

JIAOCAI CHUBAN FAXING GAIGE
YU ZHONGGUO SHUYE DE WEILAI ZOUXIANG
YOUXIU LUNWENJI

教材出版发行改革 与中国书业的未来走向 优秀论文集

中国书刊发行业协会 编



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

教材出版发行改革与中国书业的未来走向

优秀论文集

中国书刊发行业协会 编



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

· 北京 ·

图书在版编目(CIP)数据

教材出版发行改革与中国书业的未来走向优秀论文集/
中国书刊发行业协会编. —北京:中国经济出版社, 2007. 7

ISBN 978-7-5017-8155-3

I. 教… II. 中… III. 教材—出版发行—中国—文集
IV. G235-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 094919 号

出版发行: 中国经济出版社(100037·北京市西城区百万庄北街 3 号)

网 址: www.economyph.com

责任编辑: 孙 岩(电话: 010-68359418)

责任印制: 常 毅

封面设计: 白长江

经 销: 各地新华书店

承 印: 北京金华印刷有限公司

开 本: A5

印张: 15.625 字数: 405 千字

版 次: 2007 年 7 月第 1 版

印次: 2007 年 7 月第 1 次印刷

印 数: 3000 册

书 号: ISBN 978-7-5017-8155-3/F·7153

定价: 32.00 元

版权所有 盗版必究

举报电话: 68359418 68319282

前言

在认真贯彻落实科学发展观,大力发展新闻出版事业和出版产业,全面推进出版发行体制改革的新形势下,“教材出版发行改革与中国书业的未来走向”征文活动优秀论文集出版发行了。这对于我国书业的改革与实践、繁荣与发展都具有积极意义。在此,特向支持本书出版的中国经济出版社和获奖论文作者表示衷心感谢!

中国书刊发行业协会(以下简称“中发协”)自2005年12月向全行业发起以“教材出版发行改革与中国书业的未来走向”为主题的征文活动以来,得到了业内同仁的积极响应和大力支持。各省、自治区、直辖市书刊(出版物)发行业协会,中发协各专业委员会,认真组织,广泛宣传,号召业内人士积极撰写论文。各省级协会还专门成立评委会,对本省(自治区、直辖市)所收到的论文进行初评,选择相对优秀的论文推荐到中发协进行评审。截至2006年8月,中发协共收到推荐论文180篇。2006年11月和12月间,中发协组织学术委员会成员对推荐论文分别进行了审读。12月27日—29日,中发协学术委员会在北京召开评审会议,经分组讨论和全体会议评议,共评出优秀论文69篇,占推荐论文的38.3%;良好论文71篇,占推荐论文的39.4%。

评审中大家一致认为,这次各地书刊发行业协会和中发协各专业委员会推荐给评审办公室的论文,具有如下几个特点:

一是论文作者比较广泛。既有发行集团的董事长、总经理,也有部门经理、职工;既有省市新华书店的负责人,又有基层书店的经理、业务员;不少出版社和行业协会的领导和积极参与了论文撰写。

二是论文质量普遍较高。从论文中可以看到,论文作者具有良好的政治素质和业务素质。论文主题鲜明,论点正确,注重理论联系实际,并能紧密结合当前业内工作的热点和难点问题展开研讨,满腔热情地提出解决问题的合理化建议。不少论文具有独到见解,内容实实在在,可资借鉴。

三是坚持用科学发展观统领书刊发行业的改革。论文作者以饱满的政治热情和严谨的科学态度,热情讴歌了书业改革所取得的令人振奋的成就以及在实践中探索出的宝贵经验,同时也展望了书业发展的美好前景。尤其可喜的是,很多入选的优秀和良好论文的作者,坚持用科学发展观武装头脑,坚持用科学发展观指导实践,对当前教材出版发行改革、为建设社会主义新农村服务、新华书店转制、构建书业和谐发展环境等群众普遍关注的问题,积极建言献策,提出了许多具有指导性意义的建议和措施。

中国书刊发行业协会这次编辑出版的这本优秀论文集,共收入获奖优秀论文69篇。由于篇幅所限,编者对其中一些论文作了删节或压缩。另将71篇良好论文名单附于书后,供读者检索参考。

目录

CONTENTS



前言

第一部分 教材出版发行改革

教材出版发行改革的现状分析 范新坤 李 阳(3)

稳住教材 巩固连锁 注重市场 发展多元

——教材出版发行改革给新华书店带来的机遇和挑战

陈国强(14)

教材供给特性与教材招标

杨红卫(21)

新华书店如何面对中小学教材招标

刘兴太(29)

试论教材发行变革对新华书店

产生的影响与对策分析

梁达源 王建平(37)

试论新华书店在教材发行改革中

面临的挑战和应采取的对策

叶青山(43)

积极稳妥地推进教材代理制

催生合作、共赢的教材出版发行新局面

蒋鸣涛(51)

教材发行变革下的新华书店经营模式创新

谢 芳(58)

教材出版发行改革给我国书业

带来的机遇和挑战

苏登兴(63)

中小学教材发行招标与新华书店转型

张保和(70)

教材竞标后新华书店发展中的问题及对策

赵 柯(74)

教材发行改革与邮政的机遇

胥嘉南 孙 巍(83)

新华书店应对中小学教材发行改革的思考

张 雷(91)

教材出版发行改革后国有书店的生存和发展

齐立苍(98)

在“一费制”形势下,做好教辅发行工作

张海彪 赵 艺(104)

规模经营,规范操作

新华书店大中专教材发行大有可为 徐佑云 吴序玮(108)

新形势下如何做好教材发行工作	严则坚(115)
基层新华书店经营教辅产品的市场空间	陈虹艳(119)
中小学教材出版发行的现状成因及对策分析	马跃飞(123)
从我区教材出版发行竞标看教材出版发行面临的挑战	李景兰(129)
教材发行竞争的“囚徒困境”及新华书店应对策略	李 星(136)
探索符合我国国情的教材管理体制改革的之路	
——兼谈中小学教材发行招投标的利与弊	马七小(144)
教材出版发行改革带来的思考	白秋莲(149)
浅谈当前教材发行中遇到的困难与对策	刘 健(154)
加强物流建设 提高教材发行竞争力	杨林晖(161)
正确认识中小学教材发行招投标	张蓉蓉(168)
浅析教材采购工作中违规现象的产生及治理	孙重明(176)
我国当代中小学教材出版发行体制的历史沿革	吴 垠(182)

第二部分 书业改革与创新

落实科学发展观 大力推进四个创新	张 华(201)
图书发行业中的科学发展观	张金福(206)
中国书业宏观发展趋势研究	谢振伟(211)
对北京市新华书店连锁经营模式改革与探索	
的若干思考	鲁杰民(221)
新华书店体制改革与分销渠道的再造	刘 强(237)
国有发行集团可持续发展之我见	任永发(252)
新华书店改制浅谈	李士兴(258)
浅谈新华书店在中小城市如何扩大门市销售	李俊宏(267)
一业为主 多元发展	
——新时期荣成市新华书店发展初探	梁文娟(271)
新华书店混业经营趋势与当前策略选择	毛立平(277)
集团化后非教材类出版物业务整合的方向	余志鸿(281)

信息化建设迫在眉睫

——福建省新华发行集团信息化建设实施策略 陈 珊(286)

浅谈新华书店网上书城的竞争 徐 践(292)

第三部分 为“三农”服务

浅谈“三农”图书的策划、出版和发行 陈兴芜(301)

为新农村建设提供精神动力和智力支持

——农家书屋建设的尝试 张 玲(307)

书刊发行行业为“三农”服务的新思路、

新举措、新成效 刘 礼(319)

关于农村图书发行工作的调查与思考 夏春涛(326)

为“三农”服务

——浅析如何开拓农村图书市场 李进东(332)

提高送书下乡针对性之我见 张艳斌(339)

第四部分 出版社图书营销

出版社营销系统创新初探 何 梅(347)

出版社门市部现状与增强市场竞争力的策略 汪耀华(353)

出版社自办发行的未来走向分析 章仲林(359)

科技出版社自办发行的现状及未来走向思考 苏 静(365)

建工社代理连锁经营的回顾与展望 郭希增(372)

图书市场营销的多元创新 韩 伟(379)

第五部分 一般图书销售探讨

探索扩大县级新华书店一般图书销售之路 吴忠华(387)

基层新华书店一般书营销存在的问题与对策 金思军(393)

内蒙古外文书店加大一般图书销售力度的研究

——门市部营销工作的新特点 张少鹏(398)

加大一般图书销售力度的探讨	李永刚(403)
县(市)新华书店加大一般图书销售力度的研究	范真泉(410)
县新华书店加大一般图书销售力度的研究	何日坚(415)
新华书店的主业是一般书销售	何志刚(421)
县(市)新华书店应加大一般图书销售力度	赵辰兴(427)

第六部分 其他

书业物流的未来趋势	李毛炎(435)
对出版物发行单位塑造企业文化的思考	车廷毅(442)
书业图书品种“革命”究竟给出版社和新华书店带来了什么	
——兼论“十一五”书业图书品种未来走向	董建国 赵春涛(451)
走近民营书业	
——民营书业近期发展探究	杨舒(457)
在竞争中发展 在发展中迈进	
——当代民营书店发展中的机遇	金立(462)
现代非书资料及其在书店发行工作中的地位与前景	刘渝氏(466)
更新观念转换角色,积极应对按需印刷	陈鹏(474)
浅谈顾客满意对促进大型图书	
零售店销售的作用	赵炜(480)

附录:

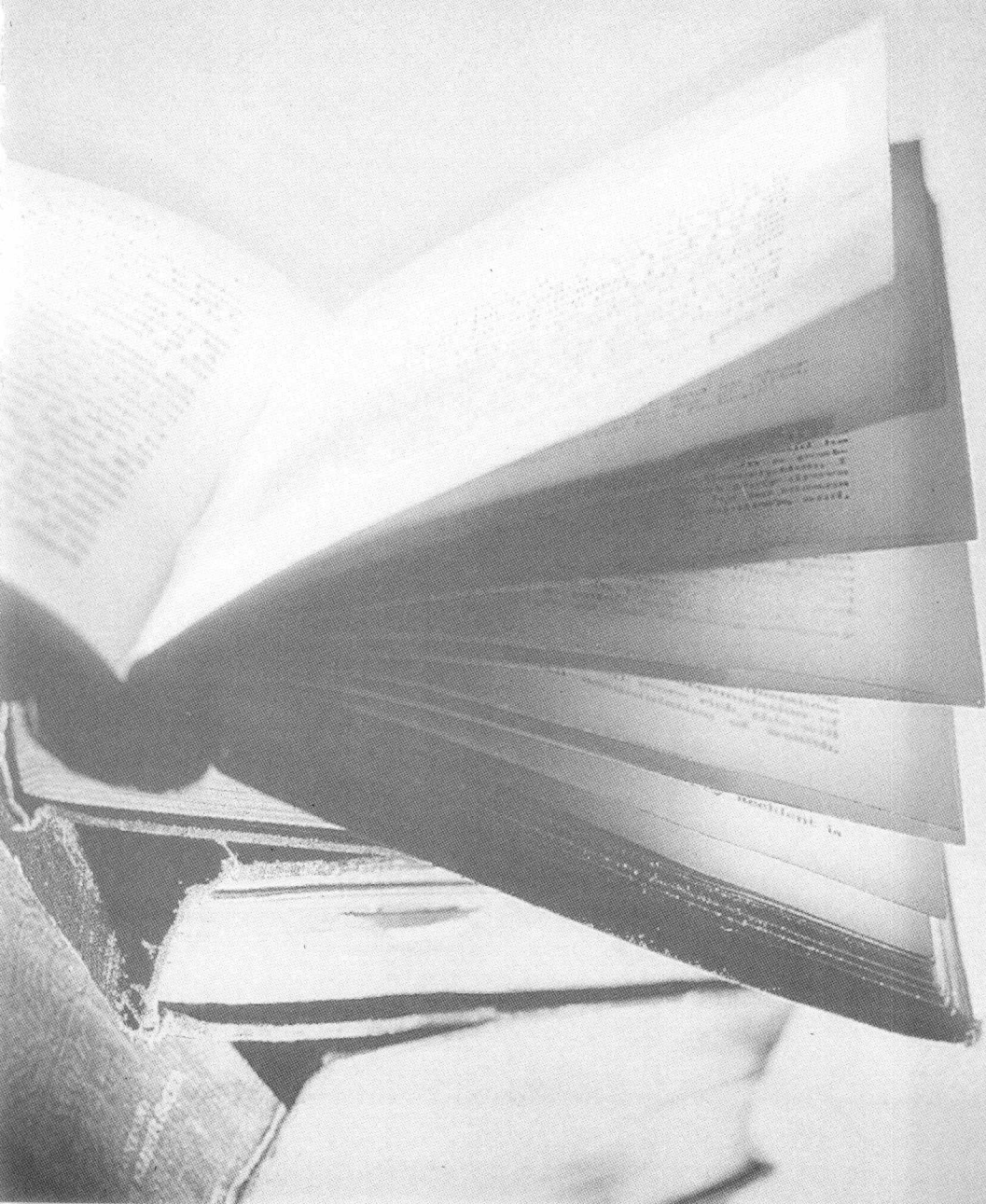
“教材出版发行改革与中国书业的未来走向”良好论文名单	(487)
----------------------------	-------

附录 一 卷五章

(387) 李忠吴	湖北书报社图书一册
(393) 李思金	湖北书报社图书一册
(398) 魏文泉	湖北书报社图书一册

第一部分

教材出版发行改革



教材出版发行改革的现状分析

陕西新华发行集团总经理 范新坤

陕西新华发行集团招标办副主任 李 阳

新中国成立以来,我国中小学教材长期实行统一编写与分区印制相结合的供给体制,发行工作由各级新华书店按照行政区划承担。在市场经济条件下,继续依靠行政命令下达出版发行计划,并直接管理和控制教材价格,阻碍了市场竞争的有效展开和市场资源的优化配置。为了减轻学生家长的经济负担,打破教材出版发行领域的地区封锁、行业垄断和所有制限制,积极引导新华书店和非新华书店系统的企业开展公平竞争,从2001年开始,国家实行了以中小学教材出版发行权招投标试点为主的一系列教材出版发行改革。

一、教材出版发行改革的现状

中小学教材出版发行体制改革,主要包括教材出版发行权的招投标、教材价格调控、政府免费教材发放和正在讨论的教材循环使用等。2001年,国务院办公厅转发了国家新闻出版总署等四部委《关于降低中小学教材价格深化教材管理体制改革的意见》,提出了“改革中小学教材指定出版方式和单一渠道发行的体制”,在福建、安徽、重庆三个省(市)进行了第一轮中小学教材出版发行招投标,虽然,这次教材出版发行招标三个试点地区都只是选择了部分品种,降价幅度也仅仅不到1%,被新闻媒体称作“下了一场毛毛雨”,但毕竟开始了我国中小学教材出版发行改革的破冰之旅。2006年秋,新一轮教材出版发行招投标试点范围扩大到浙江、江西、山东、广东、广西、四川、云南、陕西等

教材出版发行改革与中国书业的未来走向

11个省、区(市)。不仅扩大了招投标试点地区,而且增加了招投标品种,允许跨地区参与竞标,并改邀请招标为公开招标,山东、四川两省还进行了分标段操作试点。11个试点省、区(市)2006年秋季教材发行招标的具体情况如下:

省 份	公告时间	开标时间	中标单位	成交折扣%
浙江省	2006.01.16	2006.03.06	浙江省店	6.50%
重庆市	2006.01.26	2006.02.28	重庆市店	1.34%
广东省	2006.02.13	2006.03.15	广东省店	4.10%
山东省	2006.02.17	2006.03.22	山东省店中三个标 邮局中一个标	7.10%
广西壮 族自治区	2006.02.24	2006.03.22	广西壮族自治区店	1.30%
安徽省	2006.03.02	2006.03.30	安徽省店	4.10%
江西省	2006.03.02	2006.03.30	江西省店	7.51%
福建省	2006.03.02	2006.04.17	福建省店	4.10%
四川省	2006.03.03	2006.03.28	四川省店	A 标 6.50% B 标 5.00%
陕西省	2006.04.20	2006.05.10	陕西省店	5.20%
云南省	维持上季的招标结果未变			

与第一轮教材招投标相比,新一轮教材招投标的显著特点是覆盖面更广、让利幅度更大。江西省教材出版和发行招标总降价达到9 000万元,平均每位学生减负15.2元,纳入出版和发行招标的教材,平均降价幅度达到15.2%,纳入发行招标但未纳入出版招标的教材,平均降价幅度达到7.51%。广东省每学年中小学教材用书的总码洋为12亿元,发行折让降价幅度为4.1%,出版招标的平均降价幅度为6.86%,二者折算后相加,总降价金额约为1.16亿元。重庆市近400万中小学生平均每人节省课本费4.19元,发行和出版共让利1674万元。四川省

每年约 9.5 亿的教材市场总量,仅在发行环节让利近 5 000 万元。山东省中小学教材价格平均降低 10% 左右。广西壮族自治区 2006 年和 2007 年两年的中小学教材共降价 2 921 万元,降幅达 20%。粗略统计,本轮 11 个试点省、区、(市)教材发行年度总额约为 70 亿元,不同省份出版环节、发行环节让利幅度不等,若以加权计算,教材发行平均折让约为 5%,仅发行环节 11 个试点省、区(市)就折让 3.5 亿元;出版环节这次招投标的品种约为所有教材品种的 10%,降价幅度若以均值 8% 计,市场缩水约为 0.56 亿元。另外从中标单位来看,尽管有 9 个省、区(市)新华书店中标,但仍然有两个省的新华书店失去部分标段。由此可见,新华书店承担了五十多年的教材发行逐步走向了社会公开竞标,这标志着新华书店独家发行中小学教材的时代已经结束。

免费教材供应范围逐步扩大,政府采购招标竞争激烈。中央财政从 2001 年秋开始对全国部分贫困地区农村家庭经济困难的中小學生免费提供教科书,并逐步扩大实施范围。2005 年 11 月,教育部发布的《中国全民教育国家报告》中提出了免费教材实施进度,2007 年在中西部农村贫困地区实施,2010 年在全国农村全面实施,2015 年在全国全面实施。目前,在中西部地区免费教材约占中小学教材总量的 20%~30%,有的省超过了这个比例。从 2005 年春开始,中央财政免费提供的教科书实行政府采购,公开招标,业内把这称为“小招标”,其竞争也是异常激烈。

教材作为一种公共产品,国家实行严格的价格管制。2001 年,国家计委、教育部、新闻出版总署联合制定了《中小学教材价格管理办法》,教材印张单价实行政府指导价,由国家计委会同新闻出版总署规定印张中准价和浮动幅度,并明确了教材出版发行实行保本微利原则。2006 年 5 月,国家发展改革委员会、新闻出版总署联合通知,要求取消价格上浮政策,下调教材印张基准价格,2006 年秋季全国中小学教材价格将比上年平均降低

10%左右。可见在政府严格的价格管制下,教材出版发行的利润持续走低,已经达到或接近了保本微利。

国家深化农村义务教育经费保障机制改革,进一步加大了对农村义务教育的投入力度,除对贫困家庭学生免费提供教科书外,各地还普遍推行“一费制”改革,教材的种类、数量、价格也受到严格限制。

教材的循环使用开始试点。在美、日等发达国家多年前已提倡教材的重复使用。近两年,河南、山东、四川等省个别学校进行了教材循环使用试点。虽然与目前既有的教学方式、学生复习习惯、学生心理观念、印刷纸张质量等还不适应,但是仍然有部分省份提出在2008年实行教材循环使用制度,教材市场规模将进一步缩小。

二、教材出版发行改革存在的问题

目前中小学教材出版发行体制改革,主要包括教材出版发行权的招标、教材价格调控、政府免费教材发放和正在讨论的教材循环使用等,但以出版发行权的招标为主,下面着重以陕西省的情况为例谈一谈教材出版发行招投标中存在的问题。陕西省的教材出版发行招标开始于2005年秋季,虽然不是首批试点省份,但2005年秋季的全品种招标在全国中小学教材发行历史上还是首次,通过近两年的实践,我们认为教材招投标主要存在的问题有以下几点:

(一)教材招投标的主观目的没有实现。教材招标的主要目的是为了减轻学生和家长的经济负担,但经过我们2006年春的抽样调查,学生和家长对此反应平淡,甚至有的还不知道教材已经降价。造成这一结果的原因,一是教材出版发行本来利润就很微薄,同其他出版物相比教材出版发行的利润已经接近“保本微利”。新华书店和出版社使出浑身解数积极配合政府进行教材招投标,压缩利润空间,但只不过是让每个学生的课本费降低了不足10元,新华书店已经为此付出了很大代价,招标地区的

部分县(区)级新华书店发生了五十多年来的首次亏损。二是教辅图书的过多过滥冲淡了教材招投标的降价效果,学校见有机可乘或明或暗为学生配发教辅,学生和家长不知道教材降价就不足为怪了。三是学校对国家实行的“一费制”政策理解片面,把课本费和学杂费统一计算,课本降价虽然节约了费用,但其他杂费却趁机上涨了,学生负担并没有减轻。看来通过教材招投标降低教材价格并非减轻学生家长负担的有效途径。

(二)招标后,教材市场秩序有进一步恶化趋势。在教材未招标之前,中小学教材市场由于几十年的约定俗成,管理和操作比较规范。招标之后,由于取消了原来的行政约束,新的市场合同要约机制又没有完全规范的建立起来,加之在思想上改变了教材统购统销的观念,导致教材市场环境有所恶化,主要表现为教材跨省(区)发行严重,盗版教材泛滥,给教材征订、备货和“课前到书”造成了很大影响。同时也不能保证中标单位的合法权益。一些学校尤其是民办学校不从中标单位的销售网络进货的现象越来越多。以去年秋季陕西省的情况为例,有104所民办学校,20 000余名学生的课本来自周边省(区),价格高于本省教材,其中还有相当部分的盗版教材,已经严重干扰了正常的教学秩序。中小学教材发行实行招投标以后,如何使中标单位及其销售网络在合同规定的供货范围内成为唯一合法销售课本的供应商,如何使中标单位通过公平竞争得到的总发行权和合法收益依法得到保护,是一个亟待解决的问题。

(三)中标单位与实际采购单位无条款约定,征订时限无法得到保证,严重影响了“课前到书”。中标者对学校报订课本的时间要求无约束力,很难按期完成征订工作,致使报订的时间一拖再拖,出版社也因此不断顺延交书时间。以前这个问题可以靠行政协调解决,但招标之后的合同就是规则,属于哪一个环节的问题必须由责任者独立承担,协调难度很大,这是一个严重影响“课前到书”的问题。

(四)教材发货后的收款难问题得不到解决,“三角债”问题

已经严重影响教材的出版发行。主要是由于学校经费不足,挪用应收书款,给发行单位按期偿还出版单位的教材款带来很大困难。以陕西省为例,仅2006年春季各学校就欠款1400多万元(详细情况见下表)。过去,由于教材业务比较稳定地掌握在新华书店手中,各县、市新华书店尚能通过向银行短期贷款来缓解矛盾;但教材发行招投标以后,新华书店来年未必能继续发行教材,各地银行对新华书店用于教材的短期流动资金贷款问题就大打折扣,有些银行就干脆不予考虑。现在教材发行收款难、付款难已成了突出问题。另外,一旦新华书店在某次招标中脱标,长期以来学校所欠教材款由谁来“买单”也是一个值得关注的问题。

欠款学校所属市、县	欠款数额(万元)
铜川市	85.00
礼泉县	170.00
白河县	115.00
汉阴县	42.00
石泉县	63.00
绥德县	298.00
华阴市	65.00
延川县	170.00
吴旗县	70.00
周至县	270.00
总 计	1 348.00

(五)教材备货无法按照商业规则操作,形成了过量的备货损失,造成了巨大浪费。学校报订多与少均不承担任何责任,这给备货造成很大困难。过去新华书店尚可考虑第二年的教材继续使用问题,招标之后发行方式和发行成本都发生了变化,能否连续发行完全取决于下次的竞标,难以把握的备货很容易造成较大的损失。既然教材发行已经通过招投标形式进行,因此采