

内 容 丰 实 文 脉 清 晰 易 读 易 学

# 邮政行业 图书营销指南

周良 杜文 晓东 编著

**专为现代邮政人  
设计的图书经营  
实战攻略！**

新世界出版社

内容丰实 文脉清晰 易读易学

# 邮政行业 图书营销指南

周良 杜文 晓东 编

专为现代邮政人  
设计的图书经营  
实战攻略！

新世界出版社

图书在版编目(CIP)数据

邮政行业图书营销指南/周良 杜文 晓东 编

—北京:新世界出版社, 2002.8

ISBN 7-80005-803-4/F.025

I.邮... II.周... III.邮政-图书-市场营销学-指南 IV.G235-62

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 060032 号

邮政行业图书营销指南

---

监 制:夏立群

策 划:老 浆

责任编辑:项 林 韩晓东

责任发行:王 巍 徐 婷

封面设计:剑 心

社 址:北京西城区百万庄大街 24 号 邮 编:100037

电 话:86-10-68995424(总编室)

印 刷:北京忠信诚印刷厂

开 本:787mm×1092mm 1/16 印 张:21 字 数:300 千字

版 次:2002 年 8 月第 1 版 印 次:2002 年 8 月第 1 次印刷

书 号:ISBN 7-80005-803-4/F.025

定 价:38.00 元

---

版权所有·侵权必究

《中国书报刊博览》编辑部联系电话:010-68315829



# 目 录

## 第1章 中国图书销售市场现状

|       |                   |      |
|-------|-------------------|------|
| 1.1   | 城市中心门市部           | (2)  |
| 1.2   | 新华书店              | (3)  |
| 1.3   | 二渠道               | (9)  |
| 1.4   | 连锁书店              | (11) |
| 1.4.1 | 中国图书进出口总公司        | (12) |
| 1.4.2 | 北京二十一世纪锦绣图书连锁有限公司 | (14) |
| 1.4.3 | 北京旌旗席殊电子商务有限公司    | (15) |
| 1.5   | 贝塔斯曼抢滩中国          | (16) |
| 1.6   | 网上书店              | (19) |

## 第2章 邮政进入图书销售业的契机

|       |           |      |
|-------|-----------|------|
| 2.1   | 邮政现状      | (21) |
| 2.2   | 邮政优势      | (21) |
| 2.2.1 | 网路资源优势    | (22) |
| 2.2.2 | 良好的信誉优势   | (23) |
| 2.2.3 | 联系广泛的信息优势 | (23) |
| 2.3   | 邮政图书零售的形式 | (24) |



|       |                 |      |
|-------|-----------------|------|
| 2.3.1 | 图书邮购 .....      | (24) |
| 2.3.2 | 城市邮政报刊亭 .....   | (24) |
| 2.3.3 | 邮政营业、投递局所 ..... | (25) |
| 2.3.4 | 邮政连锁书店 .....    | (26) |
| 2.3.5 | 网上书店 .....      | (26) |

### 第3章 图书营销的环境

|       |                    |      |
|-------|--------------------|------|
| 3.1   | 经济环境与图书营销 .....    | (27) |
| 3.1.1 | 世界经济与图书营销 .....    | (27) |
| 3.1.2 | 中国图书市场经济环境 .....   | (28) |
| 3.1.3 | 经济环境与市场机遇 .....    | (29) |
| 3.2   | 社会文化环境与图书营销 .....  | (30) |
| 3.2.1 | 文化的内涵 .....        | (30) |
| 3.2.2 | 文化倾向对营销方式的影响 ..... | (32) |
| 3.2.3 | 教育与图书营销 .....      | (34) |
| 3.2.4 | 价值观念与图书营销 .....    | (36) |
| 3.2.5 | 宗教与图书营销 .....      | (39) |
| 3.3   | 其他环境 .....         | (40) |
| 3.3.1 | 人口环境 .....         | (40) |
| 3.3.2 | 科技环境 .....         | (41) |
| 3.3.3 | 家庭环境 .....         | (43) |

### 第4章 图书营销与消费者行为

|     |                  |      |
|-----|------------------|------|
| 4.1 | 消费者需求及影响因素 ..... | (47) |
|-----|------------------|------|



|       |                  |      |
|-------|------------------|------|
| 4.1.1 | 需求及转变趋势 .....    | (47) |
| 4.1.2 | 影响消费者购买的因素 ..... | (55) |
| 4.2   | 图书市场消费者行为 .....  | (61) |
| 4.2.1 | 个体消费者行为 .....    | (61) |
| 4.2.2 | 集团购买行为 .....     | (63) |

## 第5章 邮政销售图书的产品策略

---

|     |                |      |
|-----|----------------|------|
| 5.1 | 进货的渠道及理念 ..... | (65) |
| 5.2 | 书店的品种构成 .....  | (67) |
| 5.3 | 图书的价格 .....    | (70) |

## 第6章 邮政促销图书的策略

---

|       |               |      |
|-------|---------------|------|
| 6.1   | 促销概述 .....    | (73) |
| 6.1.1 | 图书促销含义 .....  | (73) |
| 6.1.2 | 图书促销的作用 ..... | (73) |
| 6.2   | 促销组合 .....    | (74) |
| 6.2.1 | 营业推广 .....    | (74) |
| 6.2.2 | 人员推销策略 .....  | (84) |

## 第7章 图书连锁的优点及建立条件

---

|       |                |      |
|-------|----------------|------|
| 7.1   | 连锁的含义与形态 ..... | (89) |
| 7.1.1 | 连锁体系建立条件 ..... | (89) |



|       |                  |       |
|-------|------------------|-------|
| 7.1.2 | 连锁经营的形态 .....    | (90)  |
| 7.2   | 连锁的优点 .....      | (92)  |
| 7.2.1 | 降低经营风险 .....     | (94)  |
| 7.2.2 | 降低进货成本 .....     | (95)  |
| 7.2.3 | 降低了经营成本 .....    | (97)  |
| 7.3   | 建立连锁网络的条件 .....  | (98)  |
| 7.3.1 | 资金条件 .....       | (99)  |
| 7.3.2 | 人才条件 .....       | (99)  |
| 7.3.3 | 品牌条件 .....       | (100) |
| 7.4   | 连锁系统开展加盟条件 ..... | (101) |
| 7.4.1 | 品牌知名度高 .....     | (101) |
| 7.4.2 | 直营店成功机率高 .....   | (102) |
| 7.4.3 | 具独特性与竞争性 .....   | (102) |
| 7.4.4 | 获利性高 .....       | (103) |
| 7.4.5 | 产品具普及性 .....     | (103) |
| 7.4.6 | 投资额低 .....       | (103) |
| 7.4.7 | 总部能力素质强 .....    | (104) |
| 7.4.8 | 总部内部管理控制力强 ..... | (104) |
| 7.5   | 连锁网络的结构 .....    | (105) |

## 第8章 连锁网络建立程序

|       |                |       |
|-------|----------------|-------|
| 8.1   | 如何做好总体结构 ..... | (107) |
| 8.1.1 | 采购中心 .....     | (107) |
| 8.1.2 | 配书中心 .....     | (108) |
| 8.1.3 | 物流中心 .....     | (108) |
| 8.1.4 | 广告中心 .....     | (109) |



|       |                 |       |
|-------|-----------------|-------|
| 8.1.5 | 财务中心 .....      | (110) |
| 8.1.6 | 管理中心 .....      | (110) |
| 8.2   | 如何进行宣传 .....    | (110) |
| 8.3   | 如何设计加盟店 .....   | (113) |
| 8.3.1 | 布点策略与选址设计 ..... | (114) |
| 8.3.2 | 室内设计 .....      | (119) |
| 8.3.3 | 员工培训 .....      | (120) |
| 8.3.4 | 计算机管理系统设计 ..... | (121) |

## 第9章 报表管理

|       |                  |       |
|-------|------------------|-------|
| 9.1   | 报表管理的定义与权责 ..... | (123) |
| 9.1.1 | 定义 .....         | (123) |
| 9.1.2 | 管理权责 .....       | (125) |
| 9.2   | 报表使用原则与规定 .....  | (126) |
| 9.2.1 | 使用原则 .....       | (126) |
| 9.2.2 | 设计规定 .....       | (127) |
| 9.3   | 报表管理 .....       | (132) |
| 9.3.1 | 申请 .....         | (132) |
| 9.3.2 | 审核 .....         | (133) |
| 9.3.3 | 归档管理 .....       | (134) |
| 9.3.4 | 使用及维护 .....      | (135) |
| 9.4   | 报表印制费的管理 .....   | (136) |
| 9.5   | 必备分析报表 .....     | (137) |
| 9.5.1 | 基本资料类管理报表 .....  | (137) |
| 9.5.2 | 采购进货类管理报表 .....  | (137) |
| 9.5.3 | 特卖变价类管理报表 .....  | (138) |





|        |                    |       |
|--------|--------------------|-------|
| 9.5.4  | 单品各分类销售类管理报表 ..... | (138) |
| 9.5.5  | 库存盘点类管理报表 .....    | (138) |
| 9.5.6  | 收银机类管理报表 .....     | (139) |
| 9.5.7  | 出版商账务类管理报表 .....   | (139) |
| 9.5.8  | 客户管理报表 .....       | (139) |
| 9.5.9  | 人事考勤类管理报表 .....    | (139) |
| 9.6    | 报表产生时机与分析 .....    | (140) |
| 9.6.1  | 基本管理系统 .....       | (140) |
| 9.6.2  | 采购验收管理系统 .....     | (141) |
| 9.6.3  | 特卖变价管理系统 .....     | (141) |
| 9.6.4  | 单品销售管理系统 .....     | (142) |
| 9.6.5  | 分类销售管理系统 .....     | (143) |
| 9.6.6  | 库存盘点管理系统 .....     | (143) |
| 9.6.7  | 收银管理系统 .....       | (144) |
| 9.6.8  | 出版商账务管理系统 .....    | (145) |
| 9.6.9  | 会员管理 .....         | (145) |
| 9.6.10 | 人事薪资管理系统 .....     | (146) |

## 第10章 连锁网络的运作

|        |                       |       |
|--------|-----------------------|-------|
| 10.1   | 连锁总部的运作 .....         | (149) |
| 10.1.1 | 连锁店的总部组织与职掌 .....     | (149) |
| 10.1.2 | 组织扩张原则与形态 .....       | (154) |
| 10.1.3 | 连锁经营集权与分权的优缺点分析 ..... | (156) |
| 10.1.4 | 总部授权原则 .....          | (162) |
| 10.2   | 分店的经营 .....           | (168) |
| 10.2.1 | 引入会员制 .....           | (170) |



|        |                 |       |
|--------|-----------------|-------|
| 10.2.2 | 超市化经营 .....     | (171) |
| 10.2.3 | “贴近生活”法经营 ..... | (172) |
| 10.3   | 连锁网络的发展 .....   | (174) |
| 10.3.1 | 创办“超级书店” .....  | (174) |
| 10.3.2 | 合作推广 .....      | (175) |
| 10.3.3 | 逐步推进战略 .....    | (177) |

## 第11章 人事管理

|        |                  |       |
|--------|------------------|-------|
| 11.1   | 职位规划 .....       | (179) |
| 11.1.1 | 职位与职称 .....      | (179) |
| 11.1.2 | 职位与资格 .....      | (180) |
| 11.2   | 增补人员甄选及任用 .....  | (183) |
| 11.2.1 | 用人政策 .....       | (183) |
| 11.2.2 | 人员的申请 .....      | (183) |
| 11.2.3 | 招募工具 .....       | (184) |
| 11.2.4 | 选择条件 .....       | (185) |
| 11.2.5 | 面试方式 .....       | (185) |
| 11.2.6 | 核准及核定权限 .....    | (187) |
| 11.2.7 | 报到 .....         | (188) |
| 11.2.8 | 新进职员试用期间考核 ..... | (188) |
| 11.3   | 员工出勤规定 .....     | (190) |
| 11.3.1 | 工作时间的设定 .....    | (190) |
| 11.3.2 | 员工加班的计算 .....    | (192) |
| 11.3.3 | 员工值勤、值班 .....    | (193) |
| 11.3.4 | 员工请假相关规定 .....   | (194) |
| 11.3.5 | 调班、代班 .....      | (195) |



|        |                 |       |
|--------|-----------------|-------|
| 11.3.6 | 公司休、给假 .....    | (195) |
| 11.3.7 | 年休假 .....       | (197) |
| 11.4   | 绩效考核 .....      | (198) |
| 11.4.1 | 绩效考核目的 .....    | (199) |
| 11.4.2 | 绩效考核对象 .....    | (199) |
| 11.4.3 | 考核比重 .....      | (200) |
| 11.4.4 | 考核时间 .....      | (200) |
| 11.4.5 | 考绩成绩分等 .....    | (200) |
| 11.4.6 | 考绩分等与奖惩 .....   | (201) |
| 11.4.7 | 考绩评分项目 .....    | (202) |
| 11.4.8 | 考绩最高限额规定 .....  | (205) |
| 11.4.9 | 考核人员注意事项 .....  | (206) |
| 11.5   | 员工升迁管理 .....    | (206) |
| 11.5.1 | 考核与升降 .....     | (207) |
| 11.5.2 | 考核与调薪 .....     | (210) |
| 11.6   | 出差管理 .....      | (214) |
| 11.6.1 | 一般出差 .....      | (214) |
| 11.6.2 | 出差申请 .....      | (215) |
| 11.6.3 | 出差核准及核决权限 ..... | (215) |
| 11.6.4 | 差旅费申请 .....     | (215) |
| 11.6.5 | 差旅费申请标准 .....   | (215) |
| 11.6.6 | 当日往返出差 .....    | (216) |
| 11.7   | 离职管理 .....      | (217) |
| 11.7.1 | 自请辞职 .....      | (217) |
| 11.7.2 | 过失性辞退 .....     | (217) |
| 11.7.3 | 非过失性辞退 .....    | (218) |
| 11.8   | 员工工作移交 .....    | (218) |
| 11.9   | 管理规章 .....      | (220) |



|        |              |       |
|--------|--------------|-------|
| 11.9.1 | 职薪 .....     | (220) |
| 11.9.2 | 公司员工待遇 ..... | (221) |
| 11.9.3 | 服务守则 .....   | (222) |
| 11.9.4 | 奖惩 .....     | (225) |
| 11.9.5 | 解雇 .....     | (228) |

## 第12章 门市作业管理

|        |                       |       |
|--------|-----------------------|-------|
| 12.1   | 卖场规划与商品配置 .....       | (231) |
| 12.1.1 | 卖场规划的原则 .....         | (231) |
| 12.1.2 | 卖场的设施及其机能 .....       | (232) |
| 12.1.3 | 商品配置 .....            | (234) |
| 12.1.4 | 商品货架管理 .....          | (236) |
| 12.1.5 | 货架管理效益 .....          | (237) |
| 12.2   | 每日开店作业 .....          | (239) |
| 12.2.1 | 开店作业流程 .....          | (239) |
| 12.2.2 | 每日开店作业流程说明及控制重点 ..... | (240) |
| 12.3   | 整洁管理 .....            | (245) |
| 12.3.1 | 营业前工作事项 .....         | (245) |
| 12.3.2 | 营业中工作事项 .....         | (246) |
| 12.3.3 | 整洁工作事项 .....          | (246) |
| 12.4   | 安全管理 .....            | (247) |
| 12.4.1 | 消防安全管理 .....          | (248) |
| 12.4.2 | 防偷盗管理 .....           | (249) |
| 12.4.3 | 防骗管理 .....            | (251) |
| 12.4.4 | 防抢管理 .....            | (251) |
| 12.4.5 | 防止意外伤害 .....          | (253) |



|        |                    |       |
|--------|--------------------|-------|
| 12.4.6 | 灾害防患管理 .....       | (254) |
| 12.5   | 设备管理 .....         | (255) |
| 12.5.1 | 设备的使用 .....        | (256) |
| 12.5.2 | 设备维修及保养 .....      | (257) |
| 12.6   | 门店商品管理 .....       | (258) |
| 12.6.1 | 进货验收 .....         | (259) |
| 12.6.2 | 损坏品处理 .....        | (259) |
| 12.6.3 | 商品调拨 .....         | (260) |
| 12.6.4 | 退货处理 .....         | (260) |
| 12.6.5 | 商品变价管理 .....       | (260) |
| 12.6.6 | 盘点注意事项 .....       | (261) |
| 12.6.7 | 商品耗损防止 .....       | (262) |
| 12.7   | 收银管理 .....         | (266) |
| 12.7.1 | 准备工作(使用收银机) .....  | (266) |
| 12.7.2 | 顾客招呼 .....         | (266) |
| 12.7.3 | 顾客结账作业 .....       | (267) |
| 12.7.4 | 收银注意事项 .....       | (267) |
| 12.7.5 | 收银机操作管理 .....      | (271) |
| 12.8   | 服务管理 .....         | (272) |
| 12.8.1 | 销售员服务技巧 .....      | (272) |
| 12.8.2 | 销售员待客要诀 .....      | (274) |
| 12.8.3 | 销售员服务要诀 .....      | (275) |
| 12.8.4 | 消费者挑选商品的需求倾向 ..... | (276) |
| 12.8.5 | 服务过程中应贯彻的原则 .....  | (277) |
| 12.8.6 | 服务规范 .....         | (284) |
| 12.8.7 | 服务执行细则 .....       | (286) |
| 12.8.8 | 顾客报怨的处理 .....      | (289) |
| 12.9   | 人员出勤管理 .....       | (292) |



|         |               |       |
|---------|---------------|-------|
| 12.9.1  | 出勤守则 .....    | (292) |
| 12.9.2  | 外出登记 .....    | (293) |
| 12.9.3  | 交接班管理 .....   | (293) |
| 12.9.4  | 请休假管理 .....   | (293) |
| 12.9.5  | 排班管理 .....    | (294) |
| 12.9.6  | 人力防漏 .....    | (296) |
| 12.10   | 例外管理 .....    | (298) |
| 12.10.1 | 退货作业 .....    | (298) |
| 12.10.2 | 损耗管理 .....    | (299) |
| 12.10.3 | 异常警讯的防范 ..... | (304) |

## 附录一

|                   |       |
|-------------------|-------|
| 出版物市场管理暂行规定 ..... | (307) |
|-------------------|-------|

## 附录二

|                   |       |
|-------------------|-------|
| 中小学教辅材料管理办法 ..... | (319) |
|-------------------|-------|



# 第1章 中国图书销售市场现状

中国图书市场的发展经历了从建国初期的计划经济模式到 20 世纪 80 年代后市场经济模式的两个阶段。新中国建立后,政府有计划,有步骤地在各个领域建立起相关出版机构。这些出版社就构成了中国出版业的源头,直至今天他们依旧是中国惟一拥有出版权的部门。与此相应,国家建立的新华书店作为图书销售到中国千家万户的庞大系统,在相当长的一段时间里居于垄断地位。虽然,还有一些出版社直属书店及专业书店的存在,但无论从数量上,还是普遍性上都无法与新华书店系统相比,他们只不过是新华书店系统的补充成分而已。

20 世纪 80 年代后,随着我国经济改革的逐步深入,在国家的各个领域都出现了民营经济的成分,图书行业也是如此。随着大批个体零售书店如雨后春笋般出现在中国每个城市的每个角落,新华书店在零售市场上的垄断地位首先被打破。而个体书店灵活多变的经营方式使新华书店在很多城市,尤其是大的城市受到了极大的挑战。而在批发领域由于出版社与个体资金的合作,形成了新华书店批销系统之外的又一渠道,业内称之为“二渠道”。这个渠道通过十几年的发展,已经在全国各大城市建立起完善的图书批



发市场。他们几乎取代了新华书店的批销地位,成为全国零售书店进货的主要渠道。

进入九十年代末期,图书经销的庞大市场与良好的未来,更是吸引了国内外大批投资者的关注。大规模的连锁书店在此背景下成为了新一轮市场竞争的中心。而网络媒介的普及,使图书网上销售也成为了可能。国外各大图书巨头乘中国入世的东风也纷纷抢滩登陆。

中国当今的图书市场可谓风云会聚,强手如林。但短时间内,其格局还是不会发生根本性的变化。就批销市场而言,新华书店与“二渠道”共享的局面已经不可动摇。而最大的变数是零售市场。新华书店以其目前中国唯一能够遍及全国每一个角落的强大资源仍旧占据着很大的市场份额。与其能够全面抗衡的依旧是遍布全国的个体零售书店。作为大资金运做的大型连锁书店则以大中城市为据点,以资金优势强占份额。网络书店虽未深入大众,其前景依旧不容忽视。

近来,最值得关注的是国外图书业的介入。他们不但拥有强大的资金保障,而且拥有多年市场营销的宝贵经验,这些对于国内图书行业来说都将是史无前例的挑战。不过就目前来说,由于我国出版业的法规所限,国外资本只能与国内出版社合作发展。

## 1.1 城市中心门市部

城市中心门市部指的是地处城市最繁华地段、影





响最大、销售额最高的门市部。如北京西单图书大厦、上海的南京东路新华书店、广州的北京路新华书店、长沙的袁家岭新华书店、天津的东北角新华书店、西安的钟楼新华书店等。中心门市部牵动着客户,联系着读者,表现着服务,展现着形象,是整个图书流通过程中的重要制高点。因此,必须不断地加强城市中心门市部的建设,以满足多层次读者对图书的需求,树立书店良好形象。

首先在硬件建设上要舍得投入。在拥有上档次的店容店貌的同时,不能“金玉其外,败絮其中”。其次,软件建设更加重要。只有“软硬”结合,才能真正地提高城市中心门市店的经营管理水平和社会形象,才能巩固其在图书销售渠道中的重要地位。

## 1.2 新华书店

据统计,1937年成立的“新华书店”目前拥有全国13000多个发行网点,依然占有国内70%的图书市场份额。这一国有企业在其最高峰的时候,一年的图书批销额曾经达到17亿元人民币。在相当长的时间里,新华书店几乎就是图书零售和流通的代名词。新华书店的许多省店在省会城市开设大型书城,比如北京的西单图书大厦、上海的上海书城、辽宁沈阳的北方图书城、湖南长沙的湖南书城、四川成都的西南书城、安徽合肥的安徽书城、浙江杭州的音像发行大厦,都抢占了城市图书零售的主导地位。而广大中小城镇星罗棋布的新华书店更是不可胜数,其建筑大都