

# 1 绪论

随着知识经济社会的日益临近，以积累与传播人类科学文化知识为基本功能的出版发行活动在社会发展中所处的地位也越来越重要。出版发行业作为一个朝阳产业，正面临着前所未有的机遇与挑战。正如中共中央、国务院在《关于加强出版工作的决定》中所指出的那样，处于“我党我国历史上前所未有的重要地位”。实践呼唤理论，理论指导实践。我们完全有理由相信，随着出版发行活动新阶段的到来，出版发行学理论研究也必定会出现一个新的高潮。出版发行学基础，作为出版发行学理论体系的一个重要组成部分，其主要任务是探讨出版发行学的基本理论，描述出版发行领域的基本知识，介绍出版发行实践中的基本技能，以为广大出版发行界同仁深入进行出版发行学理论探讨起一种入门引导的作用。

## 1.1 出版、出版物及出版物发行

对出版、出版物及出版物发行等基本概念的不同理解，实际上反映了人们对出版活动内涵的不同认识。因此，进行出版发行学基础理论的探讨，必须从对这些基本概念的正确认识开始。

### 1.1.1 出版的概念

无论是国外学者，还是国内学者，都很重视出版概念的研究，大量的研究成果表明，中外出版界对出版概念的认识各有特点，但正朝趋于一致的方向发展。

日本学者认为：“采用印刷术及其他机械的或化学的方法，对文稿、图画、照片等著作作品进行复制，将其整理成各种出版物的形态向大众颁布的一系列行为统称为出版。”<sup>①</sup>

英国学者认为；出版是指“向公众提供抄写、印刷或其他任何方法复制的书籍、地图、版画、照片……”

美国学者认为：“出版——公众可获得的，以印刷物或电子媒介为形式的出版物的准备和印刷、制作的过程。”<sup>②</sup>

1971年出版的《世界版权公约》第6条给出版所下的定义是：“可供阅读或者通过视觉可以感知的作品，以有形的形式加以复制，并把复制品向公众传播的行为。”<sup>③</sup>

韩国学者认为：出版是“以散布或发售为目的把文稿、文书或

中国出版科学研究所，编辑实用百科全书，北京：中国书籍出版社，1994.7

② 出版发行研究，1990(6)：15

彭建炎，出版学概论，长春：吉林大学出版社，1992.

中国出版科学研究所，编辑实用百科全书，北京：中国书籍出版社，1994.

图画、乐谱之类印刷出来使问世、刊行”。<sup>①</sup>

各国学者给出版所下的定义尽管在文字上稍有差别，但对出版活动本质特征的描述却十分接近。各国学者都认为出版活动的内涵由以下内容构成：一是将已有的作品形成为出版物的过程；二是原始作品必须经过一个大量复制的过程，使其形成为一定的载体形式，成为出版物；三是通过一定方式使公众获得这些出版物，也是出版活动不可或缺的重要组成部分。

与国外学者对出版活动内涵的认识较为一致的情况相比，国内出版界对出版活动内涵的认识则有着较明显的差异。现将国内学者对出版内涵的几种代表性描述开列如下 第一“凡将文字、图画或其他符号印刷到纸上，或把它们印成图书报刊的工作，都称为出版。”<sup>②</sup>第二，“把著作编印成图书报刊的工作”。<sup>③</sup>第三“把书刊、图画等编印出来”。<sup>④</sup>第四，“出版是指出版机构根据一定的方针和计划，选择、整理人类的思维成果和资料，通过出版生产赋予它们一定的物质形态，然后向社会传播。”<sup>⑤</sup>第五“出版是指将作品编辑加工后，经过复制向公众发行。”<sup>⑥</sup>第六“所谓出版就是选择、整理著作物，通过一定生产方式将其复制在特定载体上，并以出版物的形态向社会传播的一系列行为。”<sup>⑦</sup>第七“通过出版生产的手段，把著作物编印成图书、期刊、杂志等印刷品，经过发行渠道把这些精神产品推向社会 供应读者 即为出版”。<sup>⑧</sup>第八 出版

出版发行研究，1990(6):14

赵晓恩. 出版词典. 北京：中国书籍出版社，1991.3

辞海编委会. 辞海(缩印本). 上海：上海辞书出版社，1980.1094

汉语大字典编委会. 汉语大字典. 武汉：湖北辞书出版社，1988.5

阙道隆. 实用编辑学. 北京：中国书籍出版社，1985.17

① 中华人民共和国著作权法实施条例. 1991.6

② 彭建炎. 出版学概念. 长春：吉林大学出版社，1992.8

③ 严成荣 桑百安. 图书发行词典. 南昌 江西高校出版社，1992.12

即‘社会上各种作品,包括文稿、图片、信息、音响、录像制品等等原件汇集到出版机构以后,经过审定、选择、编辑和加工,使用一定的物质载体,复制成各种形式的出版物,通过流通渠道传播到全社会。’<sup>①</sup>

国内对出版活动内涵认识的诸种观点,大体可分为两大类型:一类观点认为出版活动主要是出版物的印刷工作,包括第一、第二、第三种意见都属于此种类型。这类在我国出版界长期占主流地位的传统观点,是在我国出版发行实践活动长期按计划分工模式运作的条件下形成的。它将发行活动排斥于出版之外,缺少对出版内涵中最关键部分——出版目的的描述,很显然,这类观点对出版内涵的表述是不完整的。另一类观点吸纳了国外出版界对出版内涵认识中的合理部分,并结合我国出版业非常重视编辑工作的特点,对出版活动内涵进行了较全面的描述,这些表述已与国际出版界对出版活动内涵的认识逐步接近。林穗芳先生在为《编辑实用百科全书》所撰写的有关词条中,提出将作品转化为出版物要具备四个条件:一是经过编辑,具有适于阅读或吸取的内容;二是具有一定的物质形式;三是经过复制;四是向公众发行,如出售、出租等。这可以看成是第二类观点对出版活动内涵理解的代表性描述。

综合国内外出版界各位专家对出版活动内涵认识的趋同化意见,我们认为出版活动的内涵应由以下基本特征构成。

(1)出版是对已有的作品进行深层次开发的社会活动。

出版不是对原始信息进行开发,而是对现成的作品进行开发。接受原始信息,将其归纳成知识,形成知识产品的任务,已由作者完成,或者说已主要由作者完成。已有作品的形成过程属于作者劳动过程,不归属于出版活动。作家创作、画家写生、音乐家谱曲

等都不能算出版，就是这个道理。

(2) 出版是对原作品进行编辑加工，使其具有适合于读者消费的出版物内容的过程。

出版过程虽不是知识信息的主要形成过程，但却是一个对知识信息体系进行选择的过程，这种选择是按照适合于读者消费的要求进行的，并且，还要按照同样的要求对选定的作品里的知识信息进行整理、补充、完善，这就是通过编辑工作对原作品进行编辑加工。纸质货币不是出版物，纸币的印刷不是出版活动，就是因为它没有对原作品进行编辑加工，也就是缺少可供读者消费的知识信息内容的缘故。

(3) 出版是对加工好的已有作品进行大量复制，使其具有能供读者消费的一种载体形式的过程。

无论采用何种方式对作品进行复制，出版都是使加工好的知识信息具有能供读者消费的载体形式的过程。只有经过大量复制，作品中所含的知识信息才能被众多的读者接受。档案工作也需对原作品文件进行编纂、整理，使分散的材料能编辑成一卷一卷的案卷，但档案工作不是出版，因为它没有大量复制的过程。在商品社会，作品大量复制的过程也是出版物的商品生产过程。

(4) 出版还是一个将出版物“公之于众”的过程。

通过各种方式将经过加工整理并大量复制的原作品广泛向读者传播，是出版活动的内在动机与根本目的。从西方“出版”这一词汇的演变来看，法语 Publier 和英语 Publish 均源自拉丁语 Publicare 而拉丁语 Publicare 的本义却是“公之于众”。可见，在赋予“出版”的众多涵义中，“公之于众”的涵义更有着特殊的地位。

综合上述四个特征，我们对出版概念作如下表述：所谓出版，就是将经过加工提炼的知识信息产品，通过某种生产方式大量复制在一定的物质载体上，并进行广泛传播的过程。

### 1.1.2 出版物的概念

出版物是出版业的产品，是出版发行活动的劳动对象。出版物概念的发展，经历了一个从泛指到专指再到泛指的演变过程。

远古时代，出版物即泛指用图画、文字记载信息知识的图书。人类的文字是从图画演变而来的，那时人们用图画文字记载信息，主要是为了帮助记忆，避免遗忘，以作处理实际事务的参考。所以最古老的图书如甲骨卜辞、青铜器铭文以及古埃及写在纸莎草上的符咒、祷告等，都具后世所说的档案性质。可见，古代的图书与档案是不分的。

随着社会的发展，人们认识到这些记录下来的信息知识，可以用来作为教育下一代的材料，这样，这些记录就逐步演变成传授经验、传播知识、供人阅读的著作。这些著作经过大量复制变成了专门的图书，而那些不具有出版物基本功能的文字图画记载就不被认为是图书而成了文书档案及簿记、契约等等。此时的出版物就是专指那些以文字图画为符号，以纸张为载体的图书。

现代科学技术的发展，使出版物的载体材料以及信息知识的记录方式等也发生了很大的变化，使得现代出版物的概念又具有了泛指性。这种变化缘起于下列因素：一是记录信息、知识的方法发生了变化除手写、印刷外还有光录、磁录等；二是记录信息与知识的载体发生了变化，除印刷用纸外，还有感光材料、磁录材料；三是知识信息的表达形式发生了变化，除文字、图表外，还有声音、活动图像、数码等；四是传递信息、知识的工具和手段发生了变化，除了传统的印刷品外还有广播电视、远程通讯、网络技术、电子计算机、通讯卫星等，都被用来传递信息知识；五是接受与利用知识信息的方式也发生了变化，除了通过阅读文字接受信息外，还通过视听设备、阅读还原设备以及多媒体计算机来接受与利用知识信息。这些因素使得现代出版物概念的外延显得十分宽泛，它不仅

包括人们通常见到的印刷出版物如书籍、报纸、期刊等；也包括了脱离文字形式，以声频、视频等作表达方式，以磁性材料或感光材料为载体而制成的音像出版物；还包括了将著作文本以计算机可读数据形式存贮在光盘或磁带上，并具有全文数据库结构和相应检索软件，可借助计算机进行检索、浏览与打印的电子出版物等。

我国出版界常常把图书与出版物这两个概念等同起来，更有一些学者将图书分成狭义与广义两个概念，认为广义的图书即为出版物。对此，有必要谈谈我们的看法。

首先，我们应当明确，图书是出版物的一种类型，即使到目前为止，图书仍然是出版物的主要类型，而且到将来也不可能完全被其他出版物取代，但将所有出版物都看成是图书的观点显然是不全面的。一种确定无疑的趋势是：随着科学技术的不断进步，出版物的生产制作方式与载体材料会不断更新，各种新类型的出版物会不断增多，图书在出版物市场上所占的比重将会不断减少。据有关资料统计，美国电子出版物的产值占全部出版物总产值的比重在 1994 年已达到了 28%；我国电子出版物的产值到 2000 年也要达到或接近美国 1994 年的比重。这意味着，图书在出版物中所占比重会有所下降。

其次，我们还应当明确，将图书分成广义与狭义两种概念是可以的，但将广义的图书概念与出版物概念等同起来却缺乏科学依据。我们认为：狭义的图书概念可采用国际较通行的联合国教科文组织的规定来进行描述，即凡由出版社（商）出版的，49 页以上的印刷品，具有特定书名和著者名，编有国际标准书号（ISBN）有定价并取得版权保护的出版物，称为图书（Book），5 页以上 48 页以下的称为小册子（Pamphlet）；广义的图书概念则指读者不需借助阅读设备即能直接从中接受知识信息的印刷出版物，包括联合国教科文组织规定的图书以及图书之外的小册子、挂历、台历、报纸、期刊、年画、技术标准、学术论文等等。这样，我们就不难明确，无论

是狭义的图书概念，还是广义的图书概念，都只是出版物的一种类型。

在我们给出版物下定义之前，还必须了解出版物所具有的基本特征。不论其外观形式如何，出版物都由以下要素构成：一是以读者所需要的知识信息构成内容，这些信息知识是经过加工提炼而系统化了的信息知识，而不是杂乱无章的原始信息；二是以一定的表达方式陈述知识信息，包括文字、图像、符号、声频、视频、代码等，所谓多媒体出版物，其实就是在一种媒体上同时使用了上述多种表达方式的出版物；三是以一定的物质载体作为知识信息存在的依据，纸张、胶片（卷）、磁盘、光盘是现代出版物的主要物质载体；四是以一定的生产制作方式使知识信息附着于物质载体上，载体不同，生产制作方式也不同，常用的生产制作方式包括印刷、拷贝、翻录、复印、计算机制作等；五是以一定的外观形态呈现出来，印刷出版物、唱片、录音带、录像带、激光视盘等声像出版物、缩微平片、缩微胶卷等缩微出版物、磁盘、光盘等电子出版物等等，是出版物目前常见的呈现形态。这五个基本要素对出版物的基本特征进行了全面描述，可以作为我们识别出版物的主要依据。

根据上述特征，我们给出版物作如下定义：出版物是指以传播为目的存贮知识信息并具有一定物质形态的出版产品。

出版物的类型，除了按出版物的构成要素进行划分之外，还可根据其他标准进行划分。其中几种较为特殊的出版物类型，在出版业的具体运作中会经常接触，故特作简要介绍。

### (1) 正式出版物。

这是以出版物流通的性质为标准划分出的一种类型，是指经国家批准设置、具有法人资格的出版单位正式出版，并以商品交换方式广泛发行的出版物。与此相对应的概念是非正式出版物，它是指经一定审批手续而印刷出版，并以非贸易形式发送与交换的出版物。如供交换用的内部报刊、纪念性文集等。

## (2) 内部出版物。

这是以出版物流通的范围为标准划分出的一种类型，是指正式出版物中其流通范围有所限定的出版物，包括在出版物上标明了“内部发行”、“限国内发行”等字样的出版物。发行内部出版物有一些特殊的方式与要求，在本书的有关部分我们将再详细叙述。

## (3) 非法出版物。

这是以出版行为的性质为标准划分出来的一种类型，是指以不合法的行为制作的出版物。在中国指由国家批准的出版单位以外的团体和个人未经批准，擅自制作，并向社会征订、销售的出版物，或内容为国家明令禁止的出版物。

## (4) 淫秽出版物。

这是以出版物内容性质为依据划分出来的一种类型，是指内容上宣扬淫秽行为，挑动人们的性欲，足以导致普通人腐化堕落，而又没有艺术价值或科学价值的出版物。

除此之外，还有一些较特殊的出版物，如政府出版物、连续出版物等，因在出版发行实践中涉及不多，就不在此赘述了。

### 1.1.3 出版物发行的概念

在为“出版物发行”下定义之前我们要首先明确“发行”的涵义。发行，是指特殊商品的流通组织。这一概念包含了两层意思：首先，它是一个与商品流通相联系的概念，不是商品流通组织工作不能使用这一概念，这就是人们不把图书馆书刊资料的外借和档案馆文献档案的查阅以及各级党政机关公文的上下传呈的组织称之为“发行”的原因；其次，它又是一个仅仅与特殊商品相联系的概念，百货商店里的商品流通不称为发行，只有作为知识产品的出版物和作为一般等价物的货币及其代理形式（如股票、邮票、兑换券）等具有特殊使用价值或担负特定社会职能的商品，其流通组织工作才称发行。担负此类商品流通组织任务的单位或个人，必须具

有经济法人和商品法人的双重地位，还必须在所发行的每一件商品上注明自己的标记，以示负责到底，如果商品的内容、形式及其所引起的社会效果触犯刑律，就要受到法律的制裁。对于上述两类特殊商品的流通，发行的含义也稍有差别：对作为一般等价物的商品流通组织而言，发行仅指执行流通职能的第一道发出环节，没有人把转卖股票、邮票和拿钞票去买东西也称为发行；对作为知识产品的出版物而言，发行则指所有流通环节，包括整个流通过程的组织工作在内。发行所的出版物总批销是发行，个体书摊上的图书零售也是发行。

基于上述知识，我们可以将出版物发行的概念作如下表述：所谓出版物发行，是指发行者将各种正式出版物以商品销售形式由生产单位传送给读者的一系列活动。

出版物发行的基本职能是组织出版物的商品交换，将经过编辑加工并大量复制的作品公之于众。它既是一个知识信息的传播过程，又是一个物质产品的传送过程。这一传播与传送过程的主体是发行者，即在整个图书商品流通过程的各道环节上从事商品传送的单位与个人。我国的发行者由新华书店、外文书店、古籍书店、出版社发行科、供销社售书点、集体书店、个体书摊、国有商业代售点、机关与企事业单位代销点及其工作人员组成。这一传播与传送过程的客体是正式出版物，即经国家批准设置、具有法人资格的出版单位，以纸张或其他材料印刷出版发行的图书、杂志、报纸、视听有声读物等。

所谓“以商品销售形式”传递给读者，通俗地讲，就是将出版物作为商品销售给读者，而不是像图书馆、文化馆那样免费出借给读者。出版物是发行企业所经营的商品，发行企业从经销出版物的折扣中获得经济收入。经济效益的高低，取决于商品经营的好坏。

将出版物由生产单位传送到读者手中的全过程，由一系列的活动组成，其中最基本的环节有进货、仓储、运输、销售、调剂。每

一个环节又包括许多业务活动，由此而组成生气勃勃的出版物发行工作。如果将门市部这种仅为出版物销售环节中一类的零售部门的工作看成是全部出版物发行工作，无疑是对出版物发行工作的一种误解。

## 1.2 出版与发行的关系及出版物生产与流通的关系

从科学意义上讲，出版包括发行，发行是出版活动的一个部分。这在前面关于出版概念的阐述中已叙述清楚。但依目前我国出版界许多人的习惯看法，却往往只将出版视为出版物的生产环节并赋予了“出版”概念以“大出版”与“小出版”两重涵义因此，我国出版界习惯上所说的出版与发行的关系，也就成为了生产与流通的关系。显然，这种习惯看法缺乏科学性。所以，本节所要重点阐述的出版物生产与流通的关系，是不能与出版和发行的关系划等号的。

出版物的生产与流通，是构成出版活动的两大基本内容。出版物的生产使社会知识信息变成了适合于广泛传播的产品，为出版物的流通创造物质条件；出版物的流通则使这些产品在社会成员中广为传播，使出版物生产的根本目的得以实现。

生产过程是不可缺少的。没有作者撰写初稿，没有出版社的编辑加工，没有印刷厂或其他生产单位的成批量的制作，就没有出版物，也就不会有出版物流通。但是，在社会化大生产条件下，没有出版物的流通，产品价值无法实现，使用价值不能发挥作用，那么，出版活动的既定目的就无法达到。从这种意义上讲，出版物的流通又是保证出版物正常生产乃至整个出版事业繁荣发展的必要条件。

出版活动中生产与流通的关系，我们可以从三个方面来理解。

### 1.2.1 生产与流通是相互依存的整体

通过商品交换的形式，使出版物更多更快地向社会扩散，从而使蕴含于出版物中的科学文化知识得以传播，这既是出版物流通过程的主要任务，也是出版物生产过程的根本追求。因此，生产过程必须考虑出版物能否在市场上顺利流通的问题，而流通过程则必须考虑生产的意图与宗旨怎样才能更好地在市场交换中具体落实。

出版活动的根本目的，使这两大基本环节之间形成如恩格斯所说的那种“经济曲线的横坐标和纵坐标”的关系。“生产和交换是两种不同的职能……这两种社会职能的每一种都处于多半是特殊的外界作用的影响之下，所以都有它自己的特殊的规律。但是另一方面，这两种职能在每一瞬间都相互制约，并且互相影响，以至它们可以叫做经济曲线的横坐标和纵坐标。”<sup>①</sup>生产离不开流通，流通离不开生产，两者互相制约、相互依存，共同构成了出版活动的整体。

### 1.2.2 生产对流通的决定作用

在出版活动中，出版物的生产处于主导地位，生产为流通提供物质基础，对流通起着决定作用。这种作用，主要表现在以下三个方面。

(1)生产的出版品种与质量，决定着流通的内容与效益。

道理很简单，只有生产出了什么样的出版物，才能组织什么样的出版物流通；出版物质量优秀，在内容与价格上又能适应读者需求，那么其流通速度就快，流通量就大，这样就能促进流通效益的提高。“扫黄打非”光查市场不行，而要从出版社与印刷厂抓起，就

是由出版活动中生产决定流通的这一特点所决定的。

(2) 出版物生产方式的性质决定其交换的性质。

在手工作坊式的小生产方式下，出版物的生产周期长、数量少，与此相适应的出版物交换方式也只能是以物易物式的简单商品流通。在社会化大生产条件下的出版物生产，曾创下几天出版一种图书的奇迹，与此相适应的出版物大流通模式的出现也就成了势所必然。党的十五大以后我国出版界提出“造大船”的要求，就是这种由出版物生产方式的发展而促进了出版业规模的发展，因而对出版物流通方式也提出了新要求的反映。

(3) 生产规模和结构决定流通的深度和广度。

正如马克思所指出的那样，“交换的深度、广度和方式都是由生产的发展和结构决定的”。<sup>①</sup>随着出版物生产规模的发展以及生产专业化程度的增强，进入流通过程的出版物类型与数量越来越多，品种结构也越来越复杂，这就促使流通组织者增设服务项目、扩大发行范围、拓宽流通渠道、更新流通手段，从而推动出版物流通水平的整体发展。

总之，在常规出版活动中，有什么样的生产，就有什么样的流通。流通的存在和发展、流通的性质与内容、流通的深度与广度、流通的规模与效益，归根到底都是由出版物的生产所决定的。

### 1.2.3 流通对生产的作用

一般情况下，生产决定流通，这决不意味着出版物的流通环节是一个消极被动的因素。它可以直接影响出版物的生产，对生产起反作用。恩格斯曾经说过：“产品贸易一旦离开生产本身而独立起来，它就会循着本身的运动方向运行，这一运动总的说来是受生

产运动支配的”但产品贸易‘也反过来对生产运动起作用’。”<sup>①</sup>

流通对生产的反作用，主要表现在以下几个方面。

(1)流通过程直接实现出版物的价值，使生产过程的劳动耗费得到补偿，为生产的持续发展创造条件。

出版社和印刷单位在出版物生产过程中所耗费的劳动，凝结成具体形态的出版物商品价值，通过流通使出版物在市场上交换成功，生产者凝结在出版物上的劳动价值才真正实现，商品资金转化为货币的结果，不仅使生产者及时收回了生产成本，而且还取得了增值的货币。马克思在《资本论》中说：“商品价值由商品体到金体的跳跃是商品的‘致命的飞跃’。这种飞跃不能成功，商品不受打击，商品所有者一定会受打击。”出版过程中资本运动形态的这种‘致命的飞跃’正是流通过程实现的。

(2)流通范围的扩大能促进生产规模的扩大。

流通范围的扩大，能有效地开拓市场，使出版物市场的需求总量增加。随着流通范围的拓展，读者对出版物类型与品种的要求也不断增多，这就促使生产结构发生变化，生产速度不断加快。如我们要将国内出版物发行到世界各国去，就要求出版物的生产环节无论是生产速度，还是品种与质量，都必须适应国际出版物市场的需求。正如马克思所说：“生产就其片面性来说也决定于其他要素。例如，当市场扩大，即交换范围扩大时，生产的规模也就增大，生产也就分得更细。”<sup>②</sup>

(3)流通的数量与速度直接影响出版物的生产成本与效益。

由于出版物生产大多属集中性生产，其成本构成中如编辑加工费、排版制版费等好几项成本都不随某种出版物印数的多少而发生相应变化。因此，当流通数量增多时，分摊在每册出版物上的

马克思，恩格斯，马克思恩格斯全集（第4卷），北京：人民出版社，1972.481

② 马克思，恩格斯，马克思恩格斯选集（第2卷），北京：人民出版社，1972.102

上述成本就必然会降低。出版物的流通速度，决定出版物在流通领域停留时间的长短，从而决定生产资金占用时间的长短。流通速度越快，占用生产资金的时间越短，生产环节的资金回收就越快，效益就越好。

应当指出的是，流通对生产不仅能够起反作用，而且在特定情况下还能起决定性作用。因为，生产和流通的矛盾双方，在一般条件下，生产表现为矛盾的主要方面，对流通起决定性作用，但并不排斥在特定条件下，它们的地位会相互转化，即流通表现为矛盾的主要方面，对生产起着决定性的作用。比如，当产品大量积压而影响出版活动正常进行时，扩大产品的销售就成了发展出版物生产的关键。我国 1986 年之后连续多年的全国性图书库存大积压，就曾迫使不少印刷厂的高速轮转印机停止生产。

总之，在我们考虑生产与流通的关系时，不仅要看到在一般情况下出版物生产对流通的决定性作用，以及出版物流通对生产的反作用，而且要看到在某些特定的情况下出版物流通对生产也能起决定性作用。

### 1.3 出版发行学知识的产生与积累

尽管“出版发行学”这个名称直到 1983 年才在我国出现，但探索出版发行活动规律的出版发行学知识的产生与发展，却伴随着出版发行活动的出现及其发展而具有了悠久的历史。

出版活动起源于何时，目前仍是众说纷纭。一类观点认为，书籍的出现即意味着出版活动的产生，因为书籍的编辑活动是出版活动的主要组成部分，所以出版起源应从孔子编“六艺”算起。另一类观点认为，图书贸易的出现即意味着出版活动的产生，因为图书贸易是使出版物公之于众的过程，所以出版的起源应从扬雄《法言

·吾子》里所记载的书肆的出现算起；第三种观点主张出版起源要以雕版印刷的出现为标志 因为只有此时才真正有了“版”的概念；第四种观点认为，机械化印刷的出现即意味着出版活动的产生，因为手工抄写或印刷无法实现大量复制公之于众的要求。多种观点并存，主要是因为大家对出版活动产生的标志认识尚不一致。因此，有必要先明确出版起源的标志。

根据上一章中我们对出版概念内涵的理解，可以认为判定出版活动起源的标志是出版物的生产与流通活动都已出现。判断标志的两个具体条件是：第一，通过一定手段对原作品进行复制而形成产品；第二，以一定的方式将产品公之于众，使其具有向社会传播的功能。这两个条件同时具备，即可判定为出版活动的出现。按照这样的思路，我们主张我国出版活动的起源要从西汉末年槐市的出现算起。

公元 4 年出现于汉代长安太学近旁“槐市”上的图书贸易活动是史料记载中最早的图书贸易活动。稍后出现的“书肆”则标志着出版物的生产与流通活动都已出现。随着出版发行实践的发展，出版发行知识也不断产生，越积越多，人们对出版发行活动的认识也越来越深刻，越来越全面。

南北朝时期，人们在出版发行活动中已认识到了经营方式的重要性，并开始摸索适应当时条件的有效营销方式。此时，除了书肆的“坐列贩卖”之外，还出现了佣书贸易和上门推销等更为灵活也更受顾客欢迎的经营方式。《北史》卷 42 载北魏刘芳“佣书经论，笔迹称善，卷直一缣，岁中能入百余匹。为此数十年，赖以颇振”。这是字写得好的经营者采用“佣书”这一灵活经营方式获得成功的事例。上门推销方式的运用由以《北史》卷 67 所载的书商祖珽向东魏大将军高澄推销《华林遍略》的事例最为典型：“州客至读《华林遍略》文襄多集书人，一日一夜写毕退其本曰：‘不须也’”。这一记载说明当时的书商在推销大部头图书时已能细心

地研究读者，在选定购买对象后则不惜长途跋涉而上门推销，且能采用朗读方式来进行宣传，在营销方式上已达到了较为先进的水平。

明清时期，图书商品流通中已开始讲究经营策略。据清代康熙年间的《无锡县志》载，明代以铜活字印书出售而扬名书业界的安国在经营中采用“居积诸货、人弃我取”的策略，获得了极大的成功；“行之二十年，富几敌国”。近代书商孙殿起在《琉璃厂小志》中介绍了清代北京书店街各派书行最负盛名的陶正祥五柳居和韦氏鉴古堂的经营策略，陶正祥与读者关系密切，“与人贸易书，不沾沾计利”以该书的精审及信誉取胜，韦氏的鉴古堂则“好持高价”，但非常重视图书宣传，“竟日奔走朝绅之门……谄其如何等书，或经济、或辞章、或掌故，能各投所好”。

近现代，书业界还开始思索探讨出版发行事业的性质、出版发行活动的社会功能，以及图书营销的观念、指导思想等涉及图书营销较深层次的问题。邹韬奋在《从事业性为商业性的问题》一文中，就对图书业经营的性质进行了专门探讨。他认为，图书经营业是既具事业性又具商业性的事业。在谈到图书经营业的事业性与商业性两者的关系时，他说，如因为顾到事业性而在经营上作无限的牺牲，其势必致使店无法生存，所谓皮之不存，毛将焉附，机构消灭，事业又何以支持，发展更谈不到了。在另一方面，如果因为顾到商业性而对文化食粮的内容不加注意，那也是自杀政策，事业必然也要一天天衰落，商业也将随之而衰落，所谓两败俱伤。韬奋先生60多年前对图书营销活动本质特征所作的科学性揭示与概括，对我们今天的出版营销活动的开展，仍然有着非常重要的启迪意义。再如，周全平在刊于《洪水》半月刊上的《出版界的混乱与澄清》一文中也谈到：“出版界该负培养著作界成长之责，同时又应担任解除读书人的困难之职。出版家在著作家和读者底中间像是两岸间的一条渡船。著作家必须有出版家的帮助才能把自己的工作