

图书发行工作 实用手册

Tushufaxinggongzuo
Shiyongshouce

浙江人民出版社 ■



■ ZHEJIANGRENMINCHUBANSHE

图书发行工作实用手册

**Tushufaxinggongzuo
Shiyongshouce**

王 信 王祖德 叶盛泰 周一苇 编写
陈绍镛 翁瑞华 程光明 谢振伟
(以姓氏笔划为序)



图书发行工作实用手册

王 信 王祖德 叶盛泰 周一莘 编写
陈绍镛 翁瑞华 程光明 谢振伟

*

浙江人民出版社出版

(杭州武林路125号)

浙江新华印刷厂印刷

(杭州环城北路天水桥堍)

浙江省新华书店发行

*

开本 787×1092 1/32 印张 12.25 插页 3 字数 250,000

1987年 8月第 一 版

1987年 8月第 一 次印刷

印数: 00001—35 700

*

ISBN 7-213-00066-7/Z·2

统一书号: 17103.24

定 价: 2.50 元

一、图书发行工作的性质、方针、任务

图书发行工作的性质

我国图书发行工作是中国共产党领导的社会主义事业的一个组成部分,是以新华书店为主体的多种经济形式、多条流通渠道、多种购销形式所组成的图书发行工作,是党在思想战线上的一个重要宣传部门。它与资本主义国家的图书发行业有着根本的区别。

从这个根本性质出发,图书发行工作,首先应该是宣传教育工作,要具有鲜明的思想性和革命性。发行工作者应该自觉坚持党的四项基本原则,并用以指导自己的工作,为宣传马列主义、毛泽东思想,宣传党的路线、方针和基本政策服务。图书发行工作又是一项科学文化工作,是社会主义文化建设的组成部分,因此发行工作者又必须为促进全国科学、教育、文化事业的发展和繁荣服务,为提高全民族的科学文化水平服务。同时,图书发行工作的具体部门——书店,作为社会主义的企业,又必须加强经济核算,在坚持社会效益为最高准则的前提下,注意经济效益。

图书发行工作方针

为人民服务、为社会主义服务,是党和国家在新的历史时期对图书发行工作提出来的根本方针。1982年12月,第五

届全国人民代表大会第五次会议通过的《中华人民共和国宪法》庄严地规定,“国家发展为人民服务、为社会主义服务的文学艺术事业、新闻广播电视事业、出版发行事业、图书馆博物馆文化馆和其他文化事业,开展群众性的文化活动。”这就是说,图书发行工作也必须贯彻执行为人民服务、为社会主义服务的方针。1983年6月,中共中央、国务院《关于加强出版工作的决定》也再一次重申了这一方针,并且更加明确地指出,这是出版事业的根本方针。

在新的历史时期,除了敌视社会主义的反动分子以外的全体人民群众,都是图书发行工作的服务对象,包括广大的工人、农民、士兵、知识分子、干部和一切拥护党、拥护社会主义、热爱祖国的人们。图书发行工作为人民服务,就是要全心全意地为这些对象服务,为他们的根本利益服务,从而为无产阶级和全人类的解放事业作出贡献。现阶段,就是要为坚持党的四项基本原则,反对资产阶级自由化;坚持改革、开放、搞活的政策,为建设有中国特色的社会主义服务。总之,要为社会主义的物质文明和精神文明作出贡献。

图书发行工作为社会主义服务是一个广泛的概念,发行有益于社会主义的图书,就是为社会主义服务,它与为人民服务是一致的。因此图书发行工作还要为社会主义的经济、政治、军事、科学、文化、教育等各项建设事业服务,为丰富人民的精神文化生活服务。

图书发行工作任务

我国社会主义图书发行工作的基本任务是:宣传马克思列宁主义、毛泽东思想,传播一切有益于经济和社会发展的科

学技术和文化知识,丰富人民的精神文化生活。这三项基本任务是互相联系、互相渗透的。

制定以上三项任务的理论基础,是科学社会主义关于灌输的理论。灌输,指的是思想、知识的灌注和输送,是通过各种宣传教育的渠道(包括出版发行渠道在内)进行正面的宣传、教育、启发和引导,使马克思主义的基本观点、科学社会主义先进思想和科学文化知识为无产阶级和广大群众所掌握,对他们的思想行为起到影响和支配的作用。列宁在《怎么办》一书中,精辟地论述了社会主义意识不可能在工人运动中自发产生,只能靠从外面灌输进去的道理。

图书发行工作者,把宣传马克思列宁主义、毛泽东思想作为首要的任务,包括宣传党的路线、方针和基本政策——这是马列主义在中国的具体体现。马克思列宁主义、毛泽东思想是中国共产党的行动指南,是全国各族人民团结战斗、建设社会主义的精神动力和源泉。我们搞社会主义,把我们的国家建设成为现代化的高度文明、高度民主的社会主义强国,就是靠马克思主义来维系我们的人心。当前,我们就要着重加强党的四项基本原则的宣传,反对资产阶级自由化。所有图书发行工作者,都应当从这个高度来认识宣传马列主义、毛泽东思想,宣传党的路线、方针、政策的重大意义,自觉地做好这方面图书的发行工作。

大力传播一切有益于经济和社会发展的科学技术和文化知识,是图书发行工作另一任务。为了实现四个现代化建设,我们党和政府十分重视智力开发,把发展教育和科学技术作为文化建设的重点。科学技术和文化知识的范围是很广的,图书发行工作者应该做好各类图书的发行工作,要为改革、开

放服务,为生产服务,为科研服务,为教学服务,为科学普及服务。

丰富人民的精神文化生活,也是图书发行工作部门的基本任务之一。作为社会主义性质的书店,就是要用健康、有益、生动活泼、丰富多采的音乐、美术、小说、诗歌、戏剧等文学艺术方面的图书去满足广大读者的需要,使人们开阔视野,启迪思想,丰富生活,从中得到教益。

图书发行的社会效益

从图书发行工作的基本任务出发,发行工作者首先要考虑的是社会效益。图书发行的社会效益,是指图书销出后,对人们的精神世界和指导实践活动所产生的有益于社会发展、进步的政治、经济、文化、教育、科学等方面的效果。

图书发行的社会效益是由图书的社会性所决定的,也即是图书的“精神产品”的属性所决定的。对我国图书的社会性,可以从两方面来认识:一是社会主义社会出版图书的目的是为了满足人们的精神生活需要,借助精神的力量感染人、教育人、影响人的行为,从而对社会产生一定的积极效果。二是精神产品不同于物质产品。物质产品的低劣,所造成的主要是经济上的损失;而有害的精神产品,特别是那些反对党的四项基本原则,鼓吹资产阶级自由化思想的精神产品,带来的严重后果,则是难以估量的。因此,图书的社会性,客观地决定了社会主义图书发行部门必须坚持以社会效益为一切活动的最高准则,用革命的、进步的、有益的图书引导人们走向高尚的精神境界,帮助人们认识生活,改造生活,推动历史前进。

图书发行的经济效益

图书发行的经济效益是指图书发行过程中各项经济活动的经济效益的综合,即图书的订进、储存、调拨、销售等进销实践所取得的总体经济效益,也是图书经营活动中,劳动占用与劳动消耗同符合社会需要的劳动成果的比较。因此,图书发行工作者在其进销活动中,要尽量节约活劳动消耗和物质消耗,谋求最佳的经济效益。

但是,图书既然作为精神产品,就必须以社会效益为最高准则。因此,发行工作者要花大力气多发行有利于社会主义四化建设的、有利于两个文明建设的图书;对一些消闲图书要适当控制;坚决制止那些有害于两个文明建设的坏书的流传。决不能见利忘义。必须在坚持党的四项基本原则的前提下,力求社会效益与经济效益的统一。在经济效益与社会效益发生矛盾时,经济效益必须服从社会效益。

二、图书发行工作的体制

图书发行体制改革

体制是国家机关、企业和事业单位机构设置和管理权限划分的制度。图书发行体制是指我国各种类型图书发行企业机构的设置、领导关系、管理制度等方面的总称。随着国家经济体制改革深入发展的要求,结合图书发行工作的特点,1982年开始,有关领导部门提出了改革图书发行体制的意见,改革的目标是建立一个多种流通渠道,多种经济形式,多种购销形式,少流通环节的图书发行体制新格局。

一主三多一少 这是当前图书发行新体制的简称。要求通过改革,在全国组成一个以国营新华书店为主体的,多种流通渠道,多种经济形式,多种购销形式,少流通环节的图书发行网。

1982年6月全国图书发行体制改革座谈会上提出了“三多一少”的改革方案,经过四年的试行和探索,已被越来越多的出版发行战线同志所理解和接受,它有助于促进我国出版发行事业的发展。

1986年4月,在北京召开的全国图书发行工作会议上,总结、丰富了这几年的实践经验,提出了以新华书店为主体的“三多一少”的发行网。

“一主三多一少”的图书发行新体制,也是我国图书发行体制改革的一个奋斗目标,需要在今后的改革实践中不断补充和完善。

多种流通渠道 是指全国图书发行机构的建设和设置。多种流通渠道要贯彻国营、集体、个体全面发展,提倡横向联合,推行多种所有制形式和多种经营方式的图书发行系统,以组成多种流通渠道的图书发行网。

近几年来,随着形势的发展,全国已建有四百余家出版社,图书品种也成倍增长,读者对图书的需求日益扩大,多层次、多门类、多方面的需要,已使得新华书店这种单一发行渠道不相适应。因此,必须改革发行体制,发展多渠道,放开搞活图书流通,以符合当前我国商品经济发展规律和出版发行事业发展的需要。

经四年来实践,目前我国图书发行的多渠道已基本形成,主要有:国营新华书店系统;出版社自办图书发行系统;外文书店系统;各种类型的专业书店系统;各种经济形式的开放式、多功能的联合图书发行公司系统;供销社发行网点系统;集体、个体书店系统;以及各有关部门自办的图书服务部或书店等等。已基本上建成了一个条块结合、纵横交错的多渠道的发行网络。

多种经济形式 也是图书发行体制改革的一项内容。它是指图书发行业有全民所有制经济、集体所有制经济和个体经济。中共中央关于城市经济体制改革决议中指出:“国营经济和集体经济是社会主义经济的基本形式,一定范围内的劳动者个体经济是社会主义公有制经济的必要补充。”在图书发行体制改革中,为了普及发行网点,方便读者购书,提出

国营、集体、个体都要发展，积极扶持和发展集体、个体书店的做法，使他们在图书流通领域中发挥各自的积极作用。

我国农村地区辽阔，由于人们的居住、交通等原因，农村读者买书难比城市更为突出。因此要重视在农村发展国营、集体、个体三种所有制形式的书店，特别要积极发展走村串户的图书发行专业户，以有利于解决读者买书的困难。

集体书店 指集体所有制性质的书店，现在主要有这样几种情况：

1. 由出版社、书店及各单位集资联营。
2. 由各单位组织职工家属、待业青年开办。
3. 城市街道、农村乡镇出资、出人开办。
4. 由一些私人集资开办的。

集体书店根据工商行政管理部门批准的经营范围，有的专营图书，有的兼营其他商品，有的卖书又租书，具备一定条件的还可兼营图书批发业务。经营灵活，方便读者。

个体书店、书摊 个体所有制性质。经营方式主要有以下几种：

1. 城镇个体经营的书店、书亭。
2. 个体书摊。
3. 农村走村串户、上门宣传供应图书的图书发行专业户。

个体书店、书摊，一般兼营杂志、报纸和其他商品。因为是自己经营，积极性高，服务态度好，但要注意图书市场的管理，引导他们多发有益于社会的好书，提高发行质量。

多种购销形式 图书购销形式，是指书店向出版社购进图书所采取的进货形式。

1982年前,全国新华书店对出版社出版的图书基本上采取征订包销一种形式。近几年来,随着出版事业的迅速发展,图书供应情况起了很大变化,单一的征订包销制已出现了很多弊端,影响了图书市场的放开搞活和满足读者对图书的需要。因此,1982年图书发行体制改革中,把推行多种购销形式作为重要内容,要求除继续实行征订包销外,积极推行寄销、经销、期销、特约经销等多种购销形式。经过四年多的试行,1986年7月,原国家出版局颁发了《关于推行图书多种购销形式的试行方案》,规定在全国出版发行系统,主要推行征订包销、征订经销和寄销三种购销形式,同时还提倡积极创造新的购销形式。

征订包销 是出版社在图书出版之前,由发货店用图书征订目录或样书征订的方法,向各销货店征求订数,然后由发货店根据各销货店订数,加上必要的备货,向出版社提出订货数。出版社在书出版后,应按发货店的订数,将书送交发货店;发货店按各销货店的订数发货。出版社、发货店、销货店三方及时结清货款。各级书店所订图书其存货都由自己负担。

凡征订包销图书,由新华书店办理总发行,负责全面安排图书市场,出版社可以在自办或合办的门市部零售、办理邮购业务和供应特约经销店,以弥补新华书店的不足。但不再搞征订、批发,也不委托第三方总发行。对印数少于订数或控制发行的图书,出版社自办发行的数量应在总印数的规定比例范围内。

1986年7月,原国家出版局颁发的《关于推行图书多种购销形式的试行方案》规定下列五类图书由新华书店征订

包销:

1. 中央和省、自治区、直辖市党委和政府统一规定在所属地区范围内学习的党和国家领导人著作,党和国家的重要文献,以及重要的政治理论书籍。

2. 各级教委规定统一使用的大专教材、中小学课本,及正式出版社出版的教学大纲、教学参考书、教学挂图和补充教材。

3. 年画、年历、挂历、台历。但经社店双方协商同意,这类书画也可改变购销形式。

4. 内部发行图书。这类书中机密性较强或有特殊规定者,可由出版社按特定范围对象自办发行。

5. 出版行政机关规定控制发行数量的图书。

上述五类图书以外的其他图书,经社店双方协议,也可实行征订包销。凡征订包销的图书,在版权页上应写明“新华书店发行”字样。

征订经销 由出版社负责总发行而委托书店经销所征订的图书。

各级书店的征订经销图书,其销售不完的存书及损失,与征订包销图书一样,都由各级书店自行负担。征订经销与征订包销图书的区别在于:

1. 征订经销图书由出版社负责发行,统筹安排图书市场,新华书店则是选销;征订包销图书则由新华书店统筹安排图书市场。

2. 征订经销的图书,出版社在委托书店经销之外,可以选择多种销售方式;而征订包销图书则受到严格的限制。

3. 征订经销图书,出版社在给发货店的进货折扣比征订

包销要提高一些(原国家出版局规定提高一个折扣)。

寄销 是指由出版社负责总发行的图书,委托新华书店寄销,并规定寄销期限。销货店经过销售,卖不完的存书,由出版社负责收退。寄销图书的发货和批发折扣要比征订包销、征订经销的发货和批发折扣低一些,货款结算时间和结算方式也有所不同。在目前情况下,出版社可以与发货店协商,委托办理寄销图书的进发、收退及帐务处理等业务。

图书寄销对销货店来说,可以彻底解除存书积压的顾虑,足量而合理地备货,积极组织集体、个体书店批销、代销业务,扩大发行量,有利于解决读者买书难,更好地为读者服务。

图书寄销在国外许多国家已有几十年历史,而我国是在图书发行体制改革中提出来的,因此,出版社与书店都还缺乏经验和办法,还有许多困难,需要社店双方紧密合作,共同努力,总结经验,完善办法,摸索出一条中国式的寄销新路子。

出版社单方寄销 出版社通过征订、分配或征订与分配相结合的方法,单方向销货店组织图书寄销。销不完的存书及损失,全部由出版社负责。出版社单方寄销,可以自己直接办理征订、分配、发货、结算货款和存书处理等寄销业务,也可与发货店协议,由发货店代理。

出版社单方寄销是全面推行寄销制的主要形式。当然,寄销工作情况比较复杂,目前困难较多,需要社店双方共同努力,紧密配合,积累经验,稳步而又积极开展。

社店联合寄销 出版社与发货店联合对图书进行寄销,其征订、进发货、存书处理等具体业务由发货店办理。销货店多余存书的损失,出版社与发货店双方按商定的比例共同负担。

社店联合寄销,是由浙江省各出版社与浙江省新华书店于1982年开始首先推行的。联合寄销办法概括为:“三不变、一转移”。“三不变”是出版社与省店、省店与销货店的订、添货程序不变;省店向出版社进货和对销货店发货的折扣不变;出版社与省店、省店与销货店货款结算方式不变。“一转移”是销货店销售后的多余图书,转移由出版社和省店共同负担。对销货店的寄销要求是十六个字:增加备货,加强宣传,深入发行,做好管理。

联合寄销的特点是:社店双方能够各自发挥自己的优势,做到紧密配合,共同关心寄销图书的命运,有利于层层落实寄销图书工作责任制,提高寄销效果。

店社联合寄销,由于双方在社会效益和经济利益上的一致,因此双方都能积极开展促进联合寄销的各项业务活动,如联合调查、联合宣传征订、联合备货、联合处理存书等等,有利于沟通出版与发行之间的供求情况,提高和改进各自的工作。

联合寄销“三不变,一转移”的办法,管理方便,手续简化,易于推行。无论是出版社或发货店都不需要增加很多人力、仓库、设备、资金,只要加强一些寄销业务管理就可以了。

基数分配寄销 出版社或通过发货店按销货店类型,核定基数,进行主动分配的图书寄销。基数分配寄销图书,在寄销期限后,销货店的多余存书,由出版社或通过发货店负责处理。

基数分配寄销,可以不再进行图书征订,有利于缩短出书周期。但是,出版社和发货店,要经常征求销货店对寄销图书基数的意见,及时调整基数。在销售过程中还要加强余缺调

剂,对普遍供不应求的图书要及时组织重印。

寄销责任制与存货损失费用补贴包干 出版社对委托销货店寄销的图书,按发货总码洋核定几个折扣,作为寄销存书损失的费用拨给销货店包干使用的做法。销货店对寄销存书每年处理一次,存书损失低于出版社补贴金额数的,其多余金额作为寄销低损耗奖励,奖给对寄销图书发行有成绩的部门或个人,以资鼓励。存书损失超过出版社补贴金额的,由销货店自负。这种寄销办法,体现了寄销图书与销货店的责、权、利相结合的原则,有利于调动销货店职工的积极性,落实寄销责任制,并能较为简便的解决寄销工作中存书退货、货款结算等问题,促进销货店对寄销图书向多进、多备、多销、低损耗目标努力。

寄销责任制与存货损失费用补贴包干的办法,也有它不足之处。寄销存书损失由销货店包干,必然会给销货店带来怕存书积压的顾虑,影响进、备货工作。同时,还要注意克服销货店对处理寄销存书中的虚假现象,把应该处理的图书不作处理,将补贴挪作他用。

初版寄销重印征订包销 由出版社根据需要选择某些图书品种,初版时作为寄销(可以分配寄销,也可以征订寄销),经过一段时期销售后,再布置重印征订包销的办法。采用这种办法的前期(寄销)存书由出版社负责,后期(包销)存书由销货店负责。

推行初版分配寄销重印征订包销,出版社可以自己办理进发业务,也可以与发货店商量,通过发货店办理进发业务。

由于这种购销形式,一种书的销售由寄销与包销两部分组成,因此在进发货折扣、货款结算上应分别按寄销和包销的

规定办理。出版社、发货店、销货店均应建卡管理，便于存书调查和处理。

包销包退 这是由北京的一些出版社首先试行的购销形式。出版社对某些图书先由书店征订包销，经过一定时间销售后，多余存书，全部由出版社负责收退。因为它的发货折扣高于寄销，因此更受销货店欢迎。它不仅解除销货店怕存书积压的经济负担和多渠道发行后可能造成的重复“撞车”的顾虑，而且有着较好的经济利益，有利于调动销货店的积极性，大胆进货和扩大备货，放开手脚地把书发到城乡网点。

包销包退一般适用于没有时间性，又有广泛的读者对象，书店可以作为常备书的各种优秀图书。包销期一般为一年。

特约经销 出版社为加强本社的图书发行，有目的地选择部分销货店经过协商建立图书经销关系。出版社对特约经销店应给予发货折扣、货源和发货时间等方面的优惠；书店则应扩大图书的备货品种和数量，加强宣传陈列。双方责、权、利应相一致。

为了提高特约经销的效果，沟通社店之间关系，出版社经常向特约经销店提供出版消息、意图和宣传资料，帮助经销店开展宣传工作，扩大图书影响。

特约经销店则应在宣传陈列上充分反映出出版社出版物的面貌，并搜集进、销、存情况，及读者意见、要求向出版社反映，促进出版，服务出版。

期销、代销 出版社根据情况有选择地委托销货店销售某些图书，在一定期限内（三个月或半年），以商定的销售折扣实结销售货款，多余存书由出版社负责，称为期销和代销。为简化手续，期销或代销图书也可以在发货的同时向销货店