

图书销售概论

〔英〕托马斯·乔伊著 李孝枢译



中國書藉出版社

Books have played an important role, that cannot be overestimated in human social life. It is an indispensable means of spreading culture, knowledge and information and in helping to promote prosperity and development of the human society. It also plays a role of facilitating the flow of culture between different countries and in enhancing friendship among peoples of the world. The flourishing of book publishing also signals that of science and culture in a country.

0147514

G235

10-5

图书销售概论

●〔英〕托马斯·乔伊著

●李孝枢译



中國書籍出版社

1990 北京

THE TRUTH ABOUT BOOKSELLING

THOMAS JOY

Sir Isaac Pitman & Sons Ltd.

London, 1964

*

图书销售概论

(英) 托马斯·乔伊著

李孝枢译

*

中国书籍出版社出版

(北京市西城区西绒线胡同甲7号)

北京新华印刷厂印刷

新华书店北京发行所发行

*

开本787×1092毫米 1/32 印张9.375 字数190(千)

1990年9月第1版

1990年9月第1次印刷

印数1—5000册

*

书号: ISBN 7-5068-0032-2/G·17

定价: 4.30元

总 序

创建具有中国特色的社会主义出版学、编辑学、发行学的开拓性任务，已经具体地落到了当代出版工作者的肩上。这绝非是偶然的，而是我国出版事业历史进程中的一种必然趋势。尤其是近几年来，由于中国出版发行科学研究所以以及各地研究机构的相继建立，有关出版发行学术性刊物的纷纷诞生，高等学校图书编辑专业、发行专业的开设，则进一步使我国出版界的学术研究活动空前活跃。尽管目前的研究还处在披荆斩棘的草创阶段，而且会遇到许多难以想象的困难，但是，精诚所至，金石为开，我们深信，我国出版科学理论体系的建造工程终究是会胜利完成的。

应运而生的中国书籍出版社为了推动出版发行科研事业的前进，为了交流学术研究成果，已经出版了《出版知识丛书》，而今又推出《出版知识译丛》，选择介绍国外有关的学术专著和参考资料，这是一件很有意义的事情。尽管其他国家的出版实际与我国不同，但是借他山之石可以攻玉，从中能

01124 / 13

够汲取丰富的营养，以开扩我们的视野，丰富我们的思路，不仅对于我国出版界目前正在积极推进的改革事业有好处，而且对我国出版发行科学的理论化和系统化也是有益的。

编辑出版一套有价值的《出版知识译丛》并非易事，希望出版界的有识之士、翻译家们给予热诚支持。

边春光

1988年10月

序

许多人都认为，图书销售工作是一件很容易的事情，任何没有实践经验的人都能做到。然而，只要他们随便浏览一下托马斯·乔伊所著的《图书销售概论》一书，就会马上改变这种不切实际的想法。如果，他们能够更加仔细、认真地阅读该书，就会觉得图书销售这个行业，虽然有时看起来不那么受到重视，但确实是一件非常有兴趣而又有意义的工作。作者在书中向人们揭示了一点，那就是图书发行的业务知识，只能通过辛勤的努力和实践才能获得。为此，该书为读者提供了大量的这方面的丰富知识、具体实践方法和实例。这些知识对于那些年轻的图书销售工作者来说尤为重要。

出版家、图书馆员及图书发行工作者，都将把它当做是一本十分难得的参考书。单单是

该书后面的18个附录资料就已经具有相当参考价值了；再加上书中各章节所列大量的图书发行规范和技能方面的知识内容，该书的价值就更加可想而知了。总之，该书的问世是一件非常有意义的事情。为此，我们应当衷心感谢本书作者，并向他表示热烈祝贺。

斯坦利·昂温

中文版序

他山之石可以攻玉

英国著名图书发行家托马斯·乔伊积48年实践经验编著的《图书销售概论》，得到英国书业界的好评。英国书商协会把本书列为培训图书发行人员的教材。1981年，本书译者曾访问英国的最大书店——布莱克威尔书店。该店总经理麦尔斯·布莱克威尔热情地向中国同行推荐了这本书，并把它作为珍贵礼物赠送给译者。现在，本书已译成中文，奉献给中国读者。

本书虽然是专业著作，但可读性较强。作者完全根据自己的切身感受，论述了书店事业的经营之道。读了这本著作，我好象有了个新发现，那就是无论在中国还是在英国，干书店这一行的大多数人，都执着地热爱这项事业。正如本书作者所说的：“书店工作确是一项愉快而有意义的职业，凡在书店工作的人们，都不

愿离开自己心爱的工作，而另谋他职。他们对自己从事的事业太热爱了，太着迷了。他们明明知道干其他职业会赚更多的钱，生活会更好，然而他们宁愿少赚钱也不愿离开卖书这个行业。”说得多么亲切啊，中国的发行工作者也深有这种感受。他们甘愿在书的“海洋”里“弄潮”，默默地传播知识，造福人间。应该说，崇高的职业荣誉感和坚强的事业心，是办好书店的关键。古今中外，莫不如此。

经营书店，最伤脑筋的是存书积压。这是各国书业界的共同体会。本书说：“库存积压确实是个严重而又难免的问题。不管多么能干，经验多么丰富的采购员，购进的书不可能全部卖出去。”其中甘苦，往往不为行外人所理解。如何解决这个难题呢？作者在本书中提出了一系列答案。它同中国同行的见解，不谋而合。看来，这里面有图书进销规律可循。建议读者仔细思索。

他山之石，可以攻玉。本书较全面地介绍了英国书业的进销调存和管理服务。其中有不少值得我国出版发行业借鉴之处。例如，受法律保护的实价书协议（出版社和书店都不许低于定价售书）、社店争执近百年的发行折扣、灵活多样的购销形式、营业员的培训及合格证书制度、图书演讲会、图书交易所、全国书店统一的降价书展销、全国书店通用的购书券、出版社的推销员等等，都能够使我们开阔视野，启迪思路。

世界上的经济、文化、科学技术是相互为用的。在现代国际环境中，关起门来搞建设不行，闭目塞听搞出版发行事

业也不行。我们既要扎扎实实地总结自己的独到经验，又要善于吸收外国的新鲜经验，取他人之长，补自己之短，不断改革，不断进取。

80年代以来，我国已有6所大学设立了图书发行专业，陆续培养出不少发行人才。但是，图书发行作为一个学科还处于起步阶段，这方面的研究著作还不多，希望有更多更好的具有中国特色的专著问世，也希望引进更多的外国图书发行学著作，供广大发行工作者和教学人员切磋琢磨，比较研究，藉以丰富和发展图书发行学科，促进我国出版事业的繁荣。

郑士德

1988年5月

译者的话

图书销售是图书发行学的重要组成部分。

图书发行学是一门新兴的学科，在我国才刚刚起步，有关的书籍也还不多。目前，比较系统地介绍图书发行（包括销售）知识的书是郑士德等同志主编的《图书发行学概论》。它是我国高等院校图书发行专业的试用教材，对于教育和培养我国的图书发行人材起了重要作用。但是，关于图书销售，尤其是图书的门市零售业务，在本书里所占篇幅并不太多（见第五章，图书销售），涉及的问题亦欠具体、全面；而《图书销售概论》就恰恰弥补了这个不足之处。

《图书销售概论》一书的作者曾任英国书商协会主席、全英图书销售委员会主席、书店职工教育委员会主席，一生从事图书销售工作。此书是作者近50年书店工作的结晶。作者根据

英国书店的具体情况，用了10多万字的篇幅，详尽地论述了图书销售工作的意义和方法。虽然该书是20多年前写成的，但书中讲述的英国书店和图书销售等内容与我国目前书店状况很相似。所以，此书对于发展我国的图书发行和销售事业都很有借鉴之处。该书用简洁、通俗易懂的语言和大量的实例论述了下列主要问题：营业员的培训、图书的进货、图书的宣传陈列与展销、图书的零售与邮购、图书销售财务管理、购书券、书店和出版社之间的关系以及与图书有关的规章和机构。它是书店负责人、营业员及其他书业工作者的一本有用的参考书，对那些刚刚步入书店大门的青年同志更是一本不可多得的教材。

我国约有数千个书店，有那么庞大的职工队伍，该书的读者面之广是可以想象的。我深信，此书对建设我国的图书发行队伍、搞好我国图书销售工作将起到积极作用。

李孝枢

1988年3月于北京

目 录

序	1-2
中文版序	1-3
译者的话	1-2
1	第一章 导论
11	第二章 图书销售经济学
24	第三章 实价书协议
35	第四章 图书的购进
56	第五章 图书的贸易折扣
60	第六章 收货与管理
69	第七章 图书的门市零售
85	第八章 图书的陈列与宣传
97	第九章 邮购代办业务
112	第十章 收款与销售记录
120	第十一章 图书交易所
124	第十二章 书库与盘存
134	第十三章 购书券
140	第十四章 全国图书展销

152	第十五章 书店常用目录工具书
166	第十六章 英国出版家协会
175	第十七章 英国图书销售者协会
185	第十八章 书店职工的工资
190	第十九章 书店职工的培训
202	第二十章 全国图书联盟
209	第二十一章 书店职工的福利

附录

215	一 出版社对书店订单执行情况回复的缩写标志
217	二 书店向出版家协会要求列入《英国书店名录》的 申请书格式
220	三 图书馆优惠购书许可证条例
226	四 图书代理商
228	五 大宗订货优惠折扣
230	六 怎样改校样
231	七 英国图书俱乐部
233	八 书业常用语及缩略语
236	九 图书目录中常用的缩写字
238	十 英国图书的开本
239	十一 购书券
247	十二 图书发行中心
253	十三 实价书的贸易条件
256	十四 英国的图书馆服务

258	十五 联合国教科文组织的购书券
259	十六 《英国当代参考文献书目》
263	十七 如何办好全国图书展销会
270	十八 与书店业务有关的机构及其地址
273	常用词英汉对照

导 论

图书销售方式是多种多样的。所以，售书行业同其他行业一样也是一门有学问的专业。书店是售书的主要地方，是经济来源的主要场所。书店要获得好的经济效益，需根据该店所处的地理环境、读者对象，随时注意调整图书品种，去掉那些不受读者欢迎的书籍。大多数有经验的书店，对于备货和陈列品种的选择是十分仔细的，有时连一张封面、一幅插图也不放过。书店主要以读者实际需要订进图书，对于那些可能引起读者反感，易造成销售量下降的图书一般不进货，以此来维护书店的名声。书店毕竟不是、也不应该是检查机关。

书店也会经常听到读者对陈列的某些图书有不满的议论。不管读者的意见是否顺耳，书店负责人都应认真听取，随时改进工作，提高服务质量，以满足读者需要。

如果书店负责人没有主见，只是为了害怕得罪个别读者，而不敢按实际需要大胆进货，做了这些读者的尾巴，这样的

书店是很难办好的。书店出售图书品种很多、很杂，那些有关政治、宗教，以及传记、美术、文艺小说、古典文学作品等方面的书籍难免会引起那些固执而有偏见的读者的不快；书的作者和卖书的书店也免不了会因此而受到牵连和指责。不管这些书对社会、对读者是否有益，也会免不了要受到检查。莫里斯·威金在《星期日泰晤士报》上发表的文章中写到：“越是压制发表不同意见、压制人类知识的畅通传播，作家和书店就越会受到锻炼。”他还继续写道：“任何有理智、有正确思维的人们，不会再回到把自己当成让实验室随意使用的老鼠的可悲道路上去”。莫里斯·威金这些话精辟地概括和表达了出版社和书店对言论自由的正确见解。这些话虽然是摘自威金评论影视节目所撰写的文章，然而，其道理也同样适用于图书出版界、销售界。

图书销售是一门很有学问的专业，要学好这门专业也是很不容易的，必须经过自己多年的亲身努力和实践才能学到。有不少青年人总以为，有了资金，开办一个书店就能赚大钱，就能过美好舒适的生活。这种想法实际上是一种幻想。因为，他们没有想到要办好一个书店，自己必须付出代价，经过长期刻苦学习和努力工作，才有可能将幻想变成现实。

本书的目的就是在于帮助书业界的初学者和具有一定程度书业知识和经验的书店负责人和营业员学到更多有关图书销售业务方面的基本知识。该书既可作为适合他们阅读的教科书，又可作为他们业务中常备的参考书，也可当作他们终日的“伴侣”和朋友。