

书刊发行辞典



湖南出版社

书刊发行辞典

李晓钟 主编

[湘]新登字 001 号

书刊发行辞典

李晓钟 主编

责任编辑 曹有鹏

湖南出版社出版、发行

(长沙市河西银盆南路 67 号)

湖南省新华书店经销，湖南省教育印刷厂印刷

1995 年 6 月第 1 版第 1 次印刷

开本：787×1092 1/32 印张：12

字数：407000 印数：1—5000

ISBN7—5438—0575—8

Z·27 定价：12.00 元

序

对于《书刊发行辞典》的出版，我感到由衷的高兴。感谢此书作者和出版社为书刊发行理论研究和实践做了一件很重要的开拓性的基础工作。该书作者都是多年从事图书发行或期刊编辑发行的同志，他们以马列主义、毛泽东思想以及党和国家的方针政策作指导，紧密联系我国现阶段书刊发行事业的实际，经过一年多的努力，合作撰写了这本具有政策性、知识性、应用性的专业工具书。其内容十分丰富，涉及到书刊发行的各个方面，其中发行体制改革、中国书刊发行业协会、“扫黄”，以及相当一部分书刊发行业务与世界书刊发行业的知识，均为首次收入。所以，这也是一本颇有新意的工具书。可以预料，此书的出版发行，定将有助于我国书刊发行事业的发展。

编撰工具书，是在充分占有资料基础上的一种理论研究。作者嘱我为此书作序，我便借此机会谈一点对当前发行理论研究的看法，供读者及同行们参考。

我国是当今世界出版大国之一，每年出版约 8 万种图书，印行 60 余亿册；年出期刊 6300 余种，印行约 30 亿册。这一批又一批的书刊，不断为世界文化宝库增添财富。而这些精神财富全赖于全国 20 余万人的书刊发行队伍的辛勤劳动，发行到读者手中。倘若离开了发行队伍，出版工作就将寸步难行，书刊的社会效益和经济效益都无法实现。因此，书刊发行工作对整个出版事业，以及对社会主义物质文明建设和精神文明建设都具有举足轻重的作用。近十余年来，改

改革开放的春风吹拂着祖国大地，书刊发行工作同其他工作一样，呈现出一派生机勃勃的景象。我国书刊发行工作现已形成以国营书店为主体（期刊发行以邮发企业为主体）的多种经济成分、多条发行渠道、多种购销形式、少流通环节的书刊发行新格局。随着书刊发行事业的发展，现代书刊发行的理论研究也随之起步。我们已有全国性的出版发行科研机构，以及发行理论研究的公开刊物，并公开出版了《图书发行学概论》、《图书发行企业管理学》、《图书进销学》等一批发行理论专著；发行专业理论教育体系也已初步形成；群众性的发行理论研究亦在发行业中广泛开展；如此等等，甚为可喜。然而，我们必须清醒地看到：我国目前的发行理论与世界出版大国的称谓尚不相匹配，与建设具有中国特色的社会主义现代书刊发行事业的新形势新要求亦有差距。理论源于实践，实践有赖于理论的指导。我们若不及时克服发行理论研究这个薄弱环节，它势必影响发行队伍的建设和发行事业的继续发展。要抓的理论研究课题很多，我认为从大的方面讲，当前要注意抓住以下四方面的研究。

其一，纵向研究，即图书发行史和期刊发行史的研究。我国是发明造纸术、印刷术的国家，也是兴办出版事业最早的国家之一，继书籍生产和商品经济出现之后才有的图书发行事业；至今已有近两千年的历史；期刊，在世界范围内，问世较晚，在我国，它的出现和发行，也有100多年的历史了。我们通过书刊的历史渊源和沿革，可以了解书刊发行事业同历代政治、经济及其他文化事业的关系，特别是与造纸术、印刷术及出版技术演进的密切关系，从中探索到许多带有规律性的东西，以便更好地把握住发行事业的今天，预测它的明天。例如：图书的生产与销售，在明代以前的漫长时

期，二者混为一体，即所谓的“书籍刻售业”；明代则出现书籍刻印中心和书籍销售中心，使书籍刻售业一分为二，独立的行业形态的图书发行业正式出现。而当今图书出版与图书发行的关系融合了古代分、合二者各自的优势，既分又合。从政府管理及出版单位的自办发行看，图书出版与发行是一个统一体，但从发行业的主体看，有其自身的机构系统、经营特点和独立的行业性。这种既分又合的出版与发行的关系，既符合当今我国社会政治经济发展的要求，也是书刊发行业历史发展的必然。

其二，横向研究，即书刊发行比较学的研究。我国书刊发行拥有当今世界上最大的国内市场，而且开拓的潜力很大。然而，我们书刊发行工作者不能只局限于国内市场，也要面向国际市场。中华民族的文化历来在世界上有深远的影响，很多古籍，如《四书五经》、《孙子兵法》、《史记》、《天工开物》、《本草纲目》、《三国演义》、《水浒传》、《西游记》、《红楼梦》等，至今都受到各国人民的欢迎和国际学者专家的高度重视。我们每年出版的书籍中，都有一批反映我国政治、经济、文化特色而世界人民需要的优秀读物，书刊发行人员在这方面大有可为。英国牛津大学出版社是一家在全球享有盛誉的出版社，这固然与它悠久的历史出了不少优秀教材和英文工具书有关，同时与它拥有一支强大的发行队伍也密不可分。它除在英国国内有其发行网点外，在非洲、亚洲、北美、南美等各大洲都有其发行公司或代理处，使该社出版的书籍发往全球。我们对世界书刊发行业的发展情况和世界各类典型性国家的书刊发行业应进行研究、比较，在比较中看到我们自己的优势和弱点，并吸取他人之长，补己之短，努力开拓国际书刊市场。

编著者的话

我国是发明造纸术、印刷术的国家，也是兴办出版事业最早的国家之一。我国图书发行工作，历史悠久，至今有近2000年；期刊，在世界范围内，问世较晚，在我国也有近200年之久。新中国成立后，书刊出版发行事业长足发展，积累了丰富的经验。长期来，成千上万的发行工作者整天忙于发行书刊，但对发行工作本身的研究，赶不上时代需要。至今，阐述图书发行工作的历史、现状、规律的书籍，并不太多，论述期刊方面的书籍更为少见。不注意自身的研究，在一定程度上必将妨碍自身的发展。我们几位编著者中，除个别同志从事图书情报工作外，其余都是出版发行战线上的工作人员，于是乎，一种责任感在我们心中升腾。大家合计一下，很快求得共识，为书刊发行事业，做点基础性的研究工作，编撰了一本《书刊发行辞典》，旨在能起点“铺路石”的作用，希望同仁及其他关心热爱书刊发行事业的同志踏着这块铺路石，将书刊发行事业及其研究工作推进一步。

这本书涉及到书刊发行的方方面面，主要包括图书发行体制改革、邮发期刊的改革及业务原则、书刊发行的机构、经营管理、网点建设、市场、读者心理、宣传、广告、进销、储运、销售服务、财务管理、会计、审计、统计、队伍建设、图书分类、期刊分类、发行史、中国书刊发行业协会、世界书刊业及有关的书刊基本知识等。就整体而言，我们尽力使这本辞典能基本反映我国现阶段社会主义书刊发行行业的特色。

本书所收资料涉及的时间，跨度较大，远及公元前，近至1992年10月。然而，除“发行史”、“书刊基本知识”的少数辞条内容涉及时间久远外，其余全部取材于新中国成立后的40余年，绝大部分辞目及其内容取材于近5年出版的书报刊资料，尤其注意搜集近几年发行体制改革及先进出版技术中涌现的新内容，如“一主三多一少”、“三放一联”、“发行业协会”、“生产经营型”、“经营服务型”以及“计算机激光汉字编排系统”、“激光照排”、“传真版”、“缩微读物”、“电子出版物”等，从而努力使这本书具有时代特色。

现代书刊发行业是现代出版业的重要组成部分，二者相辅相成，不可分割。如图书发行并非成品出厂时才开始，而是从确定选题、组稿时就孕育着发行，并伴随着出版中的各环节，有机的进行宣传、广告、征订等一系列发行准备工作；专营的发行企业也需要及时了解出版动态，掌握各种信息，做到主动经营。为此，本书从发行角度编撰一大类书刊基本知识，包括书刊的生产过程、结构、分类及各类各种书刊的发行特点。只有了解书刊，才可能更好地有效地做好书刊发行工作。

随着改革开放政策的进一步贯彻和文化、科技、经济对外交流日益频繁，我国书刊发行业除需要进一步拓宽国内书刊市场外，还要尽可能开拓国外市场，通过书刊宣传祖国的伟大成就，让世界人民通过书刊进一步了解我国伟大的社会主义现代化建设事业。因此，我国书刊发行业走向世界是必然的发展趋势。为此，本辞典收编了当代世界书刊发行业的部分辞条；从发行角度，介绍世界书刊业的一些情况，供读者参考。

本书的第一、三、五、八部分的期刊类辞条由雷鸣编

撰，共 183 条。图书、书刊含义及其余期刊类辞条编撰的分工如下：第一、二、八部分的绝大多数辞条由李晓钟编撰，共 635 条；第二部分的读者类辞条由罗蕾编撰，共 35 条；第三、四、九部分及第六部分的财务管理与经济活动分析类辞条由刘本仁编撰，共 387 条；第五部分的图书进销类辞条由张验编撰，共 220 条；第五部分的图书储运类辞条由肖武编撰，共 41 条；第六部分的大多数辞条由刘彻编撰，共 291 条；第七部分由向绪初编撰，共 105 条；第八部分图书版本类辞条由李煦编撰，共 63 条。刘本仁参与书中第五、六、七部分的统稿工作，李晓钟负责全书的组织、设计、统稿和定稿工作。

在编撰此书过程中，我们得到了湖南新闻出版局、湖南省新华书店、湖南出版社的有关领导和部门的积极支持；湖南省新闻出版局党组副书记、副局长张训智同志在百忙中抽暇为本书作序；湖南省新华书店分管发行的副经理朱建纲同志审阅了除期刊业务和书刊基本知识部分外的全部书稿；湖南省发行学校肖菊玲、湖南省报刊发行局韩银梅、长沙市邮政局报刊分发科易炳根等同志为编撰本书积极提供情况和资料。我们对上述同志和所有为此书出版作过贡献的同志表示诚挚的谢意。

由于我们水平有限，加之编撰时间仓促，书中疏漏和不当之处，在所难免，恳请读者指正，以期再版时补充和修正。

1992 年 10 月

凡 例

1. 本辞典共收辞目近 2000 条，其中专指图书发行辞目 938 条，专指期刊发行辞目 215 条，书刊发行合义辞目 846 条。

2. 本辞典所涉及的资料截止时间是 1992 年 9 月。凡政策性辞目以党和国家的现行政策法规为据。

3. 一词多义的用 (1)、(2) 等分项叙述。

4. 多词同义的，只在其中一条辞目撰有释文。其余辞目只标出其名称。在正文中除标出辞目名称外，还注明见某条。

5. 有的辞目在其他工具书中也有，如“批发”、“零售”及一些书刊基本知识辞目等；但与其他书的同名辞目相比，内容不尽一致，此书是从书刊发行角度写的，并做到立言有据。

6. 辞目顺序除按九大类外，在同一大类中，又尽可能按其内容的内在联系编排。书后附有笔画索引，以便读者检索。

总 目

编著者的话	(1)
凡例	(4)
分类辞目简表	(5)
分类辞目详目	(7)
辞典正文	(1)
笔画索引	(287)
主要参考文献	(318)
附录	(320)
1. 全国出版社名录	(320)
2. 全国主要的图书发行机构名录	(334)
3. 全国新华书店统一电报号码	(337)
4. 全国主要的邮发期刊发行机构名录	(338)
5. 全国书刊对外贸易机构名录	(340)
6. 全国设有发行专业的大学、中专名录	(340)
7. 书刊发行业协会及出版发行的主要 科研、报刊机构名录	(341)

分类辞目简表

(括弧中的数码指分类辞目详目的起始页码)

一、综合类·····	(7)
二、书刊市场与读者·····	(10)
三、书刊发行机构·····	(12)
四、书刊发行企业管理·····	(13)
五、书刊发行业务·····	(15)
六、书刊发行财务、会计、审计、统计·····	(20)
七、书刊发行队伍建设·····	(25)
八、书刊基本知识·····	(27)
九、世界书刊发行业·····	(34)

分类辞目详目

(括弧中的数码指该辞条在正文中的页码)

一、综 合 类

- | | | | |
|----------------|-----|----------------|------|
| 图书..... | (1) | 图书发行与出版方式..... | (6) |
| 期刊..... | (1) | 正统出版的发行..... | (6) |
| 杂志..... | (1) | 联合出版的发行..... | (6) |
| 书刊..... | (1) | 协作出版的发行..... | (6) |
| 书刊的双重属性..... | (1) | 委托出版的发行..... | (7) |
| 书刊的本质属性..... | (2) | 自费出版的发行..... | (7) |
| 书刊的精神产品属性..... | (2) | 图书发行学..... | (7) |
| 书刊的商品属性..... | (2) | 期刊发行..... | (7) |
| 出版..... | (2) | 书刊发行..... | (7) |
| 发行..... | (3) | 书刊发行的宗旨..... | (8) |
| 出版与发行..... | (3) | 书刊发行的性质..... | (8) |
| 贸易性发行..... | (3) | 书刊发行工作的地位..... | (8) |
| 非贸易性发行..... | (3) | 书刊发行的基本任务..... | (8) |
| 营业性发行..... | (3) | 书刊发行的职能..... | (8) |
| 非营业性发行..... | (3) | 邮发期刊的业务方针..... | (9) |
| 出版发行与两个 | | 邮发期刊的原则..... | (9) |
| 文明建设..... | (3) | 发行人..... | (9) |
| 出版发行方针..... | (4) | 发行者..... | (9) |
| 出版发行与“二为” | | 书商..... | (9) |
| 方针..... | (4) | 发行单位..... | (9) |
| 出版发行与“双百” | | 发行系统..... | (9) |
| 方针..... | (4) | 发行范围..... | (9) |
| 发行与出版文化..... | (5) | 图书发行范围..... | (9) |
| 出版过程中的发行..... | (5) | 期刊发行范围..... | (9) |
| 图书出版单位的称谓..... | (5) | 公开发行业..... | (10) |
| 书业..... | (5) | 内部发行..... | (10) |
| 书业界..... | (5) | 限国内发行..... | (10) |
| 图书发行..... | (5) | “获得重印权只限在 | |
| 图书贸易..... | (6) | 国内发行”..... | (10) |

书刊流通领域·····	(10)	“一主三多一少”·····	(15)
发行权·····	(10)	主渠道·····	(16)
书刊经营权·····	(10)	图书发行主渠道·····	(16)
书刊经营方向·····	(11)	期刊发行主渠道·····	(16)
书刊的国家经营·····	(11)	图书发行辅助渠道·····	(16)
书刊的集体经营·····	(11)	期刊发行辅助渠道·····	(16)
书刊的个体经营·····	(11)	图书发行第一渠道·····	(17)
书店经营责任制·····	(11)	图书发行第二渠道·····	(17)
书刊的承包经营·····	(11)	图书发行第三渠道·····	(17)
图书发行的家庭承包		出版社自办发行·····	(17)
责任制·····	(12)	期刊社自办发行·····	(17)
书刊的租赁经营·····	(12)	社店关系·····	(17)
书刊的股份经营·····	(12)	图书发行企业的多种	
书刊发行企业的多种		经济成分·····	(18)
经营·····	(12)	图书发行的多条流通	
生产经营型·····	(12)	渠道·····	(18)
经营服务型·····	(12)	图书的多种购销形式·····	(18)
总发行·····	(13)	减少流通环节·····	(18)
总发行权·····	(13)	“三放一联”·····	(19)
代理总发行·····	(13)	“放权承包,搞活国营	
书刊批发·····	(13)	书店”·····	(19)
书刊零售·····	(14)	“放开批发渠道,搞活	
图书批发权·····	(14)	图书市场”·····	(19)
书刊的总批发权·····	(14)	“放开购销形式和发行折	
书刊的一级批发·····	(14)	扣,搞活购销机制”·····	(19)
书刊的二级批发·····	(14)	横向联合·····	(20)
集体书店的批发·····	(14)	“一业为主,多种经营”·····	(20)
图书发行体制·····	(14)	“以书为主,以主带副,	
图书发行体制改革·····	(14)	以副促主,协同发展”	
图书发行体制改革的		·····	(20)
指导思想·····	(15)	发行网·····	(20)
图书发行体制改革的		图书发行网·····	(20)
任务·····	(15)	期刊发行网·····	(21)
图书发行体制改革的		邮局发行网·····	(21)
目标·····	(15)	书刊发行网·····	(21)
我国图书发行体制		城市发行网·····	(21)
新格局·····	(15)	农村发行网·····	(21)

集体、个体发行网.....	(22)	精神产品.....	(30)
发行网站建设原则.....	(22)	好书.....	(30)
作者.....	(22)	坏书.....	(30)
责任编辑.....	(22)	书刊发行与意识形态	
图书分类法.....	(23)	领域.....	(30)
图书分类的标准.....	(23)	非法出版物.....	(31)
图书类型的常见分法.....	(23)	查禁书目.....	(31)
中国图书馆图书分类法.....	(24)	反动出版物.....	(31)
中国人民大学图书馆		淫秽出版物.....	(31)
图书分类法.....	(25)	淫秽物品.....	(32)
图书出版统计分类.....	(25)	色情出版物.....	(32)
图书发行统计分类.....	(25)	黄色书刊.....	(32)
期刊分类.....	(25)	黄色出版物.....	(32)
期刊类型的常见分法.....	(25)	精神污染.....	(32)
期刊出版统计分类.....	(26)	精神毒品.....	(33)
图书宣传.....	(26)	“文化垃圾”.....	(33)
图书宣传的严肃性.....	(26)	“黄毒”.....	(33)
图书宣传形式的多样性.....	(26)	“黄害”.....	(33)
图书宣传的针对性.....	(26)	“扫黄”.....	(33)
图书宣传的阶段性.....	(26)	清“黄源”.....	(33)
图书宣传的竞争性.....	(27)	堵“黄流”.....	(33)
图书宣传品.....	(27)	报废书刊.....	(34)
图书广告.....	(27)	“扫黄”与繁荣出版	
图书广告文的写作.....	(27)	事业.....	(34)
图书广告文的语言.....	(27)	社会效益.....	(34)
图书广告文的标题.....	(27)	经济效益.....	(34)
图书广告画.....	(28)	双效益.....	(35)
图书广告画的设计		把社会效益摆在首位.....	(35)
原则.....	(28)	中国书刊发行业协会.....	(35)
图书推销.....	(28)	中国书刊发行业协会的	
图书的主动销售.....	(28)	基本任务.....	(35)
图书推销的宗旨.....	(28)	中国书刊发行业协会的	
图书推销的形式.....	(28)	主要工作.....	(35)
图书推销的基本技巧.....	(28)	中国书刊发行业协会会	
图书推销的基本程序.....	(28)	员资格.....	(36)
评书.....	(29)	中国书刊发行业协会会	
书评.....	(29)	员权利.....	(36)

中国书刊发行行业协会		正中书店	(40)
员义务	(36)	知识产权	(40)
地方书刊发行行业协会	(36)	著作权	(40)
基层书刊发行行业协会	(36)	版权	(41)
图书发行史	(36)	著作权法中的发行权	(41)
古书业	(37)	出版权	(41)
古旧书业	(37)	著作权权利的保护期	(41)
“槐市”	(37)	稿酬	(41)
书肆	(37)	书籍稿酬制度	(41)
佣书人	(38)	期刊稿酬	(42)
国子监	(38)	版税制	(42)
建安书业	(38)	《中国出版》	(42)
刻售中心	(38)	《出版发行研究》	(43)
刻售专业分工	(39)	《新闻出版报》	(43)
书店街	(39)	《图书发行研究》	(43)
点石斋石印书局	(39)	《图书发行》报	(43)
商务印书馆	(39)	发行营业登记	(43)
中华书局	(39)	发行营业执照	(43)
文化书社	(40)	发行合同	(43)
利群书社	(40)		

二、书刊市场与读者

商品	(45)	书刊卖方市场	(47)
图书商品	(45)	书刊供方市场	(47)
图书市场	(45)	我国书刊市场的性质	(47)
图书市场学	(45)	图书市场调查	(47)
期刊市场	(45)	读者市场调查	(47)
书刊市场	(46)	书刊市场的可控因素	
图书批发市场	(46)	调查	(47)
图书超级市场	(46)	书刊市场的不可控因素	
国内书刊市场	(46)	调查	(48)
国际书刊市场	(46)	书刊市场的竞争性因素	
整体书刊市场	(46)	调查	(48)
局部书刊市场	(46)	书刊市场直接调查法	(48)
书刊买方市场	(47)	书刊市场间接调查法	(49)
书刊需方市场	(47)	书刊市场观察调查法	(49)
读者市场	(47)	书刊市场访问调查法	(49)