

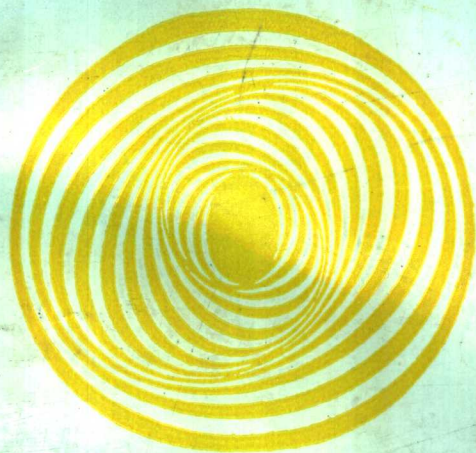
SHIJIAN YU TANSUO

实践与探索

SHIJIAN YU TANSUO

周一苇图书发行研究论文选

中国国际广播出版社



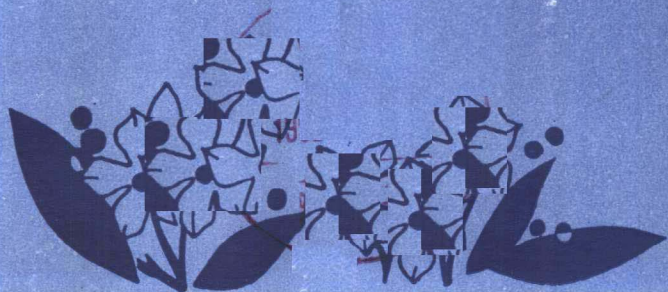
SHIJIAN

YU

TANSUO

实践与探索

周一苇图书发行研究论文选



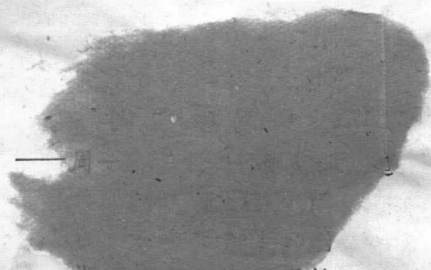
中国国际广播出版社

(京)新登字 096 号

责任编辑：肖世松

封面设计：黄慎坚

凡 6 千 9801



经销

开 $\times 1168$ 1/32 12.25 字数：
1992年6月第1版 1992年6月第1次印刷

印数：1—5000

ISBN 7-5078-0457-7/F·16

定 价：5.80 元

序

马 守 良

周一苇同志是浙江省新华书店的高级经济师。他的大半生都在新华书店工作，较长期地负责省店的调查研究和业务管理，有着丰富的发行工作实践经验。应该说，周一苇同志是新中国建立后我们党培养出来的老发行工作者，是在全国有一定影响的发行家。

党的十一届三中全会以来，在改革开放方针的鼓舞下，周一苇同志积极地投入了图书发行体制改革的探索和图书发行科研活动，在摸索如何建立有中国特色的社会主义发行体制的道路上做了不少有益的工作，并写出了不少文章，在省内、全国有关刊物上发表，许多论文被历届出版发行研究年会选入。前几年，他同谢振伟同志合作出版了《图书发行改革与探求》、《图书发行经济师手册》、《图书发行体制改革一百题》、《图书发行实用手册》等，并参加了大专教材《图书发行心理学》、《图书进销学》的编写。因此说，周一苇同志近年来的努力是很有成绩的。

最近，周一苇同志准备从自己多年来所写作的100多篇关于发行工作的论文与业务研究文章中精选出40余篇，编为《实践与探索》一书，交出版社出版。其中的文章，有些是曾经发表过而又经过修改的，有些则为未曾发表过的新作。作为一名多年从事过出版工作的老同志，我对此感到欣慰。

周一苇同志的论文，我读过不少。综观他的文章，我看有两个

特点。其一是从实际出发，有的放矢，理论联系实际，不发空洞的言论。他的文章有的是针对当时发行工作中存在的问题和矛盾，有感而发的，如《当前图书市场的冲击波》、《新时期图书市场的特点及几个反差现象》、《图书订货萎缩问题的研究》等；有的是总结发行工作的实践经验，进行理论概括和探讨，研究发行规律的，如有关图书供求规律研究的论文等。其二是勤于思考，勇于探索。周一苇同志是我们浙江图书发行界有名的“点子”，这是由于他经常能对图书市场的研究和出版发行的改革提出一些独到的见解而受到出版、发行界同志的欢迎。难能可贵的是，他出的“点子”既不离社会主义发行业应遵循的原则，又能有开拓创新。出版发行是重要的宣传思想阵地之一，社会主义思想不去占领，资本主义思想必然去占领。因此，发行改革也有个方向问题。我们必须在坚持四项基本原则的前提下，积极进行发行体制的改革与探索。周一苇同志的“点子”正是坚持了这样的正确方向。这同他刻苦学习马克思列宁主义和毛泽东思想，认真学习党的方针政策和勤于思考探索精神分不开的。如在《在改革中正确处理社店关系》、《论联合寄销》、《试论科技图书市场的开发》、《年画市场研究》、《论农村发行主渠道建设问题》、《完善新华书店的改革》等论文中，他都有个人独到的看法，力图探讨与摸索在社会主义条件下我国图书发行工作的规律性。

我们知道，要繁荣我国的出版事业，出版是基础，发行是关键。必须理顺两者的关系，一方面多出、快出好书，一方面多发、快发好书，畅通发行渠道。只有这样，才能满足广大人民群众日益增长的精神文化生活的需要，为社会主义物质文明和精神文明建设作出我们应有的贡献。周一苇同志这种在实践基础上的理论探索，即是毛泽东同志所说的“实践—认识—再实践—再认识”的过程，是为我们党所历来倡导的。因此，《实践与探索》一书的出版，无疑将会对我们的图书发行体制的改革、发行

工作和理论研究起到推动作用，并为正在兴起和形成的一门新学科——图书发行学提供丰富的思想和理论材料。

现在，周一苇同志已年逾花甲，但仍在为浙江省新华书店的发行工作动脑筋、出“点子”，同时仍在进行勤奋的笔耕，大有曹孟德诗中所云“烈士暮年，壮心不已”的气概。我希望周一苇同志，也希望长期从事出版发行工作的一些老同志能继续把自己的经验教训更好地总结出来，传之后人，使我们的来者有所借鉴。

（马守良同志系浙江省委宣传部常务副部长）

1991年12月于杭州

目 录

第一部分：图书市场研究

- 1 图书市场需求发展规律初探…………… (3)
 - 2 论当前图书市场的特点及几个反差现象…………… (11)
 - 3 图书市场环境研究…………… (22)
 - 4 图书市场心理预测研究…………… (30)
 - 5 当前图书市场的冲击波…………… (40)
 - 6 试析图书市场发展趋势及经营对策…………… (44)
 - 7 试论科技图书市场的开发…………… (49)
 - 8 年画市场竞争的发展趋势及经营对策…………… (56)
 - 9 年画市场的乱与治…………… (66)
-

第二部分：图书供求规律研究

- 10 论政治类图书的供需规律…………… (73)
 - 11 图书价格改革与图书市场供求关系研究…………… (81)
 - 12 科学技术图书出版发行研究…………… (94)
 - 13 农村读物出版发行研究…………… (107)
 - 14 年画供求规律研究…………… (115)
-

第三部分：农村发行研究

- 15 农村图书发行改革的发展趋势…………… (127)
16 论农村发行主渠道建设问题…………… (136)
-

第四部分：图书进销业务研究

- 17 试论图书进货的基本原则…………… (149)
18 读者心理与市场预测…………… (159)
19 图书市场信息的应用…………… (165)
20 重视研究1985年图书进货失控的严重教训…………… (172)
21 图书质量滑坡与进货工作把关问题探析…………… (179)
22 图书发行与公共关系研究…………… (188)
-

第五部分：社店关系研究

- 23 在改革中正确处理社店关系…………… (201)
24 社店联合改革的研究…………… (212)
25 浅析出版“低谷”与发行“低谷”的关系…………… (223)
26 图书订货萎缩问题的研究…………… (234)
27 图书发行体制改革中主要矛盾探析…………… (239)
-

第六部分：新华书店自身建设研究

- 28 新华书店面临的形势和任务…………… (247)
29 增强新华书店图书市场竞争能力初探…………… (255)

30	新华书店经营机制探索·····	(266)
31	试论新华书店企业形象·····	(275)
32	试析新华书店优良传统和创建企业文化问题·····	(288)
33	完善新华书店的改革·····	(299)

第七部分：图书购销形式改革研究

34	论社店联合寄销·····	(311)
35	图书寄销方法研究·····	(319)
36	图书寄销工作发展的方向·····	(329)

第八部分：发行企业管理及其他

37	关于加强图书发行企业的民主管理问题·····	(339)
38	关于新华书店系统建立效益目标管理的探索·····	(347)
39	关于新华书店系统管理问题的研究·····	(354)
40	论图书进货管理·····	(362)
41	谈谈图书库存不合理增长的对策·····	(373)
42	用社会主义初级阶段的理论指导图书发行研究工作 ·····	(379)

第一部份

图书市场研究



图书市场需求发展规律初探

图书市场是指从图书商品的出版生产到发行流通直至读者购买整个图书商品交换关系的总和，即图书商品进行交换的场所和领域。图书市场不是静止的、孤立的，它是与整个商品市场联系在一起，不断变化，不断发展的。这种变化和发展是围绕着图书供求矛盾而向前推进。我们研究图书市场，就是要从各种图书供求矛盾运动中，分析它的内在联系和外因条件，研究其发展变化的规律，指导图书发行工作健康地发展。本文就这个问题，谈谈自己的一孔之见，以期引起大家重视和探讨。

图书市场供求平衡与不平衡 互相转化的发展规律

图书市场是供给和需求两个紧密相联的经济现象的反映。出版社、书店与读者之间的供求关系，既相分离，又相联系，相互依存，互为前提。但两者之间的比例关系是否协调、是否适应是个大问题。马克思说：“供求实际上从来不会一致；如果它们达到一致，那也只是偶然现象，所以在科学上等于零，可以看作没有发生过的事情。”（《马克思恩格斯全集》第25卷第212页）所以图书市场的供求矛盾无论是从总量，还是从某一类、某一种书的供求量来看，都不可能绝对的平衡，它们总是在供不应求或供过于求的矛盾运动中前进。有时似乎是供求达到了平衡，但只是相对的平衡。从不平衡转化到相对平衡，从相对平衡又转化到不平衡，这就是图书市场供求不平衡互相转化的发展规律。例如

我国图书发行史上表现总量供求不平衡矛盾运动的突出现象有：建国初期，全国出现购买革命书刊热潮，供不应求成为主要矛盾，发展到1952年—1953年，出版发行配合形势宣传的小册子，如配合土改、抗美援朝、婚姻法等学习宣传的书刊和领袖象等普遍过量，发生全国性的强迫摊派图书的严重情况。第一个五年计划期间，发展生产，重视教育，提高图书出版质量，控制出书品种数量，纠正了强迫摊派图书的错误做法，图书市场又普遍出现供不应求，不少图书只得分配供应。到了1958年大跃进年代，头脑发热，出版发行高指标，“打擂台”，又造成了大量积压。1960年以后的困难时期，图书市场又出现全面紧张，于是就采取旧书回收，租、卖、借结合等措施来缓和紧张状况。在十年动乱中大搞“红海洋”、“红宝书”、“大批判”、“大学习”的资料大印大发，最后这类书堆积如山，而其他科学文化读物严重缺乏。粉碎“四人帮”以后，国家经过拨乱反正，恢复国民经济，贯彻“双百”方针，图书需求急剧上升，而出版一时跟不上，因此就出现了严重“书荒”，读者买书“饥不择食”，到处排长队抢购图书。到了1985年，部分图书出版重复过滥，印量过大，又一次造成了全国性积压。1986年以后，由于订货萎缩，随而转化成新的“买书难”。以上是从总量供求矛盾的种种表现。以某一类、某一种书的供求矛盾运动而论，同样也是如此。如中外文艺名著、数理化复习用书、外语读物、连环画以及配合政治学习、形势宣传的某些学习文件，一般总是由供不应求开始，然后，转化到逐步饱和，最后部分积压，重点发行带来重点积压的教训，比比皆是。上述全国性的总量供求矛盾四次突出的大循环和无数次重点类别、重点品种供求矛盾的小循环，证明图书供求平衡与不平衡互相转化的发展规律确实是存在的。这是图书市场变化发展的根本规律，也是商品经济的价值规律自发地调节图书市场供求矛盾的具体表现。我们要认真研究建国三十多年来的丰富经验和深刻教训，进一步认识它、掌握它、

利用它，更有效地调节好图书市场的供求矛盾。

一、抓计划 社会主义经济的优越性在于有计划、按比例发展。我们对图书供求矛盾的协调与平衡，主要的也是运用进销存总量平衡计划、进货计划、销售计划、库存定额和结构计划等手段来实现。当然，平衡只能是相对的。尤其是某些重点图书，为了保证社会效益和经济效益的最佳结合，应常备、畅销，允许略有过量；有些书属于一般的，可以略有脱销，卖完算数；有些书可以不进。对允许过量备货或允许脱销和不进货的范围、幅度、比例，应有明确的计划指标，并进行指导、控制和检查。在图书市场的放开、搞活，价值规律自发调节作用越来越大的情况下，强调计划性，充分发挥有计划、按比例发展规律的作用是十分重要的。

二、抓预订 图书出版品种每年有较大幅度增加，每种书的供求都要谋求平衡是不可能的。尤其是推行多渠道发行后，由于竞争加剧，协调供求矛盾难度更大。因此，各级书店要适应新形势，要把长期以来以门市零售、等客上门、备货供应为主的进销方式，改变为以预订为主、上门服务、计划供应为主的进销方式。要建立专门机构、配备专门人员、规定专门指标，全面、持久、深入、主动地开展各类图书的对口预订工作，创造多种预订办法，把预订作为调节供求矛盾的桥梁，以便克服盲目性，提高计划性，达到解决买书难，实现进销基本平衡的目的。

三、抓市场调查预测 供求矛盾的转化运动是有规律性的，它只是以供不应求转化为供过于求，再由供过于求转化为供不应求。每次循环，市场都向前推进一步。随着图书商品经济的发展，这种循环转化会加快。它不仅会表现在总体供求矛盾上，更多的会表现在某一类、某一种书上。因此，要重视图书市场的调查研究和预测，善于寻找、分析它的转化点。在掌握进销业务过程中，始终保持清醒的头脑，在供不应求时，要热中有冷，注意它

向饱和点的转化；在供过于求时，要冷中有热，注意新需求的产生。这样才能提高调节供求矛盾的主动性和可靠性，防止供求总量平衡中的重大失误。

图书市场需求“流行热”发展规律

图书市场需求中，经常不断地出现“读书热”、“买书热”，这是一种正常的文化和经济现象，可称之为图书需求“流行热”。其实图书需求“流行热”是十分普遍的，只不过每个“热”点的温度、范围、时间、需求量各不相同而已。例如，近十年来人所共知的“中外文学名著热”、“数理化书热”、“外语书热”、“新武侠小说热”等，都属于大热，时间较长，发行品种多，数量达几千万册。象“服装裁剪书热”、“低幼读物热”、“琼瑶、三毛作品热”等可算是“中热”。还有更多的小热，如“书法热”、“工具书热”、“建筑书热”等等。所以，图书需求的“流行热”是随时随地都在发生、发展和消失的。它们新旧交替、相互循环、无穷无尽。一般常说的畅销书、“双效书”，就是集中反映在各种“流行热”的图书需求上。

形成图书市场需求“流行热”的原因是多方面的，有政治经济、文化教育、科学技术、习惯爱好等方面的改革、发展变化所引起的多种因素。在这多种因素相互影响、综合作用下自然产生某类书的“流行热”。但每个“流行热”都有它起着决定性推动作用的主导因素。如“数理化书热”、“外语书热”，主要是由招生考试制度改革促成的；农村买“中堂画热”，主要是农村经济改革后，农民富裕起来，普遍建造新房的结果；某些地区出现“养兔书热”，主要是兔毛收购价高，养兔可以致富，兴起养兔热潮带来的需要；普法教育的开展，直接促成“法律书热”。上述说明，“流行热”出现，总是有信息、苗头可以捕捉的，只要

重视图书市场的调查研究，各种各样大大小小的图书需求“流行热”的形成是有规律可循的。

读者是有层次并分群体的，因而他们对图书需求有很大的共性，加上社会流行心理、好奇心理等心理因素的推动，很容易形成各种“读书热”、“买书热”。它的发展呈波浪型：先有部分地区、少数人购买某类或某种书阅读，一旦产生较大的兴趣、较好的社会效益或经济效益，就互相传播、互相影响，出现“流行热”苗头。然后，随着传播的扩大，就会很快地产生好奇心理，以至形成社会的“流行心理”，出现“流行热”的波浪。这种“流行热”必然会被出版发行单位、新闻宣传单位，因势利导，宣传评议，起到推波助澜作用，需求量似滚雪球，越来越大，逐步推向高潮。经过出版社、书店的努力，不断扩大图书供应量，读者需求或好奇心理，得到最大的满足，市场需求就从饱和转向大幅度下降，最后恢复到正常性的需求状态。归纳起来，图书市场需求“流行热”的发展规律是：苗头——掀起——高潮——饱和——降落——正常。各种大小“流行热”，它象海洋中的波浪，在图书市场广阔的领域里游动，它们互相推动、此起彼伏、前涌后挤、交叉前进。许多“流行热”往往是从点到面，从小到大，从城市到农村，成波浪型发展。由于我国目前图书出版、重印、发运周期都很长，所以一个大的“流行热”，从兴起到结束往往需要一年左右时间，当然，它将随着出版周期的缩短、发行竞争的加剧而缩短周期。各地区的发展速度、时间长短、范围大小，往往受当地发行单位的进备货数量和发行能力的牵制而各不相同。

综合上述，图书市场需求“流行热”发展规律是可以被认识和掌握的，图书发行工作者要学会调查研究形成“流行热”的主导因素，正确预测波浪型发展的速度、规模和每个阶段的读者需求量，增强敏感性，抓准苗头，大胆而准确地及时组织对路货源，力求抢在“高潮”的前面，在最佳的销售时机，足量满足读

者的需求。要十分注意“饱和点”到来之前，正确处理好需求下降后“尾巴”问题的供求平衡，切忌跟在“浪头”后面，搞“马后炮”式的进货和供应，以免造成每个“流行热”先脱销后积压的不良循环。在配合图书市场需求“流行热”的进销业务整个决策中，必须掌握先松后紧的原则。即在“苗头”、“掀起”的上升阶段，货源组织的品种和数量（指到货）可以多一些；到了接近“饱和”阶段，就要从严控制进货；到了“下降”阶段，就不应再主动备货了。对于社会效益不好、不健康的“读书热”、“买书热”，不但不应去迎合供应，相反要坚决抵制，或选择同类优秀图书去宣传、引导和代替。这是图书这种精神商品与其他物质商品所不同的根本区别。

图书市场需求相互分割和 替代的发展规律

图书市场属于整个商品市场，是文化市场的重要组成部分。由于图书是精神产品、知识商品，它的使用价值是满足人们精神文化生活和科学技术教育（包括再教育）的需要。因此，读者对这种需求具有很大的选择性、变动性和替代性。

选择性 读者到书店来选购图书，在类目齐全、品种繁多的书籍海洋里，他们可以从兴趣爱好出发，对图书的内容、质量、形式和价格进行比较，精心选择自己最满意的图书。图书市场越繁荣，选择性越强。

变动性 读者的需求随着形势的发展千变万化。我国现在正处在改革开放、新旧交替的新时期，一切知识领域、习惯爱好、人们的思想观念、传统心理，不断地受到冲击。每个人时时刻刻在更新知识，改变习惯和爱好，转化心理状态，努力跟上时代的新潮流。以服装流行为例，年年都有新的流行款式和色调，四季服装四季