

日本出版流通图鉴

[日]村上信明著 祖秉和译



中国书籍出版社

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.

日本出版流通图鉴

• (日)村上信明著

• 祖秉和译

中国书籍出版社

1992 北京

(京)新登字008

日本出版流通图鉴

(日本) 村上信明 著
祖秉和 译

•

中国书籍出版社出版
(北京市西城区西绒线胡同甲7号)
北京大兴新魏印刷厂印刷
新华书店北京发行所发行

•

开本787×1092毫米 1/32印张13.25 字数264.6千字
1992年12月第1版 1992年12月第1次印刷
印数1—1500册

•

ISBN 7—5068—0070—5/G.42
定价：8.80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

DN24/19

家的出版实际与我国不同，但是，他山之石，可以攻玉。从中能够汲取丰富的营养，以开扩我们的视野，丰富我们的思路，这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将是有益的。

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

日本村上信明著《出版流通及其体制》和《出版流通图鉴》，我已写过两篇文章，详细介绍了它们的内容，向我国出版发行界有志于研究的同志推荐（见《出版发行研究》1989年第5期和1990年第6期）。我认为这两部书，全面系统、客观具体地报道了日本书刊流通的实况和体制，对我国书刊发行工作，会有很好的借鉴作用。

鲁迅曾经说过：“比较，是最好的事情。”毛泽东也说过：“有比较才有鉴别。”最近陈云也谆谆告诫我们：考虑问题，研究学问，要重视“反复，比较，交换”。从古以来的思想家、理论家都是重视比较的，他们的话写不胜写。进行比较，必须有比较的对象。可以是自己跟自己比（现在跟过去比），自己跟别人比，现在跟过去比，这地区跟别地区比，中国跟外国比。从比较中分出长短优劣，找出规律和真理。其中，跟外国比，困难较多。一是外国的资料不易获得。二是即使获得了资料还有文字障碍。正因为如此，我们要重视外国资料的收集和翻译。我在读了村上信明的书之后，有饱餐了一顿

的满足感，就是因为从这两部书获得了许多信息，找到了足以比较的丰富资料。

比较是研究工作的好方法。但是也要善于比较，要在正确的思想方法指导下进行。要联系比较双方的不同时间、地点、条件进行比较，要注意两者的可比性。比较不是为比较而比较，是为了借鉴。中国与日本，有很大的不同：社会制度不同，意识形态和价值观念不同，经济文化发展水平不同，书刊发行业的历史和传统不同，国家大小不同等等。但也不是完全没有可能经过比较找到可以借鉴之处。因为书刊的本质属性和它们在生产和流通中的特点基本上还是相同的。日本同行的做法，许多地方跟我们不同，但也有许多地方是跟我们相同或相似的，是可以相互参考的。

我们热爱了某项工作，或者受组织的委托，参与了某项工作并担负了一定的责任，就必须兢兢业业，努力使我们的工作不断有所改进。为了改进，就要思索，要听取多方面的意见，多看看人家是怎样工作的，要讨论和试验。一言以蔽之，就是要研究。对图书发行工作的研究，党的十一届三中全会以来，比过去大有进步。但我觉得还不够。专业书籍出版得还不够多；专业刊物有好多种，但刊期太长；刊物上争鸣文章也不多；学术讨论会基本上是论文发表会，实际上没有多少讨论。学术探讨、工作研究的空气还不很浓，阅读专业书刊的人不够多，各级领导的提倡和号召似乎还不够有力。这些都有待改进。

村上信明的两部书，我希望有研究兴趣的同志能抽出时

间下决心看一看。看后要发表议论，最好展开讨论。日本同行的做法，哪些好，哪些不好；哪些虽好，但我们目前做不到或者不适合我国的国情；等等。中国书籍出版社出版这两部书，由于发行量小，经济上可能要受点损失；但如果通过这两部书的出版，对我国的书刊发行工作能起到一定的推动作用，那就有了社会效益，也就是值得的了。

王 益

1991年6月28日

前 言

出版物的流通渠道正在走向多样化，而且其程度越来越深。

日本现有出版社约4250家，在市面出售的书籍有50多万种，每天出版新书100种，一年出版36000种。另外，在市面出售的期刊多达2900种，它们以所谓“正常渠道”，即“代销公司——书店”渠道为中心进行流通销售。要想将品种如此繁多的书刊准备齐全，即使是超大型书店也是难以做到的。日本全国出售新书刊的书店有两万数千家，但它们的营业面积平均不到20坪^①，除去陈列主要杂志和畅销的消遣娱乐读物、文库本^②书籍以外，剩余的空间只够陈列新出书籍的极少部分。尽管出版社的生产活动搞得很活跃，但书店的承受能力经常处于饱和状态，就是说，“正常渠道”不能发挥正常机能，这就是当前的现状。

因此，就出现了加强图书流通渠道多样化的要求。那么，

① 1坪约合3.3平方米。

② “文库本”是一种开本小、定价低的丛书本，如《岩波文库》等。

另外有什么样的流通渠道呢？这种渠道由什么人、在什么时候进行开拓，通过这种渠道销售什么东西，又是在什么样的体制下进行销售的呢？这种渠道的现状如何，今后的前景又如何呢？本书就是从这种兴趣和目的出发，经过多方收集材料编写而成的。

前著《出版流通及其体制》^①（新文化通讯社1984年6月出版），目的在于对处于出版流通中枢地位的代销公司的体制进行系统的、全面的、立体的研究；本书的目的在于阐明代销公司渠道以外的其它各种渠道的流通体制。这两本书加在一起，就可以反映出日本出版流通的全貌。

出版物的流通渠道细分起来没有止境。在本书里，我将其分为14个大渠道，在14个大渠道之下再分设若干个小渠道，以对流通体制分别进行具体说明。并根据流通渠道的不同、读者对象的不同、渠道是否引人注目等进行分类。例如“书籍送货上门渠道”本来可以看做是邮购渠道的一种，但因为它的出现具有从根本上动摇作为主流渠道的“正常渠道”的固有形式的因素，所以特别作为干线渠道的一种来对待。另外，“售书摊渠道”也许应该算做干线渠道的一种，但本书将它纳入了设摊销售的主流“即卖渠道”之中。

在干线渠道中，只有“KIOSK渠道”^②和“报纸销售店渠

① 《出版流通及其体制》一书为本书的姐妹篇，由中国书籍出版社出版，书名为《日本出版流通及其体制》。

② KIOSK为(车站、广场等处的)书报摊之意。

道’是单线独立型的,其它渠道都彼此相互牵连,形成复杂的流通渠道。特别是作为“正常渠道”中枢的代销公司本身和多种渠道发生关系。

这种流通渠道的多样化,源于下列背景和原因:

一、出版社和出版销售者适应读者生活方式的变化和需求的多样化,开发了新的销路。

二、由于出书种数激增,被从书店门市部排挤出来的出版社和被代销公司拒绝的出版社另寻其它销路。

三、争取大量出版、大量销售的出版社,谋求销路的多元化。

四、其他行业的专门商店为了招揽顾客而兼营出版物。地区消费合作社和行业消费合作社也增营出版物。其他行业的企业和团体,也有想用经营书籍这种文化商品的办法来提高本行业信誉以招徕顾客的。

五、包括代销公司在内的出版销售者为了提高营业额,开辟本公司现有渠道以外的销路。另外,过去只经营特定领域出版物的销售业者为了打破营业额上不去的现状,现在也经营其他领域的出版物,进入其他领域的流通渠道。

六、书店为了确保顾客数量和提高营业额,也采取了从原有渠道以外的渠道进货、销售的方法。

总之,由于出版社、出版物销售者、其他行业的企业等各种情况的需要,使得出版流通渠道走向多样化。就是说,各有关单位通力合作实现了出版流通渠道的“多样化”。这种

多样化，决不是哪一个人决定的，因为出版物本身存在着个性和多样性，因而流通渠道走向多样化，是必然的趋势。

读者可以参考“出版物流通图表”，首先从您感兴趣的流通渠道入手进行阅读。

目 录

前 言

I KIOSK渠道

——日本有数的巨大流通业3

杂志、书籍营业额居日本第二位 改变营业
形态，设置“专门书店”

II 即卖渠道

——囊括私铁，并向CVS扩大销路13

车站小卖店的高市场占有率 私铁车站小卖
店的一天 报纸、杂志的销售额占总营业额的60% 即卖四公司的货物流通制度 流
通渠道的多层结构 代销公司向地方即卖公
司批售报刊 在二千八百家超级市场设置了
杂志销售摊

III 报纸销售店渠道

——投递机能是超一流的……………33

出版物的销售前进一步 订户的订货即日送到

IV 政府出版物渠道

——复杂纷乱的“国营书店”网……………43

根据不同的出版者，有两种发行路线 政府的出版社“大藏省印刷局” 政府公报销售所
全国有五十五处 共同进货机构“全官报”
外圍团体出版占六成 活页式法规集的上
门推销或邮售 地方自治体也搞出版工作

V 专门商店渠道

——兼营有关书籍销售业务的各种专门商店日益增多……………65

乐谱的90%是在乐器商店销售的 批发业者
在全国划分营业范围 存货最多的商店，单位面积效率最高的商店 专门书籍的销量也很可观 不可轻视的专门商店的销售能力
和文具配合销售 在绘画器材商店，修养方面的书卖不出去 出版社到各处去开拓书法用品商店 手工艺品用品商店销售有关书籍以促进手工艺材料的销售 销售豪华本美术

本的佼佼者——染色材料商店 出版物营业额高达五百万元的照相机商店 在短期内建立起来的自用电子计算机商店渠道 秋叶原电气街的月营业额为三千万元 在体育用品商店,书籍只是一种点缀品 登山用品商店卖得最多的是“路线图” 公路地图的新的销售商店 旅游用品商店也经营旅游指南 天然食品店经营的有关书籍很少 天然食品的实用书销路最好 经营基本书籍的园艺商店 弹球盘房用书籍作交换赠品

VI 工作单位直接销售渠道

——一种书集中销售,有的售出一百万册…………… 131

三年当中卖出一百万册 从向每个人推销到
统筹销售 以特别优惠价格显示优越性
经营多数出版社的书籍的专业户 对特定行业直接销售有关书籍

VII 图书教材渠道

——以直接销售为主要流通渠道…………… 149

停滞不前的幼儿园、保育园的直接销售 图画月刊杂志是销售工作的尖兵 面向幼儿园的专门代理店走向组织化 充分利用绘画器材代销店网络 学校直接销售效果最好 代理店对策很重要 流通中心制度完善,

能够做到迅速发送 从校内销售向家庭直接
销售转变 募集主妇送货上门以扩大销路
大型联合企业化的发展 采用美国式的直
接销售方法取得了巨大成功 私塾的普及产
生了独自的直接销售渠道 开发私塾专门教
材,事业得到巨大发展 专门学校直接销售
渠道复杂多端 服饰专门学校的两种不同的
出版情况 营养士学校的图书教材有两条进
货渠道 理容、美容师从材料商那里购买专
业书刊

VIII 生协渠道

——深入到消费者大众中的图书集体购入…… 201

工作单位生协利用图书目录推销图书 “从
产地直接购书”取得成果的生活俱乐部 独
自的流通机构和读书报的出版 平均每个月
供应一万七千册 日生协控制经营图书种
数,致力提高册数 学校生协利用图书目录
进行邮售 全学协经营分期付款图书销售业
务

IX 农协渠道

——家庭之光协会独占鳌头…………… 227

农业书籍难以做到大量销售 农协妇女部支
持的《家庭之光》月销一百万册 农协妇女部

成员的送货和推销

X 宗教书渠道

——各教派都有独自の图书流通渠道…………… 239

用经典和盒式录音带扩大销路 向寺院销售
昂贵书籍的专门业者 佛像销售公司销售出
出版物 佛教书籍的95%是通过宗教团体直接
销售的 生长之家建立了独立销售网络
本社的直销渠道也销售外社的书籍 设立超
越教派的基督教专门代销公司 日译本《圣
经》总计超过二亿册 带教派色彩的流通渠
道的形成

XI 流派宗师渠道

——金字塔型销售方式的销售组织…………… 273

花道方面的书籍，七成以上通过流派渠道销售
淡交会渠道属于茶道的最大流派里千家
具有代销机能的能乐专门出版社 传统音
乐方面的书，乐器店渠道销售一半

XII 邮购渠道

——历史虽短，却有发展前途…………… 289

战后邮购业的开拓者读者文摘社 麦格劳-希
尔社出版多种优秀杂志 诺贝尔书房破产后
改变经营方式 销售书店不愿经营的商品
上门推销的商品，又用报纸广告打开销路
邮购公司的新型图书俱乐部 采用总代理
店制度的书店利用图书目录进行邮售 降低