜拉拉”系列的强势在于其市场化特点，其内容本身成为职场小说的榜样，从而受到读者的广泛喜爱。作品描写了外企女职员杜拉拉的多种经历，真实描写了其与职场上司及同僚间的沟通以及其晋升背后的故事。特别值得注意的是，该作品从女性角度，细致刻画了职场生活，使许多读者迷上了这个白领女职员。

第三，其中有 13 部是国外作品。过去 3 年中，各年度排行榜前 10 位图书中，外国作品大概有 2-3 部，由此可以看出外国小说翻译图书的比重大概占 20%左右。同时，40 名作家中有 10 名是外国作家，占 40%。于此也可以预测，今后国外文学类畅销书与国内小说的竞争将更加激烈。

如果按内容进行大致分类，青春爱情小说仍然最多，幻想及推理小说随后。这是因为畅销书作者的年龄以 80 后较多，而且读者群也比较年轻。这也是中国加入 WTO 以后，外国资本以多种方式逐渐进入中国出版业各个领域所导致的结果之一。

第四，部分作品被制作成电影或电视连续剧。除 13 部国外作品以外，剩下的 55 部作品中有以下作品被制作成影视作品：¹⁰

作品	作者	出版社	类型	题目
狼图腾	姜戎	长江文艺	电影	狼图腾
杜拉拉升职记	李可	陕西师范大学	电影，电视剧	杜拉拉升职记

¹⁰ 笔者根据百度等资料进行了重新整理。

山楂树之恋	艾米	江苏人民	电影，电视剧	山楂树之恋
士兵突击	兰晓龙	华山文艺	电视剧，话剧	士兵突击
我叫刘跃进	刘震云	长江文艺	电影，电视剧	我叫刘跃进
藏獒	杨志军	人民文学	电影	藏獒
他的国	韩寒	万卷出版公司	电影拍摄中	他的国
悲伤逆流成河	郭敬明	长江文艺	电影	悲伤逆流成河
盗墓笔记	南派三叔	中国友谊出版	电视剧	盗墓笔记
蜗居	六六	长江文艺	电视剧	蜗居
围城	钱钟书	人民文学	电视剧	围城
幻城	郭敬明	长江文艺	漫画，网络游戏	-

2008-2010 年的 55 部畅销书中，有 12 部被制作成影视作品。而这 12 部作品中，《狼图腾》、《我叫刘跃进》、《悲伤逆流成河》、《蜗居》、《幻城》等 5 部作品全部出自长江文艺出版社，其中两篇是郭敬明的作品。另外两部作品由人民出版社出版，即《藏獒》和《围城》。《杜拉拉升职记》、《山楂树之恋》、《我叫刘跃进》被制作成电影和连续剧，《幻城》则被制作成网上娱乐和漫画。这些作品几乎以同一题目制作，从而达到了更直接的广告效果。出版图书被制作成电影和连续剧，为作品成为畅销书起了很大的推动作用。尤其是以现实社会为题材的《杜拉拉升职记》和《蜗居》等作品，其内容和题材不仅在国内，在国外也都是触手可及的社会现实。先出书后被制作成电影从而成为畅销书的作品有《蜗居》和《山楂树之恋》。这两部作品在 2007 年已出版，并广受好评，但真正成为畅销书是在 2009 年下半年。当时，中国房价飞涨，所有人都关注房子问题，因此《蜗居》成了 2010 年初中国最受欢迎畅销书之一。而《山楂树之恋》在 2009 年被张艺谋导演拍成电影后，其销量更是猛增。长期畅销书《杜拉拉升职记》在被拍成电影和连续剧之前已经是畅销书了，但电影上映之后其销量更是猛增。此外，2002 年 10 月郭敬明的《幻城》通过网络版《萌芽》发布，受到读者热捧。第二年，春风文艺出版社以同题目出版，以后这部作品又被制作成漫画和娱乐节目。¹¹媒体和图书之间的这种相互作用是互相促进图书市场销售的有效途径。通过这种相互作用，电影、连续剧、戏剧等多种媒体进一步活跃了图书市场，激发了潜在的读者，从而也带动了图书的销量。

2. 作家生产机制

1) 作家进入文坛机制

¹¹ 《幻城》相关资料参照陈旷《〈幻城〉营销——不断为媒体提供新话题》，《中国图书商报》，2003 年 4 月。

2008-2010 年文学类畅销书作家排行榜¹²



¹² 笔者以开卷畅销书排行榜 2008-2010 年文学类畅销书排行榜为依据进行了整理。

序号	排行	姓名	年龄	地区	获奖经历	备考 ¹³
1	1	郭敬明	29	四川	第三、四届新概念作文一等奖等	作协所属
2	3	李可	不明	不明	不明	
3	4	天下霸唱	33	天津	不明	
4	5	王晓方	48	辽宁	以《心灵庄园》获得新浪网第二届华语原创文学大奖赛优秀长篇小说奖	作协所属
5	6	姜戎	65	北京	不明	2008 年初以《狼图腾》获茅盾文学奖，但是自己单方面取消
6	6	何马	不明	四川	不明	
7	6	韩寒	29	上海	2008 年 12 月公盟法律中心的“公民责任奖”/2008 年 12 月与孔庆东、黄健翔、金晶等十大博客/2009 年中国 80 后青年作家网络风云榜/2010 年 1 月 9 日“全国中小学生最喜爱的当代作家奖”等	
8	6	笛安	28	山西	2010 年 2 月 8 日 2009 年度以《西决》获得“华语文学传媒大奖”最具潜力新人	
9	7	崔曼莉	不明	不明	不明	
10	7	艾米	不明	不明	不明	
11	7	张德芬	49	台湾	不明	台湾作者
12	7	六六	不明	安徽	不明	
13	8	饶雪漫	39	四川	台湾九歌少儿文学评审大奖，首届儿童文学中青年小说作家擂台赛唯一金奖	
14	8	安东尼	不明	辽宁	不明	
15	8	兰晓龙	38	湖南	2005 年 2 月《爱尔纳·突击》获老舍文学奖，曹禺戏剧奖	
16	8	安妮宝贝	37	浙江	不明	
17	8	蔡智恒	42	台湾	不明	台湾作者
18	8	明晓溪	不明	湖北	不明	
19	8	刘震云	53	河南	《新兵连》获第 3 届百花奖	
20	8	杨志军	56	青海	长篇小说《海昨天退去》获全国文学新人奖	
21	8	蔡骏	33	上海	《地狱第 19 层》获 2005 新浪年度图书奖	作协所属
22	8	浮石	不明	不明	《青瓷》获全国优秀畅销图书奖	
23	8	七堇年	25	四川	《被窝是青春的坟墓》，《在路上》入选 2004、2005《第六届全国新概念作文大赛获奖作品选》，2010 年度获华语文学传媒奖，2010 年度获最具潜力新人奖	
24	8	南派三叔	27	浙江	不明	
25	8	苏小懒	29	河北	不明	
26	8	王跃文	49	湖南	不明	作协所属，对《礼拜五——太平洋上的灵簿狱》、《棺木王》讨论是否获文学诺贝尔奖
27	8	王小立	29	广州	不明	

¹³ 笔者通过百度查询作家获奖经历、年龄、出身地区等资料，并进行了整理。

在 2008-2010 年的 40 名畅销书作家中，郭敬明是唯一一位在 3 年内 13 次位列排行榜第一的畅销书作家。第三位是李可(6 次)，第四位是天下霸唱(5 次)，第五位是王晓方(4 次)。¹⁴

那么作家是如何进入文坛的呢？作家的活动舞台就是作家进入文坛的机制。在 40 名作家中，除 10 名外国作家和 2 名已故作家(张爱玲、钱钟书)共 12 名作家之外，其余 28 名作家中有 12 名年龄在 20-30 多岁，6 名在 40-50 多岁，1 名为 60 多岁，可以看出大部分都是 80 后作家。¹⁵

首先，郭敬明、韩寒、迪安、七堇年等年轻作家，大部分是青年(青春)文学作家，他们将互联网作为创作空间，并藉此进入文坛。他们的创作空间、作品发表空间或广告空间，并不是通过传统报刊等平面空间，而是通过具有迅速传播特点的媒体空间。这种媒体空间本身就是畅销书最直接的广告空间，同时也成为他们进入文坛的机制。尤其是在 2000 年以后，互联网成为重要的创作平台。¹⁶ 利用互联网这一机制进入文坛的还有韩寒、郭敬明等 80 后作家，他们避开传统作家的主流文坛，而是将博客、手机短信、Fan Club (追星族俱乐部)等作为创作空间并成为其进入文坛的机制。

青年文学领军人物郭敬明就是通过互联网获得成功的典型人物。例如，郭敬明的《幻城》是于 2002 年 10 月通过《萌芽》杂志发表的。通过《萌芽》网络版发表的这一小说，受到网民读者的热捧，点击数持续上升。当时春风文艺出版社也正是通过互联网发现这一小说，并建议郭敬明将其扩展为长篇小说。结果，2003 年《幻城》出版后，3 个月内销量突破 120 万册，至今仍在畅销书排行榜上。2007 年，网络文学热潮通过《鬼吹灯》达到高潮。《鬼吹灯》系列作品的创作和发表全部通过互联网，而网民们则积极参与了评论，并为之提供素材和创意，网

¹⁴ 第二位是 Stephenie Meyer (5 次)。尤其是郭敬明、韩寒、李可等很有人气作家的作品，他们在 2010 年五大地区文化类畅销书排行图表上比较相似。郭敬明的《小时代 2.0 虚铜时代》在华北、东北、中南、及西部地区排名第 1，在华东地区排名第 2。《独唱团》、“杜拉拉”系列、《失落的秘府》均在五大地区排名前五位，其中《独唱团》在五大地区均排在 TOP3，在华东地区成绩最佳，排在第 1 位。《临界爵迹 I》在华北以外的其他四个地区也都排在 TOP5。此外《山楂树之恋》、《1988：我想和这个世界谈谈》也都登上了三个地区的排行榜。观察五大地区的 Fiction Chart，大部分畅销书都在三个以上地区排在 TOP10 以内，郭敬明、李可、韩寒的作品几乎在 4-5 个地区全面胜出。(参考 2010 年 1-10 月开卷五大地区虚构类畅销书 Top10。资料来源：北京开卷信息技术有限公司)。

¹⁵ 外国作家有卡勒德·胡赛尼(阿富汗)、莎拉·格鲁恩(美)、米兰·昆德拉(捷克)、山冈庄八(日)、斯蒂芬妮·梅尔(美)、泽本嘉光(日)、加思·斯坦(美)、丹·布朗(美)、村上春树(日)、J.D. 塞林格(美)和本哈德·施林克(德)。外国作品的排序为 美国(5)→日本(3)→捷克(1)– 德国(1)– 阿富汗(1)等。

¹⁶ 网络文学初期作家痞子蔡(原名蔡智恒)从 1998 年 3 月开始将《第一次亲密接触》通过网络进行发表，历时两个月。除了痞子蔡，宁财神(原名陈万宁)、邢育森、李寻欢(原名路金波)等人并非专门从事文学创作，且都是理科出身，具有良好的网络操作能力。他们闲暇时参与创作，因此从作品中很难发现他们对作品真正进行思考的痕迹。

民们的提议甚至成了改变故事情节的重要因素。由此可见，互联网这一媒体不仅是作家进行文学活动的空间，同时也为他们提供了进入文坛的渠道。

其次，在文学界，一般“进入文坛”是指作为作家正式登上文坛。2006年的“韩白”事件引发了人们对文坛是否是作家唯一的进入渠道和创作环境的思考。白烨认为，80后出生的人所写的作品不能算作是文学，其理由之一是他们几乎没有在文学杂志上露过脸，文坛也并不认识他们，他们也许只是“进入了市场，但还没有进入文坛”。¹⁷一般来讲，作家的创作空间是传统的文学报刊。随着作家的创作舞台逐步扩大，新的创作空间也不断涌现，而将传统刊物作为创作根据地的作家们获得了“纯粹文学作家”的称号。而互联网作为作家新的活动空间与此不同，它革命性地创造了图书畅销的环境，是孕育畅销书作家的摇篮，同时也为作家进入文坛提供了另一种机制。进入21世纪以后，几乎所有新一代文学畅销书作家的背后，都存在这样的机制，他们通过这一创作环境与世界沟通。

第三，尽管如此，他们进入文坛的大舞台仍是出版社。出版社随着市场化和企业转制，需要不断挖掘公众性很强的作家。因为畅销书主要出自出版社，因此出版社为畅销书作者提供了最大的舞台。这种作家文坛进入机制以及由此带来的变化，可以将作家类型分为纯粹文学作家、网络作家与大众作家等。现在的80后作家几乎都是网络作家，并且是出版社和市场共同打造畅销书作家。

第四，是否获得文学奖也是作家进入文坛的机制之一。过去3年内，28名作家中有获奖经历的有11名，几乎占40%，文学奖推动了作家进入文坛。¹⁸例如韩寒、郭敬明、七堇年等知名的80后作家，都曾获得《萌芽》杂志主办的“新概念作文大赛”奖。韩寒的《杯中窥人》于1999年获奖，郭敬明的《我们最后的民谣》则在2002年获奖。

2) 作家培养机制

¹⁷ 白烨，〈80后的现状与未来〉，《长城》，2005年，第6期。

¹⁸ 在中国，文学图书奖大体上有半官方文学奖、政府或企业的图书出版文学奖、网络文学奖等。出版相关企业奖大部分是由政府或行业协会等机构制定，最权威奖是新闻出版总署设置的“中国政府出版奖”，还有对中国出版界影响很大的出版行业者协会的“中国优秀出版物奖”和“韬奋出版奖”等。中国共产党最高宣传机构，即中共中央宣传部设立的“五一工程奖”，也为文学和艺术图书发奖。其次，有作协的半官方文学奖。这一奖由作协主管，有每两年召开一次的鲁迅文学奖，每四年召开一次的茅盾文学奖。另外，还有由北京市文联和老舍文艺基金会主管的北京市文学艺术最高奖，即从1989年发起后在2006年首次颁奖的老舍文学奖，有每年一次为文坛新秀颁奖的冯牧文学奖的青年批评家奖、文学新人奖、军旅文学创作奖，有由中国文联和中国戏剧家协会主管的全国性的剧本奖曹禺喜剧文学奖，有香港著名人士庄重文先生于1987年出资设立的中华文学基金会主管的青年文学奖即庄重文文学奖。现在还有网络文学奖，1999年10月网易即设立了“中国网络文学奖”。

随着网络文学成为新的文学类型，中国由此也出现了一些新的作家培养机制。作家协会于2010年左右开始举办“网络文学作家培养班”。首先，2010年1月，中国作家协会鲁迅文化学院与中文在线一起设立了网络文化作家培养班，当时林静、失落叶、骁骑校等20名网络作家参加了此培训班。中国作协并且还于同年7月，与盛大文学共同举办了网络文化作家培训班。此外，重庆文学院(重庆市作协)在2010年开设了网络文学作家培训班，以培养优秀的青年作家，黄济人、王明凯、余德庄等知名作家出席并作了演讲。¹⁹

其次，大学开设的作家班也是作家培养机制之一。2010年，武汉大学文学院开设了作家班。开设大学作家班其目的不仅仅是培养学生学问，更重要的是培养学者型作家。随着武汉大学作家班获得成功，北京大学、西北大学、鲁迅文学研究院等也纷纷开设作家班。南京大学中文专业最早开设了作家班，从1986年到现在已经持续了25年，培养出的作家有邓友梅、蒋子龙、王安忆、莫言、张抗抗、刘震云、余华等人。上海社会科学院和上海市作家协会也联合开设了作家班，复旦大学中文专业在国内最先开设硕士作家班。一部分文学青年就是通过这样的作家班跻身作家之列。²⁰但是这样的机制是否真能起到其应有的作用还是个疑问。大学真的能够培养作家吗？因为大学主要是研究文学相关的学问，而不是教授创作。但是从90年代以后，出生于50年代的作家们纷纷进入大学，例如王安忆进了复旦大学，马原进了同济大学，格非进了清华大学，还有多著名作家进了海南大学。他们过去认为大学是教育和研究机构，因此大学教育对文学创作没有帮助，但是他们现在却在大学讲授文学创作，其理由之一就是，虽然创作并非研究，但作家有一定的衡量标准，因为作家等级是根据发表作品的数量、作品等级(全国性出版社或刊物、省级出版社)来判定的。在这样的环境下，培养优秀的作家并非易事。但是即使这样，设置作家培养机构是否真的能起培养作家的作用，这还是个疑问。

3. 出版机制

2008-2010年文学类畅销书出版社排行²¹

¹⁹ 此外，广东作家协会文学讲习所于2010年8月为网络作家开设了“广东网络作家培训班”和“青年作家培训班”。以网络文学为主题的培训班，是作家协会为文学发展而采取的措施。

²⁰ “大学作家班能培养出作家吗？”

<http://www.why.com.cn/epublish/node32923/node32947/userobject7ai265749.html>

²¹ 笔者根据开卷畅销书排行榜2008-2010年文学类畅销书排行进行整理。



如上图所示，2008-2010 三年间长江文艺出版社出版了 24 种畅销书，成为 25 个出版社中出版畅销书最多的出版社。通过长江文艺出版社出版的畅销书作家顺序为郭敬明(10 次)→姜戎(3 次)，迪安(3 次)→六六(2 次)→刘震云，七堇年，王小立，苏小懒，安东尼(各 1 次)。并列第二名的是陕西师范大学出版社和接力出版社。陕西师范大学出版社出版的图书 8 次上了畅销榜，这些作家是 李可(5 次)→崔曼莉(2 次)→蔡骏(1 次)，实际上该出版社也是靠李可的《杜拉拉升职记》上榜的。接力出版社也是共上榜 8 次，但都是靠国外书 Stephenie Meyer 的《Twilight》这一部，可以说是打造外文翻译图书的典型出版社。排名第三的出版社是作家出版社，6 次上榜，王晓芳的《驻京办主任》4 次，安妮宝贝的《素年锦时》和蔡智恒的《暖暖》各 1 次。排名第 4 的是安徽文艺出版社，仅 1 部，也就是 2008 年天下霸唱的《鬼吹灯》，共上榜 5 次。第 5 位是人民文学出版社，这是中国出版相关政府机构——国家新闻出版总署下属出版社，是历来出版文学书籍最多的出版社。该出版社以杨志军的《藏獒》、钱钟书的《围城》、Dan Brown 的《The Lost Symbol (失落的秘符)》和《达芬奇密码》上榜 4 次。

22

那么这些出版社是如何打造畅销书的，并且是通过何种机制在运作呢？

1) 畅销书专门策划机构

²² 在中国专门出版文学图书的出版社大致有 50 家，其中人民文学出版社、作家出版社、长江文艺出版社、上海文艺出版社、上海译文出版社、译林出版社、中国青年出版社、花城出版社、河北教育出版社等比较有名。其中长江文艺出版社是在三年内推出最多畅销书的出版社。人民文学出版社是中国著名的文学出版社，文学图书出版量最多，该出版社 2007 年实现总销售 3 亿 4 千万元，在中国文学图书零售市场的销售额排在第一位，每年出刊图书达 880 多种，员工数为 200 多人。该出版社主要是将中国和外国著名文人的作品以专辑或选集形式出版。

现在，中国出版界主要是通过建立畅销书专门策划人和运作体系，依靠自身力量打造畅销书品牌。这是中国出版业在畅销书方面正逐渐走向成熟的标志，同时也意味着畅销书开始通过市场因素和出版社策划发展。中国国内畅销书生产运作机构之一是出版社在其它地区设立的畅销书生产策划分社。²³从80年代后半期起，出版社迅速发展，其中很多受到地理条件限制的出版社都纷纷在其它地区设立分社。此外，地方出版社和出版集团为掌握更多的出版资源和知名策划人和人气作家，也陆续在其他地区设立分社。拥有最知名畅销书策划体系的长江文艺出版社(原名华艺社)金-黎组(金丽红、黎波)，接力出版社的白冰组，上海人民出版社的邵敏组即是典型代表。长江文艺出版社的金-黎组灵活运用畅销书生产机制，推出了最多的畅销书，并拥有最多的畅销书人气作者。²⁴

长江文艺出版社于2003年在北京设立北京图书中心，邀请金丽红和黎波成立“金-黎”组，专门策划畅销书。他们成功打造了《狼图腾》、《告诉孩子你真棒》、《狼烟北平》等畅销书。长江文艺出版社的金-黎组打造的成功事例之一是姜戎的《狼图腾》。当时姜戎的知名度并不高，但以自己的亲身体验和自传形式叙述的《狼图腾》，将读者引入生动的狼的世界。狼的群体精神，狡猾和智慧，战斗力和战术以及不屈不挠的独立性和尊严，乃至他们对自然生态保护和人类文明进化的贡献等等，构成了小说的主要故事。

《狼图腾》可以说是出版社畅销书生产机制创造的奇迹。《狼图腾》在中国国内发行总量达240万册，自从在市场上推出后，几乎每月都排名畅销书排行榜前列，并至今已出售了27

²³ 此外，作为畅销书专业生产机制，有民营工作室。现在民营工作室和文化社主要是提供内容，与出版社合作为他们提供策划内容和具有畅销书可能性的主题，从中获得收益。根据相关统计资料，当今国内图书市场上40%以上的畅销书是由民营工作室策划。这些民营机构，在畅销书的出版方面起着十分活跃的作用。例如，这类机构有榕树下相关工作组，策划青年文学类的郭敬明工作室，王立工作室，雪漫创意传播机构，及出版综合类图书的北京读书人，共和联动，新经典，磨铁文化，弘文馆等。

²⁴ 在本文中是以排第一位的长江文艺出版社为例。此外，在2008-2010年获得文学类畅销书出版社第三位的接力出版社也拥有白冰组，排第五位的上海人民出版社也有邵敏组。接力出版社于2001年在北京设立第二出版中心，请进了当时任作家出版社副总编辑的白冰。因为这是当时出版界最高专业策划人的“奇迹”，所以“白冰现象”在当时很受瞩目。接力出版社在白冰的引导下，在短短几年时间内，接连推出了“Goosebumps”系列、“麦兜麦唛系列”等进口畅销书和超级畅销书“淘气包马小跳系列”等国际书籍，及“萌芽系列”等青年文学畅销书，在出版业实现了辉煌的成就，从而引起了很大的反响，最近三年还把外国小说Stephenie Meyer的《Twilight》推上了畅销书的榜上。上海人民出版社的“邵敏组”是策划曾炜、解嬿嬿的《我为歌狂》、《爱上爱情》及《永远的Open》系列，和台湾作家王文华的《蛋白质女孩》、《61X57》等畅销书的中国国内青年(青春)文化的流行开拓人和领先人。此外，上海世纪出版集团于2002年设立了北京世纪文景文化传播责任有限公司，该公司成功引进和出版了丹·布朗的《达芬奇密码》，美国籍阿富汗作家卡勒德·胡赛尼的《追风筝的人》等作品。《达芬奇密码》也掀起了国内网络作家和畅销书作家们悬疑探索类创作的热潮。此外还有北京读书人，成功打造了罗伯特·T·清崎的《富爸爸穷爸爸》，《谁动了我的奶酪》等具有代表性的畅销书。另外还有由北京新时代经典文化公司策划的《菊花香》和《菊花香2》、《让健康伴随你》、《窗边的小豆豆》、《再见了可鲁》、《七朵水仙花》等。参见《30年中国畅销书史》，孙月沐总主编，中国出版集团等，2009年，24-25页，83页。

种语言的版权。²⁵目前，在台湾已经印刷了 21 版，在香港也已印刷 19 版，著名企业家李嘉诚也积极推荐这部书。这可以说是根据中国出版市场需求进行的战略性策划和营销战略及生产机制创造出来的“话题推销”，也是“文化推销”的典型事例。

例如，首先，它瞄准了读者群和知名人士的宣传效果。和现在市场上的一般文学类畅销书相比，《狼图腾》在很多方面并不具备超级畅销书的条件。因为其内容具有很强的学术性，而且篇幅长达 50 万字，这也不符合当代中国人的读书特点。不仅如此，姜戎在当时的知名度也不高。但是金-黎策划组却通过战略性和细致的分析，瞄准具体的读者群体，开展了战略性营销，为此书畅销奠定了基础。他们选择了五个主要的读者群，并选出了适合他们的典型人选，通过他们开展广告和宣传活动。他们分别选择了文革时期被下放的知识分子、爱动物的人群、喜欢立志和自我开发的人群、企业经营者、具有很强社会责任感和对大草原充满无限憧憬的人群，如在文革时期被下放后成为知名作家的张抗抗、《人与自然》解说员赵忠祥、来自内蒙古的广播评论员白岩松、内蒙古苍狼乐队的腾格尔、主张欲与狼共舞先要变成狼的企业家海尔集团总裁张瑞敏。²⁶此外，文学评论家周涛、白烨、孟繁华等也都积极推荐此书。出版社在获知知名人士对此书的好评后，就直接出版了此书。²⁷

其次，灵活利用媒体的广告战略。2004 年 4 月长江文艺出版社举办了出版纪念会和作品讨论会，当时参加者有赵忠祥、白岩松、张抗抗等知名人士以及来自北京的多家媒体。此后出版社在报纸、电视、互联网等媒体做了全面广告，当时读者书评和名人评论也遍布报纸和网络。同时，新浪以及各种报纸和杂志专栏也对《狼图腾》开展了热烈的讨论。²⁸这表明，舆论媒体广告也是畅销书生产机制之一。

第三，金-黎组举办了读书讨论会。作家张抗抗首次在《北京青年报》发表了〈关于姜戎狼图腾的细节飨宴〉，²⁹这之后《批评》发表了〈狼图腾与科学发展观〉，³⁰《中国图书商报》发表了〈狼蹲在文字暗处〉等文章。此外，康庄的〈读狼图腾——狼是人类社会进步的发动机〉³¹和〈草原民族为什么信奉狼〉³²两篇文章和直言的〈我们需要怎样的民族性格〉，³³将

²⁵ 已经出版为英语、法语、希腊语、意大利语、俄罗斯语、匈牙利语、荷兰语、西班牙语、日语、韩国语、越南语、芬兰语、葡萄牙语和波兰语等版本。

²⁶ 《30年中國暢銷書史》，孫月沐总主编，中國出版集團等，2009年，106页。

²⁷ <http://www.tianyabook.com/langtuteng/lttqy.htm>

²⁸ http://epaper.tianjinwe.com/mrxb/mrxb/2008-03/14/content_5463722.htm

http://vip.book.sina.com.cn/book/index_37271.html

<http://video.sina.com.cn/p/ent/m/c/2009-08-22/154060382138.html>

<http://zhidao.baidu.com/question/251965649.html>

²⁹ <http://www.culstudies.com/plus/view.php?aid=3015>

³⁰ http://blog.sina.com.cn/s/blog_3ef9a7720100anhk.html

³¹ <http://tieba.baidu.com/f?kz=153802932>

《狼图腾》提高到有关社会发展和民族文化的高度。³⁴此外，大学校园也展开了相关活动。2004 年 5 月北京大学学生举办了《狼图腾》讨论会。³⁵张抗抗在评论小说中狼的形象和性格时指出，现在的大学生依赖性强，缺乏独立精神，话音刚落北大学子的提问如同泄洪一般涌出。因此，有关“北大学子质疑张抗抗”的说法也在各大学传播开来，而《狼图腾》也借此开始进入大学生们的视野。《狼图腾》立时成为焦点，该书也先后在新浪、《新周刊》、《新京报》等媒体和北京新华书店评选的“2004 年最具影响力图书”中排名第一。这可以说是长江文艺出版社畅销书策划组的成功策划案例，也是当今出版界畅销书生产机制中的典型事例。

2) 出版的外部机制

畅销书的外部机制就是中国政府机构制定的文化产业相关制度和政策。现在，中国图书相关政府机构有文化部、国家广播电视电影总局、新闻出版总署，它们是中国文化产业的执行部门。其中，与图书出版相关的机构是新闻出版总署。新闻出版总署是国务院主管新闻出版事业和著作权管理的直属机构。在著作权管理上，以国家版权局名义对内对外单独行使职权。从 1949 年开始到现在，其经历了以下变化：

50 年代	1949 年 2 月 中共中央宣传部出版委员会成立→11 月改名为中央人民政府出版本部 →1954 年 9 月出版本部解散
80 年代	1985 年 7 月 国家版权局、国家出版局→87 年 1 月国家出版局解散，设立新闻出版署
2000 年代	2001 年 新闻出版署改名为新闻出版总署，由新闻出版总署管理国家版权局的业务，虽是两个部门，但同属一个机构。

新闻出版总署作为执行出版和著作权相关业务的国务院直属事业单位，同广电总局一起直接影响中国文化产业的发展。其核心职能是制定新闻出版业的方针政策，促进新闻出版领域的体制与机制改革，监督管理出版活动。³⁶实际上 2000 年以后，中国文化书籍与畅销书成长的背后是因为有这一机制所推动的制度改革。例如，根据 2003 年国家新闻出版总署与国务院办公厅

³² <http://tieba.baidu.com/f?kz=106319896>

³³ http://www.laocanmou.com/qs/qzqs/xxqyl/zlqd/dspl/zlzs/ttpl/200609/qs_20060908193027.html

³⁴ 当然也有一些质疑和批评的声音。典型的言论在《中国青年报》发表的桂杰的〈狼图腾：传达了伪草文化？〉(http://news.xinhuanet.com/book/2004-06/10/content_1519408.htm)和在《青年参考》发表的黄晋章的〈理直气壮的无耻，我读狼图腾〉(<http://tieba.baidu.com/f?kz=154594343>)，及在《文汇报》上发表的张倩仪的〈狼图腾能拯救中国吗？〉等等。

³⁵ <http://www.pukcn.com/viewthread.php?tid=110643>

³⁶ 此外，现在在中国大陆有 550 多家出版社，其中中央级出版社有 200 多家，地方级出版社有 340 多家。以图书出版为中心的出版集团有 30 多家。在 550 多家出版社中，有相当多的出版社同属于一个集团。每个省都有一个出版集团，北京和上海则有多家出版社。拥有相当规模的出版集团有中国出版集团、北京联合出版集团、上海世纪出版集团、江苏凤凰出版集团、浙江出版联合集团、湖南出版集团、时代出版传媒、广东出版集团、吉林出版集团、中国科学出版集团等。《시장논리로 보는 중국출판》，신광웨이 지음, 양원석 옮김, 북스힐, 2006 년, 46 쪽.

的规定，2004 年国家新闻出版总署将 527 家官方出版社转型为经营型企业单位体制，现在只有人民出版社保留事业单位体制。根据 2009 年 5 月中国新闻出版总署发表的最新新闻出版体制改革规定，到 2010 年止，全国总共有 500 多家出版社实现了民营化，现在有 100 多家出版社正在实行民营企业管理体制。另外，1000 多家报社也在进行民营化和市场化管理改革。这是随着中国图书出版业资本市场的逐渐开放，中国出版产业所表现出来的新变化。此外，随着中国加入世贸，外国资本以多种形式逐渐进入中国出版业各个领域，现在在中国设立分公司或办事处的外国出版社已超过 80 多家。这进一步促进了图书出版产业的市场化，为图书出版业制作、进口(2008-2010 年间，68 部文学类畅销书中有 11 部是外国图书)、出口(《狼图腾》已出售了 27 种语言的版权)畅销书提供了制度环境。也就是说，这些图书相关机构、制度、政策等作为一个畅销书的外部生产机制，对图书出版与畅销书的生产有很大的影响。

其次，对图书出版业的相关研究主要集中在专门研究机构和大学。³⁷现在中国有 10 多个出版研究所，这些研究所对编辑、市场、出版等诸多方面进行研究。最具影响力的研究机构有中国出版科学研究所、北京开卷图书市场研究所、北京慧聪媒体研究中心、泛华东方媒体顾问有限公司等，其中规模最大的是中国出版科学研究所。中国出版科学研究所是由中国新闻出版总署主管的综合性出版研究机关，成立于 1985 年，有 100 多员工。这个研究所有研究室、杂志编辑部、出版社、资料信息中心等机构。³⁸北京开卷图书市场研究所与中国出版科学研究所一起，是中国代表性出版研究机构，它们收集图书市场的资料，提供咨询服务。北京慧聪媒体研究中心隶属于慧聪国际咨询(集团)，主要提供杂志市场相关信息，拥有全国 72 个城市、1100 多种报纸和杂志的数据库，对报纸和杂志资料进行收集和保管。此外，河南大学的编辑学研究室和北京师范大学的出版研究室也属于出版研究室。此外有的大学还设有编辑出版相关专业，并可授予学位。³⁹

4. 市场机制

³⁷ 《30 年中国畅销书史》，孙月沐总主编，中国出版集团等，2009 年，209 页。

³⁸ 出版《出版流通研究》，《出版参考》，《媒体》，《出版发行研究》，《国际出版蓝皮书》，《中国数字出版年度报告》，《全国国民阅读调查报告》。

³⁹ 本科，硕士，博士课程大学：北京大学，北京师范大学/ 本科，硕士课程大学：北京印刷学院，清华大学，中国人民大学/ 本科 中国传媒大学，南开大学，南京大学，武汉大学，浙江大学，中国科学技术大学，复旦大学，上海大学文学院，西安交通大学，西安公路学院，四川社会科学院，河北大学，河北经贸大学，内蒙古大学，内蒙古民族大学，东北师范大学，吉林师范大学，杭州商学院，安徽大学，河南大学，四川大学，西北大学，陕西师范大学，广西师范大学，广西民族学院，青岛海洋大学，昆明理工大学 《중국 출판-수퍼 차이나: 출판 초강대국을 넘본다》，상계서, 213 쪽.

1) 畅销书的传播和流通机制

畅销书的市场推销与媒体是分不开的。要成为畅销书，需要具备多种因素，而媒体利用是决定畅销书成功与否的主要因素之一。首先，80年代畅销书的主要传播途径是刊物登载或连载。但是到90年代中期，特别是随着互联网的普及，畅销书传播机制也发生了很大变化。根据新闻出版总署于2008年发表的第五次国民读书调查结果，在文化传媒领域，报纸以74.5%的订阅率排名第一，杂志以50.0%排第二位，网络以36.5%排第三位，网络传播从2005年的27.8%提高了8.7%，书籍阅读为34.7%，与2005年的48.7%相比降低了14%。⁴⁰网络阅读比重首次超过图书阅读率。这种趋势显示了与媒体的紧密结合是畅销书获得成功的要素之一。如上文所述，郭敬明的《幻城》和《鬼吹灯》通过网络传播大获成功就是很好的例证。

其次，除了互联网以外，同时兼备大众性和专业性的专业媒体如《中国图书商报》、《中国新闻出版报》、《中华读书报》、《文汇读书周报》、《中国图书评论》、《出版人》等也可以说是与出版社直接关联的机制，所以出版社通常是选择具有权威性的业界媒体，通过他们传递畅销书和新书信息。此外在全国拥有广大读者群的《北京晚报》、《南方都市报》、《扬子晚报》、《新民晚报》、《钱江晚报》、《新京报》等报纸也设有专门文化版面和读书栏，在这些版面做广告对新书推销也有很大的效果。正如长江文艺出版社策划人金丽红所说：“是否在《北京晚报》连载会产生5万册的差异”，由此可见主流报纸和杂志广告对畅销书的影响力。

第三，影视等广播媒体对畅销书也有很大的影响。1990年代苏童的《妻妾成群》，余华的《活着》，刘震云的《手机》等是电影和文化畅销书相互影响的范例。随着电视成为主流媒体，从80年代末开始，电视成为推动畅销书的重要力量和机制。尤其是2006年以后，CCTV“百家讲坛”节目使易中天、于丹、刘心武、王立群、阎崇年等人进入了畅销书作家行列。也就是说，因为作品已先通过电视和网络在市场上得到验证，所以接着正式出版的图书很容易成为畅销书。CCTV的“百家讲坛”节目，通过“古典的通俗化”这种手段提高了收视率，而出版社则顺着急速形成的巨大人气，迅速出版图书。在“百家讲坛”系列中，《于丹〈论语〉心得》基本上是跟从了这样的形式。百家讲坛成为近来出版社和媒体通过相互作用打造畅销书的成功典范。

第四，自从改革开放以来，中国的图书流通的基本和主要渠道是新华书店，第二渠道是民间书店及当今的互联网书店等。⁴¹随着媒体发展，现在通过网络书店销售畅销书，正成为流

⁴⁰ 《30年中国畅销书史》，164页。

⁴¹ 此外，近年来随着中国流通企业的体制改革，最受瞩目的是出版社的集团化和企业化。所谓书店的集

通市场上越来越重要的机制。这样，畅销书购买渠道的多样性，使图书购买行为不再是简单的消费行为，更包含了个人选择的文化品味。

当今世界，产业化和网络化迅速发展，大众读者的选择可以说是市场真正的推动力。而随着网上书店的兴起，流通网络机制也发生了很大的变化。尤其是进入 2000 年代，随着出版管理理念和经营理念的巨大变化，如今中国的新华书店已不再是全国性连锁书店。各省级地区新华书店按连锁书店方式经营，但不再隶属北京新华书店本部。北京新华书店于 2002 年归属中国出版集团，现在是与各省级新华书店保持水平关系的流通公司。⁴²

四. 结语

以上考察了 2008-2010 年文学类畅销书的作品特点和文学生产机制。本文的目的是大致分析中国文学作品整个生产机制以及各机制间的相互联系，并通过这一角度管窥中国文学生产机制。本文可能存在分析不充分或者遗漏了通过实证分析可以得出的其他机制，笔者将在今后的研究中进行对考察范围扩展和延伸。

第一，下图是在本文中讨论的文学作品生产机制的初步地形图。

2008-2010 年文学类畅销书生产机制图

团化，就是以各省级新华书店为本部，将各省所属的地方书店合并为一个流通集团。其次，所谓书店的企业化，是指书店摆脱过去单纯依靠国家出版资本发展的事业单位体制，改为以自有资本发展的企业形态，并开始转变为股份制企业。

⁴² 《중국 출판 수퍼 차이나: 출판 초강대국을 넘본다》，상계서, 220-221쪽.



性格比喻为狼的群体精神、狼的智慧、狼的战斗力和狼的不屈不挠的独立性，带有解释中国民族历史的学术性质。这部作品不仅在国内畅销，在国外也出售了 27 种语言的版权，在台湾已印刷 21 版，在香港印刷 19 版。这些作品并不属于当今流行的青年(青春)文学类，而是非主流类型。在具有显著大众性和商业性的青年(青春)文学占主流这一环境下，这一作品获得成功的原因，除了出版社的策划和推销能力以为，政府为国学相关书籍所提供的电视媒体也功不可没，其具备的强大宣传力对图书销售量的增加起了很大的推动作用。这也可以认为是中国文学类畅销书的特点之一。

第四，在研究畅销书文学作品时，读者作为研究对象之一受到重视。因为读者不仅仅是单纯消费层面的购买者，而是能够形成和改变文化的一个群体。90 年代中期，对畅销书读者的研究主要集中于文学史，因为当时主要关注纯文学作品的销售和购买情况。当时读者的读书目的比较单纯，通过阅读比较传统的文学类图书，提高文学修养。但是近 10 年来，纯粹文学作品在畅销书排行榜中所占的比率逐渐降低。其中一个重要原因是文学类型变得更加多样化，而且出版社不再仅仅依赖于文学，而走向了电影和连续剧等共同发展这一多元化道路。

第五，在畅销书的发展过程中，进口图书的种类和数量在迅速增加。1980-1990 年代的进口图书，大部分是西方文学和典型的学术著作。但是，随着中国图书产业的迅速发展，对国际信息的需求也日益提高，同时互联网也为中国出版业和读者们提供了了解国外最新出版动向的机会。2008-2010 三年中，出版的 68 部畅销书中有 12 部是外国小说，这就是最有力的证明。

〈参考书目〉

《중국 출판-수퍼 차이나: 출판 초강대국을 넘본다》，신광웨이 지음，인트랜스번역원 옮김，북폴리오，2011년

《2009 해외콘텐츠 시장조사(출판)》，연구기관(주)스트라베이스，한국콘텐츠진흥원，2010년

《中國書業年度報告》(2009-2010)，孫月沐总主编，商務印書館，2010年

《中國書業年度報告》(2008-2009)，孫月沐总主编，商務印書館，2009年

《30年中國暢銷書史》，孫月沐总主编，中國出版集團等，2009年

《시장 논리로 보는 중국 출판》，신광웨이 지음，양원석 옮김，북스힐，2006년

〈키워드로 살펴본 중국 출판의 흐름〉，백은영，《기획회의》통권 221호，한국출판마케팅 연구소，2008년 4월 5일

〈2000-2002년까지의 논픽션분야 베스트셀러의 변화〉，《기획회의》통권181호，서울:

한국출판마케팅연구소, 2006년 8월 5일