

图书发行  
探索集

TUSHUFAXING TANSUOJI

TUSHUFAXING TANSUOJI

TUSHU FAXING

TANSUOJI

孙效忠 主编  
辽宁人民出版社



辽宁人民出版社出版 辽宁省新华书店发行  
沈阳市和平区北一马路103号 沈阳市第一印刷厂印刷

字数 250,000 开本: 850×1163 $\frac{1}{2}$  印张 12  
印数: 1—5,000

1990年6月第1版 1990年6月第1次印刷

责任编辑: 蓝再平 版式设计: 任和  
封面设计: 赵多良 责任校对: 岸军

ISBN 7-205-01470-0/G·243(ZF)

定价: 4.80元

主 编：孙效忠

编 辑：石玉明 隋玉功 赵铭革

编 委：李延廷 李德成 李红旗 张文生  
张志杰 张自贞 徐彭声 常士阳  
赵鸿德 鲍金山

目 录

图 表

## 编 者 的 话

编入本书的文章，选自参加1988年7月由辽宁教育学院主办，黑龙江、吉林、辽宁、河北、山西、天津、河南、内蒙古、山东、陕西等省、自治区、直辖市新华书店参加，在旅顺口举办的经理培训班学习的学员所撰写的结业论文，经作者修改补充，并经编辑加工而汇集成书。

参加培训班学习的学员是各级新华书店的领导骨干。其中多数是从事图书发行工作多年，具有较丰富实践经验的同志。这期培训班虽仅一个月时间，但是，学员经过较系统学习《图书发行学概论》、《图书发行管理学》、《图书进销学》等大专教材。在进一步提高图书发行基础理论的基础上，理论与实践相结合，从不同角度探索了图书发行工作的一些基本规律性的问题。由于时间短促，虽然有些文章的理论深度尚感不足，但对于深入进行图书发行学研究有一定的参考作用。编辑成书也是一项资料积累。

辽宁省新华书店经理赵德祥同志，对本书的编辑工作给予很大支持，不仅选派有经验的同志负责编改工作，对于出版、印刷、发行作了周密安排并审阅了稿件。辽宁人民出版社对本书的编审、出版也给了很大支持，保证了本书的出版。

由于我们的水平所限，缺点、错误在所难免，敬请读者提出批评指正。

1989年6月

## 目 录

- 谈新华书店要在改革中发挥自己的优势……………王兰鱼 (1)
- 浅谈新华书店如何深化改革……………李功录 (8)
- 关于基层书店深化改革的探讨……………刘 坤 (13)
- 浅谈深化图书发行体制改革问题……………乔润德 (18)
- 基层书店自身改革有待深化……………张寿鸣 (22)
- 略谈改革图书购销形式与进销业务……………王凤章 (29)
- 试谈基层书店在图书发行体制改革中  
    业务工作职能的转变……………刘继生 (32)
- 谈库存……………刘洪亮 (38)
- 如何掌握进销平衡 实行流通的良性循环……………张先智 (43)
- 谈图书发行体制改革中的进货工作……………徐占朝 (47)
- 浅谈县书店进货工作的改革……………丁东林 (50)
- 谈谈基层书店的进货工作……………常 征 (53)
- 怎样做好基层店的进货工作……………王宗君 (57)
- 向管理要效益  
    ——谈图书进货业务管理……………吕连尚 (62)
- 试谈销货店的进货工作……………田日海 (66)
- 试谈进货工作的宏观控制……………高福彬 (70)
- 谈销货店如何做好图书进货工作……………耿秀莲 (74)
- 试谈基层店的进货联合……………徐培展 (79)

浅谈图书销售·····	韩惠生 ( 83 )
谈谈新华书店的图书销售·····	孙连荣 ( 86 )
基层店经理如何抓好进销工作·····	李长德 ( 89 )
怎样当好书店经理·····	马 沛 ( 93 )
图书宣传工作的重要性·····	苗小霞 ( 97 )
浅谈图书宣传·····	张振忠 ( 101 )
图书经营竞争浅论·····	谢永清 ( 105 )
图书市场预测是企业经营管理的重要环节·····	金永华 ( 114 )
图书市场预测初探·····	许桂芬 ( 118 )
试谈如何放开批发渠道搞活图书市场·····	孙淑珍 ( 122 )
试谈图书发行工作的市场观念·····	刘明远 ( 128 )
图书发行工作要增强市场观念·····	刘晓东 ( 133 )
读者购书规律的探讨·····	李骏翔 ( 139 )
图书供给与读者需求规律初探·····	解树庄 ( 145 )
信息是搞好图书发行的保证·····	宋文静 ( 150 )
浅谈图书发行现代化管理与信息开发·····	李连军 ( 153 )
浅谈图书市场预测的作用·····	王国文 ( 157 )
图书市场信息的收集与反馈·····	王树森 ( 161 )
试谈信息在图书发行中的地位·····	胡乃春 ( 165 )
浅谈门市管理工作·····	张国良 ( 168 )
在门市工作中, 如何掌握读者心理·····	王玉书 ( 172 )
农村年画市场供需探索·····	韩力建 ( 175 )
试谈农村图书发行工作改革·····	杨立生 ( 178 )
谈对农村图书市场的认识·····	刘明哲 ( 182 )
图书发行社会效益与经济效益相互关系	

浅探.....	宋修艺、王建华 (186)
试谈图书发行社会效益和经济效益的	
辩证统一.....	杨桂清 (194)
关于图书发行社会效益与经济效益	
问题的探讨.....	王秀君 (200)
影响图书发行社会效益和经济效益若干	
问题的探讨.....	金明虎 (205)
浅论图书发行工作社会效益与经济效益.....	段名广 (210)
试论图书发行工作社会效益和经济	
效益的关系.....	李东华 (216)
完善承包经营的探讨.....	李建一 (221)
试谈书店经营承包中的几个问题.....	王福生 (226)
承包基数及其它.....	汪洪越 (231)
承包经营是搞活基层书店的有效途径.....	郭  静 (238)
租赁经营是解决所有权和经营权分离,	
搞活门市销售工作的途径.....	商志清 (242)
谈谈流动资金的管理.....	刘洪亮 (247)
谈贷款承转结算工作.....	王艳华 (252)
收书付款势在必行	
——关于图书发行结算方法的探索.....	张振清 (255)
试谈决策在企业管理中的地位.....	韩朝峰 (258)
挖掘内部潜力向管理要效益.....	房洪玉 (261)
试论目标管理在图书发行工作中的运用.....	李福星 (264)
加强发行队伍的建设是新华书店的	
迫切任务.....	勒古恩 (268)

试谈提高图书发行队伍素质的必要性·····	田万贤	(272)
谈如何提高图书发行队伍的素质·····	李海洋	(278)
简谈图书发行队伍建设·····	赵春华	(284)
领导行为在思想政治工作中的作用·····	刘炳文	(288)
浅谈图书发行工作者的职业道德·····	武小侠	(293)
浅谈职工素质互补对图书发行工作的作用·····	王 军	(298)
新华书店职工素质浅谈·····	杜继昌	(303)
浅谈提高图书发行队伍的政治和 文化业务素质·····	白景信	(308)
试谈图书发行工作者的知识结构·····	李忠义	(313)
谈图书发行队伍的素质·····	王信成	(317)
浅谈提高图书发行队伍素质的必要性·····	李志忠	(322)
试论图书发行的人事管理·····	卢翠茹	(327)
试谈我国图书发行工作的性质·····	李学新	(333)
试谈图书发行工作的性质·····	刘忠夷	(338)
试论图书商品的特殊性·····	程世杰	(341)
试论书店微机应用的前景与途径·····	宋绍峰	(345)
试谈书店经营音像制品的必要性、现实性 可行性·····	杜兆福	(353)
谈新华书店开展多种经营的意义·····	崔允弘	(359)
谈谈关于新华书店开展多种经营问题·····	刘恩化	(365)
试谈图书商品管理·····	李永利	(368)

## 谈新华书店要在改革中

### 发挥自己的优势

河北省张家口市新华书店 王兰鱼

随着改革的不断深化，图书发行市场打破了由新华书店独家经营的封闭局面。出版社自办发行，集体书店、个体书摊如雨后春笋，迅速生长起来，并围绕着图书市场在供应时间、服务态度、发行质量和经营能力等方面展开竞争。使一直保持平静安稳的新华书店产生了压力，从经济效益上受到了威胁。如何正确认识和认真对待图书市场竞争问题，使压力变为动力，是关系新华书店生存发展的重大问题。因此，不论在理论上，还是在实践上都值得认真探讨。

首先，我们要认识到，我国在现阶段的任务是发展社会主义有计划的商品经济。在社会主义建设中，不但需要大力发展占主导地位公有制经济，而且还需要非公有制经济的存在和发展，作为公有制经济的补充。这种非公有制经济可以帮助解决许多公有制所不能较快解决的经济问题和社会问题。因而，他们对公有制的巩固和发展起着积极的补充作用。我们应从社会主义的根本任务是发展社会主义生产力这个马克思主义的原理出发，认识允许多种经济成份在我国社会主义初级阶段长期存在的必要性。

其次，新华书店作为国家公有制经济，是图书流通的主体是肯定的。但是，我国幅员辽阔，人口众多，广大读者有不同职业、不同民族、不同文化程度、不同年龄的区别，以各种复杂的需要和爱好的读者为对象的图书发行工作，单靠国营经济的新华书店是难以照顾周全的，必须发展多种经济成份作为补充。同时随着我国的四化建设事业日益蓬勃发展，全国人民对图书的需求量越来越大，对图书质量的要求也越来越高，要使图书发行事业的发展适应两个文明建设的需要，适合我国新的历史时期出现的新形势，必须改变国营新华书店独家经营的状况。有竞争就有比较，就有活力，只有在竞争中充分发挥各发行渠道的优势和特长，真正形成以国营新华书店为主体的、多种经济成份、多种流通渠道、多种购销形式、少流通环节的图书发行的新格局，才能使货畅其流，书尽其用，最大限度地满足各类读者的需要，使图书这一知识的物质载体在四化建设中发挥巨大的作用。

再次，新华书店具有较为雄厚的物质基础和自身发展的能力。我店1981年以来，新建四层营业楼，解决了过去库房紧缺，书籍到处存放，发行部门拥挤，读者买书、取书困难等被动局面，运输工具除过去一台手推车和一辆三轮车又增加了一辆双排座卡车、一辆面包车、两辆三轮摩托车的现代化运输工具。这不仅为我们在市区书店内部拉运图书，也给单位送书提供了方便，还能经常不断地开往外地直接从厂家、发行所进货、运货，为我们争夺图书市场以快取胜起了极大的作用。在营业室安置了铝合金书架、玻璃柜，增强了透明度，为读者选购图书创造了方便条件，从而吸引了更多的读者，扩大了销

售。同时，新华书店在长期的经营中积累了丰富的发行经验，已发展成为一个全国范围的图书发行系统。有遍布城乡的发行网点；有一支从多年图书发行实践中培养起来的、具有良好素质的发行队伍；有已形成紧密衔接的图书储运系统；具有广泛的社会影响等等，为我们在竞争中取胜奠定了坚实的基础。

另外，图书货源的主要部分又都掌握在我们手中，如领袖著作、政治读物、配合形势的文件及高层次的科技、外文类图书；与国计民生关系重大的计划发行图书；大、中专教材、中小学课本，内部发行图书等。这些不仅在经济效益上使书店占据了有利条件，更主要的是在宣传马列主义、毛泽东思想，传播一切有益于社会经济、科学文化知识成果，丰富人民精神文化生活上取得了很好的社会效益。这是新华书店在图书发行市场上具备辐射力强、经营范围广超于其它发行渠道的优势。在当前图书发行领域日益激烈和错综复杂的竞争中，新华书店应如何充分发挥优势，在竞争中取胜，浅谈如下几点看法：

## 一、运用灵活多样的方法，加强图书的宣传工作，扩大新华书店的知名度

图书的宣传推广对图书市场影响很大，它是沟通书店与读者之间的桥梁，是向读者传递图书出版发行和有关服务的信息，为书找读者、为读者找书，加速图书流转，扩大图书销售，争夺图书市场的重要手段之一。图书宣传的形式主要有：一是加强广告宣传。利用橱窗、张贴海报、黑板报、预订单、设立读者园地、建立新书专架专柜等，进行灵活多样的图书宣

传。二是充分利用现代化宣传手段如：报刊、广播、电视，还可以和影剧院联合在放映前进行图书宣传，扩大社会知名度。三是营业员要不失时机地做好口头宣传，启发诱导读者的购买欲望，使潜在读者变为现实读者。图书宣传工作搞得好坏，直接关系到图书的销售情况和书店的经济效益。同样是一种书，宣传和不宣传却有着两种截然不同的效果。滞销书往往经过宣传能起死回生变成畅销书。只要宣传对象找得准，不仅能使库存量减少，提高资金的周转率，而且能使长期积压的图书变为读者的手中之“宝”。门市部的店堂布置是图书宣传的主要方面，使读者一走进店堂就有一种高雅、舒适的感觉，好似置身于书籍的海洋、知识的宝库，使读者受到启迪，同时扩大书店的影响。

## 二、树立信誉观念，提高服务质量，促进销售

信誉，是无形的财富，是企业的生命。信誉好的企业，可以在竞争中处于十分有利的地位。取得信誉的根本途径是企业的优质服务。我们经常教育职工用实际行动维护新华书店的信誉，消除“官商作风”，努力提高服务质量，做到主动、热情、耐心、周到服务，研究读者的心理，掌握接待读者的艺术，不断提高营业人员的业务素质，开展多种形式的服务项目，以优良的服务赢得读者满意。同时还要搞好系列服务。建立一支善于开拓、业务素质好的推销专职队伍，主动送书上门，千方百计去争夺和占领图书市场，使书店在激烈竞争中立于不败之地。

### 三、树立信息观念，发挥在竞争中取胜的优势

在激烈的竞争形势下，信息的重要性越来越为人们所认识。谁能及时准确地掌握市场信息，并且依靠市场信息及时做出正确决策谁就掌握了竞争的主动权。读者的购买行为是受动机支配的，读者的文化要求相对于生活需求波动较大，容易受到社会经济因素及文化思想因素的影响。我们在日常业务活动中经常注意观察图书市场的变化，了解读者需求，认真研究、系统分析市场信息，搞好出版与读者的信息交换，以指导性、决策性、限制性、定量性为根据掌握进货工作，使自己经营的图书品种对路，类别齐全，丰富多彩，数量适当，扩大市场占有率。建立常备常销书目制度，做到以销定进、勤进快销，在市场信息竞争中取得优势。

### 四、加强企业管理，推动图书发行事业的迅速发展

图书发行工作具有文化属性，起着宣传思想、传播知识的作用，但又是经济单位，有经济任务和经济利益，担负着满足社会需要和谋求自身生存、发展的两大社会职能。企业要生存、发展，关键在于管理。尤其是在发展社会主义商品经济的新形势下，光凭传统的管理，靠经验办事，必然落后于实际。这就要求我们积极引进先进的管理经验，试用现代化的管理设备。如电子计算机收款，用电脑管理书店业务来提高工作效率；制定严密的服务质量规范和严格的劳动纪律并落实在实际工作中；采取聘任制，实行层层优化组合，推行多种经营责任制，使责、权、利落实到每个职工身上；加速资金周转，提高劳动

生产率。在经营中要多品种、少批量、流转快，用有限的资金、库存、营业场所去赢得好的经济效益和社会效益。使新华书店充满生机和活力，推动自身建设的迅速发展。

## 五、运用“公共关系”为在竞争中取胜创造优势条件

随着商品经济的发展，“公共关系”对于维持企业的生存和发展所起的作用越来越大。过去新华书店是独家经营，没有竞争对手，“皇帝女儿不愁嫁”的经营观支配着我们的行动，忽视对“公共关系”的运用。现在多种发行渠道突起，图书市场竞争日益激烈。这样，出版社和读者对书店就有很大的选择余地，我们的进销活动面向社会，要取得各行业、各部门对我们提供支持和协助，并借助其力量搞活自己就成了书店在现实生活中所必须重视的关键问题。我们要运用“公共关系”与外部环境建立密切的联系。正确协调和及时处理上下左右，内外交叉的各种业务关系和人际关系。如社会关系、地方行政关系、所属领导关系；工商税务、邮电银行、治安管理、机关团体、大中小学校等一切有联系的关系，创造一个良好的内部和外部环境，减少矛盾和冲突，给书店的进销业务提供更多的优越条件。如需贷款时银行就能提供给我们足够的贷款；当我们征订某种图书时就会有大量的读者订货；当我们需要报导和宣传书店情报时，电台、报刊及时为我们广播发表；当我们要建立发行网点时，就会受到工商税务部门支持，为我们办理经营手续提供方便。凡此种种，使我们的经营活动可以畅行无阻，日益兴旺。“公共关系”并不直接销售图书，但是，它在图书发行

工作中所起的作用是不可低估的。我们一定要把书店溶于社会大系统中，取得各个有关系统的支持和帮助，从而为在竞争中取胜创造优势条件。

## 革 新 出 版 社 的 社 会 责 任

柔石著 上海书店出版社出版

上海书店出版社，是党的革命文化战线上的重要阵地。它肩负着出版、发行、传播党的革命理论、政策、方针、任务，以及社会主义、共产主义、无产阶级专政、无产阶级文化大革命等任务。它必须适应党的需要，为党的事业服务。

### 一、党的需要

党的需要，是党的革命文化战线上的重要阵地。它肩负着出版、发行、传播党的革命理论、政策、方针、任务，以及社会主义、共产主义、无产阶级专政、无产阶级文化大革命等任务。它必须适应党的需要，为党的事业服务。

## 浅谈新华书店如何深化改革

山西省临汾地区新华书店 李功录

随着商品经济的发展和发行体制改革的深化，图书市场竞争日益加剧。特别是放开批发渠道，放开购销形式和发行折扣之后，竞争变得更加激烈和复杂，已将新华书店推到无法回避的多渠道竞争中去。

### 一、竞争的态势

长期以来，新华书店一直是图书发行的唯一渠道，加之过去图书出版品种少，图书市场一直是卖方市场，使新华书店处于“早涝保收”的地位，没有压力感，更没有危机感。随着发行体制改革的深入，延续了三十余年的统购包销的传统格局，已经被多种购销形式所取代，集体和个人所有制的书店和书摊星罗棋布，打破了往日发行区域分割的老框框。出版部门的“对口征订”、“系统发行”、“作者包销”，各种以出版社为依托的发行力量，同社会潮流相适应，与主渠道争夺市场，争夺读者，在很大程度上打破了昔日书店与读者之间的平衡关系。同一本书人家已经通过另一条渠道，另一种方式占领了市场，而书店还在那里埋头研究二、三百字的订货目录，一相情愿地填报订数。有的部门直接向全国各大专院校图书馆，