

主編 高 斯 副主編 趙錦倫

圖書

發行學

導論



江蘇教育出版社

图书发行学导论

主 编 高 斯

副主编 赵锦伦

撰 写 (以姓氏笔画为序)

王达占 卞大元 邓小林 何嘉荪

张 丰 张辉冠 周忠正 赵锦伦

徐应成 徐震元 钱 微 黄国兴

屠 淮 彭光舜 雷德成 薛福顺

江苏教育出版社

(苏)新登字第003号

图书发行学导论

高 斯主编 赵锦伦副主编

责任编辑 廖咏禾

出版发行：江苏教育出版社
(南京中央路165号，邮政编码：210009)

经 销：江苏省新华书店

印 刷：江苏新华印刷厂
(南京中央路145号，邮政编码：210009)

开本850×1168毫米 1/32 印张11.25 字数221,700
1991年11月第1版 1991年11月第1次印刷
印数1—7,000册

ISBN 7—5343—1426—7

G·1265

定价：3.75 元

江苏教育版图书若有印刷装订错误，可向承印厂调换

导 言

以积累和传播人类社会思想、科学、文化知识为任务的图书出版事业，是一个有着独特结构和体系的文化经济事业。其主要部分是图书的出版过程，由编辑、印制和发行三个环节构成。这三个环节互相联系而又各自独立地开展业务活动。在出版事业的整体运行中，除了图书出版过程的三个环节外，还有出版经营管理、出版物资供应、出版人才培养以及出版科学研究等一系列结构的配应活动。

在出版事业的体系中，图书发行是最具文化经济事业特征的一个独立运行的系统。不仅对出版事业的兴旺发达起着十分重要的作用，而且，对整个社会文明的进步，对国家历史文化的延续，特别在现代，对人类智慧与创造力的发挥，从而促进科学技术的飞速发展，起着不可估量的促进作用。

图书发行事业之所以能显示这种十分重要的作用，基本原因在于：在图书出版事业的发

展历史上，当图书的编辑与印制，从初期的手抄本发展到通过一定的载体进行复制的新阶段以后，图书发行事业就“应运而生”，历史地承担起重要的积累与传播任务。如果说图书作为人类在改造主客观世界的长期实践中凝结而成的知识结晶，能够突破时间与空间的限制，广泛地传播到全社会，并且长远地留传到后世，成为社会文明宝库中储存的巨大财富，那么，实现这一历史任务，很大程度上要依靠相应地发展起来的图书发行事业。尽管古代与现代发行事业的规模和条件不可等同而言，但在图书发行事业所起的历史作用这一点上，则是完全一样的。从这一意义讲，没有发达的图书发行事业，也就不会有发达的图书出版事业。

从图书出版事业的活动与发展来看，图书编辑居于中心的位置。一切著作稿，不经过编辑过程就不可能成为可供大量印制、发行的出版物。但是，出版事业是一个有机构成的大系统。如果没有复制手段的运用，图书不可能大量地制作生产出来；如果没有发行机构的活动，图书不可能普遍地长远地传播开去。发行是出版过程的最后阶段，没有图书发行事业的活动，出版事业就不能顺利地、有效地运行。

与图书编辑事业相比较，图书发行事业的重要性还表现在当人类社会的经济活动，从自然经济阶段发展到商品经济阶段以后，图书就具有了商品的性质。虽然图书是一种特殊的商品，但终究要作为商品进入流通领域，才能传播到全社会，并且留传到后世去。在这情况下，图书发行事业具有了双重的社会作用。一重是积累与传播人类知识结晶的社会作用，一重是在商品流通过程中为出版事业提供经济活力的作

用。后面这种作用，是图书出版事业能够兴旺发达的经济上的一大基因。

在阶级社会里，图书发行与社会政治关系密切，图书是表现意识形态的一种具体形式，隶属于上层建筑的范畴。一定社会、一定时代的图书，必然反映出那个时代那个社会的意识形态，包括首先要为那个时代那个社会统治阶级所利用，反映出那个时代那个社会居于统治地位的意识形态。同时，也会反映那个时代不同阶级和阶层的思想意识。所以，在阶级社会中，图书的出版发行总是受一定社会政治的影响和制约。居于统治地位的阶级总要通过政权的力量，制定有关出版发行的法令、政策，规定图书发行的宗旨、职能，运用行政、法律、经济等手段，对图书流通的方向、规模、速度等加以控制，为推动它的政治设施，宣传它的意识形态服务。全社会政治思想生活的演变，也会直接影响到图书市场的变化，社会上存在着阶级斗争，必然反映到意识形态中来。现实的阶级斗争和意识形态领域的阶级斗争，都会影响到图书发行事业的运行。

在阶级社会里，图书发行与社会经济活动关系密切，更是理所当然。在商品经济社会里，图书发行作为一种从事图书商品流通的经济活动，本身就是社会经济的一个不可缺少的组成部分。什么样的社会经济制度，就会有什么样经济体制的图书发行事业。比如，在资本主义国家，在经济体制上，主要是资本家经营的私有经济性质的图书发行企业。不仅如此，图书发行的日常活动，也受到一定体制下的社会经济的影响和制约。在资本主义国家，和资本主义的其它经济活动

一样，图书发行企业之间，充满着资本主义的竞争，大公司兼并小公司，大出版商垄断图书市场之类现象到处都有。当然，图书发行的物质技术条件，也总是随着社会经济发展的水平，而处于一种相应水平。

我国的图书发行有着悠久的历史，即便是从西汉“槐市”算起，至今也已有两千多年有据可查的历史。历史上各个不同时期的图书发行实践，有着各自不同的特点，并由此组合成丰富多彩的图书发行的历史画卷，其间有大量规律性的东西有待人们去不断地认识和探讨，有许多复杂的文化经济现象有待人们科学地进行解析和论证。

以上各点，是对于图书发行事业一般意义上的若干认识。它们是研究“图书发行学”的基本出发点。

从这些基本出发点，我们已经体会到，探讨图书发行的规律性，有着从实践到理论，多方面、多角度地进行分析研究的众多课题。

建国以来，我国的图书出版事业是社会主义的图书出版事业。属于这个大系统的图书发行，当然也是社会主义性质的事业。虽然在一般意义上，社会主义的图书发行事业同样具有上面所说到的那些历史作用和社会作用，但是，它和中国历史上各个时期的图书发行事业有着性质上的区别，和资本主义国家的图书发行事业更有性质上的区别。

从历史的演变情况来看，社会主义的图书发行事业脱胎于建国以前革命的图书发行事业。而革命的图书发行事业，又是从古代图书发行事业和近现代成为主流的进步图书发行事业演变而来的。我们不能割断社会主义图书发行事业与历

史上这一事业的联系，尤其不能割断与建国前革命发行事业的密切联系。但是，社会主义图书发行事业，是全国统一的以国营机构为主体的图书发行事业，受着国家计划的指导与调节，在业务上，经营管理上，接受共产党的领导，接受国家制定的出版方针和一系列政策的指导。在这一体制和性质上，和建国以前革命的图书发行事业有着明显的区别。和“五四”运动以前近代时期的图书发行事业，以及古代图书发行事业，更有根本性质上的区别。因而，研究自古以来直到建国以后社会主义时期的图书发行史，固然相当复杂，就是联系历史上的各种规律性来探索社会主义时期图书发行的规律性，也显得相当复杂。对此，应有足够的估量。

社会主义的图书发行事业，在执行党和国家制定的出版方针问题上，最主要的任务，简明地说，就是如何坚持四项基本原则，多发快发好书。社会主义图书发行事业的全部任务，说到底就是坚持四项基本原则，多发快发好书。如果把坚持四项基本原则这一政治大前提，理解为“好书”的主要标准之一，那么再简化成“多发快发好书”也是可以的。社会主义出版事业的兴旺发达，主要的标志也在于是否多出快出好书。在我们的国家里，凡是宣传马克思主义、毛泽东思想的政治理论图书，凡是反映了新创造、新成就，推动社会主义物质文明和精神文明建设的图书，凡是继承和发扬优秀历史文化遗产，有利于改革开放的社会科学和自然科学图书，凡是真实地反映现实生活，有益于人民精神文化生活的图书，不论何种门类、何种体裁，都将是受到广大读者欢迎的好书。因而，在图书出版事业中分工承担发行职责的发行事业，它

的任务当然就是多发快发好书。探索如何多发快发好书的规律性，应该是“图书发行学”研究的一个重要课题。

在经济领域里，一条重要的规律是生产决定流通。在出版事业的全部运行过程中，编辑出版图书具有决定的意义。要发行好书，首先编辑出版部门要编辑出版好书，有了政治内容正确，思想内容科学，艺术性可读性很强的各类好书，图书发行事业才能有多发快发好书的物质基础。但是，流通也反过来影响生产，有时，流通对生产也会具有某种决定性的反作用这在经济活动中并不少见。社会主义图书发行事业也是如此。比如：通过图书发行市场多种图书的销售情况，可以测出出版部门的编辑计划是否符合客观需要，是否和广大读者的求知要求相对路。实际情况是千变万化、很为复杂的，有时出版了好书，因为一时的不对路而不能畅销，是很自然的事情。发生了这种情况，图书发行部门的信息迅速反馈到编辑出版部门，就能够起到带有决定性的作用。图书发行部门经销的图书，包括了由众多出版社出版的众多品种，这为发行部门提供了一种优势，可以从广大读者对不同图书的不同反映中，归纳出社会思潮、社会风尚和求知变异的动向。一方面在自身的发行活动中发挥积极的导向作用，一方面积极推动编辑出版部门发挥导向作用。可见，社会主义的图书发行，如能在出版事业的全部活动中，发挥独特的积极作用，那么，将会对出版事业的繁荣发展，作出重大的贡献。

在社会主义有计划的商品经济的历史阶段，图书仍然要作为商品进入流通过程，因而，社会主义图书发行事业必然要和图书作为商品进入市场流通结合成一体而运行，也就是

说,社会主义图书发行要投入到商品经济的市场活动中去,才能发挥自己的历史作用和社会作用。不过,由于社会主义图书发行事业,有着以国营机构为主体的特定性质,它在图书市场开展的商品经济活动中,起着体现国家方针、政策和为人民服务、为社会主义服务的主导作用。它不仅在社会经济活动方面,能够联系其它所有制(集体经营的、个体经营的)的发行单位,共同为图书市场的稳定繁荣和发展而努力,能够经得起任何市场风浪的冲击,而且,在政治上和意识形态领域里出现阶级斗争并反映到出版界的时候,社会主义的图书发行事业也能发挥自己的重要作用,维护社会主义出版方针的贯彻执行。在这一根本点上,我们看到了社会主义图书发行事业,作为社会主义制度下的文化经济事业,显示了很不一般的重要作用。

无论是图书发行事业的一般情况,还是我国社会主义图书发行事业的特殊运行情况,都告诉了人们,图书发行作为一项社会性的文化经济事业,又是属于上层建筑范畴的文化事业,是一个与全社会政治、经济、文化活动有着多方面联系的复杂系统。它的全部活动必然蕴藏着许多不以人的意志为转移的客观规律。探究认识这种规律性,就是我们所要创建的“图书发行学”的全部任务。尤其是,除了一般规律而外,我们要着重探讨发现社会主义图书发行的特定规律性。这种特定的规律性,有一部分来自于历史上起过重大作用的规律性,但因为它是在社会主义体制的条件下,继续或重新发挥作用,成为社会主义图书发行规律性的一部分,我们应该从社会主义特定性质去认识这种历史的规律性。同时,在

社会主义体制下，图书发行事业的实践又蕴藏了社会主义时期独有的规律性，更值得我们认真总结实践经验，进行理论的分析与研究。由此可见，对于“图书发行学”的研究，将是富有创造性的探索。

总之，图书发行的运行过程，包含着一系列复杂有序的活动，形成了循环往复的图书发行的实践过程。社会主义图书发行更是一种涉及面较广，涉及层次较多的文化经济活动，具有物质劳动和精神劳动的双重属性。“图书发行学”的研究，需要从历史的演变到当代的实践，收集有关的资料，认真总结实践经验，然后进行理论的概括与论证，一个课题，一个课题地积累成果，汇合而成综合的体系结构。这是一项相当艰巨的系统工程。

“图书发行学”的研究活动，建国以后已经有了一段时间。早在五十年代后期，就有热心者结合对图书发行历史经验的总结，着力于从理论上对若干重要问题进行阐述。近年来，国内曾先后出版过两个不同版本的《图书发行学概论》。即由郑士德主编、新华书店总店编辑出版的《图书发行学概论》和由罗紫初编著、武汉大学出版社出版的《图书发行学概论》。这是图书发行学研究的优秀成果。我们现在所编写的这本《导论》，打算结合江苏图书发行工作的实践经验，其中又着重结合图书发行体制改革以来的一些体会以及所面临的新情况、新特点，作一点有关规律性的探讨。

我们觉得，八十年代出版事业实行全面改革以来，图书发行事业面临的新形势是很明显的。

一、社会主义物质文明和精神文明的建设任务，把图书

的出版发行工作，推上了一个前所未有的重要地位，今天的图书发行工作，承担着更加光荣而艰巨的历史重任。过去的四十多年中，社会主义图书发行事业经历了曲折的发展道路。有十分丰富的成功经验，也有不少值得总结的历史教训。经过了这些年清除“左”的错误影响，反对资产阶级自由化及“扫黄”斗争，我们又面临着一手抓整顿、一手抓繁荣的新局面。认真地总结图书发行的实践经验，深入地揭示图书发行的规律性，用以指导和服务于当前的图书发行任务，显得更为迫切了。时不我待，我们应该加紧“图书发行学”研究工作的进程。

二、在改革开放的新的历史时期，社会主义图书发行得益于改革开放的外部驱动，取得了突破性的开拓，不仅因为图书发行工作者的思想观念、图书发行事业的体制等发生了质的变化，图书购销形式、流转程序、图书发行操作技艺等，也都发生了新的变革。处于这样一个开创新局面的历史时期，作为一门独立的新兴学科，“图书发行学”无疑要融进改革的内容，通过对前期图书发行改革实践的总结与回顾，对当代图书发行中大量的理论和实践问题，作出尽可能全面、系统的阐述。力求在理论上指导当前和今后的改革实践，这是我们义不容辞的责任。

三、人的认识有一个不断深化的过程，对某种社会现象的规律性的认识尤为如此，人的认识又是一个不断发展的过程，对规律的发现和探索同样也需要在实践中不断地加以完善。“图书发行学”研究的课题有不少已经有了相应成果和一定的论断。但由于改革尚在深化，改革将长期地进行，有不

少问题仍在研讨和探索之中，还有更多的规律性，尚未为我们认识和掌握。因此，不断地充实对规律性的新认识，使“图书发行学”的理论研究成果更为丰富，更为完善，无疑具有积极意义。

我们现在编写的这本《导论》就是本着这几点认识，作为在理论结合实践的探索中一次投石问路的尝试，就教于我们的同行和先行者。深愿这本《导论》能够起到抛砖引玉的作用，引发更多、更精辟的“图书发行学”研究成果来。

目 录

1 导言

1 第一章 “图书发行学”的科学范畴

1 一、“图书发行学”研究的主要对象

4 二、“图书发行学”研究的主要课题

8 三、“图书发行学”的研究方法

13 第二章 中国图书发行史概述

14 一、古代中国的图书发行

20 二、近现代中国的图书发行

30 三、建国后社会主义图书发行事业的发展

37 第三章 社会主义图书发行的性质、 方针和任务

37 一、社会主义图书发行的性质

39 二、社会主义图书发行的方针

45 三、社会主义图书发行的任务

51 第四章 图书市场

- 51 一、图书发行与图书市场
- 54 二、社会主义图书市场的特性
- 64 三、图书市场的竞争与竞争意识
- 71 四、图书市场与主渠道的作用
- 75 五、信息与预测

84 第五章 城市图书发行

- 84 一、建设相当规模的城市发行业务
- 91 二、城市图书发行事业的发展规划
- 97 三、门市销售业务
- 108 四、图书批发业务
- 111 五、多种销售活动中的难题

119 第六章 农村图书发行

- 119 一、对农村图书发行重要性的再认识
- 127 二、农村图书发行的指导思想
- 133 三、适销对路，方便读者
- 139 四、加强农村基层发行工作

145 第七章 网点建设

- 145 一、图书发行网点建设的重要性
- 149 二、图书发行网络的特点
- 152 三、网点建设的指导思想

- 157 四、网点建设的若干经验
- 161 五、城区发行网点的配置
- 165 六、加强农村发行网点建设

170 第八章 宣传推广

- 170 一、图书宣传推广的意义与作用
- 176 二、图书宣传的优良传统
- 183 三、图书宣传推广的原则
- 188 四、读者心理与图书宣传

193 第九章 图书进货

- 193 一、进货在图书发行中的地位
- 196 二、图书进货的准则
- 204 三、图书进货的决策
- 208 四、图书进货流程和订目

216 第十章 图书储运

- 216 一、图书储运工作的作用
- 222 二、仓储工作中的收进与发出
- 229 三、图书的运输
- 234 四、图书的仓储管理

240 第十一章 财务管理

- 241 一、图书发行财务管理体制
- 245 二、图书发行财务管理的原则

248 三、图书发行财务管理的任务

259/ 四、图书发所财务管理的内容

263 第十二章 出版社自办发行

263 一、出版社自办发行的兴起

267 二、自办发行的基本功能与作用

272 三、自办发行的主要形式

275 四、自办发行必须处理好的几个关系

285 第十三章 企业文化

285 一、企业文化问题的提出

290 二、企业文化的层次结构

296 三、企业文化中的事业精神

304 四、公共关系和职业道德

311 五、企业文化的构建机制

317 第十四章 图书发行改革

317 一、图书发行改革的必然进程

322 二、改革的指导思想

326 三、改革目标和承包经营责任制

332 四、多种经济成分和多种经营方式

338 五、任重道远的前景