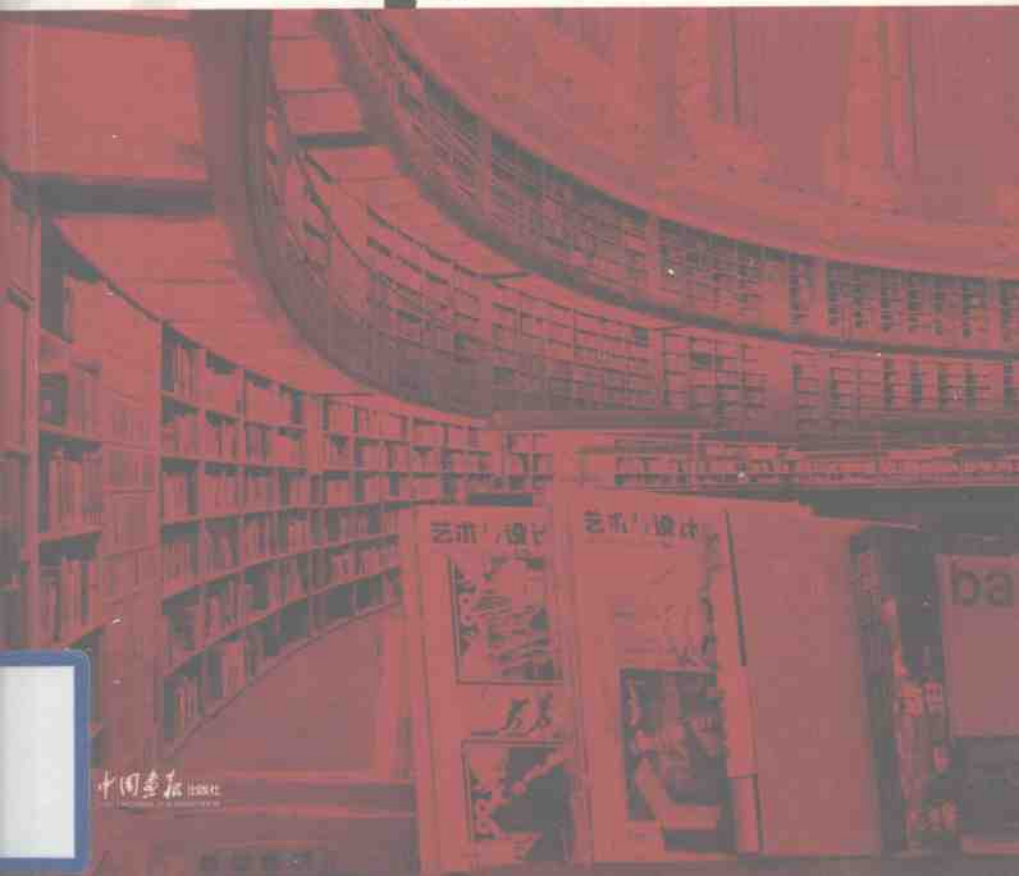


BOOK WITH
YOU

书缘

孙重人·著

一个书店经理人的札记



中国书店出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

书缘 / 孙重人著. — 北京: 中国画报出版社, 2009.7

ISBN 978-7-80220-541-3

I. 书… II. 孙… III. 图书—出版工作—研究—中国
IV. G239.2

中国版本图书馆CIP数据核字 (2009) 第112587号

特约编辑: 刘 丹 吴成伟

装帧设计: 蒋宏工作室

书 缘

出 版 人: 田 辉

作 者: 孙重人

责任编辑: 方允仲

出版发行: 中国画报出版社

(中国北京市海淀区车公庄西路33号, 邮编: 100044)

电 话: 88417359 (总编室)、68469781 (发行部)

印 刷: 北京京都六环印刷厂

监 印: 敖 晔

经 销: 新华书店

开 本: 880 × 1230 1/32

字 数: 300千字

印 张: 12

版 次: 2009年7月第1版

2009年7月第1次印刷

书 号: ISBN 978-7-80220-541-3

定 价: 38.00元

BOOK WITH
YOU

书缘

孙重人·著

一个书店经理人的札记

CHINA
FOREIGN
RELATIONS
PRESS
中国
对外
关系
出版社

目录

序言

发行人的心曲（杨牧之）/006

一个作家眼中的新华书店（何建明）/009

南方北方（自序）/012

第一篇 书园随话

书店时光/024

我是北方人/024

书店“源”与“流”/026

凝重而昂扬——新华书店，路向何方？/035

希望与梦想/042

弄潮改革年/049

没有任何借口/052

书生本色/055

苍松岁久色愈新——记深圳市新华书店总经理汪顺安/055

丈夫意气薄云天——记深圳出版发行集团总经理陈锦涛/060

小处可做大文章——记深圳出版发行集团物流员工/068

走马观“书”/082

港人购书嘉年华——香港书展观展记/082

图书交易朝圣地——我看法兰克福国际书展/089

书香飘拂马德里——西班牙逛书店随想/099

文化地标推文化——访台北诚品书店/108

“凤凰”飞处带诗来——记南京凤凰国际书城/118

构筑“文化大观园”——从深圳书城到书城深圳/122

第二篇 笔力书心

书价意见 134

书价、折扣与资源意识/134

协调图书市场供需关系的价格探讨/140

理论观点/147

改革面对的问题与思考/147

建立现代企业制度/153

塑造优秀企业文化/159

企业家队伍建设/165

出版业代理制/168

股份制改造与治理结构创新/172

经营管理/182

质量管理是企业管理的纲/182

书店门市工作现场管理/185

书店采购的量化与考核/193

连锁经营与物流现代化/199

书店物流经营工作探讨/207
发挥科技进步的推动作用/225
计算机技术的应用与对策/227

营销之术/232

挂历市场分析与展望/232
营销经典——常备快速仓题记/237
营销策略：“拉引”与“推销”/240
深圳书城的立体营销/242
图书打折销售观点对碰/246

第三篇 读书悟道

经济思考/252

凯恩斯的天空/252
企业管理经济学运用
——兼析梁小民《写给企业家的经济学》/261
也谈拐点/269
长尾的启示/275

管理视野/286

科学与人文精神传承/286
追求卓越的管理——读汤姆·彼得斯《追求卓越》/290
创新管理新思维/296
阅读张瑞敏/300

第四篇 流年碎影

日本出版物流通体系概述/312

魅力年代——杂志改变我们的生活/327

江浙新华书店书业考察报告/339

数字化商业模式与出版/351

悠悠漓江一水情/363

书店信赖的“金盾”/366

读书月“荐书”体验/368

美丽的“书缘”/372

后记/375

发行人的心曲

杨牧之

孙重人同志给我来信，邀我为他即将出版的新书写一些话。我与重人同志交往不多，开始颇有些踌躇。及至从他的文章中读到他的经历，他对书的热爱，他在新华书店工作近30年积累的经验、所作的思索和一些智慧发现，我很愿意写一些话与他、与读者交流。

2009年是新中国成立60周年。这段时间，和身边的同志们聊起这60年，真是感慨万千。这是中华民族历史长河中的又一个时代，我们生于其中，是这个大时代的见证者、亲历者，我们中的许多人还以各自的方式，以或大或小的能力，为这一时代做出了自己的贡献。想起这一点，就让人自豪不已。

重人同志也不例外。从他的文章中，可以看出他对新华书店的感情，他在近30年的工作中几乎赶上了新华书店改革发展的每一个重要关头，与新华书店同命运、共呼吸。新华书店1937年创建于革命圣地延安，从诞生的那天起，就一直肩负着宣传党的方针政策的高尚使命，承担着繁荣文化事业的重任。这一优良传统至今不变，感染并熏陶着每一个“新华人”。重人同志上一世纪80年代从部队复员，义无反顾地进了新华书店，先是在江西宜春工作了14年，1995年到了改革开放的前沿地带，在深圳新华书店又干了14年。两个14年，重人同志可以说在计划经济时期的新华书店和市场经济

时期的新华书店都做过，黄金年华都在新华书店度过。他既做过最基层的营业员、农村发行员，也在办公室、采购部、物流中心等做过部门的负责人。尤其是深圳新华书店1995年的两件大事——建设深圳书城和举办第七届全国书市，他都是直接的、负责任的筹备者。深圳新华书店这些年的大发展，他是重要的亲历者和参与者。从这些经历和阅历来看，重人同志这本书为大家展现的，也是新华书店自计划经济向市场经济转折、发展的重要个案。想了解或研究图书发行业、尤其是新华书店这一国有品牌发行企业的演变，这本书提供了很好的参考。

爱书人经常会有些美好的想象：读书，就是一个人静静地阅读，与作者对话，与书中的思想交流，或者随书中人物的命运而一同悲欢。对于从事图书出版发行行业的人来说，除了这种一般的阅读，另有一份沉甸甸的责任。这就是如何将美好的书送到读者手上，如何保证读者买到的恰好是适合自己的好书。说起来容易，做起来很难。心有所想，店有其书。对新华书店来说，书与人、人与书的正好相符，是个大命题。这些年新华书店经历的痛苦转型和改革发展，也正是围绕着一基本命题打转转。

重人同志在他的文章中谈了很多这方面的思考和经验。如《质量是企业管理的纲》，结合自己的经验谈如何管理才能服务好读者。又如《书价、折扣与资源意识》，谈书价持续走高的背后，与图书质量下降有关，与出版发行业利益分配的平衡体系有关。围绕图书发行业的质量管理，重人同志还深入到工作流程的每一环节和诸多细节，谈了许多很有见地的见解。这些文章先后在报刊上发表，受到了好评。尤其是《新华书店，路向何方？》一文，对于城市建设中新华书店的命运作了更为宏观的思考。这篇文章1994年在《光明日报》上发表后，在全国引起了很好的反响，至今尚引人深思。

重人同志在繁忙的工作之余，写出这么多的精彩文章，需要毅力，也需要对事业深切的热情。重人同志也认为，这需要“一种坚定的执著和不移的定力，一种甘于寂寞的境界和一种文化守望的恒心”。

我也祝愿，重人同志能继续坚持这种定力和恒心，用自己的经验、智慧为我们出版发行业的科学发展，多总结、多思考、多写出好文章，为我们这个大时代谱写心曲。

2009年4月于北京

一个作家眼中的新华书店

何建明

我想以一个作家的身份谈谈我们的图书发行，我的感觉可能跟大家的感觉不一样。我到出版社以后，出版社的同志给我讲了很多事，其中谈到金融风暴或者其他原因，造成了图书发行市场不是特别好。我的感觉恰恰相反。在我写作的过程中，包括我自己的书发行当中，我没有感觉到金融风暴对我们图书市场或者写书人的冲击。我感觉我们进入了一个可以静下心来好好看书、写书的好时机，这给我们发行和出版带来了一个非常好的生机。

我们可以从很多例子中看到文化与经济反向的浪潮，包括我们文学创作也是这样，最优秀的作品常常是在最苦难的时候出来的。当然，图书和经济形势有点相关，但是还不完全是这样。我自己在把书交给新华书店发行的时候，发现了一个巨大的问题。举一个例子，比如说在2002年我有一本书叫《根本利益》，后来改成了影视剧，当时交给作家出版社出的。很惭愧，当时我不是作家出版社的人。当时新华书店发行得不怎么样，后来交给了民营书商，书商发了20多万册。这就造成了一个问题：我这个书后来发到40多万册，有一半的数量不是通过新华书店发的。

其实这种事例非常多。我最近写了一部书，《北京青年报》也在连载，稍微联系了一下，2.5万册就出去了。我在想我们自己的发行渠道是怎么回事？因为写书，我一个星期

去一次书店，看看自己的书卖得怎么样，或者是看看我们出版社的书在书城是什么样的状态。我总有一种感觉，到书城的时候，确实看到了人山人海的场面，但是回到家里，或者跟我的读者见面的时候，我在想我们还有多少人是走不进新华书店的。有多少人是自觉地走进新华书店的？这是值得我们思考的。估计在我们有限的读书人当中，还有一半人或者大半人是没有去过新华书店的。

我经常把我们出版社发行部门骂得狗血淋头，是因为我觉得我们仅仅走新华书店这一条渠道，看到了很多堵塞的地方。在店面之外的社会辐射面，馆配是其中一个方面。我们还有大量的需要通过新华书店或者馆配来衔接，还需要借助全社会的渠道。以前，你让我去书店，我开车跑去连个停车的地方都没有，我怎么去买书？这就使我们这样的读书人中有相当一部分被隔离在新华书店的门外。如何解决这些问题？我觉得新华书店应该思考这样的问题。中国是一个巨大的市场，我们是这么喜欢读书的民族，我们有市场，是我们没有做够。

在商场，买空调或其他商品的时候，服务员是千方百计把顾客拉住，给你讲这个，讲那个。我们新华书店则是另外一种销售策略：在新华书店，我看不到一个销售人员在那里讲我们需要推出的一本或者若干本书。这跟其他市场的销售员完全是两个概念，我不知道新华书店是否一定是这样的经营模式？

看到的另一种现象也是让人十分生气的。最近茅盾文学奖获奖作品非常畅销，我们作家出版社有两本，销售得非常好，各新华书店都要我们的书。今天在新华书店，我一看，完了，新华书店摆放类似的书有五六个版本，这是出版社可耻的行为，就不去说了。但是对于新华书店，我在想这样一个问题，这么多的版本在那个地方同时出现，占了那么大的位置，是让我们出版社自己打架，还是我们自己把新华书店

有效的资源彻底地浪费了呢？我不知道这话对不对，但是至少这是个问题。

作为一个作者，作为一个旁观者，我来看新华书店，感到我们越来越进入到独立个体的行为中。网络衔接了我们的图书市场，网络给图书购买注入了生命力，这是毫无疑问的。中国还有70%~80%，甚至90%的读者，没有通过网络购买图书。我们新华书店如何有效地去利用它、挖掘它？我想如果解决好一半，或者解决好三分之一，我们出版社的销售就可以翻好几倍，我相信是这样的。社会涌动前行，给我们造成了不同的经营模式。新华书店前景广阔，我们出版社也会有饭吃。

2009年2月9日 于北京

南方北方(自序)

到南方的风中流浪、
是我的向往、
养育我的北方、
便成为思念的地方、
.....

尽管北方有我童年的土坑、
南方却是我一生命斗的疆场
.....

这是深圳读书月名家名篇诗文朗诵会上的一首保留诗作。每次听到广播电台石峰、肖霞们如泣如歌、动情动魄的演绎，内心总有一种强烈的共鸣，这是一个游子对故乡思恋的吟唱。深圳诗人田地这首取名为“南方北方”的诗作，伴我一路走过，时刻萦绕心头。

参加工作30年，在人的一生中，不长也不短，细一划分，正好南方、“北方”各占一半时光。我的故乡在江西，尽管地理概念上属于“江南西道”的江西历史上从来都不属北方，但在广东人眼里，那就是北方。

30年来，工作单位始终如一：新华书店。无论在南方，还是在“北方”。这是一种喜好，也是一种执著。书为媒，我为之奋斗，为之奉献。时间长了，也就有了几分感受，多了一丝牵挂，对书、对书店、对书的源头——出版业。于是，常常不由自主，边读边写，边干边思，日积月累，存下些心得。

在回顾从业30周年的日子里，翻检了一下自己这些年来发表在报刊上的各类文章，发现经年积累的文字居然有厚厚一叠，内容上也有一定的连贯性。于是，萌生一个念头：何不将其缀连成篇、整理成书，既是对自己与书的机缘作一番梳理，给人生留存一个永久的纪念，也向读者、向社会提供一点精神食粮。真要编辑一本书，却又有些犹豫，从事出版发行行业近三十年，写下的文字内容宽泛、拉杂，选什么，给谁看，心中犯嘀咕。

日前中国每年出书20余万个品种，难道真没有我“这一本”的空间？看来，一般作者要出本书真是不易，此刻我才有切身体验。但是，难归难，不出这本书，实在心有不甘！绞尽脑汁，终于眼前一亮，我所有的文章都离不开两个字——书缘。购书售书，寻书读书，做书店、观书展；探索书店、书城经营之道，探讨书业管理之创新……总之，都与书有关。

书缘，既是半生职业生涯的写照，又像一根红线，恰好把我的这些文字串了起来……

我与书结缘，始自故乡宜春。

宜春，江南一座小城，现有人口30万，位于湘赣边界罗霄山北麓。这是我参加工作，初涉新华书店的地方。

宜春城虽不大，却有着两千余年历史，从西汉高祖四年（公元前203年）设县，一直到今天。宜春，春色宜人。她迤迤于众山之间，山川绮丽，秀水萦绕，自古便是赣西文化重镇。

这里，至今保留着中国最久远的古天文台，唐宋八大家之一的韩愈在此创立昌黎书院，并流露出了“莫以宜春远，江山多胜游”这样眷恋缱绻的感喟。唐朝宰相李德裕贬官宜春时，留下“李卫公读书处”，激励着后学。如今，古之贤人已逝，文化遗迹犹存。丰富的文化遗产，造就了淳朴的民



△位于宜春市西
部化成寺旁的
“李氏公读与
处”遗址
摄影/宋康平

风和持久的学风，使宜春成为人杰地灵之地。宜春人爱读书，便得了这种文化的传承。

宜春市新华书店，于1949年解放军南下时创建，到上世纪80年代已有相当规模。而我就是这个时候，从部队复员，分配入店的。这一入道，成就了半辈子“新华人”，结下了难以割舍的书缘。

在宜春市新华书店，记得当时还是闭架售书，三尺柜台，我每天往返穿梭，接待读者。爱书，成为当时我进书店工作的第一理由。但经历后，才知理想与现实的差距。原以为书店就是书山、书海，可以想看什么书就看什么书，工作后才体会到书店工作的辛苦。服务宗旨告诉我：搞活销售、服务读者才是第一位的。

由于历史缘故，也因为宜春是当时地委、行署所在地，宜春市新华书店的图书销售状况一直很不错。书店门市虽然不大，但书籍陈列品种却很丰富。良性循环促进了销售的增长，读者很认可，不但本市读者购书热情高，而且吸引了全

区各市、县甚至周边城市，如萍乡、新余等地的读者纷至沓来。到1995年，书店一般图书零售额已达300万元。在当时，人均购书额已是很高了。

随着书店业务量水涨船高，我卖书、读书、买书、爱书的热情也步步高涨，对书的挚爱，对书的找寻，刺激着一颗寻梦之心。

小城宜春，已经拴不住书给我带来的求知、求变欲望。

我的书缘，注定要成就在异地他乡——遥远的南方。

二

那一天，抱着试一试的心情，我敲开了汪总办公室的门。

汪总大名汪顺安，时任深圳市新华书店总经理，深圳出版发行界大名鼎鼎的人物，全国业界闻名遐迩。

30年前的深圳，中国第一个经济特区，是人们非常向往的地方。当年立足深圳的途径，可以归结为一个字——“闯”，靠胆量、胆识，当然还要靠自身的素质。到上世纪90年代，深圳市新华书店的发展已大大起步，比较需要人才。自然，对我这个“北方”的“新华人”颇有吸引力。凭着书带给自己的底气，我决定“闯”特区。

初次谋面的汪总，快人快语，处事干练。毕竟是军人出身，面谈20分钟，汪总手臂一挥：“回去等消息吧。”到底是特区，于是，就有了1995年11月我的调入。

1995年，深圳市新华书店正在于两件大事：一是深圳书城的建设，这可是当时全国最大规模的书城；二是筹办书城开业时要同时举办的第七届全国书市。豪情、大气展现在特区人的胸襟之中。来到深圳市新华书店后，我第一个岗位在总经理办公室，具体工作是参与上述两件大事的筹备。

之后，我见证了深圳书城1996年11月8日的隆重开业，见证了第七届全国书市的成功举办。再后，我经历了多个岗