

中国出版業界最新事情2023

第29回BIBF概況報告を兼ねて

馬場 公彦

北京外国語大学

目次



第29回 北京国際図書博覧会



中国出版業界概況報告



中国にアピールする日本文化の魅力

壹 第29回北京国际图书博览会 (BIBF)



- 会期は6月15-18日
- 会場は国家会議中心（朝陽区天辰東路7号）
- 主催は国家新聞出版署・科技部・北京市人民政府・中国作家協会・中国出版協会
- テーマは「文明交流の学びの深化」
- 主賓国はアルジェリア
- 2500社・機関が出展（うち1500社がオンライン参加）
- 海外から14か国（米・ロ・英・独・伊・ポーランド・ギリシャ・ルーマニア・セルビア・日・韓・マレーシア・サウジアラビア・イラン）がブース出展

	これまで	今 回
会場	中国国際展覽中心	国家会議中心
期間	毎年 8 月	6 月
規模	巨大ホール、100カ国近い参加	スペースは4分の1程度、ブース参加は14カ国
重点	国際版權取引の商談	主題出版の「走出去」をアピール
特色	国内・海外とほぼ同規模	国内中心、ネット文学・ネットゲームを強調
日本	主要出版社はほぼ参加	ブース出展は10社未満
成果	海外版權の取得	ライブコマースで展示即売

BIBF 会场ショット①：主題出版の「走出去」



BIBF 会場ショット②： ネット出版強化



BIBF 会場ショット③: ライブコマース



BIBF 会場ショット④：パワーゲーム



BIBF 会場ショット⑤： 日本からの出展



BIBF 会場ショット⑥：児童書人気



国家が進める翻訳出版プロジェクト 中華學術外訳項目

2022-2023年度国家社科基金中华学术外译项目拟立项名单

序号	成果名称(中文)	项目主持人	项目主持人在所在单位	责任出版单位	作者/主编	翻译文版	项目类型
8	跨越边界的社区——北京“浙江村”的生活史	周彤	北京大学	生活书店	项飙	日文	重点项目
12	中国艺术：历程与精神	韩立红	南开大学	中国人民大学出版社	张法	日文	重点项目
90	网络犯罪的法教义学研究	谢佳君	西南政法大学	中国人民大学出版社	刘艳红	日文	一般项目
91	佛法总则：历史、体系与功能	郑路	北京理工大学珠海学院	社会科学文献出版社	谢鸿飞等	日文	一般项目
133	长安与河北之间：中晚唐的政治与文化	梁辰雷	复旦大学	北京师范大学出版社	仇鹿鸣	日文	一般项目
134	从鸦片战争到五四运动	王丹	华东政法大学	华东师范大学出版社	胡绳	日文	一般项目
135	魏晋南北朝隋唐史三论	张学锋	南京大学	武汉大学出版社	唐长孺	日文	一般项目
136	中国村落史	田建国	上海外国语大学贤达经济人文学院	中信出版社	胡彬彬	日文	一般项目
137	中国书院史(增订版)	熊楚	武汉大学	社会科学文献出版社	邓洪波	日文	一般项目
151	非洲华人社会经济史	金玉英	浙江师范大学	江苏人民出版社 浙江大学出版社	李安山	日文	一般项目
152	时间与东亚古代世界	邢希芳	上海外国语大学	社会科学文献出版社	刘晓峰	日文	一般项目
183	文学伦理学批评导论	任洁	浙江大学	商务印书馆	聂珍钊	日文	一般项目
193	超越王霸结构	金稀玉	浙江师范大学	商务印书馆	沈家楹	日文	一般项目
196	中国禅思想史：从6世纪到10世纪	赵秀全	四川大学	北京大学出版社	葛兆光	日文	一般项目
202	中国人口发展史	李凤娟	天津理工大学	四川人民出版社	葛剑雄	日文	一般项目
211	从考古看中国	贾临宇	浙江工商大学	中华书局	全国哲学社会科学工作办公室	日文	一般项目
212	从三星堆到金沙：中华文明的惊世发现	杨珍珍	天津科技大学	中华书局	黄剑华	日文	一般项目



参考
参考
Fa

第35回北京書籍受注内覧会（「北京図書訂貨会,Beijing Book

- 2月24～26日、北京中国国際展覽センター（朝陽区）にて
- 主催は中国出版協会及び中国書刊発行業協会
- 会期中の参観者10万人超
- 2793の展示ブースでライブコマースによる展示即売
- ショートビデオやライブコマースによる販売で値下げ合戦が激烈化



中国出版业界 概況報告



首发时间2022年8月
当月在散杂文类新书销量排第3
年度散杂文类新书排第4



首发时间2022年7月
当月在心理学类新书销量排第1
年度心理学类新书排第2



首发时间2022年11月
当月在小说类新书销量排第2
年度小说类新书排第13



首发时间2022年3月
次月在中国一般当代小说类新书销量排第4
年度中国一般当代小说类新书排第6



首发时间2022年8月
次月在当年中国一般当代小说类新书销量排第5
年度中国一般当代小说类新书排第9



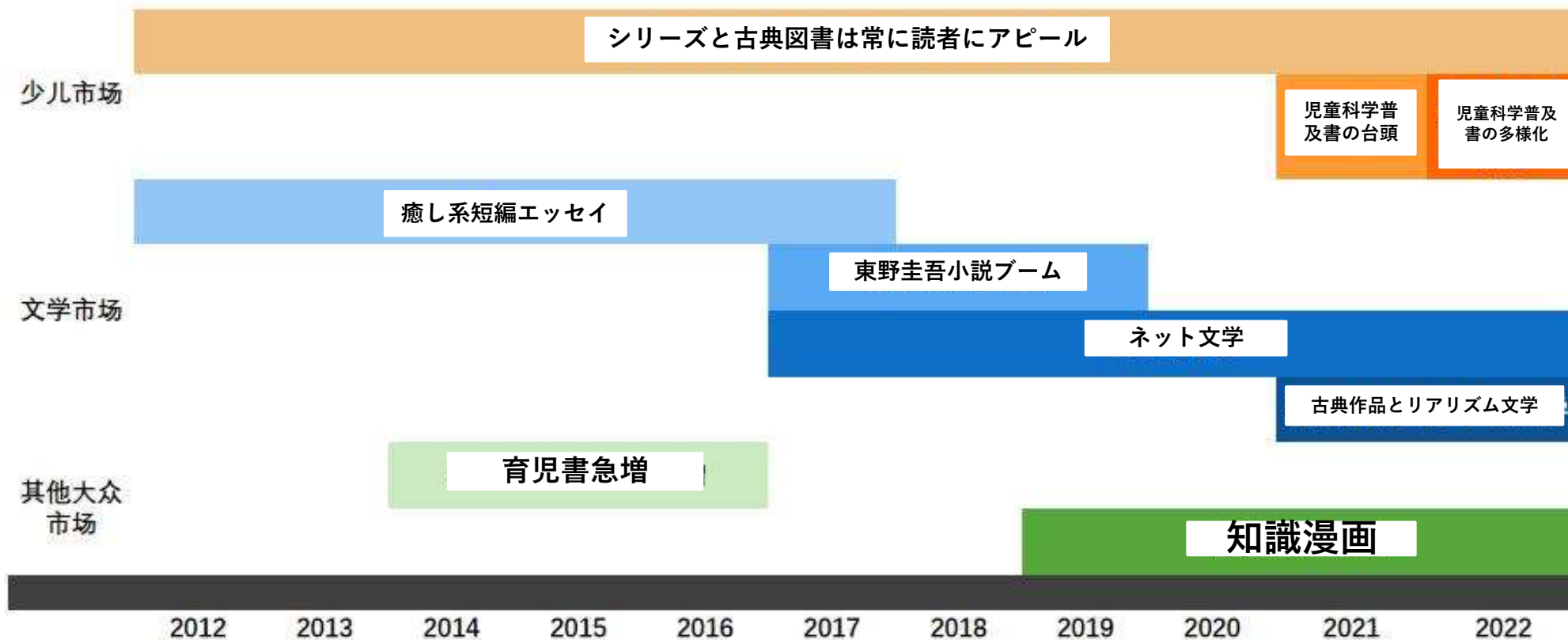
首发时间2022年12月
当月在中国一般当代小说类新书销量排第4
年度中国一般当代小说类新书排第20

2022年度中国出版業界トレンド

- 営業総点数233.84万点のうち新刊総点数17.11万点（7.32%）
- 売上で新書貢献率は13.63%（2014年は20.66%で低下傾向）、1点当たりの収益力は向上傾向
- ジャンル別出版点数上位は、児童（11.41%）－学術（9.66）－経済・管理（9.20）－技能（8.81）
- ジャンル別売上上位は、マルクス主義と政策（25%）－児童－学参
- 売行き良好書：心理健康／伝統文化／知識漫画
- 児童書ではシリーズもの、科学普及漫画が人気
- 文学では「癒し系短編エッセイ」「東野圭吾ブーム」「ネット文学」が人気
- 育児書の売上大幅増

売行き良好書分析

全国読者の読書傾向分析：ここ10年の変遷



中国出版業界の長期トレンド

- 小学校教材における中国人差別関連記述への厳しいチェック
- 児童書ジャンルの売上増加傾向、業界全体で2014年の19.46%から2021年の28.15%へ
- 売上額は上昇、営業利益は減少、原因は制作コスト増とEコマースの過度の割引
- ECプラットフォームでの平均割引率は5.2掛、ショート動画ECでの平均割引率は3.9掛（2021年）
- 出版社は定価値上げで対抗、ここ5年平均定価は上昇、2021年49.8元
- 編集・校正者の過労と低賃金：週平均残業時間11.07時間、平均月収8764.2元、平均年末ボーナス37189元
- 値上げと割引合戦による負の価格戦防止のための業界の法整備が叫ばれるが、いまだ立法化に至らず

图表1：出版行业暴雷不断



江苏凤凰少年儿童出版社出版的《流汗啦》绘本中，黑皮肤与黄皮肤的男生用双手抱着白皮肤女生的手臂，伸出舌头舔着女生胳膊上的汗液。



长江出版社出版的少年睡前读物《想不开的兔子们》讲述的是一群兔子因为自己胆小，又对生活感到害怕，居然号召所有兔子们集体跳湖。

人教版数学教材中插图引发讨论，被指出扭曲小孩子审美，存在明显性暗示等问题：



陕西新华出版传媒集团与陕西人民教育出版社联合出版的小学二年级语文下册《同步巧讲精练》教辅书中，雷锋做好事配图为日军背老大。



本文按雷锋做好事时付出的艰辛。

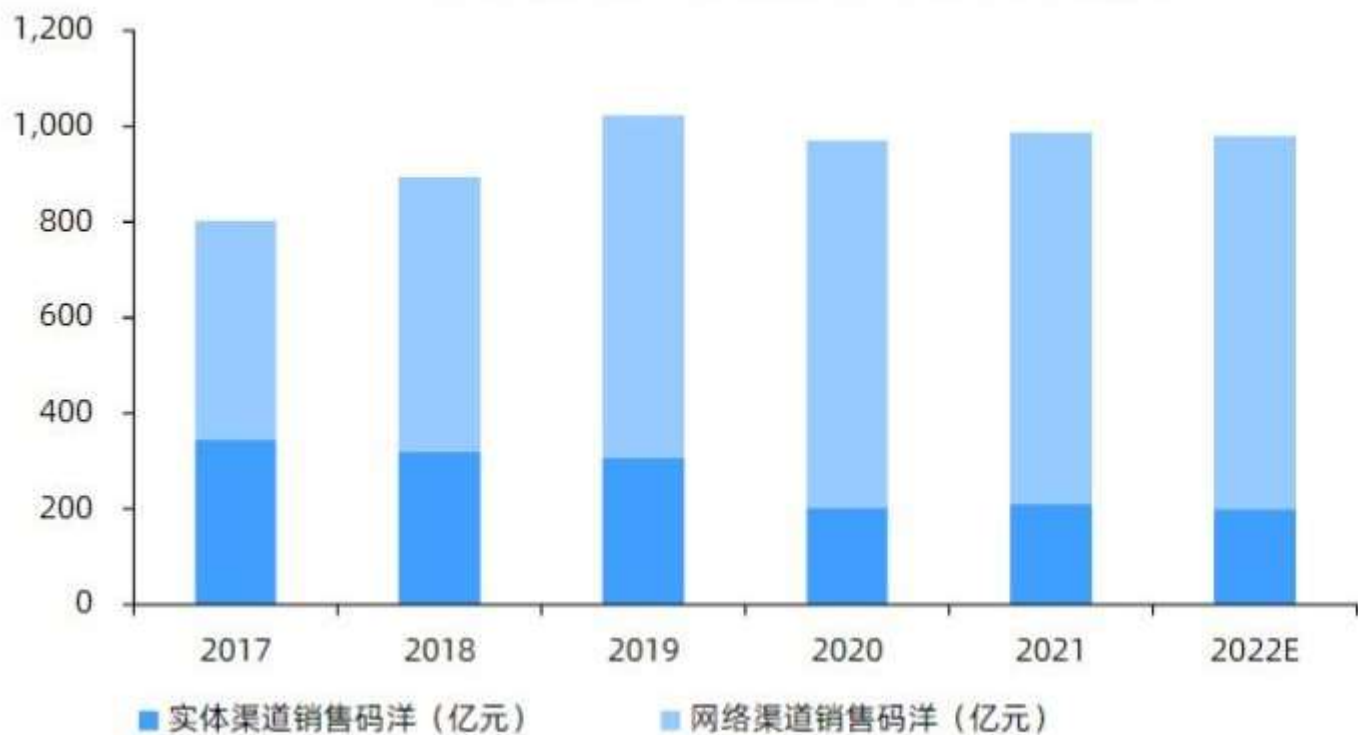
长江出版社出版的另一部少年睡前读物《没主见的鸟王》里，透露的价值观是“他们认为没有主见的男人是女人”



资料来源：前瞻产业研究院

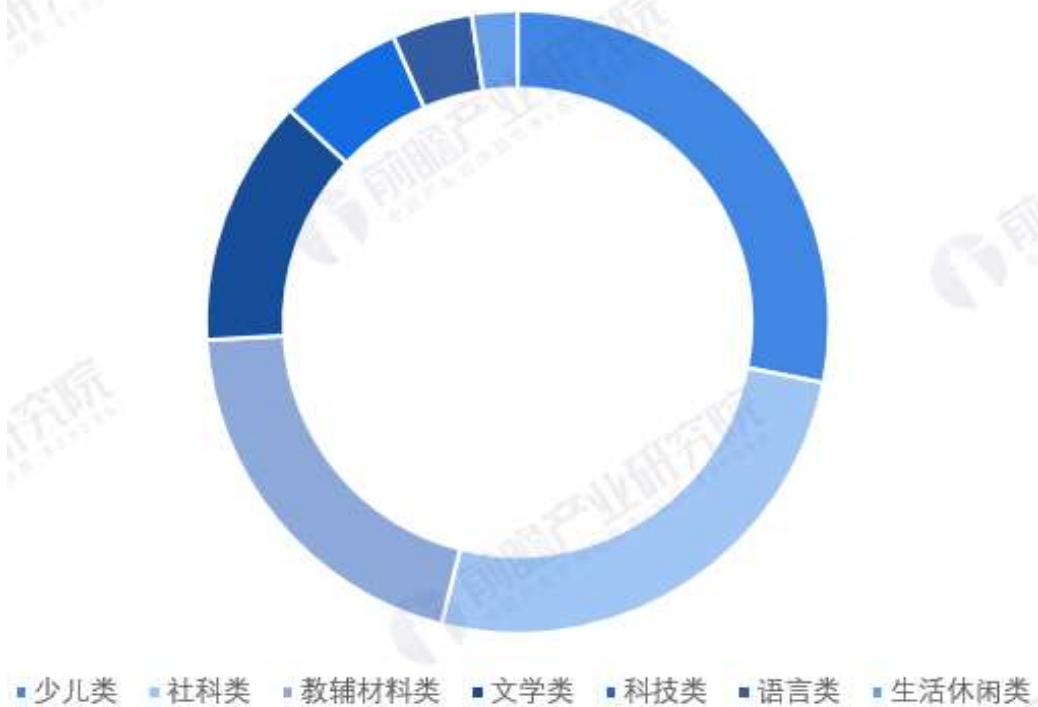
@前瞻经济学人APP

2017-2022年中国网络渠道与实体渠道图书销售码洋及增速



资料来源：北京开卷，行行查研究中心

图表3：2021年中国图书零售行业码洋结构(单位：%)



资料来源：前瞻产业研究院

@前瞻经济学人APP

中国

熱くて個性的な民営書店

- 万聖書園（北京大学東門成府路沿い）：学術書中心、学科分類
- 蔦屋書店：都市ニューリッチ層、ゴージャス観、1線7都市に9店舗
- 内山書店（天津に2店舗）：上海の同書店を意識、日中交流
- 鍾書閣（上海に本店、北京にも）：最も美しい書店
- 多くは大型ショッピングモールに店舗
- 文房具・工芸品を併売、カフェ・イベントスペースを併設
- キッズコーナーが充実
- 書店数8800店、ここ20年で半減、書店のない市町村26%
- 独特の取次制度 ⇒ 個性のない品揃え
- 再販価格維持制度 ⇒ 書店間の競争がない
- 販促の重点は新聞広告
- 2017年以降、東京国際ブックフェア中止

日本



天津・蔦屋書店



天津・内山書店



北京・鍾書閣

コロナ禍と少子化の打撃を受けた書店

- 大都市の子どものいるニューリッチ層：教育費用は家計の35%
- 出版業界における児童書売り上げは4分の1、とくに児童文学・絵本・科学普及読物・百科知識関連
- 晩婚・非婚・子どもを産まない傾向 ⇒ 児童人口の減少
- 2020年のコロナ禍で9割のリアル書店が休業
- コロナ後の現在、リアル書店：ネット書店=2：8の売上比率
- 中国では値引き競争、熱い新刊イベント（トークショー・サイン即売会）
- 販促の重点は直播（ライブコマース）とショート動画



中国の出版業界 日本への熱い視線

- 書籍市場売上げの3割が児童書、英日米の翻訳が中心
- 文藝では外国文学とりわけ日本文学が人気
- 流行作家と受賞作、「公版(PD)」になった作家作品
- 古典文学・近代文学・戦後作家・現代作家、隙間なく翻訳出版
- 東野圭吾の絶大な人気
- 知財権の保護と海外展開への転換
- 2021年、民法典、2020年、改正著作権法、2020年、改正刑法で知財侵害の厳罰化



北京の出版社のオフィスより

中金易雲の2020年前3四半期書籍市場重点類別分析報告、2020年10月より

<https://mp.weixin.qq.com/s/vvxEYyyTvjhHkM1BGi7EBQ>

外国文学：

“头部”引进国销售与选题热度双高，优质作者云集
“非头部”国家依靠明星作者、爆款内容拉升热度



- 外国文学中，美、日、英、法是绝对的“头部”引进国，共占有76%以上的市场份额及65%以上的选题品种，且引进作家较多。
- 市场热度上，美国文学占有率排名第1且今年继续增长，日本文学紧随其后，英、法文学次之，传奇作家马尔克斯拉动哥伦比亚文学超越俄罗斯学，在今年前三季度的码洋占有率位列第5。
- 选题热度上，今年前三季度美国文学的选题热度上升，超过英国位居第一，其次是英、日、法、德，排名与去年基本一致。



- 同时值得注意的是，韩国文学今年前三季度的码洋排名大幅提升（↑12名），码洋占有率提升近0.4%，现象级畅销书《82年生的金智英》功不可没。
- 对于“头部”引进国以外的小众国家/地区，我国读者熟知的作者较少，结合我国社会舆论风向，选择能引起共鸣或激发讨论的热门话题或是选题新思路，类似产品如《房思琪的初恋乐园》。

- 外国文学特に英米日が人気
- 日本の作家では東野圭吾が独走
- 日本の古典・名作・最近の小説に満遍なく注目
- 公版（PD）になった作家の作品
- 日本の生活実用・経営哲学・自己啓発本にも注目

外国文学细分案例2：日本文学 市场热点与选题热点契合度较高，公版也流行

2020年前三季度日本文学销售码洋最高作者TOP10			中国读者的日本“老友”			2020年前三季度日本文学选题数最高作者TOP10		
码洋排名	作者	是否进入公版领域	作者肖像	作者肖像	选题数排名	作者	是否进入公版领域	
1	东野圭吾				1	夏目漱石	√	
2	太宰治	√			2	野村胡堂		
3	村上春树				3	折原良子	√	
4	夏目漱石	√			4	谷崎润一郎	√	
5	芥川龙之介	√			5	宫西达也		
6	吉野源三郎				6	太宰治	√	
7	川端康成				7	柳田泉		
8	新海诚				8	安房直子		
9	渡边淳一				9	黑柳彻子		
10	乙一				10	村上春树		



- 从内容上看：日本文学的市场热点与选题热点较为接近，热门作家一致涵盖了纯文学、流行小说、动漫、儿童文学等方面的知名作者。
- 从是否进入公版领域看：日本文学在选题上对公版书的态度较为“平和”，且由于文化与社会氛围与中国相近，已进入公版领域的日本作家在我国也拥有较高的市场份额。

外国文学细分案例2：日本文学 建议仍以面向成人/青少年的选题为主，经典与流行并重

2020年前三季度日本文学部分热销（册数）单品概览



- 从市场热门单品上看，日本文学的热销图书仍以成人/青少年向为主，多为流行小说，东野圭吾在我国市场上具有“统治地位”；
- 从今年日本文学图书的申报数据看：五成以上选题为成人/青少年向作品，除了少量文学理论外，多集中于经典纯文学、二次元相关产品及推理小说；其余面向儿童的选题以漫画、儿童文学为主等，选题风向与市场需求契合度较高。
- 我国与日本的历史渊源较深、文化交流密切而频繁，日本当代文化在我国有广泛的受众——“本格推理”、“当代日本文学”、“热血”、“青春”、“二次元”、“日本儿童绘本”等等，均是图书市场上的流行标签。建议后续开发日本文学作品选题时仍以成人/青少年向选题为主，且纯文学与流行题材选题并重，纯文学如公版作品可以挖掘亮点再版、流行作品如影视改编作品可以快速跟进推出产品。

日本の出版業界 冷たい対応

- 中国の出版業界に対する日本側の低い関心と冷淡な対応
- 1356点：9956点（田雁『図書出版産業中之中日比較』社会科学文献出版社、2014年、第8章2の3）、日中知識交流のアンバランス
- 数少ない中国からの翻訳本は、話題性の高い小説、発禁あるいは海外での反体制本
- 社会科学関連は手薄
- 伸長著しい先端科学やIT技術など自然科学の分野はほぼ皆無
- 日中知識交流のアンバランス

著作権交易にみる知的交流の不均衡

海外出版社から著作権購入

- 英語圏を中心とした欧米書籍コンテンツの購入



- 欧米圏は日本の書籍コンテンツへの関心低い

海外出版社への著作権販売

- 中国・台湾・韓国を中心としたアジア圏向け



- 日本はアジア圏コンテンツの邦訳出版に消極的
- アジア圏は日本の書籍コンテンツの翻訳出版に積極的

入超状態

知識文化の一方通行

出超状態

出版業界の日中比較

	日本	中国
売上（2019年）	1兆5432億円、公益社団法人全国出版協会・出版科学研究所発表	1022.7億元（国家統計局発表、当時の円元レートで1兆5494億円）
傾向	1996年からピークアウト、現在ほぼ半減	右肩上がり
出版社総数	2907社（2021年）	584社
年間新刊出版点数（2019年）	約6万9000点（出版科学研究所・出版指標年報）	約19万3000点（北京開巻の2021年書籍市場報告）
書籍と雑誌	書籍と雑誌がほぼ等分の売上比	書籍出版と雑誌発行は事業体が分離
ベストセラー傾向	毎月の新刊書が売上を牽引	定番ロングセラーが主力商品で、トップ1%のロングセラー本が全体売上の6割を占める
コミック	書籍を上回る売上（紙＋電子）	アニメ主体で紙の漫画専門雑誌が少ない

中国出版物の特色

- 分量も造本も重厚長大（総字数20万字、300頁を越える書籍が普通）
- 日本の「文庫」「新書」の伝統がない、「軽薄短小」をありがたがらない
- 単行本中心、シリーズもの少ない
- 「電子書籍（雑誌＋書籍）」86.53億元（約1730億円）。書籍総売上の8.9%
- 主要な宣伝媒体は新刊発表会とライブコマース
- 児童書
- 主題図書（国家が指定した重点テーマの出版物）
- IP戦略と「打って出る」戦略



参 中国にアピールする日本文化の魅力



若者の精神を育む日本の「動漫」

- 日本語・日本研究の志望動機は、日本文学か日本大衆文化（アニメ・ゲーム・ポップス・ドラマ）
- 00後の20代前半の若者たちにとって日本の大衆文化のクリエイターたちは心の支え
- とりわけ影響の大きい日本アニメ
- 2019年、ネット動漫のサイトは402サイト、ユーザーは3.9億人（昨年比11.4%+）、市場規模は26.8億元（2015年からほぼ倍増） <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1673629385073940890&wfr=spider&for=pc>
- ユーザー25歳以下60%強、30歳以下83.17%
- 動漫を閲覧するアプリはユーザーの85%、閲読時間の97%は携帯
- 親しむ作品の大半は1990年代以降に制作・公開されたもの
- 主なジャンルはSF・ファンタジー・ロボットやアンドロイドのヒーロー・冒険・スポーツ・サスペンスなど、社会派・前衛・社会人向けのものが極端に少ない



日中漫画アニメ比較

中国の伝統漫画は風刺とユーモアを利かせた一コマ漫画 (Cartoon), 小説作品の挿画、連環画

デジタル化されたアニメ作品がネットで公開

中国でのアニメ配信:
哔哩哔哩、爱奇艺、腾讯动漫、优酷、快看漫画、漫画岛、lofter、微信

漫画の形式は携帯画面用の縦一コマ (条漫)

中国では1980年代以前の日本漫画作品はほとんど移入されていない

日本漫画の発展史:
紙芝居-絵物語-貸本-漫画雑誌

日本でのアニメ作品の公開プロセス:
漫画雑誌での連載 (Comic Strip / Manga)
連載終了後 (途中でも) のコミック化 (Comics)
人気の高い作品を精選してアニメ化 (Animation)

日本のアニメは主にテレビで連続放映
同時にビデオネットチャンネルで公開
Amazon Prime Video、Netflix、Disney+など

漫画の形式は紙の雑誌サイズに合わせた頁ごとのコマ割り (頁漫)

日本に移入された中国アニメ作品は極めて少ない



動漫? 漫画・動画?



ストーリー漫画の伝統なし

中国
動画 + 漫画 = 動漫

日本のアニメの衝撃を受け、アニメファン急増

中国
動画 > 漫画



原作漫画をアニメに改編

日本
漫画 ⇒ 動画 = 漫画・動画

マンガ創作は個人性が強い
動画は集団制作、大衆消費

日本
漫画 > 動画

動画はそれ以外の芸術に大きな影響を与える

漫画はそれ以外の芸術に大きな影響を与える



《蜡笔小新》
(臼井仪人, 1990-)

《铁臂阿童木》
(1952-1968)

《龙珠》
(鸟山明, 1984-1995)

《哆啦A梦》
(藤子不二雄, 1969-)

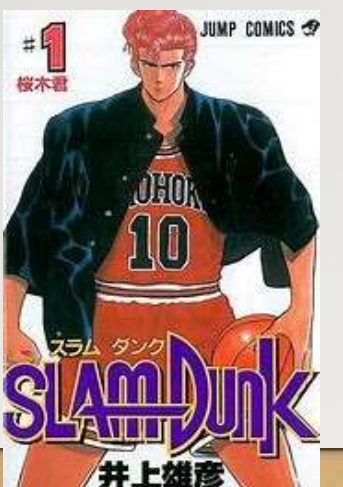
《樱桃小丸子》
(樱桃子, 1986-2019)

《聪明的一休》
(1975-1982)

《棒球英豪》
(足立充, 1981-1986)



1990年代~ 日本アニメのグローバル化



《灌篮高手》
(井上雅彦, 1990-1996)

《名侦探柯南》
(青山刚昌, 1994-)

《火影忍者》
(岸本齐史, 1999-2014)

《网球王子》
(许斐刚, 1999-2008)

《海贼王》
(尾田荣一郎, 1997-)

《精灵宝可梦》
(1997-)

《JoJo的奇妙冒险》
(荒木飞吕彦, 1987-)