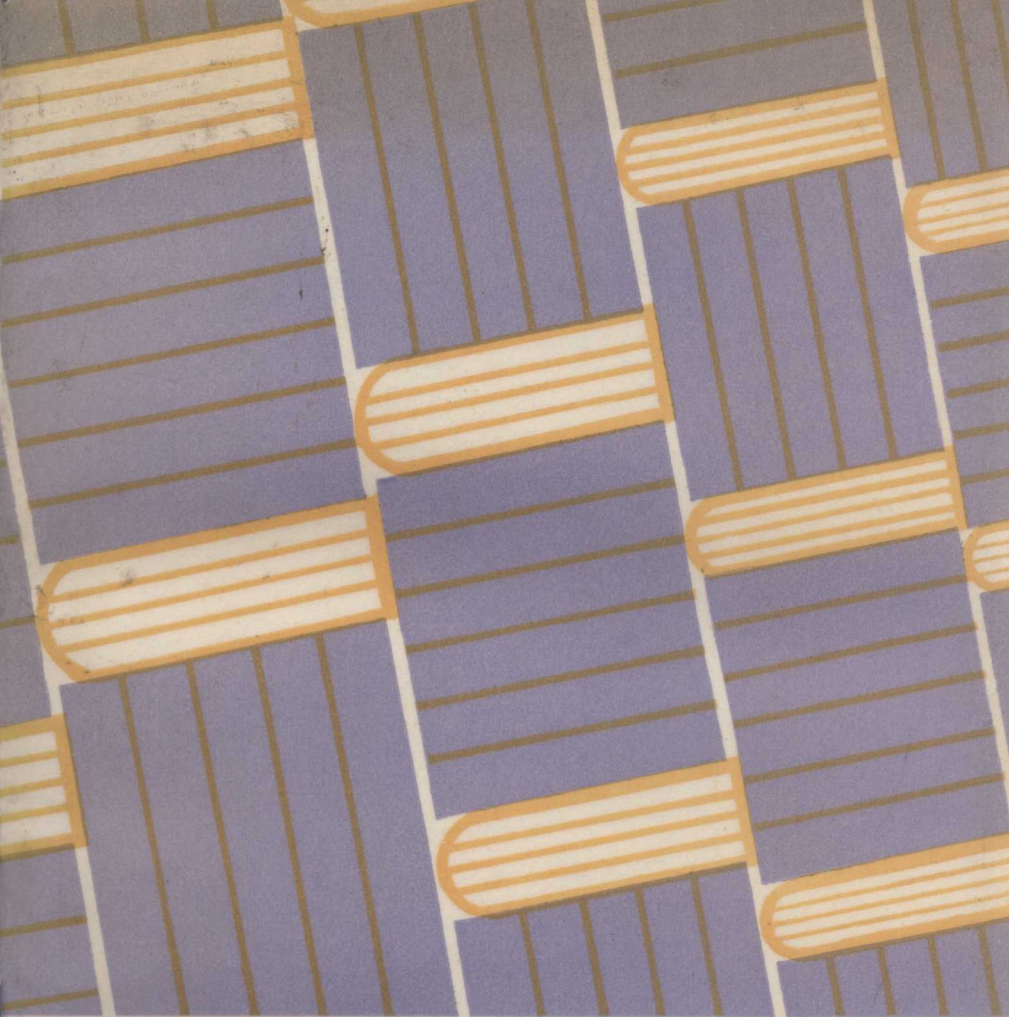




图书发行业务 知识手册

王鼎吉 主编

中国 社会 出版 社

图书发行业务知识手册

王鼎吉 主编

中共贵州省委党校图书馆	
总号	099509
书号	G 23 14
1-3	

中国社会出版社



图书馆

0082026

099509

099509

京新登字022号

图书发行业知识手册

王鼎吉 主编

中国社会出版社出版发行

北京北河沿147号 邮政编码 100006

北京市燕山联营印刷厂印刷

新华书店总店北京发行所经销

*

开本: 850×1168 毫米 1/32 印张: 16.25 字数 436 千字

1991年9月第一版 1991年9月第一次印刷

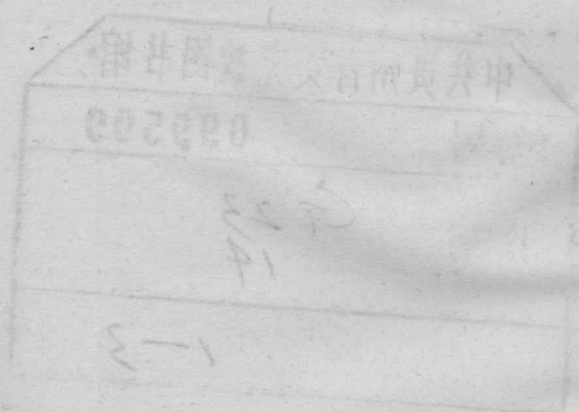
印数: 1—20,500册 定价: 9.50元

ISBN 7-80088-160-1/G·62

内 容 简 介

本书是积近30名图书发行工作专家30余年的实践经验，为发行人员掌握图书发行业务知识而编写的。书中以国家对图书出版发行的有关决定及政策为依据，系统详尽地叙述了我国图书发行工作的发展史、现阶段的方针任务、进销业务、专业图书发行特点及方法、发行的宣传工作、储运业务以及计划财务、计算管理等各项业务处理和工作程序。内容极丰富，实用性强。

主要读者对象是各级书店和出版社的发行工作人员。对于广大编辑、出版工作者也是一部很好的工具书。



中国图书馆出版社

熟悉和掌握业务是搞好工作的前提

——《图书发行业务知识手册》代序

图书发行是一门新兴学科，也是为两个文明建设服务的一个重要行业。它对宣传马列主义、毛泽东思想，传播科学技术知识，丰富人民群众精神文化生活，繁荣我国的出版事业，都有其重要的作用。按其事业的性质来讲，它是属于意识形态领域的范畴，但其实现的方式又是以贸易为媒介的流通领域，因此，它不同于其他商业部门。从而也决定了它的从业人员必须具有较好的政治素质、文化素质和业务素质。

建国以来，我国的图书发行业是由国营企业新华书店担负着主要任务。党的十一届三中全会以前，基本上是由新华书店独家经营；十一届三中全会后，在出版工作中，按照“一主三多一少”的模式，图书发行体制在出版系统中率先进行了改革。现在图书发行战线已出现了多渠道发行的新局面。它对繁荣出版事业，缓解读者“买书难”等方面起到了一定的作用。

多渠道发行的格局形成了。像别的行业一样，图书发行战线在商品经济规律的作用下，也出现了竞争十分激烈的局面。新华书店处于国营的社会主义书店的主渠道地位，它在图书流通领域中必须起主导作用。它不能“打一枪就跑”，也不能光拣有利的就干。它既要做好城市的发行工作，更要重视和强调做好农村发行工作；既要做好群众普遍需要的图书品种的供应，也不能忽视一些学术著作的发行；既要对大、中小学学生的教材课本供应，严格做到“课前到书，人手一册”，也要重视并做好一般图书的发行。它不能发行完一种图书后就满足，还必须着眼于发行好出版的各个品种。尽管极个别书店在激烈的竞争环境中没有能保持清醒头脑，忽视了以社会效益为最高准则的原则，偏离了方向。但据我

了解，全国绝大部分书店都能遵循“为社会主义服务，为人民服务”的方向，按照社会效益为最高准则的原则，搞好经营管理，勤勤恳恳、默默无闻地在图书发行战线的各个岗位上发挥作用。新华书店不掌握货源的主动权，它也没有决定折扣多寡的优势。唯一能参预竞争的手段，就是高质量的服务。服务工作做好了，一方面可以繁荣出版事业，另一方面也就能满足了读者的需要。我认为高质量服务特别需要在信誉、服务、质量、速度等四个方面花大力气。

新华书店是国营的社会主义书店，这就决定了书店的一切业务必须恪守信誉。对出版社要守信誉，对广大读者更要守信誉。当然书店不是图书生产的首要环节，有些问题如出书时间、图书定价、内容质量、印供数量等等，书店没有完全的主动权，这就需要向读者讲清楚。恪守信誉必然会带来信任感。这是在竞争环境中能否占优势的一个极其重要的因素。

为读者服务好，应是新华书店一切工作的出发点。不仅基层的销货店要重视做好为读者的服务工作，即使是发货店也要从为读者服务好的观点出发做好发货工作。新华书店的工作应千方百计地为读者购书提供方便，而千万不能只图我们自己工作的方便，而使读者买书感到不便。

质量是带来经济效益的前提，所以我们在书店工作中要真正注重质量。数量的增加必须是在保证质量的前提下。当地各层次读者的不同需要 we 满足得怎么样？差错事故是否减少？是否有违背读者自愿购买的现象？非法出版物有否在书店的阵地中出现？等等，这些都是衡量发行质量的重要方面。

速度是体现工作效率的一个方面，由于书店业务环节较多，所以有时显得速度比不上其他渠道。因此，我们发行人员要加强“时间”观念，在日常工作中必须以最快的速度把出版社出版的各种图书发到基层销货店。基层销货店也必须以最快的速度供应门市部与广大读者见面。这样才能在激烈竞争中占据优势，并立于不败之地。

加强为读者服务，这就要求我们的职工具有搞好业务的一整套本领。近年来，全国各地书店正在按照这个要求，加强对广大职工的轮训，特别是加强对广大新参加书店工作的年轻职工的培训。这是一项具有远见卓识的战略措施。经过这几年的实践，全国已有80%的书店职工参加过一遍各种类型的培训班，这对加强主渠道队伍的建设，改变书店队伍的结构，无疑是办了一件扎扎实实的实事。

为了给各地书店工作的职工培训提供教材，新华书店总店集中了近30位同志(也有中国书店同志参加)，组织编写了这部《图书发行业务知识手册》，具体阐述书店的各项业务。参加编写的同志中，三分之二以上是已在书店工作30年以上的老同志，其他同志也是在某项业务方面有专长的，目前在总店担任一定领导职务的同志。他们之中有不少同志是有高级经济师、编审、副编审、高级工程师等各种高级的专业技术职称。组织同志们编写这本书的目的，一是把这些同志几十年来书店工作的经验保留下来，给年轻同志熟悉业务参考。使书店的优良传统和各项业务处理、工作程序能够继续发挥作用，另一方面也是适应新华书店事业发展、大量新同志参加书店工作的需要。

我相信，参加写作的同志们的这两个目的一定会达到。

汪 轶 千

编 者 的 话

拙著《图书出版业务基本知识》一书出版发行以后，承蒙各地新华书店和出版单位厚爱，有些书店已采用此书作为培训教材，有些出版社、甚至一些新闻界人士，也对此书发生兴趣。对我来说，这无疑是最大的慰藉和鼓励。

一些同志提出，希望我再编写一本图书发行业务知识方面的书，为全国图书发行人员系统提供一些有实用价值的发行业务学习材料。确实，当前有许多青年同志加入了图书发行队伍，为图书发行战线增添了一支新生力量，这些青年职工热爱图书发行事业，迫切希望在图书发行工作上做出更大的贡献，渴望有一本比较全面、系统地介绍图书发行业务知识的书。这些建议和希望，促使我下决心要编写一本适合他们学习和随时查阅的图书发行业务的书，这就是这本《图书发行业务知识手册》产生的由起。

这本书的编写工作，得到了新华书店总店领导的全力支持，总店总经理汪轶千同志、副总经理郑士德、高起成同志，欣然担任了本书编委会的顾问，总店各个部门的负责人（包括北京发行所、科技发行所、储运公司、电子计算机部的经理、计划财务处的处长）和其他有关负责同志担任了编委，各编委直接参与了编写工作。

编委会成员和编写人员中，具有编审、副编审、高级经济师、高级工程师等高级职称的同志有10人，其他同志也大多是在图书发行战线上工作数十年，富有业务经验的老同志以及一些已在精通本职业务方面迈出了大步的中青年同志。这些同志对编写此书深感自己责任重大，在编写过程中兢兢业业，付出了许多劳动和心血。我作为本书的主编，也努力做到尽职尽责，认真审读和参加编写，一些书稿几经重写和删补，尽最大可能来提高此书

的内容质量。但由于能力所限，恐怕还不能尽如人意，书中的缺点和错误在所难免。

这本书要和各位读者见面了，它是否符合大家的要求，要请大家来评定。还请各位读者多多批评指教，以便在此书重印时加以改正。

在此书即将付印的时刻，我在这里向在此书的编写过程中，给予帮助的伏政民、李连仲、王宝熙、赵春涛、赫连旺等诸同志和为此书的出版给以大力支持的中国社会出版社贾斌、黄明鲁两位副社长，致以衷心的感谢。

王鼎吉

1991年4月于北京

目 录

第一章 文字、图书、图书发行的产生和发展

(一) 我国文字的产生和演变

1. 我国最早的文字是象形(图像)文字 2
2. 甲骨文是我国最早的正式文字 2
3. 从甲骨文到现代汉字形体的演变 3
 - (1) 从甲骨文到金文的演变 ... 3
 - (2) 小篆成为秦始皇统一六国后的统一文字 3
 - (3) 秦以后文字形态的演变 ... 3

(二) 我国图书的产生和发展

1. 我国原始的书是什么样的书 5
 - (1) 甲骨的书 5
 - (2) 青铜器的书 5
 - (3) 石头的书 6
2. 我国最早的正式书籍——简书和帛书 7
 - (1) 什么是简策版牍 7
 - (2) 简策版牍的起源及其终止时期 7
 - (3) 考古发掘出来的简策版牍是极为宝贵的文献资料 ... 8

- (4) 从“韦编三绝”谈对“韦编”两字的理解 8
- (5) 什么是帛书? 帛书的使用情况 9

3. 纸的发明, 产生新的形式的书——纸写书(写本书) 9
 - (1) 纸的发明年代和发明者 ... 9
 - (2) 纸写书(写本书)的产生和发展时期 10
 - (3) 我国历史上两部著名的写本书 11

4. 印刷术的发明, 产生雕版印书和活字印书 11
 - (1) 雕版印刷术发明的年代 ... 11
 - (2) 雕版印书的发展 13
 - (3) 雕版印刷术的发展, 出现了套色套版印刷 14
 - (4) 活字印刷术的发明 14

5. 西方印刷技术的发明和传入, 现代图书的产生 ... 17
 - (1) 西方印刷技术的发明 17
 - (2) 西方印刷技术传入我国, 现代印装形式的图书产生 18

(三) 我国图书发行的开端和发展 19

1. 图书作为商品进行交换

和买卖,早在西汉时期就已存在	19
2. 雕版印刷术和活字印刷术发明后,我国书铺的发展	20
(1) 唐宋时期书铺的发展	20
(2) 金、元、明、清时期书铺的发展	21
(3) 历经宋、元、明、清数代的建阳书坊	22
(4) 以铜活字印书著名的书铺	23
(5) 明、清时期著名的出版家、藏书家毛晋和汲古阁	23
(6) 元、明、清时期的官刻书机构	24
3. 清代末期和辛亥革命以后的书店	25
(1) 上海成为全国出版、印刷、发行的中心	25
(2) 进步的、革命的书店,在中国土地上出现并迅速发展	26
4. 解放区以新华书店为主要力量的革命书店迅速发展壮大	27
5. 建国以来,图书发行事业呈现空前繁荣景象	28

第二章 方针任务

(一) 图书发行工作的性质、方针、任务

1. 图书发行工作的性质	30
--------------------	----

(1) 怎样正确认识图书发行工作的两重性	30
(2) 图书发行必须把社会效益作为最高准则	31
(3) 图书发行实行体制改革,新华书店是多渠道中的主渠道	31
(4) 多渠道中其他渠道和主渠道的关系	32
(5) 作为主渠道的新华书店应起到的四个作用	32
2. 图书发行工作的方针	32
(1) 怎样正确理解图书发行工作的方针	32
(2) 怎样正确贯彻图书发行工作的方针	33
(3) 坚持为人民服务,为社会主义服务方针和改善经营管理的关系	33
3. 图书发行工作的基本任务	34
(1) 图书发行工作三项基本任务	34
(2) 为什么特别要强调第一项基本任务	34
(3) 为什么其他两项基本任务也十分重要	35
(二) 关于图书发行体制改革	35
1. 图书发行体制改革的成果	36
(1) 肯定图书发行体制改革的成果	36
(2) 图书发行体制改革的基本目标	36

(3) 流通渠道——多渠道的形成.....	36
(4) 单一的购销形式的突破.....	37
(5) 各个渠道都有了发展.....	37
(6) 改革取得显著效果, 治理整顿还需继续.....	37
2. 图书发行体制改革面临的主要问题	38
(1) 必须进一步端正指导思想, 坚持改革方向.....	38
(2) “三放一联”的方针要进一步完善.....	38
(3) 要继续搞好放权承包.....	39
(4) 在放开批发渠道的总原则下要有具体规定.....	39
(5) 在放开发行折扣上要有合理的措施.....	40
(6) 在发展横向联合上要提倡什么.....	40
(7) 在治理整顿建立图书市场正常秩序上要解决哪些问题.....	40

(三) 出版发行方面几个有关的文件规定

1. 重申内部发行图书的有关规定.....	42
2. 大中专教材、中小学课本历来由新华书店统一征订发行的规定	42
3. 严厉打击和取缔非法出版物.....	45
4. 认定淫秽及色情出版物的规定	46
5. 应取缔的出版物的认定	

标准.....	47
6. 关于惩治走私、制作、贩卖、传播淫秽物品犯罪分子的规定	48
7. 性知识、性科学图书出版发行的有关规定.....	48
8. 加强对挂历、年历画、年画等出版物的出版、印刷、发行管理的规定.....	50
9. 关于常备图书出版、印刷、发行管理的暂行规定.....	51
10. 图书总发行管理的暂行规定	52
11. 关于加强国营书店多种经营管理的暂行规定	54
12. 关于图书发行网点建设	55
13. 缩小协作出版范围的规定	57

第三章 进销业务

(一) 进货工作的地位和作用

1. 进货工作的地位	58
2. 进货工作的作用	58

(二) 进货工作的指导思想和进货人员的必备条件

1. 进货工作的指导思想.....	59
-------------------	----

2. 进货人员的必备条件	60	情况	71
(三) 正确处理进货工作中的几个关系	62	3. 了解读者需要和市场变化	72
1. 正确处理社会效益与经济效益的关系	62	4. 了解和掌握基本订数	73
2. 正确处理重点与一般的关系	62	5. 怎样审读征订目录	73
3. 正确处理品种与数量的关系	63	6. 怎样开展系统征订	74
4. 正确处理预订和储备的关系	63	7. 怎样扩大订数	75
(四) 进货工作的基本原则	64	8. 怎样加强订数审核	76
1. 质量第一	64	(七) 购销形式	77
2. 择优选进	65	1. 什么是购销形式	77
3. 以需定进	65	2. 什么叫征订包销	77
4. 进销结合	66	3. 哪几类图书必须实行征订包销	78
5. 品种对路	66	4. 什么叫征订经销	79
6. 订数恰当	67	5. 什么叫寄销	79
7. 统筹兼顾	67	6. 什么叫社店联合寄销	79
(五) 进货工作的组织形式	68	7. 什么叫分配寄销	80
1. 民主进货	68	8. 各种购销形式的进发货折扣	80
2. 集中进货	68	9. 什么叫主动分配发货	81
3. 分类进货	69	10. 什么叫初版分配试销, 重版征订经销	81
4. 分版进货	69	11. 什么叫包销(或经销)包退	82
5. 分级进货	70	12. 什么叫特约经销	82
(六) 进货工作的依据和措施	70	13. 出版社自办发行图书	83
1. 了解出版情况和出版意图	70	14. 图书发样征订	83
2. 了解图书内容和同类书		15. 图书看样订货	84
		(八) 进货工作的基本知识	85
		1. 怎样了解货源	85
		2. 添单添货要注意哪些	

事	86
3. 电报订货要注意哪些事	88
4. 电话订货要注意哪些事	89
5. 信函订添货要注意哪些事	89
6. 派人外出订货要注意哪些事	90
7. 调整订数要注意哪些事	90
8. 订单直报要注意哪些事	91
9. 什么叫租型印供	93
10. 什么叫代印、代发	94
11. 什么叫分地印制	95
12. 什么叫外地进发货	95
13. 什么叫外地代发货	96
14. 出版周期是怎么回事	97
15. 图书发运周期是怎么回事	97
16. 什么叫“双超书”	98
17. 怎样处理“双超书”	98

(九) 进销货业务的资料管理

1. 图书进销货资料的积累与建立	99
2. 怎样建立图书进销货资料	100
3. 如何做好图书进销货记录	100

(十) 进销货业务的卡片

管理

1. 图书进销货记录卡的作用	101
2. 图书进销货记录卡的建立与使用	101
3. 图书进销货记录卡的管理	102

(十一) 进销货的计划管理

1. 进销存的计划管理	102
2. 进销货的全期管理	103
3. 进货的码洋管理	104

(十二) 重点书的进销货管理

1. 常备书目的确定及管理	104
2. 重点多卷集图书的管理	105

(十三) 库存图书的分析与管理

1. 库存图书分析及作用	106
2. 库存图书的调剂	107
3. 哪些存书不能调剂	107
4. 图书的技术处理	108
5. 图书的停售封存	108
6. 图书的停售报废	108
7. 滞销图书的处理	109

(十四) 寄销图书的业务管理

(十五) 门市供应工作

1. 如何发挥中心门市的作用	116
----------------------	-----

2. 开办专业书店, 扩大专业书店的作用	116
----------------------------	-----

3. 加强门市的管理职能	117
--------------------	-----

(十六) 计划发行工作

1. 系统征订发行	120
-----------------	-----

2. 对口征订供应	120
-----------------	-----

3. 配套征订供应	121
-----------------	-----

4. 基数供应	121
---------------	-----

(十七) 城乡流动供应工

作	121
---------	-----

(十八) 农村发行工作

1. 县书店领导如何重视农村发行工作	122
--------------------------	-----

2. 建立多种经济成分、多种销售形式的农村发行网	123
--------------------------------	-----

(十九) 销售业务各项指

标管理	124
-----------	-----

1. 指标的概念	124
----------------	-----

2. 指标管理的意义	124
------------------	-----

3. 销售总额指标	124
-----------------	-----

4. 利润总额指标	125
-----------------	-----

5. 费用率指标	125
----------------	-----

6. 库存图书周转次数指标	126
---------------------	-----

(二十) 图书销售的盈亏

点与图书储备保	
---------	--

本(利)期	127
-------------	-----

1. 图书销售的“盈亏临界	
---------------	--

点”	127
----------	-----

2. 图书储存保本与保利	
--------------	--

期	128
---------	-----

(二十一) 销售部门的经

营责任制	129
------------	-----

1. 经营责任制概念	129
------------------	-----

2. 经营责任制的要求	130
-------------------	-----

3. 经营责任制的指标分解	
---------------	--

与考核	130
-----------	-----

(二十二) 商品销售活动

分析	130
----------	-----

1. 销售活动分析的意义	130
--------------------	-----

2. 销售分析的方法及报告	
---------------	--

的内容	130
-----------	-----

3. 销售分析的内容	131
------------------	-----

(二十三) 图书市场

1. 市场的概念	132
----------------	-----

2. 图书市场的概念	132
------------------	-----

3. 图书市场的三要素	132
-------------------	-----

4. 图书市场的功能	133
------------------	-----

5. 图书市场的结构	133
------------------	-----

6. 图书市场的销售“热	
--------------	--

点”	135
----------	-----

7. 图书市场销售的“高峰	
---------------	--

与“低谷”	138
-------------	-----

8. 图书市场的信息、调查	
---------------	--

与预测	140
-----------	-----

9. 图书市场的调查	141
------------------	-----

10. 图书市场的预测	144
-------------------	-----

11. 图书市场信息资料卡的	
----------------	--

建立与运用	151
-------------	-----

第四章 专业类图书

(一) 大中专教材发行

1. 教材、教科书、课本的	
---------------	--

涵义	152
(1) 教材所包括的范围	152
(2) 什么是实验教材	152
(3) 什么是试用教材	152
(4) 哪些是为特定对象编写的教材	153
2. 统编教材和自编教材的区别	153
(1) 什么是统编教材	153
(2) 什么是自编教材	153
(3) 统编教材为什么也称为规划教材	154
(4) 自编教材如何发行	154
3. 征订目录的编印	155
(1) 教材征订目录是教材征订和预订的重要工具	155
(2) 大中专教材征订目录的编印和征订时间安排	155
(3) 教材征订目录是如何分发的	156
(4) 教材征订目录在提前编发上存在哪些困难和问题	156
(5) 编印《总目》是教材征订目录的一项改革	157
(6) 教材征订目录编发后再有补充征订品种怎么办	157
4. 教材征订工作	157
(1) 做好教材征订工作的重要意义	157
(2) 新华书店承担着教材征订发行的重任	158
(3) 新华书店总店在教材征订发行工作上的任务	158
(4) 各发行所、省级店在教材征订工作上的任务	159

(5) 销货店在教材征订发行上担负着哪些任务	160
5. 教材订数的调整和添要	165
(1) 教材订数调整和添要的必要性	165
(2) 教材订数调整和添要的方法	166
(3) 订数的调整和添要的具体处理方法	166
(4) 要用统一的订数调整单、添单	167
(5) 电报调、添的方法和要求	168
(6) 长途电话调、添的方法和要求	171
6. 教材的发运、中转、收货、送书	172
(1) 包装发运	172
(2) 中转分梳	173
(3) 送书上门	173
7. 教材发行有关问题的查询	173
(1) 进行查询有哪些要求	173
(2) 经常会遇到查询的有哪些内容	174
8. 大中专教材总目	179
(1) 《总目》的作用	180
(2) 《总目》的内容	180
(3) 《总目》的使用方法	180
(4) 书店要做的工作	181
(二) 年画发行	181
1. 什么是年画	181
2. 我国历史上的年画四大	

产地	182
(1) 杨柳青年画	182
(2) 潍县年画	182
(3) 桃花坞年画	183
(4) 绵竹年画	183
3. 年画的特点	183
4. 年画的作用	184
5. 年画分类	184
(1) 年画类	184
(2) 历画类	185
6. 年画的征订工作	186
7. 填报年画订单有哪些要求	187
8. 编发年画印供情况变更通报的作用	188
9. 收发货的要求	188
(1) 严格掌握收货时间	189
(2) 安排在外地造货的品种怎样进发	189
10. 延期出版的处理原则	189
11. 货款结算	190
(三) 技术标准图书发行	191
1. 什么是技术标准及检定规程	191
2. 技术标准的分级及其代号	191
3. 什么是三化及其意义	193
4. 做好技术标准、检定规程图书发行工作的意义及要求	193
(四) 内部发行图书的发行	194
1. 内部发行图书的几种主	

要发行方式及含义	194
(1) 内部发行	194
(2) 限国内发行	195
(3) 取得重印权限国内发行	195
(4) 控制数量发行	195
(5) 控制对象发行	195
2. 内部发行图书的征订方式	195
3. 内部发行图书有关销售的规定	196
4. 图书改变发行方式的处理原则	197
1) 内部发行的图书改为公开发行的处理原则	197
2) 限内部发行的图书改为公开发行的处理原则	197
3) 公开发行的图书改为内部发行的处理原则	197
(五) 少数民族文字图书发行	198
1. 少数民族文字图书出版的方针、任务	198
2. 为什么要出版发行少数民族文字图书	198
3. 少数民族文字图书的出版	199
(1) 现有哪些少数民族文字用于出版	199
(2) 全国现有多少家出版少数民族文字图书的出版社	199
4. 少数民族文字图书的发行	200
(1) 少数民族文字图书发行的特点	200