

SHUYEWULIUJIXINXIGUANLI
LILUNYUSHIJIAN

书业物流及信息管理 理论与**与**实践

石 彤 朱济顺◎著

北京科学技术出版社

书业物流及信息管理 理论与实践

石 彤 朱济顺◎著

 北京科学技术出版社

图书在版编目(CIP)数据

书业物流及信息管理理论与实践/石彤, 朱济顺著. —北京:北京科学技术出版社, 2011. 12

ISBN 978-7-5304-3913-5

I. ①书… II. ①石…②朱… III. ①图书—出版发行—物流—信息管理—研究—中国 IV. ①G239.23

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 206067 号

书业物流及信息管理理论与实践

作 者:石 彤 朱济顺

责任编辑:王 藏 王云飞

封面设计:樊润琴

出 版 人:张敬德

出版发行:北京科学技术出版社

社 址:北京西直门南大街 16 号

邮政编码:100035

电话传真:0086-10-66161951(总编室)

0086-10-66113227(发行部)

0086-10-66161952(发行部传真)

电子信箱:bjkpress@163.com

网 址:www.bjkpress.com

经 销:新华书店

印 刷:三河国新印装有限公司

开 本:787mm×1092mm 1/16

字 数:442 千

印 张:22

版 次:2011 年 12 月第 1 版

印 次:2011 年 12 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5304-3913-5/G · 1391

定 价:40.00 元



京科版图书, 版权所有, 侵权必究。

京科版图书, 印装差错, 负责退换。

前言

图书发行行业中各个省每年的发行量达几十亿,书业企业对物流系统的需求十分迫切,通过对书业物流市场及其建设中的薄弱环节和误区进行分析可以确定,建立有效的物流支持系统可以推动企业以信息化为武器塑造核心竞争能力,通过规划和建设满足客户需求的物流系统可以推动书业事业的发展。我国的图书发行处于一种纵向一体化的状态,出版业上下游的供应链很长,导致信息连接迟钝且失真。电子信息技术在书业物流领域中的应用比较落后,物流企业的信息技术含量低,网络技术应用不广泛,电子数据交换系统、企业资源管理系统、全球定位系统等围绕物流信息交换与管理的技术应用并未普及,这些都严重制约了我国书业企业和书业物流企业服务质量的提高和运作效率的提升。图书发行行业的物流活动是影响其效益的重要因素,书业企业对物流信息管理提升的需求十分迫切,书业物流管理问题成为书业发展的制约因素。

基于资源理论的信息管理理论是近几年国际 IS 领域研究的热点,根据信息经济学的理论(J. E. Stiglitz, 1981),资源配置的效率与信息结构有关,在信息不充分、不完备的条件下,市场机制配置资源的效率会受到严重影响。在一定的信息结构下,可以通过信息的集中或分散的最佳组合,改进资源配置的效率。

本书以书业物流系统信息管理为研究对象,分别从书业物流的发展、书业连锁模式的关键问题、书业物流退书模式研究、电子商务时代书业物流的变革等几个方面对于书业物流信息管理及图书发行集团信息化建设进行探索,提出了连锁经营图书发行决策支持及多维数据模型,以及图书逆向物流供应链中盘解决方法和图书逆向物流评价方法。

本书分为书业物流中心规划和信息分析方法及案例、书业物流中心信息管理系统规划和实践两部分,从管理及信息技术角度提供与物流自动控制系统的接口和与商流系统的数据接口,实现物流管理系统与商流和物流控制系统的整合。配合先进的射频识别系统物流技术的使用,实现射频识别系统上

架和下架的监控。书中也从技术实现角度通过数据库中的触发器和存储过程技术来描述封装系统中的退货业务过程,以便适应退货规则需求的不断变化。书业物流管理中的难点和重点内容是对主配业务和退货业务的管理和监控,文中提出规范化物流操作流程,对于物流作业监控算法进行了设计,并重点描述书业物流管理系统中的发货主配、到货处理、退货处理模块,其中包括了物流决策支持的模型部分内容的设计。

书中通过订单资料分析方法对书业物流中心的物流业务进行分析,合理规划书业物流中心系统,对物流系统的规划的步骤和方法进行阐述,通过业务量分析对物流中心的布局进行规划,并为书业物流商流连锁提出了商流和物流的深度应用解决方案。这部分的特色是在需求分析的过程中利用订单资料分析方法,进行了到货数据分析、订单数据分析、客户退货数据分析和补货作业数据分析,通过分析结果对物流中心的布局和流程进行了较完整的阐述。

本研究内容有很强的应用背景,解决了书业物流中心管理中复杂的拣选策略的自动选取,实现了物流作业系统的自动调度和监控,对其应用前景和社会价值、经济价值等,论文中也加以阐述。研究中对书业物流中心的退货业务、到货处理进行详细讨论,设计物流中心作业流程,针对不同类型的退货作业提供不同的处理方案,解决了书业物流管理中的难点和重点内容——发货主配业务和退货业务的管理和监控。根据需求提出规范化物流操作流程,配合先进的射频识别系统物流技术的使用,提供与射频识别系统部分有关的数据接口,实现射频识别系统上架和下架的调度监控;设计并完成了作业调度算法,拣选策略的选取,作业调度任务自动下达;提升了书业物流管理能力,能够进一步为物流中心创造更大的效益。

该书可以为书业物流建设提供理论的支持和方案的借鉴,并在书业物流信息管理建设中有着实际参考价值。也可以为从事企业信息化、物流方案规划和信息系统开发与实现的企业信息管理人员提供參考。本书第一、二、三、四、六章由北京联合大学商务学院石彤编著,其余部分由中金数据系统有限公司的朱济顺与石彤共同编著。由于作者水平有限,书中不足在所难免,望广大读者共同讨论书中的观点,并不吝指教。

编者

2011年10月

目 录

第一章 绪论	1
1.1 我国图书发行业现状	1
1.2 我国书业物流	5
1.3 国内的研究现状	17
参考文献	21
第二章 书业连锁经营模式及其物流信息系统	22
2.1 书业连锁	22
2.2 书业连锁经营发展	26
2.3 书业连锁的关键问题	30
2.4 新华书店连锁经营及物流信息化建设	37
2.5 图书发行集团信息化建设	41
2.6 连锁经营图书发行决策支持及多维数据模型	48
2.7 书业连锁发行业务系统的特点	58
参考文献	63
第三章 图书逆向物流及信息管理	65
3.1 出版行业的发行及流通模式	65
3.2 书业供应链逆向物流产生	72
3.3 书业中盘退书管理越库及上架方式的应用	80
3.4 新华书店物流中心退货管理方案研究	88
3.5 图书逆向物流评估方法	100
参考文献	102

第四章 书业物流中心规划和信息分析案例	103
4.1 我国书业物流中心的发展	103
4.2 物流中心规划设计的基本理论	105
4.3 图书物流中心基础规划资料的分析	109
4.4 EIQ 在图书物流中心规划设计中的应用	116
4.5 图书物流中心区域布置规划	125
参考文献	131
第五章 电子商务环境下书业物流及信息化展望	133
5.1 电子商务环境下书业物流	133
5.2 电子商务环境下我国书业物流的 SWOT 分析	136
5.3 电子商务环境下我国书业物流存在的问题	138
5.4 网络出版形式对书业的影响	140
5.5 电子商务环境下我国书业物流的发展	141
5.6 书业物流发展趋势——管理信息化建设	143
5.7 书业电子商务信息标准化的建设	151
参考文献	156
第六章 书业物流中心信息管理系统规划和实践	157
6.1 系统开发技术分析	157
6.2 书业物流系统方案及需求概述	164
6.3 书业物流管理系统的分析与设计	193
6.4 物流中心管理系统中主要功能模块	221
参考文献	241
第七章 商流信息管理及电子商务解决方案	243
7.1 需求分析	243
7.2 解决方案	250
7.3 系统技术方案	325
7.4 系统安全	338

第一章

绪 论

1.1 我国图书发行业现状

1.1.1 我国图书出版产业的基本发展

我国的图书出版经历了几个阶段,1949 年 10 月到 1965 年为起步阶段,中央人民政府设立了出版总署。书籍期刊的出版发行,无论公营、私营,均不得单纯以营利为目的,将新中国成立前分散经营的新华书店统一为全国性的国营企业,建立了中央和地方的出版社及独立经营的各地新华印刷厂和专营发行的新华书店。1950 年开始,人民出版社、人民文学出版社、人民教育出版社、人民美术出版社、人民卫生出版社、青年出版社和科学出版社等相继建立。1953~1957 年多家出版科技图书的专业出版社及一些社会科学的专业出版社和地方综合出版社建立。1965~1976 年为停滞阶段,经历了 10 年“文化大革命”后,出版社只剩 46 家;据统计,1966~1970 年除大量出版毛泽东著作及少量马列著作和中小学课本外,一般书籍共出版了 2729 种,学术著作、文学创作和科技专著更是屈指可数。1973 年 9 月,国务院设立国家出版事业管理局,恢复对全国出版事业的管理,但出版业仍未出现根本性的转机。1977 年至今为图书出版业发展阶段,图书品种以及总印张的数量均大幅增长。随着图书印量的稳步增长,我国图书物流和出版集团进入了整合发展的高峰时期。

1.1.2 我国出版业整合发展

1977~1985 年,中国图书出版进入超常规发展阶段,中国出版业迅猛发展,图书出版数量翻了一番,它相当于 1949 年新中国成立至 1977 年这 28 年中图

书出版数量的增长。这个时期,打破了文化禁锢主义,出版供给能力大幅度增加。例如,1977~1985年,中国出版社的总数增长了近4倍,由114家增长到438家。中国在1985年按照书种数已进入世界出版国六强的行列,1985年与1977年相比,种数、总印张、总印数三个指标分别增长了254%、140%和102%。

1986~1994年,中国从计划经济向市场经济发展,出版业进入市场竞争的时期,出现了调整和徘徊。1986~1994年,中国图书出版总印数和总印张数年均增长率为0.55%和0.6%,中国出版业经历了长达8年的调整和徘徊。20世纪80年代中期以后出现的通货膨胀是导致徘徊的一个因素。例如,1986年图书出版总印数和总印张数同时下降,比1985年下降了22.03%和22.08%,以后虽有所回升。但直到1993年,图书出版总印数和总印张数仍未超过1985年水平。虽然1994年图书出版总印张数超过1985年的282.75亿印张,达到297.16亿印张,但图书出版总印数仅60.08亿册,仍然低于1985年的66.73亿册。

1995年中国图书出版开始全面发展,1995年图书总印张数首次超过300亿印张大关,达到316.78亿印张,比1994年增长6.6%,比1985年增长12.0%;图书销售总金额372.3亿元,比1994年增长43.7%;图书纯销售额为186亿元,比1994年增长37.8%。从1994~2005年,图书品种由103836种增长到224823种,图书总印数由60.08亿册(张)增长到64.02亿册(张),图书总印张数由297.16亿印张增长到477.54亿印张,定价总金额由177.67亿元增长到600.69亿元,分别增长了165.17%、6.56%、60.70%和238.09%^{[1][2][3]}。

在全面发展时期,高增长速度表明中国图书出版产业处于新的成长周期。出版物的质量也有了很大提高,这不仅表现在纸张、装帧设计和印刷装订质量有了很大提高,图书出版产业的规模也进一步扩大。到2005年,全国共有出版社573家,图书销售机构10万余家,书刊印刷企业183万家,图书工作室近万家;到2008年全国共有出版社579家;构成了一个初具规模的产业群。中国国民经济的迅速增长、中国出版业内部出书结构的调整、经营管理的加强、营销手段和策略的改进以及出版业改革的逐步推进,均是这一轮增长的原因。随着图书市场的逐步好转,很多的经济个体进入图书销售领域,除新华书店继续发挥重要作用外,一些出版单位自行组建发行集团,加强了自办发行;在若干地区建立了图书批售中心,辐射周边地区,形成了全国的销售网络。另外,网上购书逐渐深入到千家万户。

表 1-1 2005~2009 年全国图书出版业基本情况

年份	品种	总印数亿册(张)	总印张(亿印张)	定价总金额(亿元)
2009	301719	70.37	565.50	848.04
2008	328826	105	823.56	1084.19
2007	303654	96.45	723.09	932.25
2006	286963	99.34	768.13	908.87
2005	224832	64.01	477.44	600.69

表 1-2 2008 年全国图书出版业基本情况

种类	品种	同比增长	总印数 亿册(张)	增长	总印张 (亿印张)	增长	定价总 金额(亿元)	增长 (%)
图书	274123	10.41%	70.62	12.21%	561.13	15.34%	802.45	18.58%
课本	54013	0.03%	34.21	2.91%	262.1	11.08%	280.36	10.31%
图片	690	-49.78%	0.17	-41.07%	0.33	-47.88%	1.38	-42.47%

数据来源:中华人民共和国新闻出版总署. 2005~2008 年全国图书出版统计数据。

1.1.3 国外几个发达国家出版产业的发展

1. 美国出版产业发展情况

美国除了少数出版机构由政府管理以外,其余的基本上是私营企业或股份制企业,其出版活动不受政府干涉。政府通过法律和经济手段规范出版业行为,对出版企业的出版活动进行宏观调控。公司财经不受政府行为影响,但公司财会由全美注册会计师协会管理。公司有业务上的绝对自主权,业务范围大多全球化,不少公司是跨国公司。美国的出版产业的特点是:发展迅猛、产业集中度高、电子和数字技术在出版业应用广泛。

目前美国出现的电子书,是指各种电子阅读器和电子书出版系统。目前较有影响的是软件书(Softbook.com)和火箭书(Rocketbook.com),同类产品还有课本书(classbook.com)和人人书(Everybook.com)。网络图书馆利用网络技术,将各类传统出版物转变成一种随时随地可在网上和其他手持电脑上阅读并具有完备检索功能的电子出版物。1999 年一个集前沿的外联网技术和新世纪出版理念为一体的网上版权和贸易平台——国际版权在线(www.rights-center.com)在美国产生。它利用最先进的因特网和外联网技术为版权交流和

贸易提供高效率、低成本的全新环境和方式。

2. 英国出版产业发展情况

20 世纪 90 年代,英国共有出版社 2400 多家,其中每年出书 100 种以上的出版社有 340 多家。许多出版社集中在首都伦敦。2003 年英国图书的销售额为 38.9 亿美元,仅次于美国、德国、日本,是世界第四出版强国,图书出口销售额为 8.22 亿英镑,占整个图书销售额的 28%。从这个意义上说,英国是一个典型的图书“出口型”的出版强国。主要的大型出版社有麦克米伦(Macmillian)出版公司、布莱克维尔(Blackwell)科学出版公司、柯林斯(Collins)出版公司、牛津大学出版社、剑桥大学出版社、企鹅(Penguin)图书出版公司等。全国每年出版的约 10 万种图书中,前 50 家这样的大型出版社占了英国全部图书销售额的 50%,其实力与经济效益是不可低估的。英国年度出书逐年增长,且品种较为齐全^[4]。

目前,信息技术的广泛运用和出版集团化发展是英国出版业的两大发展动态。

(1) 出版机构日趋集团化

为了适应社会和书业自身发展的需要,出版商们试图通过一系列的出版机构的改组、合并和版权转让来提高出版效益,增加市场的销售量,使出版业结构趋向合理化。一些大出版社经过合并后,实力更雄厚,在国内外占有举足轻重的地位,能从战略上对付来自于美国的挑战。哈勃·考林斯(Harper Collins)、里德·艾尔斯维尔(Read Elsevier)、皮尔森(Pearson)和麦克米伦(Macmillian)成为英国目前的四大出版集团公司,无论是皮尔森还是麦克米伦,没有一家出版集团公司限于英国或只限于图书市场,都是跨地区、跨行业、跨国家的联合集团公司,其实力与经济效益是不可低估的。

(2) 信息技术在出版业中广泛运用

在英国,计算机和网络技术已经广泛运用于出版的内部管理中,如编辑加工、信息收集、资料储存、成本核算、财务管理及库房保管等,出版业的管理更加科学高效。网上推销已成为英国出版业发展的新趋势。过去,英国许多学术方面的杂志由于印数少而无法出版。网络的出现为解决这一问题提供了可能性。近几年中,人们通过互联网或数字化电视购书的比例大大增加。

3. 国外几个发达国家出版产业特点

西方主要国家出版业的共同特征是市场化程度高、行业集中度高和组织结构优化。

(1) 市场化程度高

市场经济条件下,出版业的经济结构应该是以多种经济成分共同发展的多元化的经济结构,也就是说进入市场竞争的出版经济组织,其所有制实现形式也应该是多种形式,出版物市场布局已经形成以市场为导向的多种形式,建成具有信息服务功能、储运功能、决策功能的跨地区、跨行业的国家统一的大市场。西方主要国家市场规则和市场秩序的完善程度好,其政府通常不干预出版社的出版活动,各出版社能独立自主地制定出版与发行政策。例如,美国新闻署是联邦政府的新闻与文化机构,该署的文化中心、智能教育与事物部负责促进与发展美国出版业的工作,新闻署对有助于促进美国图书出口的项目予以资助。另外,出版生产要素(包括人才市场、资本市场、技术市场等)的市场发育成熟程度及其对出版资源优化配置、发挥基础性作用的程度都非常高。

(2) 行业集中度高

在欧美出版发达国家,出版业格局一般呈金字塔式,塔顶是为数不多的超级出版或销售寡头,中间是变数极高的中型出版社或书店,最下层是大量的小型出版社或书店。出版业的共同特征就是高度垄断,且行业的集中度高。从国际上来看,整个书业市场实际上也是操纵在 90 家公司寡头手中。世界图书销售额主要集中在几家大型跨国出版集团。

(3) 组织结构优化

在西方出版业发行业中,大型出版企业一般都有发行部或发行公司,中型出版社一般设有销售部。销售部是出版社的重要推销力量,出版企业通过多渠道发行活跃了图书市场。西方出版企业及中大型出版社可设多个编辑部,这在体制和内部结构方面是很大的变革。

1.2 我国书业物流

1.2.1 国内书业物流的表述

1. 国内外对物流的定义

通常认为“物流”即是物资从供应者向需求者的移动,它涉及运输、仓储等各层次。1998 年美国物流管理协会对物流的定义为:物流是供应链流程的一部分,是为了满足客户而对商品、服务及相关信息从原产地到消费地的高效率、高效益的正向和反向流动及储存计划、实施与控制过程。它不仅把物流纳入了企

业间互动协作关系的管理范畴,而且要求企业考虑自身的物流运作。这个定义反映了随着供应链管理思想的出现,美国物流界的认识更加深入,强调“物流是供应链的一部分”,并从“反向物流”角度进一步拓展了物流的内涵与外延。

2001年中华人民共和国国家标准《物流术语》正式颁布。该标准在充分吸收物流研究成果的基础上,将物流定义为:“物品从供应地向接收地的实体流动过程。根据实际需要,将运输、储存、装卸、搬运、包装、流通加工、配送、信息处理等基本功能实施有机结合。”

2. 现代物流的内涵

物流已不仅仅是一般意义上与运输和仓储有关的传统组织管理技术,而是可以创造更高效益的经济管理活动。

(1)从运作功能角度,物流是将企业的原材料采购、半成品及成品库存、销售相关的运输储、配送、包装等进行一体化管理的生产活动。

(2)从增值功能角度,物流是对企业的生产、销售组织管理及相关资源进行重新整合,以企业资产结构及经营活动场所的资本升值活动。

(3)从信息功能角度,物流是企业生产计划的制订、存量管理、产品跟踪提供市场需求品分布支持的信息服务活动。

(4)从价值功能角度,物流是通过降低企业运输及配送费用、实现零库存、优化资金流等实现节约企业经营成本的创造增值价值的活动。

3. 书业物流的内涵和外延

“书业”作为一个专业词汇虽然早已运用得十分普遍,但其含义却值得认真推敲,迄今为止还没有人对它作出确切地定义和辨析。“书业”显然不能等同于出版业,在此笔者暂且把它定义为广义上的图书出版业,即包括了图书印刷行业、图书出版行业和图书发行行业。

李小明在文章中给“现代出版物流”的定义是:“以出版物满足顾客需求为目的,运用现代物流理论和技术,通过市场机制整合运输、仓储、装卸、加工、整理、配送、信息等功能,为提高商品及其信息从供应到消费的流动和储存的效率及效益而进行的计划、实施与控制的过程。”

书业物流是为满足客户需求而对出版物和相关原材料及相关信息,基于效率和效益的从供应者到需求者的正向和反向物流性移动和储存进行的计划、实施与控制过程。在这个概念界定中,“出版物”不仅包括图书,还包括音像制品、电子出版物等其他出版物,其外延涵盖了“图书物流”和“书业物流”。同时,这个定义还将前端的材料采购和出版印刷中的物流也包括在出版物流中,这符合

当前媒介融合经营环境下我国出版物流中心发展的现状与趋向。此外,定义中的出版物流系统中不仅包括正向物流还包括反向物流^[5]。

丁群在文章中指出:“书业物流”是指“在图书出版和发行过程中,根据用户的需求,将图书产品及其各种原材料从供应方向需求方转移的物理性流动及存储的计划、实施与控制的过程”。这一定义,没有明确“反向物流”的存在,而“反向物流”是现代物流中的一个新的发展内容^[6]。

但狭义书业物流并不把前端的物料采购和印刷出版活动中的物流包括在内,只是指图书制品从出版社的库存到最终读者手中这一过程中发生的物流活动,即出版社—书店—读者。

书业物流的认识存在差异,就书业物流与现代出版业的发展关系而言,一般都能够认识到:“没有现代化的大流通,就没有现代化的出版业。”^[7]在具体的出版物流实践中,人们对出版物流管理和作业的实际态度存在差异,这种差异反映出人们对出版物流认识的差异。差异分三层次——“第一层次的认识是将图书储运仅仅视为图书商流的被动附属”,“第二层次的认识虽然看到了图书储运在图书生产和销售中的积极作用,但也仅仅将储运作为一个独立的部门进行管理”,“第三层次的认识,是将物流作为市场销售整体战略的一个组成部分,考虑到物流战略,认为物流是市场的必要与支持,这是宏观的、整体的、前瞻性的物流观点”。

本书认为书业物流是指在图书出版和发行过程中,根据用户的需求,将图书产品实体及其各种原材料从供应方向需求方转移的物理性移动,并包含图书反向物流,它是创造图书商品时间价值和空间价值的经济活动,是图书仓储、运输、包装、装卸、搬运、配送及其相关信息等系统和管理活动的有机结合。这个定义相应的外延就是把前端的物料采购和印刷出版活动中的物流也包括在书业物流当中。

1.2.2 现代书业物流的特征

1. 书业物流中图书出版物的属性

图书出版是编辑、复制图书并向公众发行的活动。具体来说,就是从事编辑工作的人将作者的文字著作加工整理后,出版企业通过印刷成为批量商品,经过商品交换将出版物传送给消费者的活动。图书出版物是提供内容的产品,图书出版也就是通过物质载体把思想或精神产品向公众传播的活动。图书出版物具有以下特征:

(1)图书出版物的价值由其内容而不是载体形式决定。图书是物质属性和精神属性的统一体,精神属性是其本质属性。图书出版物不同于一般物质产品之处在于:决定其价值的不是其物质载体而是其内容,而且这种内容是精神文明、文化的有机组成部分,具有鲜明的意识形态性。

(2)图书出版物具有很强的外部性或外部效应。所谓外部性是指人们由于从事某种经济活动,生产或消费某种商品而给他人或社会带来的经济上的利益或损害。一种经济活动的后果如果使他人或社会的经济利益增加,就具有正的外部效应;反之,就具有负的外部效应。如果出版者提供的图书内容是精华,就会产生正的外部效应,读者从中感受到真、善、美的情感,从而对其社会行为产生好的影响;如果出版者提供的内容是糟粕,会产生负的外部效应,对读者的心灵产生负面影响,从而对社会造成危害,例如色情小说对青少年的恶劣影响。所以说图书出版活动具有生产的外部性特征。

(3)图书出版物同时具有产业功能和意识形态功能。图书出版物不同于图书馆、博物馆等纯公共物品之处在于:它作为文化产品可以转化为商品,可成为一种商品交易活动,可以在交换中产生价值和剩余价值,从而具有经济属性和产业功能。由于出版物的双重属性使得图书出版把社会效益放在首位,在社会效益的基础上达到两个功能统一。这就决定了既不能用单纯的物质产品的生产、交换、消费和分配的规律看待出版物,也不能像过去那样单纯把它看做意识形态的工具,不考虑其与商品属性以及市场经济规则契合的方面。在现实中由于存在对这一问题的认识误区,在实践上表现为两个极端:一种是单纯强调出版的意识形态性、公共物品性、精神特性和文化特性等,忽视出版的物质属性、经济特性、产业特性和商品特性,在出版的市场化改革和发展文化产业方面裹足不前,不愿或不敢进行较大力度的改革;另一种是单纯强调出版的产业特性、经济功能和商品属性,唯利是图,一切向钱看,完全不考虑出版的意识形态性、公共物品性以及文化特性等,出版了一些内容不健康、格调低下的图书,以此迎合部分人的不健康需求,危害了社会。因此,正如在物质产品方面不能鼓励生产和流通毒品、武器一样,图书出版物的社会效益优先,在社会效益的基础上实现经济效益和社会效益的统一,这是图书出版物的一个重要特性。

(4)还有一种出版物是教材,它具有与其他出版物不同的特征。

教材具有准公共物品的特征,教材不同于非教材图书的排他性消费,九年制义务教育是的基本国策,中小学教材列入政府采购的范畴内,每年根据财政预算用于教材的政府采购。中小学教材是广大学生可以同时消费的产品,具有消费的集团性的特点;同时,中小学教材具有典型的准公共物品特征,因为它有

价格。教材的消费主体与消费决策者是分离的,消费决策由政府有关机构决定。教材是一种义务的、强制性消费的商品,这一特性和义务教育体制相关。

2. 书业物流的特征

与传统图书储运相对应的是现代书业物流,要由传统图书储运向现代书业物流转变,在认识上也存在一些偏差。例如,存在某些全盘否定传统图书储运的倾向。事实上,图书储运仍然是现代书业物流最主要和最核心的业务,传统图书储运多年来积累下来的一些经验和技能仍然可以在现代书业物流中发挥巨大的作用。现代书业物流在观念、目的和手段等许多方面都大大超越了传统的书业物流,其主要表现在以下几个特征:

(1) 功能集成化

现代书业物流不再局限于图书储运的具体操作,更着眼于将物流纳入整个书业企业的经营活动中来考虑。要具备更多的功能并且要使之实现一体化,要与商流、资金流和信息流等集成,使书业链条的上下游能够很好地衔接起来。比如,现代书业物流要保证书业企业的物流成本和服务水平与企业的整个经营战略合拍,要求物流信息能及时反馈以加强对经营决策的支持,要求物流与分销渠道能彼此配合等等。

(2) 建设系统化

现代书业物流从系统的角度统筹规划书业企业的物流活动,要求不因单个物流环节的最优而损害企业整体效益的最优。例如,出版社发行部和书店采购部门通常希望保持较宽的图书采购面和较多的单品备货量,以增加销售机会和避免缺货情况的发生,虽然书店方面因为目前书业退货制度的特殊性而对库存非常敏感,但相应地,退货率会上升、书店双方的物流工作量加大,对企业流动资金的占用也会变多,这些负面影响是显而易见的。这需要书业企业在物流管理中做好平衡,以整体效益最优为目标。

(3) 手段现代化

现代书业物流一个非常重要的内容就是把先进的技术、设备与管理应用到书业物流中来。它和图书发行自动化有一部分内容是重合的,如计算机技术、通讯技术、机电一体化技术、语音识别技术的应用等,所以也表现为自动化、机械化、无纸化和智能化等。此外,像电子订货技术(EOS)、EDI技术、条码技术、地理信息系统(GIS)、全球定位系统(GPS)、卫星通讯、射频识别系统(RF)、机器人等都应该适当地应用到书业物流系统之中。一般来说,书业企业生产、流通的规模越大、范围越广,则物流技术、设备及管理现代化水平应当越高。现代

物流技术能够大大提高书业物流的运作效率,中国首条信息系统与自动化控制系统无缝连接的图书物流自动化流水线于2003年7月在浙江省新华书店运行成功。

(4) 服务系列化

除了传统的图书储存、运输、包装和流通加工等服务外,现代书业物流向上扩展至图书市场调查与预测、图书采购及订单处理,向下延伸至图书配送、物流咨询、物流方案的选择与规划、图书库存控制策略建议、货款回收与结算、物流教育培训等增值服务。

(5) 业务标准化

现代书业物流要求作业流程、动作的标准化、规范化与程式化。这样做的目的主要有三个:一是使复杂的作业简单化,以便于推广和考核;二是很多现代物流技术和设备都有特定的标准和操作规范,在工作中必须遵守;三是为了实现供应链管理,使书业上下游企业之间的物流能及时准确地实现。

1.2.3 我国书业物流中心的发展

书业物流中心的建设是近两年我国书业物流的一个热点,也是引起很多争议的要点。许多省店、连锁书店集团和大社纷纷投入巨资新建或改建自己的物流配送中心,其中最为风光的是定位于面向连锁书店开展仓储、配送作业的物流中心。其中江苏新华发行集团公司物流配送公司的物流配送基地预计作业面积多达8万平方米。

书业物流中心的建设问题也随之而来。新建的书业物流中心应当以怎样的发展水平和发展模式为佳,如何对书业企业原有的物流中心进行现代化改造,如何管理和运营书业物流中心?这些问题都是值得我们认真思考的。

1. 书业物流中心

物流中心是定位于物流、信息流和资金流的综合设施,而并非单纯的物流实体,它的概念有广义和狭义之分。广义的物流中心包括港湾、货运站、公共流通商品集散中心、企业自身拥有的物流设施等;狭义的物流中心专指产业或企业为有效地开展商品生产和流通服务而建立的物流综合管理、控制和调配的机构。

《物流术语》标准中将物流中心定义为“接受并处置下游用户的订货信息,对上游供应商的大批量货物进行集中存储、加工等作业,并向下游用户进行批量转运的设施与机构”。书业物流中心的概念可以按照这一标准来定义。书业