

浙江大学出版社

图书发行改革与探求

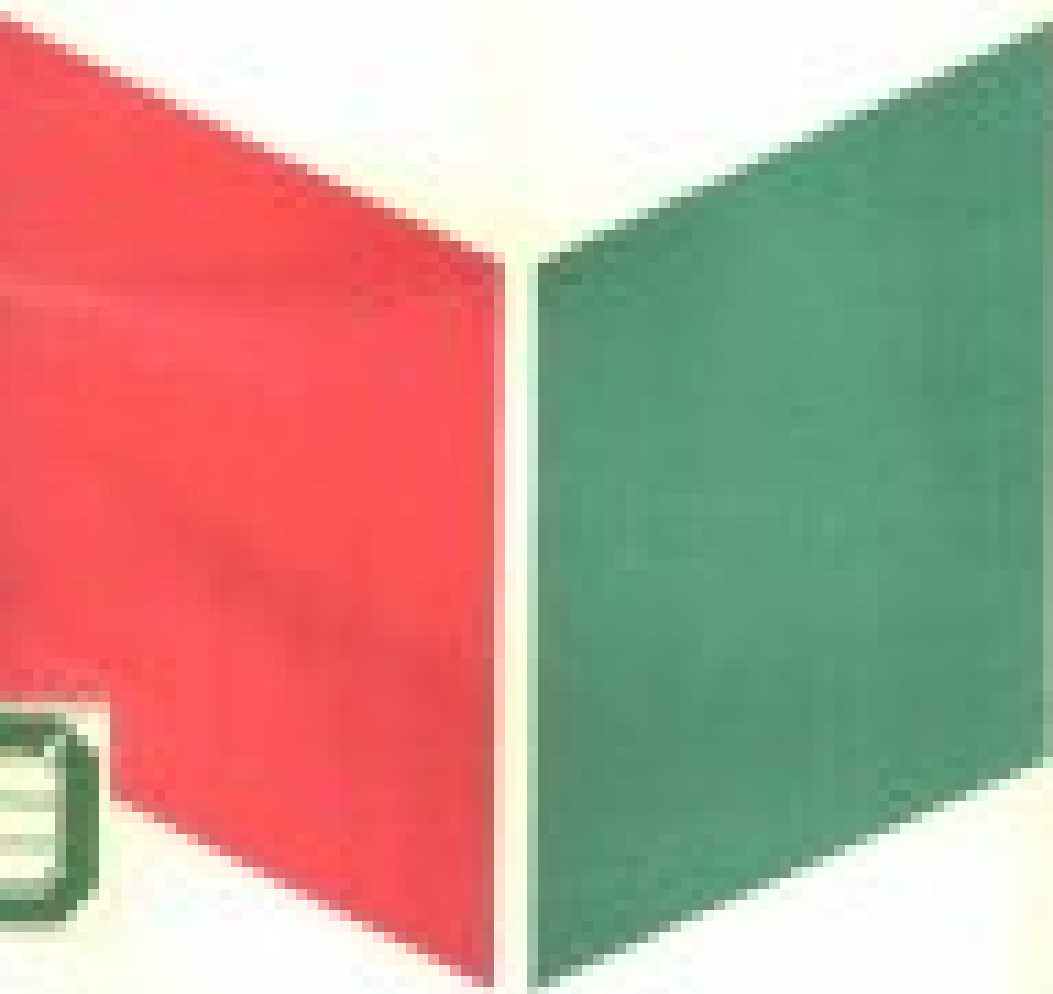
—— 谢振伟、周一苇发行工作研究论文选



浙江人民出版社

图书发行政改革与探求

——周俊杰、周一慧同志工作研究论文集



图书发行改革与探求

——谢振伟、周一苇发行工作研究论文选

浙江大学出版社

图书发行改革与探求

——谢振伟、周一苇发行工作研究论文选

责任编辑 应伯根

* * *
浙江大学出版社出版
德清雪甸印刷厂印刷
浙江省新华书店发行
* * *

开本850×1168 1/32 印张：8.375 字数：290千字

1988年5月第1版 1988年5月第1次印刷

印数：1—14 000

ISBN7-308-00098-2

Z·002 定价：2.30元

6.21.03

序

· 徐召勋 ·

我国的图书发行事业，如果从西汉算起的话，迄今已有两千年历史。新华书店从成立到现在，也经历了五十个春秋。目前全国国营、集体、个体书店的图书发行工作者有数十万人，仅新华书店就拥有10万职工，发行网点遍布全国城乡各地。可是，一提起图书发行学，社会上就有人摇摇头，不予承认。近几年来，我一直在思索着这个问题：对某一本书的研究，可以成为“学”，如对《红楼梦》的研究被称为“红学”。为什么图书发行学作为一门学科却得不到社会上和学术界的承认呢？反复思索的结果，答案是：有关图书发行学的著作、论文太少，而研究《红楼梦》的著作、论文，不论在数量和质量上都超过图书发行学。因此，图书发行学作为一门独立的学科，要得到社会上和学术界的承认，必须首先拿出具有一定数量和质量学术著作来。

谢振伟、周一苇两同志把近几年来所写的论文汇集成《图书发行改革与探求》一书，浙江大学出版社给予出版。我认为这本书的出版，在图书发行学界是一件值得庆贺的大事。这对于提高图书发行工作的社会地位，促进图书发行学的建立与发展，都起着积极的推动作用。

谢振伟、周一苇同志从事新华书店工作都有将近四十年的资历，具有相当丰富的图书发行工作的实践经验。谢振伟同志

现任浙江省新华书店经理；周一芑同志现任浙江省新华书店代总经济师。两人长期坚持业余从事图书发行学的研究，先后在报刊上发表各种文章一百多篇。近几年来，两人积极参加全国出版发行科学方面的学术活动，在全国出版发行界有一定的影响。中国出版工作者协会召开的第一、二、三届出版研究年会和中国出版发行研究所召开的全国第一、二、三届出版科学学术讨论会共入选他们的论文十二篇。两人还合作编写过《图书发行改革一百题》（浙江教育出版社出版），以及与其他同志一起编写了《图书发行实用手册》（已由浙江人民出版社出版）。其中《图书发行改革一百题》一书在全国性图书积压、订数萎缩的情况下，发行量仍达3.8万册，深受广大读者特别是图书发行工作者的欢迎和好评。

《图书发行改革与探求》一书，共收入25篇论文。第一部分11篇是研究、探讨图书发行体制改革的；第二部分4篇是研究图书供需规律的；第三部分7篇是研究图书进销业务的；第四部分3篇是研究经营管理的。本书中的论文大部分发表过或被全国学术讨论会入选过。已经发表过的论文在收入本书时，作者又作了不同程度的修改或补充。书中有9篇论文是作者新创作。

敢于面对现实，注意分析、研究当前出版发行工作中的突出矛盾，及时总结图书发行改革中的新鲜经验，是本书的一大特色。作者是图书发行改革的实践者。自1982年以来，他们和浙江省新华书店广大职工一起，积极推行图书寄销制和图书发行企业的承包经营责任制，取得了一定的经验。对于改革中的新鲜经验，他们能够及时地加以总结、概括，并上升到理论的高度。两人分别写出了《论社店联合寄销》、《试论图书的寄销制》、《图书寄销方法研究》、《图书寄销工作发展的方向》等论文。推行图书寄销制必须从我国的实际出书，不能生搬硬套外国的做法。外国可以实行出版社单方寄销，而这种单方寄销在我国

就很难行得通。作者分析了出版社单方寄销的四个不适应。浙江在推行寄销制的过程中，摸索出一个新的寄销形式——社店联合寄销。联合寄销的办法是：“三个不变，一个转移，十六字的要求”。尽管推行联合寄销难度很大，但是作者对联合寄销进行了认真的研究和探讨。在图书发行改革的过程中出现了很多新问题：如在改革中如何正确处理社店关系；省级书店体制改革的方向是什么；图书发行体制改革中的主要矛盾在哪里；1985年图书进货失控的经验教训是什么；开展图书发行与公共关系研究的必要性等问题，作者从理论上进行了阐述。近几年来，专业书店在我国各地雨后春笋般的涌现出来，对于专业书店的兴起和发展，作者进行了专题研究。作者注意分析、研究当前发行工作中的突出矛盾，及时地总结图书发行改革中的新鲜经验，他们在理论上这种勇于探索的精神是值得赞扬的。本书的出版，对于加快和深化图书发行改革，有着重要的现实意义。

常常听到这种议论：专业理论工作者和高等学校教师写的文章理论性强，但联系实际不够；实际工作者写的文章，能够从实际出发，联系实际，但理论色彩不浓。

这种情况是有的，但不能一概而论。

本书作者都是长期从事书店实际工作的，他们所写的文章能够从实际出发，注意联系实际，这是真的。那么，能不能说他们的文章理论色彩不浓呢？不能。

对于什么是理论，我们应当有个正确的理解。不能够把理论看得神秘莫测，高不可攀。其实，能够用马克思主义的立场、观点和方法去分析图发书行工作中的矛盾，并从中找出规律性的东西来，这就是图发书行的理论。如果拿这个标准去衡量这本著作，我觉得这本书是有理论色彩的。下面随便从书中举出一例。

近几年来，“买书难，卖书难，出书难”的呼声很高，书店的库存猛增；读者买不到自己所需要的书；不少好书因为订数太少，出版社不愿意出版。“三难”的现象的确存在。那么，这种“三难”是怎样造成的呢？它的症结何在呢？这里面有没有规律性的东西可寻呢？谢振伟在《关于图书总需求与总供给规律问题的探讨》一文中，分析了1985年出现的全国性图书积压现象的原因。他指出：“从总体上说，带有共性的、基本的原因，则是出版物的品种和印数增长过快、过滥，超过了读者的承受能力”。作者还从1985年全国性图书积压的现象中找出了本质性的东西。文中列了“六五”期间国民总收入、全国商品零售总额与图书销售总额的比较表。从表中可以看出：1981—1984年全国图书销售额占国民总收入的0.43%左右，占全国商品零售总额的0.73%左右，比率基本上是稳定的。所以没有出现全国性的图书大积压。1985年图书销售额占国民总收入的0.49%左右，比前四年增加了0.06%左右；占商品零售总额的0.78%左右，比前四年增加了0.05%左右，结果就出现了1985年全国性的图书大积压，从而造成了“三难”。由此看来，图书销售额与国民总收入和全国商品零售总额有着密切的关系，它们之间必须保持适当的比例。否则，就会出现图书大积压或供不应求的现象。作者从图书大积压的现象中，找出了这一个带有规律性的问题，这就是图书发行工作中的一个理论问题。所以说，这是一本理论性（或理论色彩）较强的图书发行著作。

当然，这本论文集集中的有些提法，如作者认为：“推行寄销制，是图书发行工作的客观规律，是搞好出版工作的必由之

路”，“单方寄销是寄销制的发展方向”等，似乎值得进一步探讨。单方寄销作为一个“发展方向”或“客观规律”提出来，是否符合我国图书发行工作的实际情况，也值得进一步研究。

近几年来，图书发行的研究工作室前活跃，一支专职和业余相结合的出版发行研究队伍正在形成。谢振伟、周一苇两同志既有实践经验，又有相当的研究水平，是这支队伍中的骨干力量。希望两同志继续努力，能够在近期内写出更多更好的图书发行理论著作，以促进图书发行学科的迅速发展。

徐召勋同志现任安徽大学图书馆学系教授、系主任。《图书发行研究》杂志主编、安徽省图书发行学会会长、中国作家协会会员。

目 录

序

1 图书发行体制改革

1. 增强新华书店图书市场竞争能力初探
.....周一苇 (2)
2. 略论图书发行企业的承包经营责任制
.....谢振伟 (13)
3. 图书发行体制改革中主要矛盾探析
.....周一苇 (23)
4. 试论省级书店体制改革的方向
.....谢振伟 (29)
5. 在改革中正确处理社店关系
.....周一苇 (39)
6. 论我国图书购销形式的改革及其发展趋势
.....谢振伟 (51)
7. 试论图书的寄销制
.....谢振伟 (63)
8. 论社店联合寄销
.....周一苇 (74)

9. 图书寄销方法研究
.....周一苇 (82)
10. 图书寄销工作发展的方向
.....周一苇 (92)
11. 论我国现代图书批发的沿革及其发展
.....谢振伟 (100)

2 图书供求规律研究

12. 关于图书总需求与总供给规律问题的探讨
.....谢振伟 (120)
- 13 图书市场需求发展规律初探
.....周一苇 (133)
14. 论政治类图书的供需规律
.....周一苇 (141)
15. 年画市场研究
.....周一苇 (150)

3 图书进销业务研究

16. 图书进货工作新观念、新方法研究
.....谢振伟 (162)
17. 图书信息研究
.....谢振伟 (172)
18. 图书市场信息的应用
.....周一苇 (181)
19. 读者心理与市场预测
.....周一苇 (189)

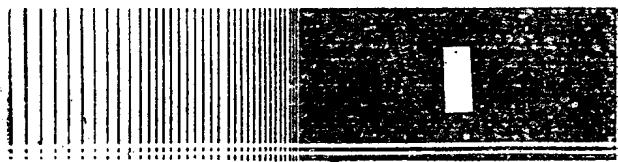
20. 重视研究1985年图书进货失控的严重
教训周一苇 (195)
21. 论我国专业书店的兴起和发展
.....谢振伟 (203)
22. 图书发行与公共关系研究
.....周一苇 (211)

4 经营管理研究

23. 试论图书发行系统的全面质量管理
.....谢振伟 (224)
24. 论图书进货管理
.....周一苇 (234)
25. 图书发行企业管理综合平衡论
.....谢振伟 (245)



图书发行体制改革



周一苇

增强新华书店图书市场竞争能力初探

图书市场竞争日益加剧的必然趋势

竞争是商品经济的一种必然现象，是价值规律起作用的表现形式。恩格斯说：“只有通过竞争的波动，从而通过价格的波动，商品生产的价值规律才能得到贯彻，社会必要劳动时间决定商品价值这一点才能成为现实。”（《马克思恩格斯全集》第21卷第215页）图书进入流通领域，就是商品，是商品就会有竞争，图书价值的形成和实现在很大程度上是通过竞争才能完成的。

图书市场的竞争，有它自己的特点。社会主义图书市场的竞争，不是以市场价格的波动来展开竞争的，而是在执行国家统一规定的定价标准范围内，通过比图书质量、比供应速度、比服务态度、比经营本领等方面展开竞争。当前在图书发行领域，出现了日益激化和错综复杂的竞争现象。这种竞争主要是在多种经济形式、多条发行渠道之间展开的，可以说是图书的买方市场和卖方市场的一场争夺战。据1986年底的统计：全国共有图书发行网点109 620处，其中新华书店网点8866处，出版社办的书店、发行部及其他国营网点16 700多处，供销社网点

57 000多处,集体、个体书店10 000处左右,书摊约17 000处。每个图书发行单位都是独立核算、自负盈亏的经济实体。为了自身的发展,为了争取本企业和职工的物质利益,必然会积极参与市场竞争。他们时而作为买者,在买方市场上争夺畅销重点货源;时而作为卖者,与同行争夺读者的购买力。因此,每个图书发行企业都在图书商品的买者与卖者的竞争舞台上表现自己,激励自己,争取站住脚跟。这是市场竞争的客观规律,是不以人们意志为转移的。正确认识和认真对待图书市场的竞争问题,是关系到每个书店的生存和发展的重大问题。

当前图书市场竞争的主要表现

图书市场竞争范围很广、形式多样,错综复杂。其主要表现可归纳如下:

1. 争夺畅销重点图书的竞争 凡是畅销图书品种一露头,竞争就会突出表现出来。许多出版社往往抓住畅销重点书,自办发行;有些图书公司或集体、个体书店,发现出版社有畅销重点书,就去极力争夺销售权,提出包销基数,要求独家经营。最近浙江出版一本章回小说,就由武汉一家发行单位统购包销,数量达15万册。有的发行公司与出版社联合,变相卖书号,互分出版与发行利润。各发行渠道争夺重点畅销书,是竞争最激烈的表现之一。

2. 争夺系统发行的竞争 系统发行图书,对象明确,需要固定,购买潜力大,有利于获得最佳的社会效益和经济效益。这是图书市场中的一块“肥肉”,大家都把它作为竞争的重点。最明显的是争夺教育系统的图书购买力。如以北京清华大学为首,建立了全国大专教材供应中心,与新华书店争夺部分教材发行权。各地教育行政部门,纷纷办起形形色色的服务

部，直接与出版社挂钩，借助系统领导力量，包揽教育图书的发行；许多出版社也直接向学校系统开展系统发行；其他还有图书馆系统、宣传系统、科研系统等等，均在不同程度上展开了系统图书购买力的竞争。

3. 争夺城市图书市场的竞争 城市是政治、经济、文化、教育、科研、交通的中心，是图书市场购销活动最集中、最活跃、购买力最大的场所。因此，这个场所必然是各种发行力量拼搏的重点地区。如出版社自办发行，到处在城市搞花样繁多的特约经销，利用折扣优惠和发货快等条件进行竞争；出版社办的书店互相联销也都在城市。目前图书公司、集体、个体书店和书摊，也极大部分设在城市。同时，各种发行渠道还用“阵地战”的形式开展竞争。争夺城市图书的竞争，确是十分激烈的。

4. 争夺图书批发市场的竞争 各出版社、图书公司、发货店、销货店，通过购销形式的放开搞活，对批发市场进行竞争。竞争的主要手段：一是比批零差价的优惠。如出版社利用发货店、销售店30—40%的流通环节折扣，对各种发行渠道实行批零差价或奖励折扣，随心所欲。二是比发货时间的快慢。如有的出版社抢先在印刷厂提货，突击进行发货，打乱了发货店的进发计划。三是比服务态度的优劣。如北京一家图书公司，对1988年月历，公开登广告，实行寄销。可见，争夺批发市场的竞争越来越激烈了。

5. 争夺图书零售市场的竞争 主要竞争方式是对读者供应的优惠折扣，比及时供应，比品种齐全，比主动服务（如送书上门、开展邮购等）。

上述五个方面的竞争是互相交叉进行的。竞争调动了职工的积极性，推动了发行事业的发展，但是，竞争也带来了很大的盲目性，处理不当，也会造成一定的危害。

新华书店在图书市场竞争中的优势与短处

什么是图书市场的竞争能力，一般是指在图书流通领域里，同行业相互比赛的过程中，为争取有利的进销条件，力求争胜的一整套经营活动的本领。这种本领是一个书店各种能力的综合体现。新华书店与其他发行渠道相比，在当前图书市场竞争中，具有哪些优势呢？

1. 各级党委的重视和关怀 新华书店从建店起一直是在各级党委领导和关怀下成长、发展起来的。书店的性质任务、方针政策、重要图书的发行、干部培养以及政治思想教育等方面，均由党委宣传部门亲自过问，直接把关。有了各级党委的领导和关怀，这是新华书店健康发展的根本保证。

2. 具有较为雄厚的物质基础 图书市场的竞争是通过图书购、销、调、存等业务活动来开展的。因此，资金、营业场所、仓库、交通工具，以及各种设备、技术设施等，都是提高竞争能力的物质基础和前提。新华书店系统经过五十年的艰苦创业，至今已建立起相当的发行规模。特别是从1979年实行利润留成以后，进一步增强了自我发展能力。到1985年，短短的7年，全国新华书店增加的固定资产等于建国以来三十年累计固定资产总额的1.4倍。其中营业场所增加60%，业务用房、仓库也有很大增加，图书库存备货15亿元，内部设施、交通工具大大改善，在物质基础上是哪一条发行渠道都无可与新华书店系统相匹敌的。

3. 有遍及城乡的发行网点 图书销售网点是图书市场竞争的阵地。现在全国新华书店已建立销售店8866处，并亲自组织、提供货源、辅导经营的农村供销社图书销售点57000多处。目前正在大力发展各类专业书店，已建立科技、少儿、教