



图书宣传

上海新华书店编写

图书发行业务教材

新华书店总店

图书发行业务教材

图书宣传

上海新华书店编写

新华书店总店

1983年8月

本书主要执笔者:

郑天麒 包玉筠 周松柏 王以新 陆 潜
吴 备 张志英 梁 秉 周祥根 忻烈庭

图 书 宣 传

上海新华书店编写

新华书店总店编辑出版
上海商务印刷厂印刷

新华书店总店发行

开本 850×1168 1/32 印张 8.75

1983 年月 8 第 1 版 1983 年 8 月上海第 1 次印刷

印数 1—53,500

成本费 0.95 元

前 言

图书宣传很重要，它是图书发行工作中的一个重要环节。从某种意义上来说，图书发行工作首先是宣传工作，不懂得图书宣传，也就不算全面懂得图书发行。

图书宣传就是图书广告。广告学是一门独立的学科，图书广告是其中一个分支。广告学和其它学科有着密切的关系，它涉及到经济学、社会学、市场预测学、统计学、心理学、美学和修辞学。随着图书出版的日益繁荣，供需矛盾的不断变化，全店同志更要重视图书的宣传推广。我们组织上海市店编写的这本《图书宣传》教材，不仅仅是为了培养书店的专职图书宣传员（美工），更重要的是为了满足全国新华书店营业员、发行员学习图书宣传业务的需要。

搞好图书宣传，应成为新华书店营业员、发行员的一项基本功。图书宣传在全店应具有广泛的群众性。我们希望，每个营业员、发行员都会编写新书介绍、广播稿和学会书写一二种美术字；门市部的各个营业组都要有自己的图书宣传阵地——新书介绍黑板报、海报、架头广告或图书宣传栏等，广泛地、经常地向读者宣传好书。书店的岗位练兵应当把会写、会画图书广告，作为一项基本功。考核营业员、发行员的业务水平时，应当把能否会做，是否善于开展图书宣传，作为考核的内容之一。

我们希望，这本《图书宣传》的出版，将有助于培训更多的门市

兼职图书宣传员,把整个书店的图书宣传工作,提高到一个崭新的水平。

新华书店开展图书宣传有着良好的传统,但过去尚未系统地编写过教材。这本《图书宣传》是编写组同志经过两年多的辛勤劳动的成果。他们在编写时已尽可能地考虑到县书店图书宣传工作的需要。这本教材可供各地书店、图书发行学校和美工训练班作为培训教材使用,也适合基层书店营业员、发行员自学。

本书如有不完善或不妥当的地方,欢迎同志们指正。

新华书店总店

一九八三年八月

目 录

前言	(1)
第一章 绪论	(1)
第一节 图书宣传的作用	(1)
第二节 图书宣传的内容、形式和原则	(5)
图书宣传的内容(5) 图书宣传的形式(6) 图书宣传的原则(7)	
第三节 图书宣传的优良传统	(10)
革命前辈高度重视图书宣传工作(10) 鲁迅和图书宣传(14) 新华书店在革命根据地的图书宣传(15) 三联书店的图书宣传(17)	
第二章 书店门市部的总体设计	(20)
第一节 书店门市部的布局	(20)
店堂布局的要求(21) 店堂结构的一般形式(21) 门市部布局形式(23) 专业书店布局(24) 辅助场地安排(26)	
第二节 书店门市部的门面设计	(27)
招牌设计(28) 立体标准字的安装(30) 副招牌的设计安装(30) 外橱窗结构(31) 透明橱窗设计(31) 兴建橱窗的要点(33)	
第三节 书店门市部的设备设计	(34)
门市部常用设备(35) 店堂通风和照明(46) 常用灯具介绍(47)	
第四节 书店门市部的图书陈列	(47)
图书的分类陈列(47) 图书的专题陈列(48) 门市部柜台陈列(49) 图书陈列的形式(50)	
第五节 书店门市部的环境布置	(55)

书店门市的气氛(57) 店堂环境布置的形式(58)

第三章 书店门市部的橱窗布置..... (60)

第一节 橱窗的作用和内容..... (60)

书店橱窗宣传的作用(60) 橱窗宣传的内容(61)

第二节 橱窗的设计和布置..... (65)

(1) 橱窗草图的作用(66) 橱窗草图的设计程序(66)

(1) 橱窗设计实例分析(70) 橱窗绘制与布置(71) 橱窗的

(1) 灯光照明装置(74) 电动橱窗制作(75) 橱窗内的图书

(3) 陈列(76)

第三节 橱窗的道具设计与制作..... (77)

书店橱窗常用道具(78) 书托设计(79) 道具的制作和

(01) 装潢(83) 道具的装配(84)

第四节 内橱窗的设计与布置..... (96)

(内橱窗的形式与种类(96) 内橱窗设计布置的要求(97)

内橱窗的宣传内容(97)

附录 布置橱窗常用的材料与工具..... (99)

第四章 图书宣传品..... (101)

第一节 图书宣传品的作用和要求..... (101)

第二节 图书目录和图书征订单..... (102)

(12) 图书目录的类型(102) 图书征订单(103) 编印图书目录

的要求(105) 编印图书目录的程序(105) 图书目录的散

发(110)

第三节 手册型宣传品..... (111)

(11) 手册型宣传品的种类(112)

第四节 图书宣传小报..... (113)

中央一级出版社编印的小报(113) 各地编印的图书宣传

(11) 小报(114)

第五节 图书海报..... (115)

图书海报的作用(115) 怎样编绘图书海报(116) 图书海

(33) 报的构图(118) 固定式海报架(121)

第六节	黑板报宣传和横幅宣传.....	(121)
	黑板报的版面安排(122) 横幅(124)	
第七节	包装纸和书袋.....	(126)
	包装纸(126) 包装纸的形式(127) 书袋的形式(127)	
	图书包装品设计(128)	
第八节	书签和纪念印戳.....	(129)
	书签的类型(129) 书签的设计与制作(130) 纪念印戳	
	(131) 纪念印戳的类型(133) 纪念印戳的设计制作(133)	
第五章	图书展销、读书报告会与运用新闻工具宣传	
	图书.....	(134)
第一节	图书展销.....	(134)
	图书展销的作用(134) 图书展销的筹备(135) 展销会的	
	宣传布置和环境设施(142)	
第二节	读书报告会.....	(146)
	读书报告会的规模(147) 读书报告会的内容(147) 读书	
	报告会的组织(148)	
第三节	运用新闻工具宣传图书.....	(151)
	利用图书评介、简介宣传图书(152) 图书消息报道(153)	
第四节	流动供应的宣传工作.....	(154)
	怎样开展宣传(154) 流动供应中的宣传工具(157)	
第六章	美术字基础.....	(160)
第一节	为什么要学美术字.....	(160)
第二节	美术字的分类与技法.....	(161)
	宋体字(162) 方头体字(179) 图案字(179)	
第三节	图案字的修饰与形体变化.....	(180)
	笔划变化(181) 装饰变化(182) 象形、象征变化(185)	
第四节	阿拉伯数目字与汉语拼音字母.....	(186)
	阿拉伯数目字的写法(186) 汉语拼音字母的写法(187)	
	书写汉语拼音应注意的问题(189)	
第五节	各类字型的运用.....	(190)

附录	参考资料(范字)	(190)
第七章	图案、构图与色彩	(203)
第一节	图案知识	(203)
	图案构成方法(203) 单独纹样构成方法(205) 连续图案 的构成方法(206) 图案的色彩和技法(208)	
第二节	构图法	(216)
	什么叫构图(216) 构图规则(217) 构图分析(221) 构 图方法举例(223)	
第三节	色彩浅谈	(226)
	怎样认识色彩(227) 怎样调颜色(228) 色彩的对比(230) 颜料的性质和种类(232) 热色与冷色及其应用(233) 色彩的配置(234) 颜料使用中的一些问题(237)	
第八章	门市宣传布置的常用工艺和材料	(239)
第一节	装裱工艺	(239)
	裱糊(239) 滚花擀花(241)	
第二节	涂料与塑料工艺	(242)
	石膏与老粉的使用(242) 吹塑纸、泡沫塑料的使用(244) 金银粉的使用(245)	
第三节	仿制品工艺	(247)
	仿制大理石花、冈石花纹(247) 有机玻璃的使用与仿制 品(248) 纸花的扎结法(249)	
第四节	刻、贴工艺	(251)
	海报简易制作法(251) 金箔字制作(253) 玻璃涂漆刻字 工艺(254)	
第九章	外国书店的图书宣传	(256)
第一节	外国图书宣传概况	(256)
第二节	外国图书宣传的主要方式方法	(259)
	出版各种书业刊物(259) 报刊杂志上刊登广告(259) 广播和电视广告(260) 路牌广告(260) 各种图书宣传品 (260) 书目(261) “试读本”(261) 图书推广信和明信片	

片(261) 旅行推销(262) 评奖和推选优良图书(262)

第三节 外国书店门市部的图书宣传陈列..... (262)

第四节 图书展销和国际图书博览会..... (266)

第一章

绪论

第一节 图书宣传的作用

图书是传播、积累科学文化知识的工具，是人类的精神食粮。在我国社会主义现代化建设的新时期，多出好书、多发好书对宣传马克思列宁主义、毛泽东思想和党的方针政策，传播科学文化知识，丰富人民精神文化生活，全面开创社会主义现代化建设的新局面具有重要的作用。

图书宣传是图书发行工作的一个重要环节，是沟通图书供需之间的重要桥梁。

图书宣传从一定意义来说就是图书广告。广告是一门专门的学问。它通过各种媒介，把有关商品、服务的知识或情报有计划地传递给人们，其目的在于扩大销售，影响舆论。

广告是一门科学，也是一门艺术。说广告是科学，因为广告要反映某个领域的客观规律，要符合规律，就要有科学性。广告又是一门艺术，它要求在创意、文字、图画、色彩、字体等方面都要有艺术性。

书店的图书宣传，就是运用各种宣传形式或称媒介，向读者传递图书出版、发行和有关服务的信息，便于满足广大城乡读者对图书的需要。这与“为书找读者，为读者找书”是密切相关的。

新华书店是党在思想战线上的宣传部门之一，具有鲜明的党性，必须为建设社会主义物质文明和精神文明多发好书。要多发好书，就必须重视宣传推广工作，千方百计推荐介绍好书。这是新华书店的光荣传统。建国三十多年来，各地书店继承、发扬这个传统，创造了许多宣传好书的经验。近几年来，不少省级书店和市、县书店进一步加强图书宣传队伍的建设，蓬勃地开展图书宣传工作，收到了良好的社会效果和经营效果。

图书宣传在发行事业中是必不可少的。它可以起到下述作用：

第一，通过图书宣传，可以帮助读者选购图书，启发、引导读者阅读好书，扩大好书的社会影响。

有些书经过宣传推荐，发行量显著增长，较好地满足了广大读者的需要。如中国青年出版社出版的《祖国》一书，起初全国书店报订的需要量是十三万六千册。经过宣传，发行量增加到二十四万六千册，出版社还加印十五万册。这本书的大量发行，既宣传了我们祖国的大好河山，又可以激发广大读者的爱国主义热情。

《从鸦片战争到五四运动》是一部写得成功的近代史著作，也是向广大干部和青年进行爱国主义教育的好书。该书出版时，某省书店共报订六百多部，读者欲购不能。重版前，全省书店积极开展宣传征订，仅其中两个中小城市书店的订数就达一万五千部，为全省初版订数的二十多倍。初版与重版订数如此悬殊，原因是多方面的，但有一条经验：好书还是要宣传。

有一个城市书店，对《谱写共产主义凯歌的人们》一书，开始只订六本，后来运用当地的报纸、电台开展宣传，并向各单位寄发宣传征订单，发行量上升到八千本。从六本到八千本，说明做不做深入的宣传工作，效果大不一样。

《彭德怀自述》是一本受到广大读者欢迎的好书，起初这本书的印数不大，出版后在报刊上作了推荐介绍，广大读者知道有这样一本好书，顿时供不应求。初版印十三万册，在不到半年的时间里，就重印到二百五十多万册。我们要看到，有不少的好书，在无声无息中出版，由于没有宣传介绍，广大的读者是不知道的，因而影响了销售，可见，好书必须宣传。

第二，开展图书宣传工作，能反映我国社会主义出版发行事业的新面貌，是配合社会主义精神文明建设的因素。

近几年来，为解决十年内乱造成的严重书荒，结合重版一批中外古今名著，各地书店做了许多宣传工作。例如，配合发行工具书、科技书、学术著作、少儿读物、少数民族文字图书和外文图书，做了大量的宣传推荐工作，从不同侧面反映了我国出版发行事业的繁荣景象。

近几年来，许多书店配合当地工会和共青团组织举办的青年工人和青年学生的读书活动，配合当地的红领巾奖章读书活动，用各种生动活泼、易于为青少年所接受的宣传形式，广泛地向青少年介绍好书，起着良好的潜移默化作用，帮助青少年健康成长，使他们成为有理想、有道德、有文化、守纪律的一代新人，直接配合了社会主义精神文明的建设。

还应当指出，新华书店门市部是反映精神文明的一个窗口。书店的门市宣传布置工作，应该做到环境美，店容店貌要有浓郁的文化气息；室内外的建筑色调要调和悦目；书架书柜等设备的式样要大方，便利读者；门市内外的环境要清洁而整齐；店堂的采光要明亮而柔和；书籍广告的设置要有思想性和艺术性，等等。这就要求书店的宣传人员努力提高思想水平和业务水平，争当设计上的高手，布置上的巧手，绘画上的能手。

第三,图书宣传是加速图书流转,扩大图书销售,提高图书发行质量,改善经营管理,办好社会主义书店的经营手段之一。

新华书店是社会主义企业,必须加强经营管理,当然主要目的不是为了赚钱,而是为了宣传教育。在完成各项经营指标时,图书宣传工作是一项不可少的经营手段。各类图书宣传与不宣传,对流转的快慢、发行量恰当与否、供应是否对路等方面,效果是大不一样的。

1981年底,某地区的一次滞销书调剂会上,陈列着1978年出版的《早稻烂秧及其防治》共一千四百册。有的同志认为这是一本过时书,要作处理。某县店的一位发行员,将书仔细一看,虽然已出版多年,但讲的知识内容没有过时,仍有使用价值,就将这批书调了进来。到1982年春,他配合县里召开农业生产动员大会,向到会干部宣传介绍说:“要把农业生产搞上去,一靠政策,二靠科学。我向大家推荐《早稻烂秧及其防治》这本书,介绍了如何培育好壮秧,防止烂秧的技术措施。‘一年之计在于春’,如果早稻育秧这一仗打好了,我们今年的农业生产也就开了个好头。《早稻烂秧及其防治》虽是1978年出版,但讲的技术仍较先进而且实用,欢迎大家翻阅,如合意,请选购。”经过这番宣传,到会同志争着翻阅,大家都说:“介绍内容实在,合我们的意。”顿时销售一空。“过时书”变成了“及时雨”。

这个事例说明,有的“呆滞书”经过宣传介绍可以变成“畅销书”。基层书店在抓进销业务的同时要抓图书宣传,使各类图书尤其是专业图书供应对路,满足多方面、多层次的需要,从而能够提高企业经营管理水平。

图书宣传在图书发行事业中占有重要地位和不可忽视的作用。每一个书店,从经理到营业员、发行员都要共同关心图书宣

传工作,要把它作为图书发行工作中不可缺少的一环来抓。尤其是各级书店的领导,要把图书宣传工作放到经常性议事日程上来。

为了保证图书宣传工作的正常开展,需要一定的宣传经费,每个书店可按销售总码洋,提出适当比例的图书宣传经费。要从实际出发,积极培养专职或兼职的宣传美工人员,注意改善书店的工作条件与设备,同时要在营业员、发行员中普及图书宣传的一般技能,以适应日常发行工作的需要。

第二节 图书宣传的内容、形式和原则

图书宣传 的内容

凡是有利于以建设共产主义思想为核心的社会主义精神文明,有利于宣传马克思列宁主义、毛泽东思想,传播科学文化技术知识,丰富人民精神文化生活的图书,都应该进行宣传。不能认为书籍既然出版了不管什么书都可以宣传,也不能认为只要读者需要就可以宣传。每一种书出版的意图、目的不一样,书籍的质量也有高低,我们宣传什么书应当有所选择。

书店宣传介绍某一种书,通常应该说明该书的出版意图、书籍的内容和读者对象,以及有关的发行业务。书籍宣传的内容,其来源一般可根据五个方面:一是上级书店的布置;二是出版社提供的资料;三是书店、出版社的业务刊物;四是报刊上的有关资料;五是书籍本身提供的材料,如内容提要、前言、后记等。

为了做好图书宣传工作,需要经常地搜集、积累有关资料,如出版动态、图书评介、作家介绍、书籍知识、读书格言以及美工所需的图案资料等等。

介绍一书籍,凡书名、编著译者、版别与定价,要向读者讲清楚。其发行方式、发行时间、发行地点、联系电话等等,也应根据需要介绍清楚。

书店的宣传工作,除了向读者宣传图书,还应该介绍书店的发行业务,包括图书发行工作方针和各种服务项目,如新书预订、书登记、邮购服务、代包代运、电话购书、会议服务、图书租阅等等。对本店的发行业务,需要经常不断地向读者宣传,并逐步扩大宣传项目。

图书宣传 的 形 式

一定的宣传内容,要通过一定的宣传形式来表达,这样才能使图书宣传在读者中发挥作用。不同的宣传形式和宣传工具,有其不同的特点,也有其一定的局限性。

每一个基层书店,对各种宣传形式和宣传工具要配合运用,发挥其不同特点,以求取得图书宣传的最佳效果。拿一种书来讲,采取什么宣传形式,要根据书籍的内容、对象和宣传意图,还要考虑宣传的时间、地区等特点和物质条件来决定。

根据书籍的内容、读者对象、发行方式等不同情况来宣传图书,其形式是多种多样的。为使书籍宣传的形式为广大读者所喜闻乐见,收到较好的效果,需要努力实践,不断总结经验,有所创新。建国以来,书店的图书宣传形式,是在逐步丰富的。近几年来,各地书店的图书宣传形式,日益灵活多样,正在继续发展。

书店常用的图书宣传形式,一般有下列几种:

1. 橱窗宣传。包括外橱窗和店堂内橱窗、立柱橱窗的宣传。
2. 图书海报。包括大批量印刷的图书海报和自行编绘的图书海报。
3. 黑板报宣传。包括门市黑板报和单位内部黑板报进行书

籍宣传。

4. 散发图书宣传品。包括各种书目、书签、征订单、图书宣传小报与图书宣传手册等。

5. 口头宣传。包括营业员、发行员向读者进行的口头宣传介绍。

6. 报刊宣传。包括图书广告、出版发行消息、图书评介等。

7. 广播、电视宣传。包括通过广播电台、电视台、农村有线广播、门市广播和单位内部广播工具宣传图书。

8. 幻灯宣传。包括通过电影院、放映队和在书店店堂内放映幻灯,宣传图书。

9. 展览、展销宣传。包括各种类型的图书展销、图书展览和大型书市的宣传。

10. 组织读书报告会。包括读书报告会、故事会、作家与读者座谈会等。

11. 其它图书宣传活动。包括配合职工、青少年阅读好书而组织的各项宣传活动。

图书宣传
的原则

我国的出版发行事业与资本主义国家的出版发行事业不同,我们是共产党领导的社会主义性质的事业。出版发行事业得到加强和发展,就会促进物质文明和社会主义精神文明建设的步伐,促进社会风气和党风的根本好转。如同在过去革命战争年代,大量传播革命真理的书刊,启发和引导成千上万的读者走上革命道路一样,在新的历史时期,传播共产主义思想和科学文化知识的书刊,将有助于引导和培养越来越多的读者,成为有理想、有道德、有文化、守纪律的社会主义新人。根据为人民服务,为社会主义服务的方针,新华书店在开展图书宣传工作中,要