



图书馆馆配 工作研究与实践

田 利 ◎ 著



北京理工大学出版社

BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

图书馆馆配 工作研究与实践

田利◎著



北京理工大学出版社

BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

内 容 提 要

本书主要内容包括图书馆馆配工作概述, 图书馆、馆配商与出版社共赢关系, 图书馆馆配工作研究, 馆配市场趋势展望以及馆配工作实践成果。本书旨在帮助读者更深入地了解馆配市场, 掌握馆配行业的发展趋势, 共同维护馆配市场的健康发展。

本书可作为图书馆界、馆配行业以及与馆配工作有关的广大同仁的参考用书。

版权专有 侵权必究

图书在版编目(CIP)数据

图书馆馆配工作研究与实践/田利著. —北京: 北京理工大学出版社, 2017. 10

ISBN 978-7-5682-4922-5

I. ①图… II. ①田… III. ①图书馆工作—研究 IV. ①G25

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第251060号

出版发行/北京理工大学出版社有限责任公司

社 址/北京市海淀区中关村南大街5号

邮 编/100081

电 话/(010) 68914775 (总编室)

(010) 82562903 (教材售后服务热线)

(010) 68948351 (其他图书服务热线)

网 址/<http://www.bitpress.com.cn>

经 销/全国各地新华书店

印 刷/北京紫瑞利印刷有限公司

开 本/710毫米×1000毫米 1/16

印 张/14

字 数/209千字

版 次/2017年10月第1版 2017年10月第1次印刷

定 价/72.00元

责任编辑/徐艳君

文案编辑/徐艳君

责任校对/周瑞红

责任印制/边心超

图书出现印装质量问题, 请拨打售后服务热线, 本社负责调换

序

当河南省图书馆文创中心主任田利将《图书馆馆配工作研究与实践》的书稿呈现在我面前时，我有一种深深的感触，可以说这既在意料之外，又在情理之中。

田利是中原工学院的优秀毕业生，他自幼喜爱读书，在母校读书时就与图书馆和在图书馆工作的我建立了深厚的感情。1990年田利大学毕业之时，恰逢河南省图书馆馆舍建设用人之际，时任馆长的童吉永先生求贤若渴，亲自将田利纳入麾下。

2003年是田利职业生涯的一个转折点，他被调配到河南省图书馆设立的图书配送公司——河南省图苑实业发展有限责任公司，从事专门面向各类型图书馆的馆配服务。后来又成立了郑州日成图书有限公司，他从一位图书馆工作者成为一位为图书馆提供服务的馆配者。

在信息化建设和书香社会建设的进程中，无论是公共图书馆还是高校图书馆，其社会责任、中心任务都会随着时代的发展而变化，图书馆馆藏资源建设的任务也会随之进行调整，这也给馆配服务提出新的挑战。田利非常重视各类型图书馆的馆藏资源建设特点，他认真调研其需求，不断改进馆配服务模式，不断创新馆配服务方法，把馆配服务做得有声有色。田利还潜心探寻馆配服务规律，认真思考馆配服务中存在的问题，发表了《馆配公司对图书馆采编工作的影响及其对策》《警惕图书招标采购中低价“陷阱”》《图书馆流通业务外包薪酬标准研究》《图书馆流通工作社会化服务探讨》《“你选我购”背景下的“互联网+”采访工作创新研究》《图书馆、馆配商与出版社三方合作共赢的实现模式》等文章。在文化部推进公共图书馆开展文化创意产品开发之际，他结合新的工作岗位特点，相继撰写《关于图书馆开展文创工作的理性思考》《图书馆文创产品开发项目的构想》《图书馆文创产品开发工作中对经营创收认识的误区》

《图书馆文化创意产品开发形式延伸发展的理性思考》等文章，以理论指导新的实践工作。

《图书馆馆配工作研究与实践》一书，是田利多年来从事馆配服务的总结与升华，是在为图书馆服务的过程中产生的重要成果。这项成果真正符合了从实践到理论、再从理论到实践的认识规律。

该书共分为五章，每章内容的论述均有其独到之处。在田利看来，图书馆、馆配商、出版社三者形成了密不可分的结合体，他们既相互合作，又各自从不同的角度去审视另外两方。在以往的研究成果中，多数是从图书馆视角去研究馆配商及馆配服务，侧重于对馆配商的选择、招标方式、书目管理、馆配商管理等方面的研究，而对馆配商的成本核算、企业运行模式、人员构成及发展方向研究不够深入，对出版社的发展历史、类型及与馆配商的关系研究也不够透彻。只有对馆配商、出版社这两方面进行更广泛、更深入的研究，才能了解图书供应方的经营理念、机制、模式，方能在质量与价格之间寻找最佳平衡点。田利在该书中转换了角度，从馆配商的角度去研究馆配工作，弥补了前一种研究的不足，从而对馆配工作大有裨益；同时他还详析了馆、社、商三者关系，有助于图书馆采购到更多符合馆藏要求的图书，同时也有助于出版社提高出版质量。

作为非图书馆学情报学专业的人员，写出这样有较高学术水准的著作，可以说是在意料之外；但是田利有脚踏实地的实干精神和肯于钻研的学术态度，写出这样的著作又在情理之中。多年来，田利对我以师长事之，我也为田利不断取得可喜的成绩而感到高兴。

《图书馆馆配工作研究与实践》一书的问世，标志着田利的学术研究又上了一个新台阶，下面以四句小诗表示深深的祝贺与祝福。

图苑匆匆写闲忙，
卷影参差文成行。
书人书事依稀见，
中原情深是家乡。

张怀涛

2017年9月9日

前言

馆配工作离不开图书馆、馆配商与出版社三大主体，三者相互合作，同时每两者之间又存在合作性博弈的关系，形成了密不可分的结合体。目前，我国有580余家出版社，每年发行图书四十多万种，仅一版一次品种就有二十多万种，图书馆与馆配商如何选择合适的出版社与文献资料是馆配工作不容忽视的问题。这些问题均需要进一步的研究与探索。关于馆配工作其他同仁已有一些研究成果，详细分析了三者的关系，对促进馆配工作起到了积极作用。但是，多数研究成果是从图书馆的角度去研究馆配商及馆配工作，侧重于对馆配商的选择、招标方式、书目管理、馆配商管理等方面的研究，而对馆配商的成本核算、企业运行模式、人员构成及发展方向的研究力度不够，对出版社的发展历史、发行图书类型及与馆配商的关系也缺乏深入研究。只有对这两方面进行更多的研究，才能了解图书供应方的经营理念、机制、模式，在质量与价格之间找到最佳平衡点。如果我们换一个角度，即从馆配商的角度研究馆配工作，将对馆配工作大有裨益。因此，若存在一本能同时反映馆、社、商三者关系并能深入介绍馆配商经营模式的图书，则能使图书馆加深对馆配工作的了解，也有助于图书馆采购到更多符合馆藏要求的图书，从而提高馆藏质量。

本书作者以近十五年的馆配工作的经验和教训为研究背景，对馆配工作进行理论研究及工作实践的总结，力求客观、真实地反映图书馆需求，也公平、公正地评价馆配商的贡献。

本书在编写过程中得到了图书馆领导与同仁、出版社朋友及馆配商同行的关心和帮助，在此向所有对本人工作给予关心、支持和帮助的领导、客户、合作伙伴以及相关专家、学者致以衷心的感谢！本书在编写过程中得到了孔德超、严真、袁红军、范光烈、梁艳丽、董沙金、吕俊珂、李改

平的大力支持，也得到北京理工大学出版社的友情帮助。特别是有幸邀请到河南省图书馆学会副理事长、河南省高校图工委副主任、原中原工学院图书馆馆长、笔者母校的张怀涛老师为本书作序，在此一并表示感谢！由于时间和笔者水平有限，书中难免存在疏漏和不当之处，恳请专家及广大读者给予批评指正。

田利 2017年10月

本书共分五章，第一章为绪论，第二章为图书情报学的发展，第三章为图书情报学的基本理论，第四章为图书情报学的研究方法，第五章为图书情报学的未来展望。

第一章 绪论

1.1 图书情报学的定义

1.2 图书情报学的研究对象

1.3 图书情报学的学科属性

1.4 图书情报学的历史沿革

1.5 图书情报学的现状与未来

第二章 图书情报学的发展

2.1 图书情报学的发展概述

2.2 图书情报学的发展动因

2.3 图书情报学的发展现状

2.4 图书情报学的发展前景

第三章 图书情报学的基本理论

3.1 图书情报学的基本概念

3.2 图书情报学的基本原理

3.3 图书情报学的基本方法

3.4 图书情报学的基本技能

第四章 图书情报学的研究方法

4.1 图书情报学的研究方法概述

4.2 图书情报学的研究方法分类

4.3 图书情报学的研究方法应用

4.4 图书情报学的研究方法评价

第五章 图书情报学的未来展望

5.1 图书情报学的未来展望概述

5.2 图书情报学的未来展望动因

5.3 图书情报学的未来展望现状

5.4 图书情报学的未来展望前景

目 录

第一章 图书馆馆配工作概述	1
第一节 馆配商与馆配工作	1
第二节 馆配市场现状研究	10
第三节 河南省馆配市场现状	17
第二章 图书馆、馆配商与出版社	22
第一节 图书馆与馆配商	22
第二节 图书馆与出版社	39
第三节 馆配商与出版社	46
第四节 图书馆、馆配商与出版社生态关系研究	52
第三章 图书馆馆配工作研究	73
第一节 图书馆采编外包质量管控	73
第二节 图书馆馆配招标方式分析	76
第三节 图书馆纸质图书招标条款设立	79
第四节 图书馆选择馆配商标准分析	82
第五节 图书馆如何应对恶意低价投标	84
第六节 政府购买服务对馆配工作的影响	91
第七节 馆配图书订单相关概念	94
第八节 馆配商专题书目推送模式研究	96
第九节 馆配会研究	98

第四章 馆配市场趋势展望·····	106
第一节 馆配市场前景分析 ·····	106
第二节 数字资源下馆配商面临的挑战与转型 ·····	108
第三节 馆配商馆配服务的创新与发展 ·····	113
第四节 全国馆配商联盟成立的作用与影响 ·····	117
第五节 第五至第七届全国馆配商联盟会议介绍 ·····	118
第五章 馆配工作实践成果·····	123
第一节 从事馆配工作十五年概述 ·····	123
第二节 从事馆配工作以来的科研论文 ·····	126
第三节 图书馆智能采访管理系统介绍 ·····	140
第四节 “人天事件”对馆配行业的影响 ·····	147
第五节 馆配商的竞争与合作 ·····	153
第六节 馆配工作中的文创产品开发 ·····	154
第七节 图书馆文创工作给馆配商带来的机遇 ·····	159
第八节 业界同仁科研成果简介 ·····	164
附录·····	174
附录一 部分知名馆配商介绍 ·····	174
附录二 《图书馆报》概述 ·····	178
附录三 历届全国优秀馆配商名录 ·····	179
附录四 图书馆招标文件汇集及模板式样 ·····	186
附录五 全国部分出版社名录 ·····	189
参考文献·····	212

第一章 图书馆馆配工作概述

第一节 馆配商与馆配工作

一、馆配相关定义

“馆配”，即图书馆的资源配送，是指图书馆资源建设中的图书、期刊、报纸、电子书、数据库等各项资源的配送工作。目前，图书馆、出版社所表述的“馆配”多是指纸质图书的配送销售工作，《图书馆馆配工作研究与实践》侧重于纸质图书配送的研究与实践。

“馆配商”是指重点从事图书馆图书配送销售工作的书商，与教材供应商、教辅供应商、个体零售书商供应图书的销售模式相比，馆配商的工作更为复杂，更为专业。馆配商不仅要提供图书销售，还要承担书目提供、图书物流、数据编目、物理加工甚至图书上架等专业技能服务。因此，馆配商是一种特殊的文献资源供应商。馆配工作以图书馆文献资源采购为中心，展开配送产品和服务的活动，从而形成了较为成熟的馆配市场，也成就了一批与出版社紧密合作并专注于向图书馆提供图书配送的馆配商。由此可见，馆配商将图书馆与出版社供需双方紧密结合起来，并在其中发挥了良好的中间作用。

“馆配图书供应链”是指图书从出版社出版后，经馆配商配送到图书馆用户的过程。随着馆配市场的日趋完善，原先的以书商供应图书、再由图书馆购买图书并自身进行编目加工的简单供需链逐步扩大为由馆配商提供包括配送前的信息采集以及配送后的专业服务在内的一条完整的供应链。

馆配商在这个运营模式中起到承上启下的作用。承上意味着要与出版社进行沟通联系,启下意味着要向图书馆提供各种服务,便于图书馆高效、快捷地从庞大的出版市场中获得其自身需要的特色图书,以及高附加值的服务,减轻一定的工作压力,使其将更多的精力投入到研究如何提高馆藏质量上。

二、国内馆配商构成和发展

国内馆配商主要有三大类型,即由新华书店系统构成的新华馆配商、个体书店为主的民营馆配商和由图书馆或出版社创办的馆配商即馆社直供商。三者各具优势,已成为不同馆配市场发展时期的主要角色。

1. 新华馆配商

1937年4月,新华书店在延安清凉山万佛洞诞生,它起初叫作“新华书局”。1939年9月1日,延安北门外新华书店门市部正式开业,毛主席为其亲笔题字,之后“新华书店”这个名字一直沿用至今。

1949年10月,全国新华书店第一届出版工作会议在北京召开。会议做出了《关于统一全国新华书店的决定》,正是以此为基础,之前被战争分隔的各地新华书店开始由分散走向统一。1951年1月1日,新华书店总店正式成立,对全国各分店的人、财、物实行集中统一的管理。至此,新华书店成为世界上具有超级规模的发行系统。

此后,新华书店逐渐进入了黄金时期。2002年7月,国家新闻出版总署发布了《新华书店(发行集团)股份制改造若干意见》,新华书店走上了“转企改制,连锁上市”的发展道路。从2006年开始,为响应国家“全民阅读”的号召,新华书店先后开展了丰富多彩的阅读活动,大力推动书香社会建设。

2017年5月18日,中宣部和国家新闻出版广电总局联合召开大会,庆祝新华书店成立80周年。如今,新华书店已经形成遍布全国的一万余处发行网点,拥有13万名员工,总资产和销售额都突破千亿元,成为国有文化企业的中坚力量。

新华书店馆配系统最早以新华书店总店为龙头,以省、市地方新华书店为下属分支机构,立足于北京,辐射全国,是原先国内最大的图书发行

中盘商。20年前,新华书店系统是国内图书馆图书供销市场的主力军,无论是现货采购还是期货预订都具有其他类型书商无法取代的优势。特别是新华书店总店编辑发行的《科技新书目》《社科新书目》《地方版新书目》,一度成为众多图书馆的购书指南,是图书馆获取图书信息的权威性资料。

但是它的发展也经历了从高峰到低谷再到崛起的过程。20世纪90年代初,省、市地方新华书店的图书馆业务达到了顶峰,成为当时图书馆图书供销市场的绝对主力,几乎垄断了所有图书馆的业务。21世纪最初几年,随着高校图书馆评估政策的实施,情况发生了巨大的变化。根据馆配市场商机和图书馆采编力量薄弱的实际情况,民营馆配商凭借着灵活的机制、及时周到的服务得以迅猛发展,致使省、市新华书店的图书馆业务陷入低谷。

后来随着国家文化体制改革进程的不断深入,一些省、市地方新华书店进行了改制或股份制重组,部分省店甚至开始上市,如江苏省新华书店、四川省新华书店、上海市新华书店等。机制的转变、观念的更新再加上新华书店原本就具有资金雄厚、抵御风险的能力以及同出版社独特的联系与合作关系,新华书店系统加大了对馆配市场的返抢力度。同时,馆配市场中占据主力的民营馆配商在经营过程中因一些不规范行为甚至违法行为产生了不少负面影响,这也给新华馆配商创造了迎头追赶的机会。近年来新华馆配商业务量不断上涨,取得了不小的成效,一定程度上恢复了新华书店的品牌效应,所以新华书店系统仍然是图书馆馆配市场的主力之一。

2. 民营馆配商

民营馆配商是在馆配市场需求快速增长、市场机制逐步转型的过程中形成和发展起来的。他们率先为图书馆提供包括书目数据查重、图书采购、数据加工、图书上架等馆配服务,受到图书馆的广泛欢迎,因此打破了新华书店垄断的格局,一度成为馆配市场的中坚力量。民营馆配商从无到有,从弱到强,在馆配服务探索中多年领跑馆配市场,为馆配市场的繁荣做出了巨大贡献,深刻地影响着图书馆藏书建设。

在起初的图书馆图书供应中,各地新华书店依靠和出版社的供货关系,掌控本地各级各类图书馆的图书供给,形成馆配图书由新华书店独家

垄断经营的格局。20 世纪 90 年代,由于计算机技术和网络技术在图书馆得到应用,计算机编目逐步取代手工编目,对书目数据提出规范化和标准化的要求。而新华书店的经营方式和供货模式已渐渐不能适应图书馆采编工作的新变化,再加上滞后的服务理念,已有的馆配业务开始流失,错失馆配市场大发展的良好时机,使民营馆配商逐步占领馆配市场。

整体来看,民营馆配商经历了“形成时期”(20 世纪 90 年代中后期)、“快速发展时期”(2000—2005 年)、“平稳发展时期”(2006 年以来)三个阶段。

20 世纪 90 年代中后期,随着我国高等教育事业的迅猛发展以及评估政策的实施,高校图书馆购书量大幅度增加,从而形成了一个庞大的馆配市场,吸引了一大批民营公司、个体书店纷纷涌入。北京人天、武汉三新、广东大音、安徽儒林、成都世云等一批原先从事图书销售的书商抓住商机,专注于馆配行业,形成了以图书馆为服务对象、从事专业化馆配经营业务的馆配商群体。他们多拥有经营教辅或是零售书店的经验,再加上其服务意识良好、经营方式灵活,市场应变能力强,善于听取图书馆的意见和建议,及时了解图书馆的需求,图书馆逐渐接受民营馆配商的馆配模式。特别是评估过程中图书馆采编人员不足的现状下,民营馆配商能提供相应服务,致使图书采选业务也逐渐向民营馆配商倾斜。

自 2000 年起,民营馆配商进入快速发展时期(2000—2005 年),不仅能为图书馆提供图书采配服务,还免费负责分编著录、技术加工和图书上架等服务,同时还开展为合作的图书馆进行回溯建库等服务。他们不断创新服务模式,深化服务内容和领域,拓宽服务增值的范围,朝着馆配服务多元化的目标迈进。为了迎接教育部对普通高等学校图书馆的评估,各高校纷纷增加图书采购量,从而拉动了馆配市场的一路飙升。面对这千载难逢的机会,民营馆配商不满足于单一区域的经营,纷纷在全国各地布点,打破馆配市场地方垄断,抢占市场份额,扩大影响力。例如,当时的北京人天、武汉三新和成都世云等馆配商纷纷在各地设立办事处,建设大型物流基地,逐渐成了全国性馆配商。据专业机构推测,中国内地当时每年的图书馆采购需求至少为 50 亿元。经过 2000—2004 年的快速发展,民营馆配商在市场上拥有至少 60% 以上的市场份额,成为馆配市场的主要力量。

但在2005年下半年,由于北京某知名民营馆配商涉嫌商业贿赂案件被有关部门调查,使得馆配商特别是民营馆配商都受到牵连。全国一大批图书馆和馆配商被调查,仅立案查处的就有数百起,不少图书馆相关人员被处理,使得很多图书馆在与民营馆配商合作过程中谨小慎微,不愿和民营馆配商合作,从而制约了民营馆配商从整体上进一步的发展,同时也为新华馆配商返抢馆配市场创造了难得的机遇。

3. 馆社直供商

馆社直供商分为出版社成立的馆配公司和图书馆成立的馆配公司。图书馆购书经费的增加使出版社认识到图书馆市场的价值,开始纷纷设立专门从事图书馆业务的直销或直供部门,目的就是更多地向图书馆销售本社出版的图书。它可以单独经营本社出版的图书,也可以是多个同类出版社以联合体的形式经营同一专业的图书。还有从事图书进出口贸易的国有文化企业单位,如中国国际进出口公司和中国教育图书进出口公司设立了中文图书联采部,涉足中文图书馆配市场,并取得了不错的效果。出版社作为图书的生产者和供货者,在图书信息传递的及时性和准确性方面是其他类型的书商所无法比拟的,在图书的订到率、订全率和周转时间方面都具有强大的优势,因此出版社馆配商也受到图书馆的青睐。在这方面比较突出的就是北京百万庄图书大厦有限公司。北京百万庄图书大厦是机械工业出版社投资成立的大型国有图书销售企业,不仅销售机械工业出版社出版的图书,还利用同行的优势销售多家出版社的图书,是馆配市场中的知名企业。

另外,作为采购图书的一方,为了保证图书质量,同时也为了发挥自身编目的优势,一些图书馆成立了相应的馆配公司,如南京师范大学筹建成立的江苏华茂博文书业有限公司、南京航空航天大学出资成立的江苏知识书店、河南省图书馆投资兴办的河南省图苑实业发展有限责任公司以及后来成立的郑州日成图书有限公司等。这些公司依托图书馆自身业务优势,发挥距离短、服务及时、信誉良好的特点,为各类型图书馆提供优质的馆配服务,在当地占据着较多的市场份额。河南省图苑实业发展有限责任公司成立于1997年。在公司成立前,河南省图书馆的图书采购也是依靠中标书商提供,但图书馆渐渐发现一些有保存价值的出版社图书无法进入馆藏,也影响了读者阅读。经仔细调查,发现是书商只注重自身盈利而不

愿提供高品质图书的缘故。因此,当时担任馆长、中国人民大学毕业并且颇爱阅读的陶善耕先生决定由图书馆成立图书公司,摆脱书商的控制,以利于提高馆藏质量,才有了在馆配市场颇受欢迎的图苑公司和日成公司。这些馆社直供商经营规范,资本运作稳健,是出版社大力支持的对象,并且他们本身就从事图书馆业务工作,了解图书馆的真正需求,在投身于馆配市场后深得图书馆信赖,也是图书馆的忠实合作伙伴。

以上三种不同类型的馆配商在馆配市场中都具有自身的优势。由于体制和运作机制的差异,其优势特点也不同,有的体现在价格,有的体现在服务,而且在不同的历史时期又分别充当着图书馆供书市场的主要角色。

三、馆配商现状

馆配商的角色是伴随着高校图书馆和公共图书馆自身的购书需求特别是高校评估政策的制定而形成的。2004年教育部高等教育教学评估中心正式成立,建立并实施五年一轮的评估制度,对高校图书馆的人均图书占有量和图书总量有了明确的规定。各图书馆为顺利通过评估,开始大批量采购图书,使得馆配商迎来大发展的机遇,各地馆配商如雨后春笋,迅速壮大。但随着评估工作的进行,各图书馆馆配量基本达标,馆配市场相对平稳,馆配商之间的竞争加剧,行业利润下降,使得一批馆配商逐步退出馆配市场。如2011年中教图中文部退出馆配市场,成都世云书店有限责任公司、安徽儒林书业集团、广东学苑文化发展有限公司也相继退出,而存活下来的馆配商必须用更灵活的方式、更周到的服务、更规范的程序维护并扩张市场。目前的馆配市场,新华馆配商中的浙江、江苏、四川、上海等新华书店的馆配工作稳步发展,民营馆配商中的北京人天公司、湖北三新公司遥遥领先,馆社直供商中的百万庄、华茂、知识、日成等在各自区域都占有一席之地,形成了全国馆配商和区域馆配商同进、民营馆配商和新华馆配商共存的局面。

从竞争格局来看,馆配商面临着出版社和同行之间的双重压力。出版社对纸质馆配业务的开展主要依赖于馆配商,出版社虽然也希望自己能与图书馆开展直接业务,但因招标模式、编目加工服务等实际问题的限制,出版社还是选择与馆配商开展合作。前些年,一些出版社尝试着建立了一

个出版社直供联盟,想摆脱馆配商直接给图书馆供书,但因实际操作问题无法实现而放弃。出版社传统的销售模式执行的是以量定价政策,即根据馆配商的销售量采取阶梯法分别给予不同的发行折扣。如某馆配商年销售100万元码洋,出版社给的发行折扣为70%,若达到200万元,则是68%,以此类推,如果某馆配商年销售额能达到1000万元,则有可能发行价格会达到60%甚至更低。这种政策看似很合理,进货量大则价格优惠,但出版社没有考虑到各地馆配市场的饱和度问题。每个区域的馆配总量有大有小,很多区域馆配商都是只做区域业务,总量有限,再好的政策只是水中月、镜中花,根本无法享受到最佳的奖励政策。例如将河北、广东、辽宁、海南等省份的馆配市场相比,据人天集团发布的数据,2015年广东省公开招标码洋为26456.62万元,同期河北省为17282.35万元,辽宁省为10523.59万元,而海南省仅有1491.05万元。假如这几个不同的区域馆配商的付出同样多,海南省的馆配商再努力也无法享受到出版社的优惠政策。而目前的馆配市场已经成熟,区域馆配商再想在全国布局已很难实现。活跃在馆配市场上的馆配商基本上都是十几年前成立的公司,最近十年基本上没有出现新公司。这就是出版社没有制定好合理的销售政策给馆配商带来的压力。

出版社给不同的馆配商折扣不同,造成馆配商经营成本也不同。大型馆配商业务量大,经营成本低,仅仅依靠价格差,就可以赚取比区域馆配商更多的利润。由于其掌握的图书馆、出版社数据多,资源整合度高,能够利用进货价格优势吸引和影响各省市的区域馆配商来大型馆配商处进货,因此,更易获得利润。这样出版社的销售政策无法使区域馆配商具备与全国性馆配商竞争的能力。例如,人天书店集团现在已经不再是一个单一的馆配商,它同时又给自己定位为馆配中盘商,大中盘格局已经实现,可用超低价中标的方式挤压区域馆配商的生存空间。三新公司也相继出台了优惠政策,大举进攻中盘市场,欲与人天书店一争天下。这些大型馆配商凭借着全国渠道优势拥有了向出版社要更多利润的话语权,给出版社整体销售模式造成冲击。以河南省2015年进货情况为例,河南省各区域馆配商从某些大型馆配商处进货的图书码洋总和已接近5000万元,而河南省全省馆配码洋仅1亿元左右。小的馆配商无力从出版社那里获得低折扣图

书,只得依附大型馆配商。区域馆配商业务量小,经营成本高,既面临出版社进货折扣高、竞标折扣低、运营成本高重重困难,还要完成出版社规定的年度进货任务,又受限于大型馆配商折扣和数据垄断的竞争冲击,利润微薄。但图书馆对区域馆配商的服务又非常依赖,区域馆配商能够快速满足图书馆的零采图书的需求、现场加工的需求。若出版社不积极维护区域馆配商的利益,就很容易失去馆配市场的主导地位。馆配商之间的竞争格局也将由以出版社为主导、出版社与各类型馆配商合作的模式,转变成出版社与区域馆配商依赖中盘馆配商的局面,使区域馆配商丧失不少竞争力。现已有部分区域馆配商逐渐退出馆配市场,区域馆配商的萎缩,将给出版社和图书馆带来不利影响,使得中盘商一家独大,形成垄断,不利于馆配市场的良性发展。这是馆配商面临来自同行的压力。

从经营角度来看,利润微薄使馆配商发展艰难。纸质馆配总需求量在相对减少,馆配商整体发展处于相对艰难期。专业人才稀缺,运营成本不断增加。个别区域馆配商又不顾信誉、选择性地屏蔽部分销售折扣较高的优质出版社的图书,大量地用价高质劣而折扣较低的图书充斥馆配市场。目前馆配市场缺少有效的行业规范,部分馆配商在图书馆图书采购招投标中,胡乱报价,以超低价格获得竞标的成功,而在图书供应时,为获取更多的利润,以次充好,以特价图书甚至是盗版图书供应给图书馆,来抢夺纸质馆配市场。另外,由于一些图书馆不懂出版行情,一味节省经费,致使低价中标成为主流招标趋势,中标价徘徊在七折以下,时常有六五折甚至更低中标的现象。目前,区域馆配商服务成本:标书制定及中标服务费2个点,编目加工费3~4个点,耗材费2个点,现采会2个点,仅服务成本合计约10个点,再加上人力费用以及企业运营等管理成本的不断增加,相比出版社给的优惠折扣与中标价格的中间差价,馆配商几乎没有利润。

从人才的角度分析,馆配商面临着人才匮乏的困境。馆配行业所需的人才不仅要有向图书馆提供图书和物流的能力,还要注重服务质量的提升。不仅要从书目数据查重、图书采配、数据加工到图书上架进行全流程技能服务,还要具备图书分类、高校专业知识、古籍修复与辨识等学术能力。这类人才既要有体力又要有智力,在人才市场中属于最稀缺的“蓝领”。馆配市场在中国经济市场中不属于热门发展领域,从业人员少,培