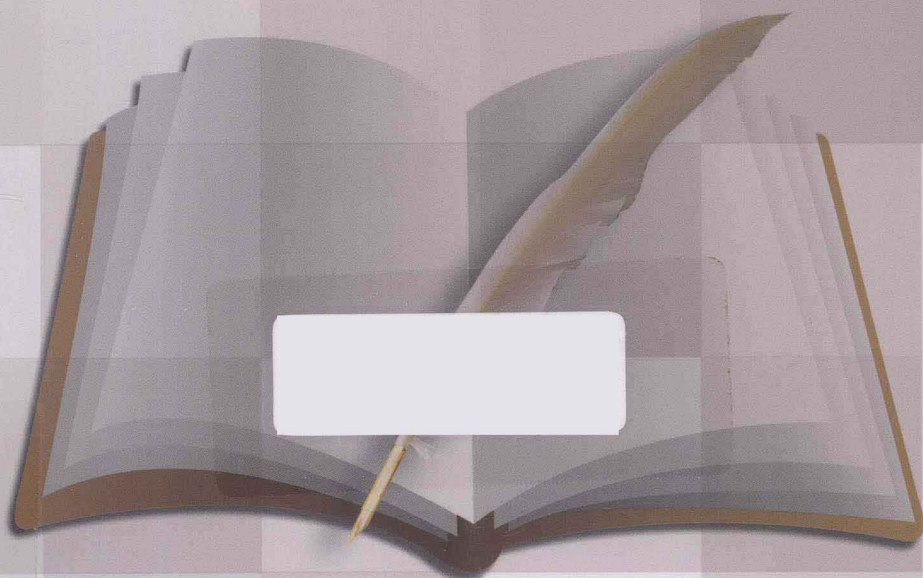


ZHONGGUO TUSHU LIUTONG TIZHI GAIGE YANJIU

中国图书流通 体制改革研究

陈建中等□著



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

该书出版受北京物资学院社会信用与社会保障研究基地资助

中国图书流通体制改革研究

陈建中等 著



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

北京

图书在版编目 (CIP) 数据

中国图书流通体制改革研究/陈建中等著

北京: 中国经济出版社, 2010. 10

ISBN 978 - 7 - 5136 - 0507 - 6

I. ①中… II. ①陈… III. ①图书—出版发行—流通—体制改革—研究—中国
IV. ①G239. 23

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 264471 号

责任编辑 陈 瑞

责任审读 霍宏涛

责任印制 马小宾

封面设计 朱日新

出版发行 中国经济出版社

印 刷 者 北京科信印刷有限公司

经 销 者 各地新华书店

开 本 710mm × 1000mm 1/16

印 张 19. 25

字 数 289 千字

版 次 2013 年 10 月第 1 版

印 次 2013 年 10 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978 - 7 - 5136 - 0507 - 6/F · 8733

定 价 45. 00 元

中国经济出版社 网址 www.economyph.com 社址 北京市西城区百万庄北街 3 号 邮编 100037

本版图书如存在印装质量问题, 请与本社发行中心联系调换 (联系电话: 010 - 68319116)

版权所有 盗版必究 (举报电话: 010 - 68359418 010 - 68319282)

(举报电话: 12390)

服务热线: 010 - 68344225 88386794

序

党的十八大报告提出，到2020年，“文化产业成为国民经济支柱性产业”。出版业是文化产业的重要组成部分。加快发展出版业，是促进文化产业大发展、大繁荣，实现文化产业成为国民经济支柱性产业这一目标任务的重要一环。但是长期以来，受计划经济体制的影响，我国出版业一直存在着“重生产轻流通”的倾向，造成我国出版业流通体制改革滞后于出版业改革进程与发展要求，成为制约我国出版业发展的瓶颈。加快出版业流通体制改革，不仅关系到中国出版业自身的发展，也关系到我国文化产业发展繁荣与战略目标能否实现的重大问题。中国要由出版大国变为出版强国，走出国门，走向世界，必须推进出版业流通体制改革，转变出版业发展方式，彻底改变以往以生产为导向的经营理念，坚持以市场需求为导向，真正认识流通在扩大市场需求、引导文化消费中的重要作用，从战略高度充分认识加快出版业流通体制改革的重要性与紧迫性。

2012年8月3日，《国务院关于深化流通体制改革加快流通产业发展的意见》正式发布，明确提出了流通产业改革发展的目标和任务，即到2020年，“基本建立起统一开放、竞争有序、安全高效、城乡一体的现代流通体系，流通产业现代化水平大幅提升，对国民经济和社会发展的贡献进一步增强”。这也为加快出版流通体制改革指明了方向。

出版流通即文化产品流通，既有着一般商品流通的共性，同时也有着不同于一般商品流通的特殊性。“重生产轻流通”的思想观念在出版领域之所以表现得十分突出，根深蒂固，很难消除，这是由于文化产品的特殊性使然。尽管随着市场经济体制改革的深入，在其他产业领域人们对流通的重要性已有所认识和改变，然而在包括出版业在内的文化产业领域，流通的重要性并没有引起足够的重视，从各级政府关于文化产业发展规划、

政策制定与贯彻实施,都没有把流通产业放到应有的位置。在我国出版流通领域长期存在的“买难卖难”、重复出版、库存积压、低价批发、滞销等产业不经济和资源浪费现象,都是流通体制改革滞后造成的,出版流通体制改革滞后已成为出版业发展的制约因素。因此,加快出版流通体制改革,促进出版产业大发展、大繁荣,已成为当前出版领域的一项迫切的任务。

1. 转变思想观念,充分认识流通在出版业发展中的先导与基础性作用。计划经济与市场经济的本质区别在于,计划经济是生产决定流通,比如传统出版业,出什么书,印多少,不考虑市场需求,由计划指标决定。而市场经济则是流通决定生产、引导生产。流通是国民经济的基础产业、先导产业。流通作为连接生产与消费的纽带,通过扩大需求、引导消费决定着生产,发挥着承接生产、启动消费的重要功能。流通的桥梁与纽带作用,就是把生产供给与市场需求进行整合,并通过信息传递实现供需平衡,从而起着引导生产的先导和基础性作用,出版产业也不例外。一方面流通面对出版企业,通过市场消费需求信息引导出版生产;另一方面又面对消费者即读者,通过现代流通手段把书刊便捷、顺畅地传递到消费者手中。可见流通业在出版生产与消费中处于组织者、引导者和调节者的地位,对于引导书刊生产,扩大文化消费,实现出版产业发展方式转变起着先导与基础性作用。

2. 流通是实现文化产品价值,促进出版业发展方式转变的桥梁与纽带。要促进出版业健康发展,必须要彻底转变传统出版业以产品为导向的经营理念为现代出版业以市场为导向的经营理念。出版业长期存在着“重生产轻流通”的思想观念,除了计划经济体制的影响外,另一个主要原因是文化产品的特殊性使然,即认为图书报刊等文化产品属于思想产品和内容产品,只要内容好,就不愁卖不出去。于是出现了以产品内容为导向的倾向,似乎什么内容好卖就生产什么,什么能赚钱就生产什么,生产多少,也由产品内容决定。固然,图书报刊作为特殊商品,具有意识形态的导向性,必须坚持社会效益第一的原则,自觉践行社会主义核心价值观体系,坚持社会主义先进文化前进方向,唱响主旋律,传播正能量,这是不

容置疑的。同时，我们也赞同内容为王的出版理念，出版的核心是出好内容的产品，也不否认产品内容好必然好卖。但是，在市场经济条件下，仅有这一点是不够的。书刊作为特殊商品，也要遵循市场经济与价值规律的作用，否则也很难完成“惊险的一跃”，从而真正实现其价值。比如古典文学名著，是数千年中华民族文化的精粹，内容好，深受广大读者喜爱，历久不衰，是多个出版社都竞相追逐的出版选题与项目，但同样要以市场为导向，以需定产，而不是印得越多越好。印得少了，供不应求；印得多了，造成库存积压，卖不出去。近年来，我国出版界一次次出现的“出版热”包括“古典名著”出版热就是明证，面对这些“大路货”，不少出版社不顾市场需求，盲目追风，重复生产，造成大量积压，供过于求，不得不低价批发，有的甚至直接送到造纸厂化浆处理。由此可见，即使好的内容与产品，不尊重市场规律，不重视流通的先导性作用，照样难以完成价值实现。这种一次次出现的“出版热”，不是内容不好，恰恰是内容很好，才形成众多出版社不顾市场需求一哄而起，一哄而上，重复生产，最终陷于恶性循环之中，造成产业不经济，形成大量出版资源的浪费。事实说明，在市场经济条件下，任何商品包括文化这种特殊商品，都必须坚持以市场需求为导向，从选题策划、组稿约稿、编辑出版、印刷发行、书刊定价、营销推销等，都要遵循市场规律，充分发挥市场需求的导向作用，彻底转变过去那种以产品内容为导向的经营理念，真正实现出版业发展方式的转变。

3. 流通能促进出版资源的有效配置，实现社会效益与经济效益的辩证统一。社会主义的出版产业既要坚持社会效益第一的原则，又要注重经济效益，努力做到社会效益与经济效益的统一。市场经济是交换经济，是以市场为中心，以交换为手段，通过独立、自主、平等、竞争的商品流通来实现社会资源的有效配置。流通在出版资源配置中起着优化组合、调剂余缺的作用，流通不畅、流通效率不高、流通结构不合理、流通形式单一、流通行为不规范等，都会影响到出版资源的合理配置。要实现出版资源的有效配置，首先要做到供需平衡，流通一方面连接着生产即供给一方，另一方面连接着消费者即需求一方，把市场需求信息传导给出版企业，引导

生产,优化完善出版资源匹配机制,实现供需平衡。过去传统出版业以产定销,由于不符合市场需求,即使内容好的产品,供过于求会出现滞销现象,大量库存积压,造成资源浪费与产业不经济;供不应求会出现脱销现象,不能满足读者的消费需求,造成读者消费不足和出版资源的闲置与浪费。不管供过于求还是供不应求,都不能实现供求平衡和出版资源的有效配置。对于社会主义出版业来说,社会效益的实现要以经济效益为物质基础,没有经济效益的社会效益是难以持续的;而经济效益的实现要以社会效益为价值指导和发展方向,没有社会效益的经济效益会迷失方向,一切向“钱”看。内容好的产品如果出现滞销或者经济效益好的产品出现思想内容问题,都难以实现社会效益与经济效益的辩证统一。只有以出版流通为纽带,以市场需求为导向,才能优化出版资源的有效配置,实现社会效益与经济效益的辩证统一。

4. 加快出版流通体制改革,建立全国统一开放、竞争有序的现代出版流通体系,是整个出版业转型升级的关键。首先,我国出版流通管理体制不顺,行政化管理格局并没有真正打破,各省市新华书店在产权关系上并不是一家,由于行政和地域性因素的分割,相互之间没有隶属关系,也不是一个市场竞争主体,虽然各省市形成了相对独立的流通体系甚至处于垄断地位,但实际上是把全国统一的大市场分割开来,成为若干各自封闭的小市场,加上地域分散、行政因素干扰和地方保护主义,不利于进行资源整合,形成全国统一开放的大流通、大市场。其次,由于出版流通管理体制条块分割、行政和地域性垄断及地方保护主义,导致市场分割,难以形成以市场为导向的格局,市场缺乏活力,公平性竞争不足,产业内没有形成统一开放的大流通、大市场体系。最后,我国出版流通主体规模小,布局分散,实力弱,没有完全市场化。因此组建大型出版流通企业,培育市场流通主体,大力推进新华书店和流通企业股份制改造,实现股权多元化,完善现代企业制度;进行资源整合与优势互补,鼓励不同流通主体之间的联合或兼并重组,组建以资本为纽带的全国性跨地区、跨行业的大型出版流通集团;让流通企业按照市场规律自主经营、自负盈亏,做到产权明晰、权责分明,实现规模化、集约化经营;提升核心竞争力,促进我国

出版业“走出去”，实现跨国经营，以推动整个出版业转型升级做大做强，由出版大国变为出版强国。

5. 加快出版流通信息化建设，全面提升出版流通现代化水平。我国出版市场长期存在“买难卖难”现象，主要原因是供需脱节，信息不畅。出版市场供需信息不对称、不准确、不科学，造成一些出版社生产存在盲目性。因此，加快出版流通信息化建设是当务之急。首先，要尽快建设全国性、地域性和区域性的出版信息平台 and 出版信息数据库，以利于出版信息和市场流通信息的交流，实现信息共享，提高出版市场的预见性、科学性，避免重复生产、盲目生产，优化出版资源的有效配置。其次，鼓励出版流通领域信息技术开发与集成创新，推广物联网、互联网、云计算等信息技术在出版流通领域的应用，实现营销网、信息网、物流网的有机融合，推进出版流通领域公共信息服务平台建设，提高各类出版信息资源的利用效率和科学管理水平，实现市场需求与供给信息的有效衔接，加强市场动态监测，及时调剂余缺，提高流通效率。最后，加快出版信息标准化建设，通过供求信息、物流信息的标准化建设，提高信息的准确性、实效性，为构建现代化出版信息交易平台和网络交易平台提供支持，大力发展出版电子商务和网络书店，降低交易成本，提高流通效率。

6. 创新出版流通模式，发展连锁经营，这是出版流通现代化的基础工程。电子商务是流通领域的一场革命。要大力发展电子商务与网络流通，创新网络书店销售模式，鼓励出版流通企业建立电子商务平台，开展网上交易，网络技术对出版市场供求信息的收集处理，对缩短流通周期、降低交易成本，为读者提供数字产品、数字阅读等方便快捷的服务，具有广阔的市场前景。要推进连锁经营，实现出版流通业态多样化。我国出版连锁经营已从国有书店拓展到民营书店、外资合资流通企业，从直营连锁拓宽到特许加盟连锁，要提倡错位经营和多样化竞争。要建立全国性、区域性和地区性的大型出版物流配送中心，积极引入第三方物流，减少出版商、批发商、零售商的物流成本，提高流通效率。要推动出版物流标准化建设，真正实现出版流通现代化。

加快出版流通体制改革，全面提升出版流通现代化水平，实现我国由

出版大国向出版强国转变，推动我国文化产业大发展大繁荣，促使文化产业成为国民经济的支柱性产业，提高文化产业对国民经济社会发展的贡献率，不断满足人民日益增长的文化消费需求，是我国出版和文化产业的一项长期任务。

近十年来，我带领科研团队和指导的研究生，在深化出版流通体制改革，加快出版流通现代化建设方面，进行了一些初步尝试与探索，在《人民日报》、《管理世界》、《出版发行研究》、《中国出版》等报刊发表了一系列的研究论文，取得了一定的成果。为了进一步推进出版流通体制改革，总结经验，发扬成绩，现不揣浅陋，特将近年的一些研究成果结集出版。该书的选题立论、总体框架由我提出和拟定，同时对全书进行了统稿、修改和审定。主要撰稿人有：陈建中（第一章）、李亚婷（第二章）、徐锋利（第三章）、郭长青（第四章）、魏小鹏（第五章）、赵殿君（第六章）。

该书仅是有关出版流通体制改革的初步探索与尝试之作，并没有形成完整的理论体系，每章都是一个独立的专题。由于水平有限，其中难免有不成熟之处，敬请方家教正，也有待在以后的研究中逐步完善和改进。该书在编辑出版过程中，中国经济出版社责任编辑陈瑞同志曾提出过不少修改意见，在此表示衷心感谢。



2013年9月6日于京华寓所

目 录

第一章 进一步加快我国图书流通体制改革

- 一、加快图书流通体制改革是出版产业发展的必然要求 1
- 二、我国图书流通模式与流通渠道现状分析 4
- 三、我国图书流通体制转型过程中存在的问题 6
- 四、适应出版业市场化需要，加快图书流通体制改革 9

第二章 我国图书流通产业组织研究

- 一、国内外有关图书流通产业研究现状 14
- 二、图书流通产业组织及其分析框架的构建 24
- 三、我国图书流通业市场结构分析 35
- 四、我国图书流通业市场行为分析 46
- 五、我国图书流通业市场绩效分析 54
- 六、我国图书流通产业组织对策建议 67
- 七、小结 73

第三章 我国图书出版产业市场准入规制影响研究

- 一、国内外出版产业市场准入规制研究现状 78
- 二、市场准入规制的内涵及课题理论依据 85
- 三、图书出版产业的产业特征与现行市场准入规制 94
- 四、中国图书出版产业现行市场准入规制效用模型研究 112
- 五、小结 131

第四章 我国图书流通模式研究

一、国内外关于图书流通模式研究现状	137
二、我国当前图书流通模式及状况分析	147
三、国外图书流通模式概述	161
四、我国图书流通模式的突出问题	176
五、新华传媒流通中心案例分析	181
六、改革传统图书流通模式的对策与建议	188

第五章 我国网上书店发展现状及对策研究

一、国内外网上书店研究现状	198
二、网上书店兴起的社会条件	204
三、我国网上书店的发展现状	208
四、国外网上书店的发展情况	222
五、我国网上书店存在的问题	227
六、我国网上书店发展的对策与建议	232
七、结论与展望	240

第六章 我国图书流通业核心竞争力研究

一、国内外图书流通业核心竞争力研究现状	246
二、我国图书流通业状况分析	253
三、我国图书流通业存在的问题及原因分析	261
四、发达国家图书流通业品牌培育的经验	266
五、我国图书流通业核心竞争力的构建	273
六、提升我国图书流通业核心竞争力的对策与措施	289
七、总结与展望	294

第一章

进一步加快我国图书流通体制改革

我国出版产业正处在体制转型阶段,基础差、规模小、实力弱、竞争力不强,主要表现在产业结构趋同、产业集中度低、资源配置不合理、市场条块分割、资源分散和地区封锁严重、企业创新能力不足、对外贸易逆差较大、经营管理水平低等方面,特别是图书流通体制改革滞后,远远不能适应出版产业发展的需要。在计划经济时期,是生产决定流通,因而存在“重生产轻流通”的现象;而在市场经济条件下,是流通引导生产,出版产业也不例外。在生产、流通、消费中,流通起着重要的桥梁和纽带作用。流通是经济发展的命脉,流通不畅,任何商品包括图书这种特殊商品都很难实现“惊险的一跃”,从而真正实现其价值。因此加快图书流通体制改革,实现图书流通现代化,是深化出版体制改革,建设出版强国,促进文化产业大发展大繁荣的关键环节。

一、加快图书流通体制改革是出版产业发展的必然要求

1. 改变出版业长期存在的“重生产轻流通”的传统观念,树立“以流通引导生产”的新理念

我国出版产业正处在转型期,要加快实现发展方式转变,就必须深化图书流通体制改革。过去计划经济时期,图书出版是生产决定流通,出版什么书,印数多少,很少考虑市场需求,基本由上级下达计划指标或由出版社决定,明显存在“重生产轻流通”的现象。现在市场经济条件下,图书作为特殊商品,既要坚持社会效益第一的原则,自觉践行社会主义核心价值观体系,坚持社会主义先进文化的前进方向,同时也要注意经济效益,尊重市场经济与

价值规律的重要作用。出版业作为文化产业和经济发展的新增长点,必须通过实现经济效益,为社会效益的实现奠定良好的物质基础。市场经济是以需定产,图书出版也不例外,即市场消费需求决定流通,流通引导生产。现代流通充当着生产与消费的桥梁与纽带,一方面面对图书出版企业,通过消费需求信息引导图书生产;另一方面面对消费者,通过现代流通手段把图书便捷、顺畅地传递到消费者手中,因此现代流通是市场经济条件下图书出版的枢纽,在整个图书生产与消费中处于组织者、引导者和调节者的地位,对于引导图书生产、扩大消费、实现出版产业发展方式转变具有重要作用。

2. 坚持以市场为导向还是以产品为导向,反映了两种出版产业发展方式

传统图书出版是以产定销,图书选题及出版的决定权在编辑部门,流通发行部门只能被动地卖书。一种观点认为,图书作为特殊商品,其经营的核心是内容、是文化,只要内容好,就不愁卖不出去。于是出现了出版产业应以产品为导向,出版的核心是出好产品。其实这种观点在商业领域早就存在,如“酒香不怕巷子深”,“皇帝的女儿不愁嫁”等,尤其在短缺经济时代是这样。我们赞同出版的核心是出好产品,也不否认产品质量内容好必然好卖。但仅有这一点是不够的,在市场经济高度发展、市场竞争日益激烈的今天,特别在买方市场条件下,“皇帝的女儿也愁嫁”,即使好的产品,也需要通过好的营销方式和流通渠道把它推销出去。图书作为内容产品也不例外。即使真理,如果趾高气扬、盛气凌人,也是难以令人接受的。

坚持以市场为导向,还是以产品为导向,关系到出版产业发展方式的转型问题。以市场为导向,并不否定出版产业必须坚持把社会效益放在第一位,必须坚持社会主义价值观和先进文化的前进方向,而是指在图书产品生产上必须坚持以市场需求为导向,这是市场经济的客观要求。过去传统出版业以产定销,由于不符合市场需求,经常出现滞销现象,甚至出现大量的积压库存,要么低价批发,要么直接送到造纸厂化浆处理。长期以来,我国出版业一直处于这种恶性循环之中,造成产业不经济,形成大量的资源浪

费,成为制约出版产业发展的瓶颈。要转变经济发展方式,实现“资源节约型、环境友好型”经济发展,出版产业就必须以市场为导向,这是市场经济发展的客观要求。在市场经济条件下,一切商品包括图书这种特殊商品必须以市场需求为导向,通过研发适销对路的产品来满足消费者的需求,出版社的一切经营活动都要以市场需求为准绳,从选题策划、组稿编辑、生产印刷、开本设计、图书定价、营销服务等,都要遵循市场规律,按市场规律办事,坚持科学发展观,真正发挥市场这只无形之手在调控生产和配置资源中的作用,真正实现出版产业发展方式的转变。

3. 加快图书流通现代化是建设出版强国的必由之路

我国文化产业已成为全国经济发展的新增长点,出版产业作为文化产业的重要组成部分,改革图书流通体制,加快图书流通现代化,是我国出版业走向市场、走出国门,由出版大国变为出版强国的必由之路。首先,快速发展的出版产业为图书流通体系现代化提出了更高的要求。当前我国出版产业面临的一个重大问题是生产成本较低,但流通(交易)成本很高,因此发展现代图书流通业,提高出版企业竞争力,降低流通成本,不仅关系到出版企业本身的发展和竞争力的提高,而且也关系到中国出版产业整体发展的重大问题。中国出版业要做强做大,走向市场,走出国门,图书流通体系能否与国际接轨,能否把中国图书产品顺畅地推销出去,不断扩大版权交易,与我国图书流通现代化水平有着直接的关系。其次,我国是一个人口大国,从文化消费市场特别是阅读消费来看,目前我国人均文化消费水平只达到发达国家的1/4,文化消费潜力远没有释放出来,其中固然有国民阅读素养有待提高等问题,但一个重要原因就是图书流通渠道不畅制约了阅读消费的扩大与传播。最后,据有关方面统计,我国数字出版已占整个出版业的半壁江山,其产值已超过纸质出版物。随着人们阅读习惯的改变,数字出版规模与产值还将继续扩大。新的出版业态的出现,必然呼唤新的流通业态,因此发展网络交易与电子商务,培育新型流通业态,促进流通体制机制向现代化转型已成为一种必然趋势。

二、我国图书流通模式与流通渠道现状分析

我国图书流通模式的发展与出版业管理体制的改革进程密切相关。随着我国社会主义市场经济体制的逐步确立,作为文化产业重要组成部分的出版产业管理体制的改革也不断深入,与此相应的图书流通模式也经历了由传统流通模式向现代流通模式的转型过程。

1. 我国图书流通模式正处在由传统流通模式向现代流通模式转换过程中

(1)传统包销制。流通主体由图书订货单位承担,即谁下订单数,谁就成为流通主体。例如,在计划经济时期,我国新华书店是图书流通主体,承担着图书流通主渠道的作用。经销方式基本是单一的包销制,亏损或库存积压的责任由订货单位承担。如当时的新华书店对库存积压经常搞特价图书即降价销售活动。其流通模式是以产定销、多级批发的“产—供—销”模式,流通特点是品种少、数量多、批次少。计划经济时期,这种模式受统购统销计划体制影响,曾一度成为单一的流通主导模式。但在市场经济条件下,这种模式逐渐被新的流通模式所取代。

(2)寄(代)销制。流通主体为出版企业,即谁出版谁就是图书流通主体。经销方式为寄销制,也称委托销售或代销制。出版企业委托门店销售图书,延期付款,实销实结,实行利润分成。亏损或库存积压的责任由出版企业承担,滞销图书退回出版企业,由出版企业低价批发或直接送造纸厂化浆处理。寄销有征订寄销、分配寄销、协商寄销等数种模式。其流通模式仍然是以产定销的“产—供(企业发行机构或连锁总部批发商)—销”模式,流通特点是品种多、数量少、批次多。这种流通模式目前已成为一种主导模式,销售量已占市场份额的80%以上。

(3)直销制。流通主体还是出版企业,即企业承担亏损和库存积压责任,经销方式有两种:一是通过社办门店直接面对消费者销售,或通过网上书店进行网络交易直接销售,然后再由物流公司或书店配送,流通模式是以产定销的“产—销”模式;二是通过社办发行部门批发给经销商、代理商,再

通过零售商卖给消费者,其流通模式是“产—供(社办发行部门或批发商)—销”模式,流通特点是品种多、数量少、环节少、批次多。这种流通业态,目前处在初级阶段,还存在许多问题,市场份额约占 20%。随着互联网的推广应用,信息技术将极大地提升和改造传统流通业态,推动图书流通体系现代化,因而有着广阔的发展前景。

2. 图书流通渠道由过去单一的国有流通渠道逐渐向国有、民营、外资多渠道转化

(1) 国有图书流通渠道。计划经济时期,我国图书发行主要靠各级新华书店单一的国有图书流通渠道。加入世界贸易组织后,图书批发和零售业对内对外开放,国有图书流通渠道垄断局面开始打破。从 2002 年开始,新华书店进行股份制改造,组建全国性的跨地区、跨行业的大型图书发行集团,各省也以原来的新华书店为核心,以各个市县级新华书店为成员单位组建发行集团,打破部门和地区限制,重新进行资源整合、业务重组,改革经营机制,吸纳国内外先进的图书流通理念,以连锁经营为突破口,运用各种新型流通方式和低成本的终端销售网络,加强行业内外部的横向和纵向联合,进行规模化和集约化经营。如以新华书店总店、中国出版对外贸易总公司、中国图书进出口总公司、中邮物流有限责任公司、中邮邮购有限责任公司联合组建了跨部门的新华发行集团总公司,成为我国图书流通领域的“航空母舰”,国有图书流通渠道仍然发挥着主渠道的作用。

(2) 民营图书流通渠道。加入世界贸易组织以来,我国图书市场实行对内对外开放政策,民营资本开始进入图书流通领域,成为图书市场的一支生力军,且发展快速,市场份额不断扩大。民营书商在资本运作、经营方式上灵活机动,能很快适应市场变化,拓展业务空间,充分发挥船小好掉头的特点,其优势主要体现在下游二级批发和零售环节,在业态上逐步由独立的零售店向连锁经营模式转变,如席殊书屋拥有 500 多家连锁分店;风入松书店以特许加盟方式经营;上海思考乐书局建立新门店、主题书店和会员俱乐部,设计建立与国际接轨的现代图书分销连锁企业。在资本运作上,民营书业通过招商引资拓展生存空间,如广州大音文化发展公司与美国宝丰集团

融资合作;湖北千里马集团投资千里马图书音像城等。总之民营书业发挥其贴近市场、灵活机动的特点,形成独特的经营优势,并朝着规范化、科学化、现代化、国际化方向发展。

(3) 外资图书流通渠道。随着我国图书市场逐渐放开,国外资本也开始进入我国图书市场。国际出版集团通过合资或独资形式,以其资金、技术优势,利用高效的分销渠道及零售网络运营模式,运用先进的营销理念和经营管理经验,制定全面的发展战略,快速抢占图书市场,不断扩大市场份额,成为我国图书流通领域不可忽视的力量。如贝塔斯曼集团与上海科技图书公司合作,以俱乐部书友会的形式进入我国图书市场。后又与辽宁出版集团合作控股成立辽宁贝塔斯曼图书流通公司,加快市场营销以开拓和扩大市场份额。

(4) 出版社自办发行渠道。也称自营流通或社办发行,一般由出版社内部设立的职能部门——发行部来完成。从当前出版业发展现状来看,每个出版企业都设有专门的发行部门并自办发行。其形式可分为出版社自产自销形式或批发零售形式。社办发行初衷本来是弥补新华书店主渠道不足,但现在基本都发展成为出版企业的一种主要发行和流通渠道。其优势在树立和维护出版社品牌、安全回笼资金、提升企业核心竞争力方面发挥了重要作用,但也存在失去发展方向的困境。此外,一些大出版企业还联合自办流通,利用资金、品牌、技术、资源、人才优势,以资本为纽带,在自愿基础上,组建跨地区的大型出版发行集团自办发行。如高等教育出版社联合中山大学、天津大学、吉林大学等高校出版社组建高等教育出版集团,形成高校教育出版旗舰。

三、我国图书流通体制转型过程中存在的问题

近年来,我国图书流通体制改革已取得了一定成效,图书流通市场逐渐呈现多元化格局,体制创新的制度效应也开始显现,流通主体多元化,市场规模不断扩大,流通渠道和网点增多,新型业态不断涌现,流通信息化步伐加快,物流基础设施不断完善等,市场配置资源的基础机制初步形成。但