

郵電叢書

蘇聯報刊發行工作經驗彙編

第一輯



人民郵電出版社

蘇聯報刊發行工作經驗彙編（第一輯）

人 民 郵 電 出 版 社

內 容 提 要

本書介紹了蘇聯郵政企業報刊發行工作中的零售業務。書中除對報刊發行機構、零售業務的組織和經營管理等加以說明外；着重敘述了零售業務怎樣為廠礦、國營農場和集體農莊、以及其他羣衆集會服務；也介紹了優秀零售工作人員的工作經驗。

蘇聯報刊發行工作經驗彙編(第一輯)

譯 者： 中華人民共和國郵電部郵政總局

出版者： 人 民 郵 電 出 版 社
北 京 西 長 安 街 三 號

印刷者： 郵 電 部 供 應 局 南 京 印 刷 廠
南 京 太 平 路 戶 部 街 十 五 號

發行者： 新 華 書 店

書號：1036 1955年2月南京第一版第一次印刷1—4,300冊

787×1092 1/36 30頁 字數：39,000字 定價：2,900元

★北京市書刊出版業營業許可證出字第〇四八號★

前 言

「預訂」和「零售」是報刊發行的兩個基本方式。當我國報刊零售業務正在逐步開展之際，學習蘇聯的先進經驗是很重要的。由於缺乏系統的資料，現僅從一九五四年蘇聯郵電部發行總局出版的「報刊發行」月刊中，選譯了一些有關報刊零售業務的文章，印出來作為工作中的參考。

從現有的資料中，對蘇聯報刊零售業務情況，可以得到以下幾個方面的概括了解：

一、蘇聯報刊發行機構組織概況：

在全國範圍內報刊發行工作的組織和領導是由蘇聯郵電部發行總局（簡稱發總）來執行的。在發行總局編制內的業務管理機構有（根據現有的零碎材料統計）：訂閱處、零售處、業務處、技術處、計劃財務處、材料技術供應處、人事處、會計處等，直轄企業單位有：中央報刊發運局、中央報刊零售處及各大城市發行處。

中央報刊發運局：處理全國各地寄到的中央級報刊訂閱增減單和分發、運寄報刊工作。

各大城市發行處：在全國各大城市（莫斯科市、列寧格勒等）中組織並領導報刊推廣工作（包括訂閱和零售）接受訂戶並編造彙總增減單。

中央報刊零售處：處理零售報刊增減單，配發報紙、雜誌、

大衆通俗性的政治讀物以及書籍、小冊子、宣傳畫、圖片、其他各種美術翻印品、供應全國報刊零售網中零售之用。

中央報刊零售處下設：計劃經濟科，報刊科，不定期刊物科、圖片美術品翻印品科、單據填製科、報刊分發所、書籍分發所、圖片美術翻印品分發所、採購部，印刷廠倉庫等。

郵電部所屬各共和國省（邊區）郵電管理局內所組織的報刊發行處科爲中央報刊發行工作的地方機構，各管理局的發行處科並負責組織領導各該共和國省（邊區）境內報刊的推廣和發行工作。

各省省會、邊區首府，共和國國都，應由各郵電管理局發行處科所領導的市發行科接受訂戶並編造增減單。

在設有一、二、三等郵電局的市、區推廣報刊接受訂戶，編造增減單和發行（市的區的）報紙，由各該局的發行科辦理，在四、五、六、七等郵電局的地方，則由發行組織員辦理。

爲了處理省（市）所出版的報刊增減單和發寄報刊，應在各省省會、邊區首府、共和國國都組織報刊分發所。

在其他居民點的報刊發行工作，由郵電支局分局營業處辦理之。

各省發行科下設發行指導員，經常深入各地檢查各地訂閱和零售業務情況，城市發行處科及各級郵電局是發行現業機構，在組織零售方面，亦有相應的組織，如鄂木斯克市在發行處下設有報刊零售處，一般郵電局和支局局長都直接領導零售業務。

二、報刊零售業務的組織機構及經營方式：

（一）中央報刊零售處：它是零售業務的供應機構，詳細的組

組織情況和職掌，請看正文「中央報刊零售處」一文。

(二)專辦零售的機構是廣泛的報刊亭網：爲了推廣零售報刊，在鐵路線上，水路運輸中，在工廠中，在代表大會和各種會議上，在療養地，休養所等處，都組織廣泛的零售亭網或流動零售。零售亭的分佈應該考慮到勞動羣衆的最大便利，營業時間應該規定得適合當地的條件，備貨品種應該適應當地讀者對象的需要。

零售亭隸屬於發行總局，亭員屬於發行總局人員編制之列。

零售亭的形式和營業方式是多種多樣的。可以是在房子裏（如設在克列姆里宮內的零售亭），也可以是一種固定的或能够移動的櫃台（如在蘇聯農業展覽會中）。零售亭員不僅在亭內營業，還要到附近的機關、學校、集體農莊和機器拖拉機站去零售。

(三)郵電企業單位及其附屬機構：普遍設立的郵電局及其支局和營業處都辦理報刊零售。一般是在營業窗口近旁設置陳列櫥，由郵電人員兼帶辦理。郵電機構轄區內的工、礦、集體農莊、機器拖拉機站等未設零售機構的由郵電局負責供應或組織零售。郵遞員和發行編制外的郵電人員也常被吸收來作零售工作。

(四)委託代辦零售：一種是組織外界人士——社會推廣員——代辦，委託的範圍是極其廣泛的，如區間客車的列車長和乘務員，工礦、機關、集體農莊的圖書館主任，機器拖拉機站的工作人員，文化工作人員、簿記員、經濟員、無線電技師、秘書、以及機器拖拉機站工作人員的愛人等。總之，是各種有組織的羣衆中的積極分子。郵電局對於社會推廣員必要時給予短期訓練，並照規定百分率發給銷售報刊的酬金。另一種是發動集體農莊投

選員零售，特別在農忙時，他們可以把報刊直接帶到田間工作隊中去銷售。第三種是委託其他企業機構辦理，如書店、消費合作社等。

(五)其他：在機關、工廠內部設置無人售貨的零售亭；有些地區還有一些書籍小販。

三、報刊零售業務的經營管理：

1.零售工作人員的管理與教育：每個零售亭的負責人都應該是報刊的積極推廣者，應該是布爾什維克報刊言論的宣傳員。零售亭工作的好壞是和亭員的積極性與創造性分不開的。他必須善於為居民服務，了解所經銷的報刊和注意研究讀者的需要，主動地向不同的讀者對象介紹，及時補充銷路最好的書刊。因此，對於亭員要進行不斷的教育，和組織按職務的社會主義勞動競賽，給成績優良的亭員以「優秀零售亭員」的稱號。零售業務的管理人員——零售處主任、指導員、發行組織員——經常和亭員聯系，了解零售情況，指示改進工作方法，並通過會議總結工作，進行表揚與批評。郵電部訂有「零售亭工作章程」，必須正確地執行。

2.零售業務的範圍和供應：零售亭以零售報刊為主，並銷售郵資憑證、大眾通俗性的政治讀物、書籍、小冊子、宣傳畫、圖片、各種翻印藝術作品、文具和紙張。中央報刊零售處、共和國報刊零售處、市發行所、區郵電局負責處理定單和配發貨品。大城市的發行管理處都設有採購機構。報刊的需要數是通過正常的增減手續的，發行總局給零售亭規定有帶有強制性的「必備貨品清單」。書籍及其他貨品由零售單位視需要填寫定單，由主管局彙總向供應機構請領。有時也採取主動配發的方式。

3. 商品流轉額計劃和備貨定額：爲加強零售業務的計劃性和鼓舞零售單位的積極性，各單位企業對於零售業務訂出年度、半年和季度的「商品流轉額計劃」，切實執行，並由上級規定「備貨定額」，在定額的限度內請領各種必備的貨品，「備貨定額」按金額計算，請領貨品時應註明存貨數量及金額以便審核。「備貨定額」相當於核定的週轉資金，但可以超額。它的作用是，備貨如能切合需要，即可在定額限度內加速商品流轉，擴大營業額，充分發揮資金的週轉作用。如果經常高於定額，說明因備貨不能切合需要，因而造成滯銷，積壓了資金，應積極設法減少存貨；如果備貨經常低於定額，亦即沒有充分利用資金，可能是經營不努力因而不能滿足客觀的需要。審查「備貨定額」根據各局每月的貨品盤存表報。

4. 機動靈活的調度方法：由於備貨和配發不切合實際所造成的存貨過多和不能滿足需要必須用調度方法來解決。根據現有的材料可以看出調度的方法有下列三種：

(1) 省發行科根據各局盤存資料，把一部分存貨集中起來，加以分類，重行分配給缺貨或需要的地區。把連續刊載某一作品的幾期雜誌選配成套，也使得易於銷售。

(2) 根據各區郵電局存貨和缺貨的情況，組織區間書刊互調，把在這一區銷不出的調往需要的地區。

(3) 區郵電局對於各支局、零售亭的存貨情況要隨時了解，及時調撥。

目 錄

前言	(1)
改善報刊推廣的零售工作	(1)
中央報刊零售處	(5)
靈活機動地領導每個區的零售工作	(11)
提高零售亭的商業藝術	(14)
在圖瓦自治省	(16)
改善對零售網的供應	(18)
書籍供應組織得不好	(20)
零售處的工作	(21)
我們是怎樣減低存貨的	(22)
減少了存貨	(24)
克里姆林宮裏的零售亭	(25)
爲迎接蘇聯農業展覽會作好準備	(28)
列寧格勒的優秀亭員	(30)
積極的亭員	(33)
車站零售亭	(34)
我們是怎樣在旅客中營業的	(36)
售書乘務員	(37)
爲漁民和輪船旅客服務	(38)
工廠裏的無人售貨零售亭	(40)
在礦工區	(42)
在庫班田間	(44)
改善機器拖拉機站及國營農場的印刷物零售	(46)
更好地滿足鄉村讀者的需要	(50)
初步效果	(51)

改善報刊推廣的零售工作

蘇聯「報刊推廣」1954年第7期社論

郵電部各報刊聯合發行機關由於執行了蘇聯部長會議和蘇聯共產黨中央委員會關於進一步發展蘇聯貿易措施的決定，因而今年在報刊推廣的零售工作方面有了某些改進。

報刊聯合發行局今年前五個月的零售計劃，整個說來，已經超額完成。報刊餘存量不斷增加的情形已經停止，而且，許多報刊聯合發行分局的書籍和報刊的超過標準的餘存量已經開始降低。報刊聯合發行局和各郵電企業的零售網勝利地進行了推廣為蘇聯最高蘇維埃選舉而出版的書籍、宣傳畫及其他印刷物的工作。

報刊聯合發行總局遵循着共產黨和蘇聯政府關於進一步發展農業措施的決議，大大增加了直接發往農村，特別是發往那些正在進行開墾生荒地和熟荒地工作的地區的報紙、雜誌、羣衆性的政治書籍和農業書籍的數量。數萬個郵電企業和數千個書報零售亭在農村中出售報刊。

可是這一切決不應使我們產生自滿情緒。上半年總結證明：郵電機關報刊推廣的零售工作中還有許多嚴重缺點，妨礙着我們把這項工作提高到黨和政府所要求的水平，提高到郵電部第105號命令的任務所要求的水平。

二十多個報刊聯合發行分局沒有完成規定給它們的零售計劃。阿穆爾、達格斯坦、伊爾庫茨克、韃靼、阿塞拜疆、吉爾吉

斯和土庫曼郵電管理局的報刊聯合發行分局逐月沒有完成計劃。

這些分局沒有完成零售計劃的主要原因之一，就是他們把地方報刊的零售份數改為訂閱。正是由於他們破壞了接受訂閱份數的紀律，才使自己陷於困難境地。

有許多報刊聯合發行分局，雖然完成了整個的零售計劃，但是還沒有做到使每一個區、每一個零售站都能完成計劃。隱藏在這些「順利完成計劃」的數字後面的是，零售工作一貫做得很糟的，沒有很好地進行這項工作的許多書報零售亭、郵電分局和郵電所，甚至整個區郵電局。

這樣的情況是不能容忍的。下半年中零售網和各報刊聯合發行分局的全體工作人員，應致力於保證使每個區和每個零售站都能有節奏地工作。對於落後的工作人員，一方面應給予實際幫助，但同時也應提高對他們的要求。

許多報刊聯合發行分局，特別是布略特蒙古、格羅茲內、卡巴爾達、馬里、列寧格勒、斯達維羅賓里等郵電管理局的報刊聯合發行分局，不但沒有降低自己超過標準的報刊餘存量，而且相反，讓超過標準的餘存量繼續增加，因而也就使自己的財務狀況更加惡化。這是警報。顯然，這些分局的領導者，到現在為止，還沒有從第 105 號命令對他們提出的要求中認識到自己應有的任務。

奧勒爾、齊魯賓斯克、古比雪夫等省，哈薩克蘇維埃社會主義共和國在上半年中，未能全部推銷掉領到的地方報紙的零售份數。這些省管理局和該共和國管理局以及其他某些報刊聯合發行分局的領導者們，不是領取可以推銷得掉的數量的報紙去零售，

而是繼續着會受到批判的惡劣行爲——不考慮需要情形即把所有的報紙份數都拿去了，因而使這些報紙變成了廢紙。

我們工作最重要的方面之一——雜誌的推廣也繼續處於不能令人滿意的情況中。已進行的檢查表明：在許多省裏，甚至像「新時代」、「共產黨人」、「集體農莊生產」等這樣羣衆性的雜誌都沒有全部銷售出去。僅今年第一季度內，在烏克蘭剩餘的雜誌的價值增加到30萬盧布，白俄羅斯25萬盧布，吉爾吉斯蘇維埃社會主義共和國6萬5千盧布，土庫曼蘇維埃社會主義共和國4萬盧布等等。

這些數字說明很多問題。報刊推廣的零售工作人員必須迅速改善雜誌推廣的組織，使得所有收到的零售的雜誌以及過去幾個月積留下來的現有雜誌全部銷售出去。而連過去幾年的雜誌合訂本都在順利地銷售着的許多省份的經驗證明：這是可能的。

今年四月對各零售網現有美術刊物、學校用書刊及其他報刊進行的清點，發現了在這一方面工作的實際情況。目前的任務就在於就地適當地利用清理的材料。各報刊聯合發行分局領導者應該了解每個區現有各種報刊的情形，確切規定哪些報刊是在哪一期限內用書報零售亭和特約工作人員的力量銷售出去的。應該及時把各區和各書報零售亭間的多餘報刊進行互相調撥，以便在最近時間內使其餘存量降低到標準數字。

在下半年內，使報刊餘存量能有實際降低，加速報刊的周轉過程。使餘存量降低到標準數字，應該成為所有報刊推廣的零售工作人員的注意中心。

同樣，還必須考慮到這樣的情況：正如許多年經驗證明的，

下半年報紙和書刊的出產和收入一般比上半年增加很多。因此供應組織應特別注意均衡地執行報紙和書刊的發寄計劃，爲了考慮到採辦的報刊能很快銷完，應注意保證其質量優良。

共產黨和蘇聯政府對蘇維埃貿易工作人員在提高爲居民的服務水平方面提出了嚴格的要求。這些要求也完全適用於報刊聯合發行局的零售網的工作人員。同時，事實證明，報刊聯合發行局的許多書報零售亭對周到地爲買主服務是不夠關心的。這表現在：經常不遵守書報零售亭營業開放和停止的鐘點，沒有遵守營業規則，沒有設法及時通知居民就要出售的報刊和書籍。有許多漫不經心——有時甚至粗暴地對待買主，強迫他們接受不需要的刊物，私自提高價目表所規定的價目的事實。

爲服務周到的鬥爭應該經常進行。不僅零售網的工作人員，而且城市報刊聯合發行分局在收訂方面的指導員也應參加到這個鬥爭中去。

需要不斷改善農村中的報刊推廣工作。爲此，首先必須保證無條件地執行第 105 號命令關於每日將報紙和雜誌發給郵電分局和郵電所，並將其及時和經常地出售給居民的要求。

郵電管理局及其報刊聯合發行分局必須規定經常監督這些事情，定期檢查各區局有無分發給郵電分局和郵電所報紙和雜誌的分揀表，定期審核寄發報紙的時間表，並加以修改，以便更廣泛地和更好地爲在家裏和田間的集體農莊莊員及機器拖拉機站、國營農場的工作人員服務。

爲了順利地解決報刊推廣的零售方面的問題，報刊聯合發行分局應急速改進對零售網工作人員的日常領導，更多地注意幹部

的訓練和再訓練，更多地注意組織書報零售亭管理員、特約代辦人、郵電企業工作人員交流工作經驗。

需要盡一切方法利用夏季的工作條件，來經常地組織羣衆性的措施，在公園、花園、體育場和其他大量居民聚集的地方出售報紙，更廣泛地吸收特約代辦人在車站月台和沿河碼頭爲居民服務。在每一火車站上，都應有幾名報刊聯合發行局的特約代辦人。

在零售網工作人員中進一步開展社會主義競賽，對於根本改善報刊推廣的零售工作有着極其重要的意義。需要保證及時總結競賽，廣泛地介紹報刊聯合發行局所有零售網工作人員社會主義競賽的先進工作者的經驗。

執行這些措施，便能勝利地完成擺在報刊聯合發行局零售網工作人員面前的任務。

中央報刊零售處

中央報刊零售處計劃經濟科科長 Д. 史捷赫曼

整個報刊零售網的工作是否順利，在許多方面都取決於中央報刊零售處的工作是否組織得合理，因爲集中供應計劃佔印刷品銷售總計劃近百分之六十，而在某些省則甚至高達百分之七十以上。

在本文裏，我們願談一談中央報刊零售處的工作。零售網有不少工作人員對於中央報刊零售處的職掌和機構全不明白。把中央報刊零售處的工作組織作一個介紹，將有助於跟零售網工作人

員建立更加緊密的聯系，而促使更加正確地瞭解我們的相互關係。

中央報刊零售處是發行總局直轄的一個分出的單位企業。總的供應計劃及各省、邊區及共和國的集中供應計劃都要經發行總局批准。烏克蘭、白俄羅斯、卡查赫、烏茲別克四蘇維埃社會主義共和國所屬各省郵電管理局發行科的供應計劃由各該共和國郵電管理局發行科核定。

對報刊零售網的供應，是依照發行總局所核定的計劃並根據中央報刊零售處和各郵電管理局所訂合同來辦理的。

關於中央報刊零售處的工作量，下述數字可以提供一個概念：今年四個月報刊零售網經由中央報刊零售處收到供零售用的有三萬萬多份的報紙、雜誌、書籍、小冊子、圖片、翻印品、明信片及其他印刷品。

對中央報刊零售處的要求是保證：計劃集中的供應；照數分撥規定供零售用的報刊份數；照集中供應計劃合理地分配報刊份數；採購印刷品及其他貨品；及時處理和分發報刊；組織中央報刊發行處與省發行科間、及省發行科與區郵電局間的增減單定單寄發辦法。

在報刊零售網的集中供應上，報紙、雜誌佔很大的比重，合供應總計劃的百分之五十以上。分配報刊和組織報刊的供應工作是中央報刊零售處的報刊科所主管。

年度收訂運動開始前，發行總局得到發行系統所應推銷的報刊總份數數字，就每種報刊決定訂閱和零售的數量。訂閱零售數量的劃分要跟相關出版社取得同意。對每個省、邊區、共和國的發

行科，要根據發給他們的出版物份數規定營業額（統一寄發的）

份數已經不够充分滿足居民需要的大部分的中央報紙和很大一部分的雜誌，中央報刊零售處不按增減單發，而按發行總局的指示分配。有些雜誌是照增減單發的，不過這種雜誌的種數目前還不多。

爲了迅速，中央報刊零售處將報刊直接發往報紙經轉局所在地。

中央報刊零售處時常收到各地來信抱怨莫斯科寄去的這種或那種出版物份數不够。可是省內各區或其他寄達地點的報刊分配不是中央報刊零售處辦的，而是地方上（省、邊區、共和國）的發行科辦的。省內寄發數的變動也是他們規定的。中央報刊零售處不過照收到各省、邊區、共和國發行科的分發單辦理寄發。

出版物寄數的時多時少——個別報紙雜誌的寄發數是不穩定的——引起買主和發行亭員正當而頻繁的責難。中央報刊零售處且時常不得不變動某些報刊的寄發數。雜誌寄發數的不均勻引起的聲訴特別多。大家通常都把這種情形歸咎於中央報刊零售處，可是這種歸咎不盡是正確的。問題是在於這種情況往往是由於各發行科、支局和營業處的過錯而造成的。各地收受訂閱倘若任其超過計劃，雖然爲數極少，就機械式地減少可供零售的份數。假若只有五分之一的郵電支局超計劃收訂，而超訂的祇有某一雜誌的一份，那麼它的意義就將是零售網要少收到這種刊物幾萬份，此外更不用說了。如果刊物的份數根本不多，那麼許多地點就會壓根兒收不到。

也常有這樣的情形，中央報刊零售處寄到地方上去的個別雜

誌比計劃所規定的多。這也有它的理由的：當某一種雜誌的規定訂閱份數就全蘇聯來說沒有用完時，沒有用去的份數就轉入零售。

中央報刊零售處這一機構關於向零售網供應圖書、文具及學校用品方面所做的工作很多。這種產品的供應也是按發行總局所批准的計劃辦理的。

不定期刊物的供應，在中央報刊零售處是歸不定期刊物科學管的，圖畫和別種貨品則歸美術翻印品科經管。

圖書的主要供應者為蘇聯書店，中央報刊零售處按照合同向它取得全部不定期刊物寄發數的百分之六十以上。書籍寄發總數約有一半是政治性讀物。

為了使自己的供應計劃有保證，中央報刊零售處也和莫斯科其他供貨者簽訂合同，並在各省會、邊區首府及共和國都城採購文藝書籍、圖畫、紙張、文具。中央報刊零售處採購各種產品嚴格按照零售網的核定品種辦理。

和蘇聯書店及其他供貨者訂立合同時，所供產品的金額嚴格決定於品種。中央報刊零售處和各郵電管理局發行科所訂合同也是如此，中央報刊零售處關於報刊種類的供應義務：政治、文藝、農業及通俗的科學書刊、圖畫、地圖以及其他貨品都有明確的規定。

一九五二年下半年起，中央報刊零售處開始改為硬性地照增減單定單寄發辦法供應零售網。這無疑地帶來了良好的效果——減少了全零售網的集中寄發的刊物的滯銷，改善了報刊的分配，地方上則開始較為仔細地研究讀者需要。