

全国新华书店首届
科学研讨会论文集



浙江大学出版社



2 030 9712 0

全国新华书店首届发行 科学研讨会论文集

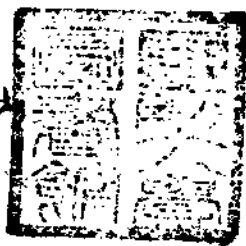
谢振伟 周一茅 主编

严庆茂 汪南江

周一茅 谢振伟

编

浙江大学出版社



**全国新华书店首国发行
科学研讨会论文集**

**谢振伟 周一苇 主编
责任编辑 应伯根**

• • •

**浙江大学出版社出版
浙江大学印刷厂印刷
浙江省新华书店发行**

• • •

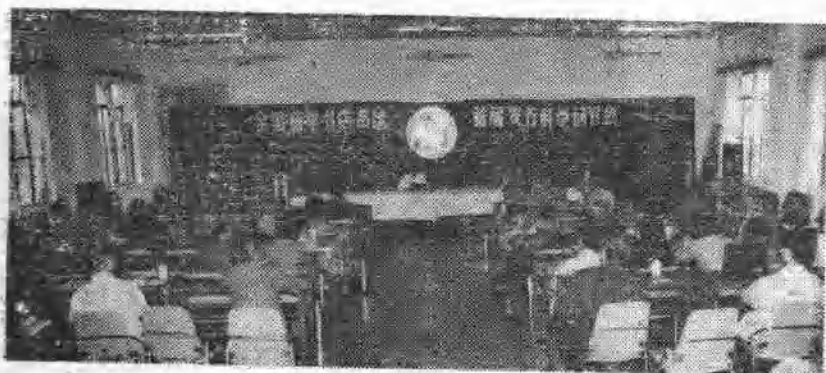
850×1168 32开本 14.5印张 361千字

1989年12月第1版 1989年12月第1次印刷

印数：1—7800

ISBN 7-308-00446-5/Z·630

定价：5.40元



1989年5月23日至26日在杭州召开的全国新华书店系统首届发行科学研讨会会场



图为全国新华书店系统首届发行科学研讨会分组讨论的情况

目 录

一、图书市场研究

1. 图书市场规律探求
.....福建省店 张有能(1)
2. 图书市场与心理研究
.....山东青岛市店 崔 平(10)
3. 农村图书市场研究
.....辽宁建平县店 白树高(17)
4. 图书价格改革与图书市场供求关系研究
.....浙江省店 周一苇(25)
5. 试论书刊市场管理
.....湖北武汉市店 舒兴文(36)

二、发行体制改革研究

6. 关于建立我国最佳图书发行机制的研究
.....浙江省店 谢振伟(43)
7. 图书发行实行配套改革的设想
.....上海市店 冯雁卿(52)
8. 略论新旧体制转换过程中的主渠道建设问题
.....辽宁省店 卜景春(59)
9. 关于新华书店的管理体制探索
.....福建省店 须 遨(68)
10. 关于农村发行体制的研究
.....江苏淮安市店 黄国兴 朱琪万(76)

11. 关于主渠道社会功能的再认识
..... 江苏东台市店 张辉冠 (81)
12. 建立和健全以市场为主体的流通秩序
..... 辽宁沈阳市店 刘治国 (91)
13. 试论中国特色的图书发行管理体系
..... 山西省店 宋少华 (98)
14. 论新华书店组织结构模式的选择
..... 吉林省店 罗 宙 (104)
15. 新华书店职能转换及改革方向初探
..... 山西省店 王 彬 (111)
16. 从实际出发探索农村发行的改革
..... 辽宁省店 赵铭革 (117)
17. 供销社售书网点减少原因的分析及对策
..... 福建省店 林应麟 (124)

三、承包经营责任制研究

18. 论基层书店放权与承包
..... 江西景德镇市店 曾达丰 (131)
19. 对新华书店承包经营责任制的思考
..... 湖北省店 钱 藩 (138)
20. 论服务规范化与承包相结合
..... 辽宁沈阳市店 唐德金 (146)
21. 试论新华书店的权利能力
..... 江西景德镇市店 徐 重 (152)
22. 关于新华书店分配形式的思考
..... 广西区店 吕桂芬 (159)
23. 基层书店实行股份制设想
..... 安徽安庆市店 滕文渊 (165)

24. 承包经营中库存价值审计

..... 江苏涟水县店 颜书庭 (169)

四、图书进销业务研究

25. 论图书进货决策的三要素

..... 甘肃省图书发行研究会 方咏歌 (177)

26. 图书进货员思维艺术刍议

..... 福建福清县店 林中笛 (184)

27. 关于分层考核进货工作质量的思考

..... 浙江衢州市店 叶盛泰 (189)

28. 图书征订目录规范化初探

..... 福建上杭县店 丁杭昌 (196)

29. 论图书进货中的时间差现象

..... 浙江台州地区店 李 永 (202)

30. 遵循图书发行规律, 争取图书销售稳步增长

..... 内蒙古乌兰察布盟店 胡晓生 梁淑平 (208)

31. 试谈拒组图书订各货的合理性

..... 山东菏泽地区店 马玉歧等 (216)

32. 试论促销手段在图书发行中的应用

..... 江苏省店 孔 远 (223)

33. 市场营销在图书发行中运用之初探

..... 上海市店 臧令仪 (232)

34. 作为小企业的新华书店如何确立市场战略

..... 湖北鄂西州店 江 鹰 (241)

35. 竞争与对策——关于交通不便的中、小型书店经营

决策的探讨..... 浙江台州地区店 李 恕 (248)

36. 反思与求索——广州农村图书发行的几个问题

..... 广东广州市店 陈孟锋 (254)

37. 谈学术著作的发行

..... 济南古籍书店 尤全禧 (260)

38. 学术著作出版发行改革之管见

..... 山东烟台市店 张殿谟 (265)

39. 青海省图书发行工作的困境与发展前景

..... 青海西宁市店 蔡蕃华 (271)

五、购销形式改革研究

40. 从图书需求现象论寄销的地位及对策

..... 江西省店 严晓明 (278)

41. 改革购销形式, 搞活农村图书发行

..... 福建龙岩地区店 陈协景 (285)

42. 变革图书储备格局刍议

..... 湖北省店 赵德成 荆州地区店 詹本乾 (290)

六、图书发行开展公共关系研究

43. 书店设置公共关系部的可行性探讨

..... 安徽大学图书发行专修班 傅少华 (297)

44. 运用新闻媒介和采集公众信息

——关于图书发行行业公共关系的主要功能研究

..... 河北省店 刘晓欢 (303)

七、多种经营研究

45. 对新华书店开展多种经营的思考

..... 湖南涟源市店 何祥初 (309)

46. 新华书店开展多种经营的必要性浅析

..... 江苏省店 胡伟驰 (314)

八、企业经营管理研究

47. 图书零售企业全面服务质量管理初探
..... 重庆市店 刘守兰 (319)
48. 在图书发行企业中正确处理业务与财务的关系是企业改革的重要内容..... 吉林通化市店 孙淑珍 (325)
49. 略论图书发货、托收及承转结算模型的建立
..... 四川省店 张业信 肖莉萍 (330)
50. 书店必须增强商品经济观念——兼论40年书店工作的主要经验教训
..... 湖北荆州地区店 廖本乾 (335)
51. 新华书店设立固定资产大修基金提成制度初探
..... 江苏建湖县店 顾曰庆 (342)
52. 试谈优化图书储备年限结构的价值
..... 甘肃省店 雁 阔 (348)
53. 论驾驭图书脱销和积压问题——兼谈满足读者需要和图书品种丰富的概念
..... 广西区店 陈国斌 (355)
54. 论价值规律与书店存书的不等价交换
..... 安徽合肥市店 宋昌晓 (365)
55. 增强新华书店的竞争能力
..... 辽宁丹东市店 李鸿壁 (371)
56. 论在竞争中如何增强国营书店的凝聚力
..... 山东省店 徐彭声 (378)

九、队伍建设研究

57. 人是做好图书发行工作的核心
..... 山西发行学校 王保民 (385)

58. 把提高队伍素质列入任期目标管理

——论加强队伍建设

..... 江西永修县店 桑百安 (393)

十、其他方面业务研究

59. 新华书店开展横向联合探索

..... 湖北黄石市店 赵文英 (399)

60. 论图书社会效益的价值

..... 辽宁沈阳市店 杨福智 (404)

61. 提高图书发行企业经济效益途径的探求

..... 山东省店 王淑欣 (411)

62. 图书储运的功能

..... 江苏省店 张嘉宁 (417)

63. 浅谈档案与图书发行事业

..... 重庆市店 刘浣霞 (421)

64. 论我国图书出版发行目录报道体系

..... 广西区店 冯报新 (427)

65. 研究我国图书发行史的思考

..... 安徽省新闻出版局 吴柏龄 (433)

66. 坚定不移地走改革开放之路

..... 山东夏津县店 霍连达 (440)

后记..... 编者 (448)

图书市场规律探求

福建省店 张有能

从人民共和国成立以来,我国的图书市场已运行了40个年头,形成了一个拥有500多家出版社、10余万个国营、集体、个体城乡发行点、几亿读者,年销售图书近60亿册的庞大的图书市场体系。但是,发展的道路并非一帆风顺,40年来曾先后出现过:强迫摊派(如建国初期的强迫摊派和“文革”中的普及红宝书),盲目发展(如1958年的发行运动和大办公社书店),市场大萧条(如三年困难时期和“文革”十年动乱)和存书大积压(如1962年的清仓核资和1958年的空前大积压)等等问题。从图书出版发行的角度来总结,产生这些问题主要是由于对图书市场的运行机制和规律性缺乏科学的认识。本文打算对此进行一些探求。

一、图书市场供求矛盾和供需平衡规律

图书市场是由供求两个方面组成的。供方包括产(出版社、印刷厂)、供(发货店)、销(销货店)三个环节;需方包括读者、购买力和购买动机三个要素。图书市场活动,是指图书商品从生产领域到达消费领域的转移过程中,供求双方内部和相互之间所发生的一切交换行为和职能的总和。图书市场的基本矛盾是供求矛盾。图书市场的一切活动,都是围绕着解决供求矛盾而展开的。但是,在相当长的一个时期,由于我们否定图书的商品属性,以“工具论”代替“商品论”,因而忽视了对供求矛盾的研究和解决,导致不断出现严重的供求失调。

供求矛盾是一切商品市场共同的基本矛盾。它的表现形式是：“不平衡——平衡——不平衡”。正是这种周而复始、循环往复的矛盾运动，推动着市场的不断发展。反映这种矛盾运动的规律是供求规律，即商品的供应和需求的变动与价格变动相互影响的规律。供求的变动制约着价格的变动，价格的变动引起供求的变动。

图书市场供求矛盾的运动形式也是“不平衡——平衡——不平衡”。但是，由于图书商品的特殊性质和我国长期以来对图书价格所采取的统一定价政策，限制了价值规律在图书生产和流通中的作用，因而供求规律在图书市场中基本不起调节作用。当然，今后随着书籍价格体制的改革，供求规律有可能会在图书市场中发挥越来越大的调节作用。

我国的图书市场的运行是受供需平衡规律调节的。供需平衡规律要求“图书的供应量必须符合图书的实际需求量”（所谓“实际需求”，是指“需求量 $\times$ 发行力量可能率”，所以也可以把实际需求看作“可能销售量”）。如果供应量和实际需求量不相符合，就会出现积压和脱销。积压和脱销是供需不平衡的两种具体表现形式，而对图书生产和流通的调节作用，正是通过不断解决积压和脱销的矛盾运动来实现的。它的矛盾运动过程是：脱销——增加供应量——积压；积压——减少供应量——脱销。

上述矛盾运动过程中供应量的增加或减少，是通过图书发行部门的进货量的增减来体现的。因此，对图书市场整体起调节作用的供需平衡规律，具体到各个发行企业，就表现为进销平衡规律。积压了就要压缩进货量；脱销了就会增加进货量。当进货量的增减基本符合供需平衡这一总目标时，图书市场就呈现良性循环运动状态；反之，图书市场就会出现恶性循环的不良运行状态。

考察40年图书市场的运行情况，曾反复出现过大的积压和

大的脱销。其原因错综复杂，各不相同，但可以发现如下一种共同特点：大脱销主要是客观原因带来的，大积压主要是主观原因造成的。例如，三年困难时期的“缓和供需矛盾”和十年动乱产生的“书荒”，都是当时的政治、经济形势带来的，除这两次以外，并没有出现过全局性、长期性的大脱销。至于大积压，如大跃进发行运动的大积压、“文革”期间政治书籍的大积压以及1985年的大积压，虽然都离不开当时的整个形势，但主要是指导思想和经营管理上的失误造成的。

再从发行企业的具体进销活动来考察，脱销和积压简直是无处不在、无时不有，两者交织在一起，有时互为因果，有时此消彼长。只要深入观察和思考，就可以发现，脱销具有可逆性、可变性，积压往往具有不可逆性、不可变性。当一些书出现脱销时，只要适当增加进货量，而出版社、发货店又能够供应，就会使脱销缓解；或者，选择可以替代的其它品种组织供应，也可以缓解脱销。而积压一经出现（指经过大力推销后仍然出现的积压），往往就难以逆转，许多书即使降价也无法销出，最终只能报废（40年中，全国新华书店系统报废的图书高达十数亿元）。但是，应当指出的是，脱销和积压在一定条件下会相互转化的，要辩证的看待这一问题。

综上所述，在遵循图书供需平衡规律，不断解决积压和脱销的矛盾运动过程中，积压通常是矛盾的主要方面，应当以极大的努力防止出现大的积压。当然在特定情况下，脱销成了矛盾的主要方面，在解决脱销问题时，也要注意防止出现新的积压。

二、图书市场结构和市场竞争规律

建国以来，在相当长的时期中，我国图书市场一直是一个封闭型的市场，其特征是：生产和流通截然分开，生产者和市场之间缺乏有机联系，不能顺畅地进行信息双向交流；流通渠道单

一，基本上是独家经营，形成缺乏竞争机制的垄断局面，广大读者面对单一的发行渠道，其需求满足程度完全取决于独家经营的发行企业的经营水平。这种封闭型的图书市场，对于出版社来说，是一种缺乏反馈的市场；对于书店来说，是一种没有竞争的市场；对于读者来说，是一种极少选择余地的市场。

经过近几年来发行体制改革，图书市场结构正在发生深刻的变化，一个矩阵式、开放型的市场正在逐步形成。从横向上看，图书市场是一个可以分割的市场，它不仅有发行多渠道分割、目标市场的分割，还有文化市场的相互分割。正是图书市场的多层次结构和可分割性，带来了图书市场的激烈竞争。图书市场的竞争，包括出版社之间的竞争，批发商之间的竞争和零售商之间的竞争。(1)出版社之间的竞争，主要是图书产品的竞争，表现为选题的竞争（“人无我有”），质量的竞争（“人有我优”），时间的竞争（“人有我早”），以及价格的竞争（“人有我廉”）。(2)图书批发商之间的竞争，是围绕着争夺零售商而展开的。各种批发渠道之间的竞争有两种基本方式，一种是分流式，即由不同的批发渠道经营不同的图书品种，它们之间的竞争主要以商品取胜，实质上是出版社之间竞争的继续；另一种是交叉式，即同一品种由不同的批发渠道同时经营，它们之间的竞争是以征订时间、发货速度和优惠折扣取胜。(3)图书零售商之间的竞争是对读者的争夺，主要以服务质量取胜。

但是，由于缺乏平等竞争条件和良好的市场环境，这种竞争并不总是“优胜劣败”，有时反而是劣质书战胜了优质书（从出书速度到发行数量）。为了解决这个问题，应当在竞争中坚持社会效益第一原则、公开竞争原则、一视同仁原则（不能享受特殊优惠进货折扣，反对打折扣仗）和正当手段原则（反对以比回扣和送礼等不正当手段进行竞争）。

此外，竞争还有可能带来内耗，造成很大的存书积压损失。

例如，1985年的大积压，其原因之一就是盲目竞争造成的。目前我国图书市场的竞争是建立在相同货源、相同读者群基础上的多渠道竞争，主要不是产品质量和开发市场的竞争，因而完全有可能造成供给和需求的严重扭曲，出现某些门类图书严重脱销，而一些“热门书”则由于撞车造成严重积压。这是我们应当吸取的主要经验教训。

三、读者需求量和需求变化规律

读者是图书市场的主体。研究图书市场规律，最重要的是要研究读者需求规律，包括需求量规律和需求变化规律。

1. 需求量规律

读者需求来源于社会生活。具体来说，读者对图书的需求产生于5个内在因素和五个外在因素。5个内在因素是：文化程度、职业岗位、经济条件、兴趣爱好和生活环境。5个外在因素是：党的政策、学习安排、生产内容、宣传舆论和社会思潮。内在因素是不同读者产生不同需要的根据，外在因素则是相同读者在不同时期产生不同需求的条件。

需求量规律所要研究的是：(1)图书的社会总需求量与社会总购买力的关系；(2)决定每一种图书的需求量的诸因素及其内在规律。

对于一般商品市场来说，消费者个人收入的增长，即意味着购买力的增长；而对于图书市场则不然，因为图书不属于生存需要，只有个人收入中扣除维持生活的必需费用和固定费用之后的剩余部分，即“个人可以任意支配的收入”增加，才意味着图书市场购买力有可能增长。据全国统计资料，1978年城市居民消费支出中，食品、衣着、日用品等生活费用占到总支出的87.68%，1985年这类支出的比重降为77.85%。这表明随着我国城市居民生活水平的逐步提高，消费支出的结构发生了变化，“个人可以

任意支配的收入”有了增加。与这种变化相适应，图书消费支出在城市居民消费总支出所占的比重也发生了变化。1985年城市居民消费支出比1978年增长135.37%，而对居民的图书销售额，1985年比1978年增长255.5%。据福建省的统计资料，图书市场还是一个十分狭小的市场，在整个商品市场中只占很小比重，特别是当人们的温饱问题还未很好解决的时候，图书销售占的比重更小，如1950年、1952年和1962年都只有0.49%。另一方面，随着人民文化水平的提高和“可以任意支配的收入”的增加，图书销售额的增长速度通常都会高于一般商品销售额的增长速度，1984年全省消费品零售额比1950年增长16.6倍，图书销售额增长29倍，图书市场在整个商品市场所占比重正在逐步增加，1987年达到0.89%。这正是图书市场的发展趋势。

此外，图书需求量还要受到时间性和选择性两个因素的影响。首先是时间性，读者对图书的需求是有时间性的，时间一过，需求就会发生变化，因而，一本图书需求量的大小，还要看能否及时供应。在一定的市场范围内，需求量的大小，与供应及时程度成正比。其次是选择性，在一定的读者群范围内，当可供选择的品种增加时，读者的总体需求量有可能增长，但对具体个别品种的需求量则会减少。所以，可供选择的品种越多，读者对每种图书的平均需求量越少。

2. 需求变化规律

需求量规律是从静态中研究读者需求的规律性。但读者需求是处在经常不断的变化之中的。决定读者需求的五个内在因素和五个外在因素的变化，都可以导致图书市场需求发生变化。因此，还必须研究读者需求变化的规律性，才能更好地掌握住市场需求规律。需求变化有以下规律性：

(1) 引导性变化。即由于党的政策和宣传舆论的引导而引起的需求变化。

(2) 观念性变化。即由于读者的价值取向和心理指向的变化引起的需求变化。据观察当前读者价值取向有如下特点：思想价值和经济价值，偏重经济价值；社会价值和自我价值，偏重自我价值；智能价值和功利价值，偏重功利价值；审美价值和愉悦价值，偏重愉悦价值。

(3) 条件性变化。即由于购买力以及家庭环境的变化而引起的需求变化。

(4) 对应性变化。即由于读者具体的工作、学习、生产内容的变化而引起的相应需求变化。

(5) 构成性变化。即由于读者结构改变而引起的变化。这类变化明显表现在新办大型厂矿和新建大专院校等。

(6) 替代性变化。即由于图书新旧品种替代而引起的需求变化。

上述六种变化规律性，引导性变化、观念性变化和条件性变化具有全局性质，对应性变化、构成性变化和替代性变化具有局部性质。我们应当着重研究能引起全局性变化的种种机制。纵观四十年图书市场的运行情况，笔者认为能引起全局性变化的机制是：经济、政策和思潮。

首先是经济。经济和文化都对图书市场有决定意义，但是，文化的发展是逐渐的、积累性的，它不会发生突然变化，而且它的变化一般是正向的，不会是负向的。因此，文化因素只能决定图书市场总的发展趋势和规模，不会造成图书市场的突然性变化。经济因素则常常会出现突然性变化，因而使图书市场发生相应的变化。建国以来大体有过以下几种情况：一是国民经济遭到较大困难的情况下，使图书市场发生严重萎缩。例如，1961年全国出书册数比1956年下低30%；二是集团购买力的压缩，造成单位公费购书的减少，使这部分图书市场在整个图书市场中所占的比重相应缩小；三是书价大幅度上涨，使读者购买力相对削