

图书发行中等专业统编教材
新华书店总店主编

图书进销学基础知识

熊亚东 编著

国 书 名



图书发行中等专业统编教材

新华书店总店主编

图书进销学基础知识

熊亚东 编著

图书发行中专统编教材

新华书店总店主编

图书进销学基础知识

熊亚东 编著

*

中国书店出版

北京二二〇七工厂印制

*

新华书店总店北京发行所发行

*

开本 850×1168 1/32 印张 5.5

1992年10月第1版 1992年10月北京第1次印刷

印数:00001—20000 定价:2.60元

ISBN 7-80568-466-9/G·33

前 言

图书购进和销售,是图书商品流通领域里的两个关键环节,对图书发行工作的兴衰起着举足轻重的作用。因此,图书进销业务知识,不仅是图书发行中等专业学校和各级各类图书发行专业培训班的专业课程,也是广大图书发行工作者自学业务的必修科目。为适应教学、培训和自学的需要,图书发行中专教材编审委员会决定编写出版中专教材《图书进销学基础知识》。

《图书进销学基础知识》有三个特点。其一,实践性。本书为图书进销业务实践经验的总结,但不囿于此。作者在总结经验的基础上,较系统地探讨了图书进销规律。其二,实用性。本书内容有深浅两个层次,较浅的内容,为图书进销业务“应知应会”的基本知识,能指导初做图书发行工作的同志开展进销业务;较深的内容,能帮助有实践经验的同志从理论上加以提高。其三,原则性。开展图书进销工作,必须坚持实事求是,以“二为”方针为图书经营活动的出发点和归宿点。这是本书具有的指导原则。

本书原有一章论述农村图书发行。1991年11月,中宣部出版局等单位在贵阳开会,强调抓好农村图书发行工作。为培养农村发行人员,图书发行中专教材编审委员会研究决定编写出版一本《农村发行》中专教材,故将《图书进销学基础知识》中的《农村图书发行》一章删掉。

《图书进销学基础知识》由熊亚东(经济师)根据1986年全国图书发行教育工作会议审定的“图书进销业务编写大纲”编写。1990年8月在成都召开的有图书发行中专教材编审委员会委员

参加的中南、西南地区出版发行学校第二次教学研讨会对初稿作了审议。之后,作者、编者虽几经修改,但不足之处仍在所难免,希望读者指正并在教学过程中不断充实提高。

本书的编写,得到四川省图书发行学校和四川省新华书店领导的支持和帮助,这里深致谢意。

图书发行中专教材编审委员会

1992年4月

目 录

绪论.....	(1)
第一章 图书经营.....	(5)
第一节 图书进销的经营思想.....	(5)
一、图书进销的经营思想概述	(5)
二、经营思想在图书进销中的体现	(7)
三、图书进销与图书经营	(8)
第二节 经营要素、经营环境和经营目标	(9)
一、经营要素	(9)
二、经营过程和环境	(10)
三、经营目标	(11)
第三节 图书经营原则.....	(12)
一、图书经营原则概述	(12)
二、图书经营五项原则	(13)
第二章 图书市场.....	(16)
第一节 我国图书市场的概况、构成要素和功能.....	(16)
一、市场的形成与发展	(16)
二、我国社会主义图书市场发展概况、构成要素.....	(18)
三、图书市场的基本功能	(20)
第二节 图书市场的特点、分类及建设有活力的图书市场.....	(22)

一、我国图书市场的特点	(22)
二、我国图书市场的分类	(24)
三、建设有活力的图书市场	(25)
第三节 图书市场调查和预测	(28)
一、图书市场调查	(28)
二、图书市场预测	(31)
第三章 图书商品供求关系	(33)
第一节 商品流通	(33)
一、商品流通概念和形式	(33)
二、图书商品流通环节	(35)
三、图书商品流通渠道	(37)
第二节 图书商品供求关系概述	(38)
一、图书商品供求关系的含义	
和供求矛盾运动	(38)
二、图书供求矛盾运动的表现形式	(40)
第三节 影响图书商品供求矛盾变化的因素	(42)
一、影响图书供求矛盾变化的因素	(43)
二、有计划地组织图书商品供求平衡	(45)
第四章 图书购进	(48)
第一节 图书购进的作用、特点及指导思想	(48)
一、图书购进的作用	(48)
二、基层书店图书购进工作的特点	(50)
三、图书购进工作的指导思想	(51)
第二节 图书购进原则和根据	(53)
一、图书购进原则	(54)
二、图书购进根据	(56)

第三节 图书购销形式	(58)
一、图书购销关系与购销形式	(58)
二、改变单一进货渠道,推行多种购销形式	(61)
第五章 图书购进组织技术与业务管理	(65)
第一节 销货店进货工作的基本职能	(65)
一、图书购进基础	(65)
二、图书购进决策	(68)
第二节 图书购进方法与进发货程序	(69)
一、图书征订目录概述	(70)
二、进货方法与进发货程序	(72)
三、几个大类图书的购进工作	(74)
第三节 进货控制与审核	(76)
一、进货控制	(76)
二、进货审核	(78)
第四节 进货业务管理	(79)
一、进货全期管理	(80)
二、进、销、存计划管理	(80)
三、进货业务资料管理	(82)
四、发行记录卡片管理	(83)
五、进货码洋统计管理	(84)
第六章 图书销售	(86)
第一节 图书销售概述	(86)
一、图书销售与服务工作	(86)
二、图书销售的特点和地位、作用	(88)
第二节 图书的促销	(90)
一、图书的促销概述	(90)

二、图书的促销原则	(92)
三、图书的促销要求	(93)
第三节 读者需求研究	(94)
一、研究读者需求的意义	(94)
二、读者需求的特征	(95)
三、读者购书心理	(96)
四、读者购买行为	(97)
五、读者购买行为过程	(98)
第七章 图书批发与图书储备	(101)
第一节 图书批发概述	(101)
一、图书批发概况	(101)
二、图书批发业的作用和功能	(103)
第二节 图书批发的对象和业务管理	(105)
一、图书批发的对象与形式	(105)
二、图书批发企业的任务和业务管理	(106)
第三节 图书储备	(109)
一、图书储备概述	(110)
二、合理组织图书储备	(112)
三、图书储备分析	(114)
第八章 门市销售	(116)
第一节 门市销售概述	(116)
一、门市销售的特点	(116)
二、门市销售的作用	(117)
三、门市销售对服务质量的要求	(118)
第二节 门市进销工作	(120)
一、进货管理	(120)

二、销售管理	(122)
三、门市图书陈列和宣传	(125)
第三节 门市服务规范	(127)
一、制定和推行服务规范的意义	(127)
二、服务规范内容	(128)
第九章 社会集团供应、流动供应	(131)
第一节 社会集团供应	(131)
一、社会集团供应的作用和特点	(131)
二、社会集团供应的方式	(133)
三、对书店社会集团供应部门的要求	(135)
第二节 流动供应和邮购供应	(136)
一、流动供应	(137)
二、邮购供应	(138)
第三节 书展和书市	(140)
一、书展	(140)
二、书市	(142)
第十章 教材、课本发行	(145)
第一节 教材、课本分类以及出版发行分工	(145)
一、教材、课本分类	(145)
二、教材、课本编审出版和发行分工	(147)
第二节 教材、课本发行的特点、原则和要求	(149)
一、教材、课本发行的特点	(149)
二、教材、课本发行的原则与要求	(151)
第三节 教材、课本发行的组织技术	(152)
一、教材、课本的预订购进	(152)
二、教材、课本的销售	(155)

三、教材、课本调剂.....	(156)
第四节 教材、课本发行管理与	
有关发行人员的职责.....	(158)
一、教材、课本发行管理.....	(159)
二、有关发行人员的职责及对他们的要求	(160)

绪 论

社会主义图书发行企业,是整个出版事业的组成部分,专门从事图书商品流通业务。它必须对满足读者精神文化需要的社会效益负责,对企业的经济效益负责。

图书进销,是图书发行企业经营活动的中心环节。它以图书商品为主体,通过图书市场交换,向社会读者提供图书商品和劳务,并且获得一定利润。随着我国图书发行体制改革的深化,图书商品流通领域逐渐扩大。图书发行工作者要使进销活动适应出版生产力的发展和广大读者的需求,做到信息灵、书对路、流通快、服务好、效益高,充分发挥图书发行企业联结出版与读者、沟通城乡图书市场的中介作用,就必须了解图书商品经营的全过程,了解图书市场和图书商品流通的特点,认识图书供求矛盾运动及其变化规律,掌握图书进销工作必备的专业基础知识和业务技能。《图书进销学基础知识》为图书发行工作者系统地学习专业知识,从而做好图书发行工作,提供了一个入门途径。

图书进销学的学科性质。我国图书发行工作理论研究起步较晚,图书进销学目前尚处于前科学阶段。也就是说,它处于充实、完善和提高的过程中。这门学科,是以马克思主义、毛泽东思想的立场、观点、方法为指导,总结我国社会主义图书进销工作的实践经验,揭示其矛盾和规律,并吸取当代社会学、商业经济学和销售学、信息学、市场学、心理学等学科原理,经过整理、移植、再创造的过程,使之系统化、理论化而形成的一门新兴专业应用性学科。它的

学科性质决定了它的理论知识来源上的多层性、综合性和实践性的特点。

图书进销学是图书发行学的分支学科。图书发行学是对图书发行事业的产生、发展以及性质、任务等从内涵到外延进行总体概述,研究图书商品流通规律的科学。图书进销学是图书发行学的一个分支,是研究图书进销的经营活动全过程和图书市场供求矛盾运动规律的学科。它指导图书进销业务的实践,在实践中得到检验,并从图书进销的经营范畴去丰富和发展图书发行学。

图书进销学是商业经济学的范畴。图书是商品,图书进销具有商业性质。图书商品流通过程,同其它商业企业一样,以市场需求为中心,货币为媒介,通过购进、销售、储运、管理等环节的整体性经营活动来实现其价值的转移,达到企业经营目标。同时,图书进销还要受制于马克思主义政治经济学的价值规律,受制于社会主义商品经济规律和商品流通规律。所以,图书进销学要从经济学角度研究图书商品的共性及与图书市场相关的经营决策因素。从这方面说,图书进销学又属于商业经济学范畴。

图书进销学是一门经营应用性学科。经营这个概念,在我国古代就有了。那时对“经营”理解为筹划、营谋、开创和发展等意思。在图书出版业中,官营和民营出版业都通过经营推动了我国古代图书贸易事业的发展。在近代,民营出版发行业都善经营、重管理、讲核算,积累了企业管理的经验。新中国建立后,图书的供求关系和经营环境发生了根本变化,社会主义图书发行企业,在几十年的实践中提供了丰富的图书经营的实践经验。在新的历史时期,图书发行业通过改革逐步加深对经营这个概念的认识,并注意对“商流”、“物流”、“信息流”的分析,以作为图书进销经营决策的参考。图书进销学是顺应我国现代出版发行业的需要与实现图书进销科学化

而建立起来的一门新兴的经营应用性学科。

图书进销学的研究对象与内容。马克思主义认为,每一物质的运动形式都有它自身的特殊本质和特殊矛盾。科学的任务,就是揭示客观事物的本质和事物矛盾运动的规律。图书进销学,是一门新兴的年轻学科。它的研究对象,是图书发行企业的购销关系、图书市场供求矛盾及实现图书商品价值过程中经营活动的规律。其主要内容是:

图书经营思想和原则。人的思想支配人的行为。树立了正确的图书经营思想与原则,才能按照客观规律协调企业内部关系,以适应外部环境变化,更好地完成发行任务和实现经营目标,求得企业的生存和发展。

社会主义图书市场。研究我国图书市场结构、性质和作用,树立市场观念,分析图书市场环境,增强主渠道意识,促进城乡图书市场繁荣。

图书商品供求关系及供求矛盾运动规律。运用矛盾对立统一的观点,研究图书商品供给与社会需求关系及供求矛盾运动的规律,寻求图书供求平衡,实现进、销、存良性循环的途径与方法。

图书商品流通过程中的进货环节。进货是图书从生产领域进入流通领域的起点,是安排好图书市场、满足读者需要、完成图书发行基本任务和销售计划的基础。研究图书进货工作及相关环节、因素的关系,认识进货的特点,探索如何推行多种购销形式,以提高进货工作的计划性、市场的适应性和图书的供应能力。

图书商品流通过程中的销售体系。图书销售分为批发与零售两个环节。图书批发处于流通领域的中间环节,专门从事成批图书商品的流转活动,主要研究国营图书批发企业的作用与任务,产销之间、批零之间的关系,促进出版、繁荣图书市场等内容。图书零售

是商品流通过程的最终环节,图书经营活动的中心。主要研究门市发行、系统发行、流动供应、邮购供应、农村发行、教材和课本发行以及如何疏通图书流通渠道、扩大图书销售、满足广大读者需要、促进图书价值的实现、取得最佳社会效益与经济效益等内容。

思 考 题

一、图书进销学是一门什么学科?

二、你对图书进销学的研究对象和内容是怎样理解的?

第 一 章

图 书 经 营

图书进销活动是图书经营的中心环节,也是图书商品的使用价值和价值的实现过程。图书进销的经营效果如何,直接关系到出版方针的贯彻和发行任务的完成以及企业的生存与发展。树立正确的图书经营思想,制定可行的经营目标,认真贯彻经营原则,是搞好图书进销工作,提高社会效益和经济效益的根本途径。

第一节 图书进销的经营思想

图书进销的经营思想,是贯彻于图书发行企业的购进和销售的经营活动中的指导思想。符合客观发展规律的图书进销的经营思想,是制定正确的图书进销计划的基础,是图书经营策略的灵魂。用什么样的图书进销的经营思想指导和规范图书进销活动,直接关系到企业的兴衰。

一、图书进销的经营思想概述

(一)图书进销的经营思想内容。社会主义图书发行企业的图书进销的经营思想,以党和国家的有关方针政策为指导,以社会主义有计划的商品经济原则为依据,以不断满足广大读者精神文化需要为出发点。其具体内容是:

方向性。社会主义图书发行企业的经营,要反映出社会主义经济的计划性要求,坚持社会主义经营方向,树立良好的企业形象。

目的性。经营图书是为了满足广大读者对图书的需求和承担促进生产力发展和社会进步的责任。因此,必须发行好书,决不进销低劣的、不健康的、对社会产生消极作用的坏书,坚持社会效益为最高准则。

效益性。图书发行企业要增强效益观念,正确处理经济效益与社会效益的关系。图书进销业务任何时候都要在保证社会效益的基础上,努力创造最佳的经济效益。

(二)图书进销的经营思想演变。经营思想在企业经营实践中产生,并随着社会生产力和商品经济的发展而变化。要树立正确的图书进销的经营思想以指导图书进销活动,必须总结和发扬我国近代、现代进步图书发行业的经营思想,借鉴和研究资本主义企业的某些经营思想。

我国近代、现代图书发行业的经营思想,可以追溯到中国共产党建立前夕和革命战争年代。毛泽东同志创办的文化书社、恽代英同志创办的利群书社、邹韬奋同志创办的生活书店以及党在延安等地创办的新华书店,都为我国图书出版发行事业积累了丰富的实践经验,创造了颇具特色的图书经营思想。这些经营思想主要是:坚持进步和革命的发行方向、坚持民主化管理、竭诚为读者服务、坚持事业性和商业性辩证互补的思想等。可见,图书经营思想既包括出版发行者长期的生产与经营实践感性认识的不断总结和升华,也包括前人和他人在经营实践中形成的有益的经营思想观念。

资本主义经营思想的演变。近百年来,世界发达国家的资本主义经营思想,经历了一个漫长的演变发展过程。起初以“生产观