

高等院校图书发行专业试用教材

图书发行学概论

新华书店总店

高等院校图书发行专业试用教材

图书发行学概论

新华书店总店

1984年6月

高等院校图书发行专业试用教材

图书发行学概论

郑士德 主编

新华书店总店编辑出版

北京新华印刷厂印刷

新华书店总店发行

开本 880×1230 1/32 印张 7.25

1984年6月第1版 1984年6月北京第1次印刷

印数 1—80,000

成本费0.83元

编写说明

《图书发行学概论》是由新华书店总店组织辽宁、吉林、黑龙江三省新华书店的同志和总店同志共同编写的。

这本书从1982年8月着手编写，到1984年3月，一共写了五稿。1983年6月写出第三稿时，曾在沈阳开过编审会。会后，根据讨论的意见，改写成第四稿，打印出书。这个油印本，作为武汉大学图书馆学系图书发行专业教材，已经讲授了一个学期。文化部文化管理干部学院也把它作为专业教材，在第一期发行干训班讲授了一个学期。这期间，我们听取了各方面的意见，由总店同志又作了修改，部分章节有较大的增删，成为第五稿。现在，把这一稿作为图书发行专业教材的试用本，铅印出版。

本书五易其稿，参加编写的人员比较多，主要有：总店郑士德、陶德，辽宁省店石玉明、董志义、李陆元，沈阳市店唐德全，吉林省店高恒、敖秉林，黑龙江省店迟长亭、王克政。主编郑士德。

本书的编写，得到了武汉大学图书馆学系和东北三省书店的大力支持，在此谨表谢意。

图书发行学是一门年轻的学科，也可以说刚刚起步。欢迎读者对本书提出批评、建议。

新华书店总店

一九八四年六月

目 录

编写说明

导言 (1)

图书发行学的研究目的(1) 图书发行学的研究对象(2)

图书发行学的研究内容(3) 图书发行学的分支学科(5)

图书发行学的研究方法(7)

第一章 我国图书发行事业的产生和发展 (9)

第一节 古代的书店 (9)

抄书出售的古代书肆(9) 佣书成才(11)

印书出售(11) 专业分工(12)

第二节 近代和现代的书店 (14)

封建的官营书局(14) 外商在华设立的书局(15)

维新派和辛亥革命派的书刊宣传(15) 民族资本

兴办印书馆、书局(17) 反动书店(18)

第三节 建党前后的革命书店 (18)

建党前的革命书店(19) 建党后的革命书店(19)

建党前后革命书店的特点(20)

第四节 革命根据地、解放区的书店 (21)

苏区和长征途中的书刊发行(21) 新华书店在延

安成立(22) 西北新华书店(23) 华北新华书

店(24) 华东新华书店(24) 东北新华书店(25)

	中南、西南新华书店(25) 新华书店的优良传统	
	(26) 国统区的革命书店(27)	
第五节	建国后的书店.....	(28)
	专业分工后的管理体制(28) 蓬勃发展的图书发	
	行事业(30)	
第二章	社会主义图书发行事业的性质、方针和任务.....	(31)
第一节	社会主义图书发行事业的性质.....	(31)
	是党的宣传教育工作(32) 是科学文化工作(35)	
	是供应精神食粮的服务工作(37) 是社会主义公有	
	制文化企业(40)	
第二节	图书发行工作方针.....	(42)
	为人民服务为社会主义服务(42) 百花齐放 百	
	家争鸣(46) 古为今用 洋为中用(46) 勤俭办	
	企业(47)	
第三节	图书发行部门的基本任务.....	(48)
	三项基本任务的理论基础(48) 宣传马克思列宁	
	主义、毛泽东思想(52) 传播科学文化知识(56)	
	丰富人民的精神文化生活(58)	
第三章	图书发行网的建设.....	(61)
第一节	图书发行网的概况.....	(61)
	建国以来的图书发行网(62) 发行网的构成(64)	
	社会主义图书发行网的特点(68)	
第二节	建设发行网的指导思想.....	(70)
	建设发行网的指导思想(70) 建立网点的基本要求(73)	
第三节	发行网点的配置原则——“专、兼、群”三结合.....	(75)
	国营发行网点的配置(77) 积极发展集体网点	
	(81) 适当发展个体网点(83) 巩固和发展供	

销社售书点(84) 巩固和发展商业代销点(86)
发展群众性的业余发行力量(87) 图书发行网示意图(90)

第四章 图书购进与市场预测 (91)

第一节 图书购进的作用 (91)

图书购进的概念(91) 进货工作的作用(92)
进货工作的理论基础(95)

第二节 进货工作的基本原则 (96)

质量第一(96) 以需定进(97) 统筹兼顾(98)
科学管理(99) 分层负责(99)

第三节 进货形式 (101)

征订包销(101) 寄销(102) 试销(103) 初版分
配试销重印征订包销(103) 出版社自办发行(103)

第四节 图书的市场信息 (105)

信息的含义与作用(105) 信息的收集(106) 信
息的处理及运用(107) 信息网的建立(109)

第五节 图书市场预测 (110)

市场预测的含义和内容(110) 市场预测的种类和
方法(111)

第五章 图书销售 (115)

第一节 图书销售的要领和质量要求 (115)

销售的目的性(116) 销售的主动性(117) 销售
的针对性(118) 销售的时间性(119) 销售的灵
活性(120) 发行质量的八项要求(121)

第二节 销售方式 (122)

门市供应(123) 流动供应(125) 图书展销(127)
大型书市(128) 征订供应(128) 对社会集团的

供应(129) 邮购(129)

第三节 正确处理图书销售中的几个关系 (130)
批发与零售(130) 城市与农村(131) 重点与一般(132) 划区与跨区(133) 服务与管理(134)
脱销与积压(134)

第四节 销售纪律 (136)
坚持读者自愿购买原则(136) 不准搭配供应(137)
严肃处理停售报废图书(137) 按规定办理内部发行(138) 杜绝赊销批图书(139)

第六章 图书宣传 (140)

第一节 图书宣传的作用 (140)
传播信息(141) 诱发需求(143) 配合中心(143)
加速流转(144)

第二节 图书宣传的原则 (145)
宣传好书(145) 实事求是(146) 有计划有目的(146) 讲究艺术性(147)

第三节 图书宣传的方式方法 (147)
报刊广告(147) 广播、电视广告(149) 幻灯广告(150) 印发图书宣传品(150) 橱窗宣传(151)
图书陈列宣传(152) 黑板报、海报宣传(153) 读书报告会(153) 口头宣传(153)

第四节 图书宣传应注意的问题 (154)
依靠外力扩大宣传(154) 全店人员都要关心图书宣传(155) 充分运用各种宣传品(156) 图书宣传要经常化(157)

第七章 图书储存和运输 (158)

第一节 仓储工作的作用 (158)

	仓储工作的作用(160) 仓储发运劳动的性质(161)	
第二节	仓储工作的职能	(162)
	收货(162) 保管(164) 发货(166)	
第三节	图书运输的重要性	(167)
	合理组织运输的意义(168) 合理运输的原则(169)	
	影响图书运输的因素(170)	
第四节	图书发运业务	(171)
	正确选择发运方式(171) 合理使用运输工具(173)	
	发运业务的管理(175)	
第八章	图书发行企业管理	(177)
第一节	企业管理的职能	(177)
	企业管理的两重性(178) 企业管理职能(178)	
	社会主义企业管理的特征(180)	
第二节	企业管理的内容体系	(181)
	全面计划管理(182) 全面的发行质量管理(182)	
	全面经济核算(183) 全面人事与劳动管理(183)	
第三节	计划管理	(184)
	计划管理要点(185) 计划管理原则(186) 计划	
	分类内容(187) 商品流转计划(188) 劳动工资	
	计划(189) 发行网点发展计划(190)	
第四节	财务管理	(191)
	流动资金的管理(191) 商品流通费的管理(193)	
	利润的管理(194)	
第五节	商品管理	(195)
	商品管理的意义、作用(195) 商品管理责任制(196)	
	存书分年核价(197) 建立发行记录卡(198)	
第九章	图书发行队伍建设	(199)

第一节	发行队伍建设的基本要求	(199)
	发行队伍的成长壮大(199) 队伍建设的基本要求(201) 发行工作者的知识结构(205)	
第二节	培训队伍的基本形式	(206)
	在职教育(206) 自学成才(210) 学校教育(210) 学术研究(211)	
第三节	发行工作者的职业修养	(212)
	职业道德修养(212) 业务素质修养(219)	

导 言

在俄国十月革命和我国“五四”运动的影响下，以传播新思想新文化、宣传马克思主义为宗旨的新型图书发行业，在祖国大地勃然兴起。它在中国共产党的亲切关怀和直接领导下，从无到有，从小到大，经历了曲折复杂的斗争，随着整个革命事业的发展而发展起来。从一九二〇年李大钊、毛泽东、恽代英等同志相继在北平、长沙、武汉、上海等地建立革命书店算起，到现在已经有了六十多年的历史。我国的图书发行学，就是以马克思列宁主义、毛泽东思想为指导，以总结六十多年来革命的发行工作经验为基础，以探索图书发行的规律性为主要内容，在社会科学领域逐步形成的一门应用学科。

图书发行学的研究目的

图书发行工作是整个出版工作的重要组成部分。一本书稿，经过编辑、出版，印刷成书，只有通过发行这个环节，才能最广泛地传播到广大读者手中，从而达到出版的目的。为了发展共产主义运动，有不少老一辈无产阶级革命家曾亲自领导和参加过党的出版发行工作。在革命战争年代，许多优秀的共产党员和革命工作者，为致力于党的发行业而献出了自己的宝贵生命。他们的光辉业绩，永远鼓舞和鞭策着发行工作者奋勇前进。

中华人民共和国成立以后，解放区和国统区的两支革命的出版发行队伍胜利会师，为发展我国社会主义出版发行业奠定了

坚实基础。建国三十多年来，我国的出版发行工作取得了很大成绩，特别是党的十一届三中全会以来，经过拨乱反正，整个出版发行事业呈现出一派繁荣的景象。

党的第十二次全国代表大会提出了全面开创社会主义现代化建设新局面的宏伟纲领，再一次强调指出，在建设高度物质文明的同时，一定要努力建设高度的社会主义精神文明。社会主义现代化建设的新形势，把出版发行工作推到我党我国历史上前所未有的重要地位。它的重要性就在于，出版事业的发展，既是社会主义精神文明建设的重要方面，又是物质文明建设的组成部分和重要条件。思想建设、文化建设和经济建设、政治建设，都同出版发行工作密切相关。我们的出版物的质量和数量如何，直接反映着并影响着我国的经济、政治、文化和教育的发展水平。书刊是思想文化科学的主要传播手段。适应社会主义现代化建设的新形势，探索图书发行的规律性，以最少的人力、物力消耗，把书刊最有效地最广泛地发行出去，及时满足全国人民的需要，这就是研究图书发行学的目的。

图书发行学
的研究对象

毛泽东同志指出：“科学研究的区分，就是根据科学对象所具有的特殊的矛盾性。因此，对于某一现象的领域所特有的某一种矛盾的研究，就构成某一门科学的对象。”^① 图书发行学是研究图书发行领域里的矛盾运动及其规律性的科学。在发行领域里存在诸多矛盾，图书发行学着重研究图书供求矛盾，探讨图书供求规律。

^① 《毛泽东选集》第1卷，第284页。

社会主义社会还存在商品生产。出版社出版的图书，要作为商品出售。我国的图书发行部门是图书商品流通的主要承担者。因此，研究图书发行领域的矛盾运动，离不开对图书发行事业的性质任务、发展概况和全部发行过程的研究。图书的发行过程，实质上是图书商品的物质形态和价值形态不断运动变化的过程。在每一个运动过程中都发生着错综复杂的矛盾。其中，图书供求矛盾是基本矛盾。恩格斯说：“供应总跟着需求，然而从来没有刚好满足过需求；供应不是太多，就是太少，它和需求是永远不相适应的，因为在人类这种不自觉状态下，谁也不知道需求和供应究竟有多大。”^① 图书发行学要着重研究在我国社会主义条件下图书供求矛盾的特点，影响供求的因素，缩小供求差距的途径，力求做到图书供求的相对适应。

图书供求矛盾不是孤立的静止的。它同社会主义图书发行事业的文化宣传属性和商业属性联系在一起。因此，在发行过程中经常会出现政治任务与经济任务、社会效益与经济效益、发行质量与经营指标、服务水平与发行方式等等矛盾。供求矛盾同上述诸矛盾相交织，构成图书发行领域里的矛盾运动。图书发行学要从理论和实践的结合上，具体地分析矛盾，总结经验，从中找出它们的规律性。

图书发行学
的研究内容

图书发行学以图书发行事业建设作为自己的研究主体。具体研究内容可分为：经营思想建设、发行网点建设、业务技术建设和队伍建设。加强这四个方面的建设，直接关系到正确处理图书供求

① 《马克思恩格斯列宁斯大林论经济危机》第1页。

矛盾。

经营思想建设，主要是从理论上阐明图书发行事业的性质、方针、任务和从事发行活动的基本准则。本书指出，社会主义图书发行事业性质、任务的理论基础是科学社会主义。科学社会主义是关于无产阶级解放条件的学说。其中有个重要原理：马克思主义要和工人运动相结合，而“阶级政治意识只能从外面灌输给工人”。灌输的渠道是多方面的，图书发行事业是向工人阶级和广大人民群众灌输“阶级政治意识”不可缺少的渠道。列宁说过：“书籍是巨大的力量，我们的任务就在于如何使图书在人民中间广泛流传，……如何迅速满足对图书的一切需求。”^①我们应该从科学社会主义的理论高度，来认识图书发行事业的历史发展和作用，认识它的性质任务、方针政策和发行活动准则，来建立正确的经营思想，来指导这项事业沿着社会主义方向前进。

发行网点建设，主要是从历史的经验教训中找出它的发展规律，通过分析网点建设中的矛盾运动，来研究发行网点的配置原则和配置规律。本书以生产关系一定要适应生产力发展这一根本原理，论述了发行网点建设为什么要以新华书店为骨干，为什么要实行多渠道、多成分，为什么要实行专、兼、群三结合。

业务技术建设，主要是指如何按照图书供求规律，科学地组织好进、销、调、存。这四个环节，是发行部门的基本业务环节。图书的广泛传播，要靠这些环节的协调运动。图书的宣传推广与销售不可分，也可以说它是扩大销售必不可少的手段。本书的四、五、六、七章，探讨了图书进、销、调、存的基本原则，

^① 《列宁全集》第19卷，第27页。

要领以及相应的组织技术。

图书发行的科学管理，从广义来说，也是一项重要的业务技术建设。管理来源于业务活动，但是管理从业务活动分离出来并系统地发展起来，就形成了计划、组织、指挥、控制和调节的过程。在现代化的大规模发行企业里，如果管理不善，图书商品的流通及其资金运用就不可能有规律、有秩序地进行。本书把图书发行管理也作为图书发行学的一项重要研究内容。

发行队伍建设，是从人是生产力中最积极的因素这个基本原理出发，联系图书发行工作的性质任务，提示了发行队伍建设的几个带有规律性问题。本书特别强调了发行工作者的职业修养、职业道德和职业责任及其知识结构。

根据图书发行学的研究对象、研究内容与研究目的，图书发行学的体系结构是从阐述图书发行事业的经营思想建设开始，扩展到网点建设、业务技术建设和队伍建设。这四个方面的建设，是密切相联的统一体，相辅相成。经营思想建设是社会主义图书发行事业的灵魂，网点建设是它赖以开展发行工作的物质基础，业务技术建设是它的中心内容，队伍建设则是发展这项事业的重要保证。在这里，经营思想建设决定着它同资本主义图书发行事业的本质区别。社会主义图书发行部门必须首先加强经营思想建设，用它来带动其他三个方面的建设。图书发行学是一门新兴的学科，我们对图书发行规律的认识还很肤浅，还有待于“从必然王国进入自由王国的飞跃”。

图书发行学
的分支学科

《图书发行学概论》是对这门科学的概括论述，力求把图书发行学的知识以及实践经验系统化、理论化。本书是研究这门学科的

入门和基础。图书发行学的分支学科包括：图书发行事业史、图书进销学、图书发行管理学、各个门类专业书的发行学（例如科技书发行、教材发行、年画发行等等）、图书宣传推广学、图书发行心理学、图书发行比较学等等。这些分支学科都从不同的角度丰富和发展着图书发行学。以《科技书发行》为例，它就是专门研究科技书的产销矛盾运动和供求矛盾运动的，通过对这些矛盾运动的分析，揭示出各类科技书的进、销、调、存的规律性。

科学发展的规律表明，随着生产力的发展，社会分工越来越细，科学门类也越分越细，而各个学科之间又相互渗透，不断形成新的学科，或在某些原有学科的边缘产生新的学科。图书发行学是随着我国经济文化的发展和出版、印刷、发行事业的分工专业化，借助哲学、社会科学、自然科学等方面的知识，结合对图书发行领域内部矛盾运动的认识逐步形成的新学科。例如，研究图书发行事业的历史和性质任务，就离不开历史、党史、文化史和科学社会主义；研究图书发行网点建设离不开政治经济学和经济地理学；研究业务技术离不开目录学、分类学、市场预测、计算机科学；研究图书宣传推广离不开广告学、心理学、美学和工艺美术、色彩学；研究图书发行管理学，离不开管理科学、统计学、会计学；研究科技书发行，离不开科技发展史、自然辩证法、科技书出版史以及我国发展科学技术的方针政策，还离不开理、工、农、医等科学门类的基础知识；研究发行队伍的建设，离不开马列主义基础理论以及教育学、思想政治学和社会学等。图书发行学要广泛地利用和吸收其它各门学科的研究成果和有关理论来促进自己的发展，同时也以自己的研究成果和实际材料去补充其它学科。

图书发行学
的研究方法

图书发行学的基本研究方法是马克思主义的唯物辩证法。唯物辩证法是最科学的方法论。我们必须运用唯物辩证法来总结图书发行事业的历史经验，研究、探讨我国社会主义图书发行的规律性。

唯物辩证法的核心是对立统一规律。我们要善于运用这一规律来观察和处理图书发行领域的矛盾运动。在各种矛盾中要注意区分主要矛盾和次要矛盾，用全力抓住主要矛盾，抓住矛盾的主要方面。例如，要解决供求矛盾，就要认真研究供应和需求的两个方面，“供”，包括了解书籍内容、出版时间、读者对象以及发行力量的组织和运用；“求”，包括了解读者需要及其发展趋势。发行工作者的任务就是把供和求的两个方面有机地结合好。当然，图书供求的有机结合不是轻而易举就可以达到的，它取决于多种因素，往往是诸因素互相作用的结果，必须对具体问题作具体分析。

唯物辩证法认为，物质世界是普遍联系和不断变化的统一整体。我们必须运用联系和发展的观点，把图书发行同国家的政治、经济、文化事业的发展变化联系起来加以研究。要从企业内部和外部的相互联系中，来考虑图书供求关系的发展变化及其规律性。要深入研究建设高度的社会主义物质文明和精神文明对图书发行工作提出的新要求、新问题，改革那些不适应形势发展的旧框框、旧体制，不断地运用新鲜经验，来充实和丰富图书发行学的内容，并从理论上加以说明。

毛泽东同志说：“一个正确的认识，往往需要经过由物质到精神，由精神到物质，即由实践到认识，由认识到实践这样多次