

20世纪80年代以来 我国出版发行渠道改革考察

黄勇军^{1,2}

(1.兰州大学 文学院,甘肃 兰州 710000; 2.重庆师范大学 传媒学院,重庆 401331)

【摘要】20世纪80年代以来,为解决卖书难、买书难,实现“最大限度地满足读者需要”的根本目标,我国图书出版业在流通领域进行了一系列的发行体制机制改革,并形成以第一渠道新华书店为主导、第二渠道民营书业为重要组成部分、第三渠道出版社自办发行为补充的“三足鼎立”的全新格局。三大渠道相互补充,相互促进,相互协同,相互融通,共同促进了我国图书出版业的大发展、大繁荣。

【关键词】出版发行 体制改革 新华书店 民营书业 出版社自办发行

【中图分类号】G213 文献标识码:A 文章编号:1003-6687(2015)08-044-05

DOI:10.13786/j.cnki.cn14-1066/g2.2015.08.010

早在新中国成立之初,我国就建立起图书出版、印刷、发行专业分工体制,出版社负责编辑出版,印刷厂负责印制装帧,新华书店负责销售发行。

根据发行主体的不同,我国图书销售发行途径主要有三大渠道。一是国有书店发行体系,其中新华书店是主体,也被称为“主渠道”“第一渠道”。二是民营发行体系,指经营图书发行业务的民营资本渠道,即“二渠道”,也被称作“1.5渠道”。^[1]三是出版社自办发行体系,就是通常所说的“自办发行”“社办发行”,主要指出版社依靠自身的发行力量建立自有的发行渠道、销售网点开展图书销售业务,又称“第三渠道”。

一、第一渠道改革:新华书店

作为新中国成立以来影响最大、实力最强、品牌最为著名的书业企业——新华书店在图书流通中担负着重要责任,^[2]特别是在发行对党和国家社会生活有着重要影响的政策性产品时起着主导作用。但多年来新华书店依靠计划经济、行政干预垄断经营图书发行,也导致供销矛盾尖锐等一系列问题。1982年6月召开的全国图书发

行体制改革座谈会明确提出“一主三多一少”的图书发行体制改革方案,即在全国建成一个以新华书店为主体的,多种经济成分、多条流通渠道、多种购销形式、减少流通环节的图书发行网。^[3]翌年,作为新中国成立以来第一个也是唯一的一个由中共中央、国务院联合发文的出版文件——《关于加强出版工作的决定》,^[4]再次明确和重申了这一改革方案。方案上升为国家政策在全国实施,不仅成为新华书店发行渠道改革的滥觞,也成为新时期图书发行管理体制政策改革的肇始和里程碑。1986年7月,国家出版局出台《全国新华书店改革试行方案》更进一步细化了新华书店改革措施主要包括改进新华书店发行业务、推行经营责任制、发展横向联合等。1988年5月,为进一步放开新华书店自主权,“建立和发展开放式的效率高的充满活力的图书发行体制”,中宣部、新闻出版署联合印发《关于当前图书发行体制改革的若干意见》,明确提出“三放一联”改革方案,作为“发行体制改革的必由之路”的“放权、承包”,是“三放一联”的核心要义。“放权”即根据所有权与经营权相分离原则,下放经营管理权,新华书店由此获得

【作者信息】黄勇军(1974—),男,重庆潼南人,兰州大学文学院在读博士,重庆师范大学传媒学院讲师,主要研究方向:影视文学与美学、传媒产业与新媒体发展。

了人事权、财务权、经营权，逐渐成为有独立法人资格的经济实体；“承包”就是在新华书店实施“以更好地为读者服务为中心”的图书经营承包责任制，实行“上缴利润定额包干”，发挥竞争机制作用，推行招标择优办法，因地制宜采取集体经营、租赁经营、股份经营等多种经营形式进行探索实验，最终实现“促进出版发行生产力的发展”目标。^[5]

20世纪90年代中期，国家经济体制从计划经济向社会主义市场经济体制转轨推进，改革开始进入以“统一开放、竞争有序”为原则的拓展阶段。新华书店的改革也进入了攻坚时期，面临体制创新、所有制调整、运行机制改革、现代企业制度建设等一系列难题。针对这些难题推出一系列改革措施中最为重要、影响最为深广的，就是要求根据现代企业制度标准建立图书发行集团，使新华书店成为具有自主经营、自负盈亏、自主发展、自我约束能力的市场主体。1998年年初，全国新闻出版局局长会议提出“不均衡发展战略”思想，决定组建“三跨”（跨地区、跨行业、跨所有制结构）图书发行集团，以扩大发行规模，增强发行能力。同年年底，以新闻出版总署批准江苏、广东、四川三省进行组建发行集团试点为标志，开始对以省级新华书店为龙头、全省范围新华书店系统为主体的国有图书发行企业进行战略性兼并改组，“以发行集团的整体实力实现集约化经营、规模化发展、科学化管理、多元化开拓”，^[6]图书发行管理体制由此进入了“整体推进、重点突破”的新阶段。至2000年年底，全国已建立起各类发行集团近20个，“部分省新华书店已跨入了全国500家最大企业的行列”。^[7]不过，这一阶段的发行集团改革虽然已从“拉郎配式”“行政捏合”转化为以资产为纽带的“资本融合”，但观念牵绊、市场壁垒、部门垄断、利益分割以及出版业所具有的文化与意识形态特殊性束缚，^[8]导致改革并不彻底，一些图书发行公司只是“翻牌集团”，相较于真正意义上的现代企业制度还有一定的差距。

出版发行集团突破性改革是在十六大以后逐渐开始的。2002年11月，党的十六大报告明确提出文化体制改革和文化产业发展的思路和要求，为贯彻落实相关精神，新闻出版总署在同年出台《关于新华书店（发行集团）股份制改造的若干意见》，要求新华书店在3年内完成股份制改造，“实现投资主体多元化、股权多元化，构建新的充满活力的市场竞争主体”，并提出股份制改造分三步走战略，中国发行集团、上海、江苏、广东、四川等试点集团及各省组建的发行集团为第一批股份制改造单位。通过3年多的改革实践，在总结2003年以

来开展的出版发行体制改革试点工作基础上，2006年新闻出版总署发布《关于深化出版发行体制改革工作实施方案》，提出要培育一批有实力、有竞争力和影响力的发行集团公司成为出版物市场的主导力量和出版产业的战略投资者。为实现这一目标，大力鼓励先行试点的出版集团公司和发行集团公司相互持股，进行并购重组；建立现代企业制度和法人治理结构，积极进行股份制改造，实现投资主体多元化；重点推动有条件的发行集团公司上市融资，做大做强做优。^[9]这一系列措施很快产生重要成效，就在当年10月，上海新华发行集团发起的“新华传媒”借壳“华联超市”成功在上海证券交易所挂牌上市，成为出版发行业首家上市公司；次年5月，四川新华文轩又成为首家在香港上市的发行集团。这两起上市行为是我国发行体制改革的标志性事件，标志着我国出版发行业出现了四大重要转变：从集团化建设到股份制改造的转变，从国有独资到多元投资的转变，从产业经营向产业与资本运营相结合的转变，从转制改企到现代企业制度逐步确立的转变。

2008年以后，发行渠道的改革更进入了全面系统、深化深耕的阶段。一是在新闻出版管理部门的推动下，各地发行集团通过建立现代企业制度，完善董事会，健全监事会，引进职业经理人，推进股改上市，实现投资多元化。二是积极进行跨地域、跨行业、跨产业链合作，如江苏省新华发行集团与海南省新华书店集团合资组建海南凤凰新华发行集团股份制公司，这是不同省份发行集团跨地域整合的标志性事件。在跨地域战略合作方面，具有代表性的还有四川新华文轩集团，该集团先后入股安徽新华传媒股份有限公司、与贵州省新华书店合资成立贵州新华文轩图书发行有限公司，此外还与新华书店总店合作成立新华出版物流通有限公司，拟借此实现其打通全国图书大市场的战略目标。三是继续推进多元化发展战略，如江西发行集团与中国移动江西公司合作开展电信增值业务，河北新华书店集团甚至介入教育产业，收购河北新乐市中山中学等，将教育纳入集团产业多元化发展版图。四是积极应对数字化、网络化对传统书店经营带来的挑战，顺应和推动数字出版业的发展。浙江新华书店集团投资建设博库书城网站，进行出版物网上零售批发；江西新华发行集团建设手机掌上书城，成为继实体书店、网上书店之后又一新的销售模式，为集团信息化业务发展提供了有益经验。^[10]

二、第二渠道改革：民营书业

由于被称作“二渠道”的图书民营发行渠道，在20

世纪80年代兴起之初的种种不规范行为产生的负面影响以及世俗的偏见等，“二渠道”这一称谓在早期带有明显的歧视性。随着“二渠道”取得合法地位和获得“国民身份”待遇，官方和研究界也曾多次呼吁取消这一歧视性提法，建议改称“民营书店”“民营渠道”“民营书商”等，^[11]但多年来“二渠道”这一称谓已约定俗成，有着广泛影响，同时也正好契合本文对图书发行渠道的分类界定，因此笔者仍采用“二渠道”的提法。此外，作为民营性质的“二渠道”，主要包含上游图书出版（类似出版社职能）和下游图书发行（类似新华书店职能）两个部分，本文所讨论的是图书销售发行部分。

图书发行的第二渠道，也就是民营书店的生产、发展乃至壮大，是改革开放以来我国计划经济体制向社会主义市场经济体制转变的必然产物，也是出版发行体制改革的必然产物。20世纪80年代初，严重的“书荒”和“买书难”，使得以新华书店为主渠道的僵化的流通体制根本无法满足图书市场的巨大需求，为汇集各方力量解决这一难题，1980年12月，国家出版局在《建议有计划有步骤地发展集体所有制和个体所有制的书店、书亭、书摊和书贩的通知》中明确提出“试办集体所有制或个体所有制的租书店和书摊”。该《通知》成为改革开放后涉及民营书业的第一份重要政策性文献，也标志着民营图书发行业获得了“准生证”。作为新华书店第一发行渠道“补充”力量的第二发行渠道——“二渠道”由此产生，一批民营书店、书摊和书贩从图书出版业下游的图书零售发行环节成长起来，并得以迅猛发展。1982年至1987年的5年间，民营书店、个体书摊从无到有、从小到大，迅速增长到10 814处（个），网点数量远远超过国有书店，是它的1.18倍。^[12]第二渠道的出现及迅速发展，对弥补国有图书发行能力的不足、拓宽发行渠道、有效满足民众精神文化需要起到重要的促进作用。这一时期的民营书店从业态形式看，主要是中小型书店、书亭、书摊，投资少、规模小，存在管理水平低、从业人员素质不高以及盗印倒卖、偷税漏税、非法经营等诸多问题。国家相关主管部门采取“一手抓繁荣，一手抓管理”的“两手抓”策略，在对个体私营书店进行大力清理、整顿、规范的同时，又不断松绑放权，激发“二渠道”活力。1988年5月，中宣部、新闻出版署出台《关于当前图书发行体制改革的若干意见》，在图书发行领域继续推行“一主三多一少”政策的同时，提出“三放一联”（即“放权承包，放开批发渠道，放开购销形式和折扣，推动横向联合”）图书流

通体制改革新举措，其重要内容就是赋予民营发行企业二级批发权，进一步扩大民营书业经营范围。《意见》出台极大地激发了民营书店或图书发行公司的生产积极性，也刺激了社会民营资源和生产要素大举进入图书发行业。截至2002年年底，全国共有各级各类图书发行网点7.1万多个，其中国有、集体书店（点）1.3万多个，仅占全部图书发行网点数的18.61%；而民营书店达3.6万多个，占全部网点数的50.18%，销售册数和销售金额分别占总销售册数的50.13%、总销售金额的56.94%，三大指标均已过半，第二渠道由“拾遗补缺”走向“分庭抗礼”。

2003年是我国民营书业发展开启新阶段具有重要意义的一年。在中央连续出台众多促进非公有制经济发展政策的大背景下，相关主管部门也针对民营书业出台了一系列政策，其中最为重要的就是2003年7月新闻出版总署颁布20号令《出版物市场管理规定》，提出具备条件的民营发行企业经审批可获得出版物总发行权，标志着民营发行企业在法理上开始享有与国有图书出版业同等的市场地位。两个月后，北京文德广运发行集团成为首家获得报刊总发行权的民营企业；次年山东世纪天鸿书业有限公司获得出版物国内总发行权和全国性连锁经营权，成为同时获得这两项资格的第一家民营图书公司，这一事件也被认为是长期高度行政垄断的出版发行行业“对内开放”的一个里程碑。^[13]2005年，在天津举办的全国书市上，包括深圳金版文化发展有限公司等几十家业内著名的民营书业企业，自1980年第一届全国书市以来首次获邀进场参展交易，民营图书发行公司由此获得更大更广阔的发展空间与平台。截至2012年年底，在全国125 467家各类发行单位中，按所有制形式划分，国有10 331家，占8.3%；民营114 972家，占91.6%，民营企业在数量上已占据绝对优势。在具有总发行权的108家发行单位中，民营企业41家，占38.0%；全国性出版物连锁经营单位民营企业14家，占46.7%。^[14]由此可见，经过多年发展，民营图书发行业形成了一股强大力量，已撑起我国出版发行业的“半边天”，成为图书出版市场不可或缺的重要组成部分。

三、第三渠道改革：社办发行

有观点认为，在改革开放以前，我国实行编辑、印刷、发行严格分工的图书出版管理体制，出版社只负责图书的编辑出版，不参与销售发行，但事实并非完全如此。文化部曾于1957年8月出台《关于一般书籍印数应该

由出版社决定和改进社店经销关系的通知》，允许出版社通过基本包销、不包销和半包销等三种方式开展图书自办发行，当时的人民出版社、人民文学出版社、中国建筑工业出版社、民族出版社等几家中央级出版社据此做过一年左右的短暂试行，1961年中华书局和商务印书馆也曾试行过部分图书自办发行。^[15]这些试点虽由于多种原因而夭折，但其突破出版发行的绝对分工、提升出版社自主权、改善发行质量、更好地服务读者等探索意义是不容遗忘和抹杀的。

在总结新中国成立以来图书发行成败得失和吸取当时商业部门经济体制改革经验的基础上，1980年8月，国家出版局制定《关于出版社和新华书店业务关系的若干原则规定（试行草案）》，允许出版社为弥补新华书店发行能力的不足，可以自办本社部分甚至全部本版图书的发行，并鼓励出版社进行多种形式的实验。以煤炭工业出版社、上海辞书出版社、中国对外翻译出版公司等为代表的众多出版社通过建立社属发行科、售书处、服务部等图书销售机构以邮寄、代销、特约经销、流动供应等多种方式进行了初步探索和实践，并取得良好成效，^[16]为出版社自办发行积累了宝贵经验，也为此后出版发行体制改革一系列政策的出台奠定了基础。

1981年6月，国家出版局出台《关于改善出版社自办发行的意见》。1982年7月，文化部发出《关于图书发行体制改革工作的通知》，对发行体制改革目标和改革重点提出明确要求，并转发出版局《关于出版社和新华书店业务关系的若干原则规定》，对出版社自办发行作出详细规定。1985年前后，中国图书市场由卖方市场逐渐转为买方市场，出版业处境艰难，成为加快图书发行体制改革的“催化剂”。1986年7月，国家出版局颁发《关于推行图书多种购销形式的试行方案》，明确规定除重要文献论著、台历、教材、内部发行物等5种出版物由新华书店总发行外，其他本版图书的总发行权归出版社所有。社办发行的推行和总发行权的获得，使出版社既是图书的出版者，又是图书的经营者，逐渐成为自主经营、自负盈亏、自主发展的法人实体和市场主体，在经营模式上也由纯粹生产型向生产经营型转变，市场竞争意识开始觉醒，经营活力不断激发，效益增长大幅提升，全国560多家出版社中，99%都实行社办发行，形成“百社齐发”的盛况。^[17]人民卫生出版社1988年自办发行码洋800万元，占总销售额3 000万元的26.7%；1998年自办发行码洋达1.76亿元，已占总销售额的76.5%。法律出版社1990年开始自办发行时70%多靠新华书店发行，

2000年则是95%的码洋通过自办渠道发行，自办发行已成为众多出版社本版图书发行的主渠道。^[18]

但盛誉之下，大量困难、问题也随之而来，如体制机制不活、发行能力有限、人财物成本增加、社店矛盾突出、渠道冲突加剧、库存压力太大、物流梗阻不畅、货款难收财务恶化以及低水平浅层次重复等一系列问题，导致很多出版社不堪重负，因而出版社开始积极寻求、探索新的路子和模式，主动把握出版市场规律和脉搏，以实现社办发行的现代转型。一是转变职能，变推销为营销，改社办发行机构单一的推销职能为集市场调研、营销推广、选题策划等多职能于一体，成为出版社实行产品经营的桥梁和窗口。二是开展连锁经营，与新华书店、民营书店甚至外资合资企业合作开展直营连锁、特许连锁、加盟连锁等多种形式的连锁经营模式。三是实行全权代理制，即出版社把图书的市场销售功能从社办发行的职能中剥离出来，转托给代理商、中盘商、发行公司等专业发行体系，如浙江14家出版社将出版的全部图书委托给浙江省新华书店发行。四是建立发行联盟，整合成立发行集团，如辽宁出版集团将9家出版社社办发行部门和省新华书店进行整合成立辽宁出版集团发行总公司。五是依托中盘，走集约发展之路，加强与中盘合作，借中盘强大的发行能力、市场网络为己用，提高本版图书发行量和市场占有率。

出版社自办发行是计划经济向市场经济转型时期的产物，也是我国图书出版业探索出的中国特色的发行道路，随着社会主义市场经济的发展而不断完善成熟。^[19]出版社自办发行的崛起与发展，对调动出版社主体积极性，打造出版品牌，提升核心竞争力，促使图书发行多渠道竞争，建立图书发行多种经济成分、多种购销形式、多种流通渠道网络，促进图书出版业的繁荣起了到重要的推动作用。

结 语

综观我国30多年来图书发行渠道的改革，始终不渝地在围绕一个根本目标进行，即更好地贯彻出版工作为人民服务，为人民服务的方针，最大限度地满足读者对图书的需要。这一根本目标在有关图书发行管理体制改革的会议、文件、政策中得到反复强调和贯彻，也是推动改革突破重重困难、万千矛盾而一直坚持不懈地进行的根本动力所在，是改革打破固有藩篱、协调各方利益的根本原因所在，更是衡量改革成功的根本准则所在。通过30多年的不懈努力，我国图书销售流通领域现

已基本形成以第一渠道新华书店为主导、第二渠道民营书业为重要组成部分、第三渠道出版社自办发行为补充的“三足鼎立”全新格局，三大渠道相互补充、相互促进、相互协同、相互融通，共同促进了我国图书出版业的大发展、大繁荣。货畅其流，书尽其用，在一定程度上实现了最大限度地满足读者需要这一根本目标，从这一角度来说，我国图书发行渠道的三大改革已成为出版改革中最系统、最彻底、最成功的改革。^[23]

参考文献：

- [1] 徐晓. 当代中国民营出版的演变[EB/OL].[2014-02-27]. <http://www.douban.com>.
- [2] 吴培华. 中国书业发展的瓶颈——新华书店改革滞后应引起关注[J]. 出版广角, 2003(10): 11.
- [3] 宋木文. 出版体制改革的历史回顾(上)[J]. 中国出版, 2006(5): 12.
- [4] 宋木文. 《关于加强出版工作的决定》(1983)的历史地位[J]. 中国出版, 2008(3): 16.
- [5] 中宣部, 新闻出版署. 关于当前图书发行体制改革的若干意见[S]. 1988-05-06.
- [6] 王庆. 组建四川新华书店集团的思路与模式[J]. 出版发行研究, 2000(3): 5.
- [7] 宋木文. 从拨乱反正到繁荣发展——中国出版改革发展20年的巨变[J]. 中国出版, 1999(1): 2.
- [8] 方菲. 改革开放30年给新闻出版业带来什么[N]. 中国图书商报, 2008-01-18.
- [9] 新闻出版总署. 关于深化出版发行体制改革工作实施方案的通知[R], 2006-07-03.
- [10] 杨红卫. 发行集团2008年建设与发展探讨[J]. 编辑之友, 2009(8): 47.
- [11] 吴培华. 出版的“二渠道”现象应该引起重视[J]. 出版发行研究, 2007(6): 22.
- [12] 方卿, 徐丽芳. 中国大陆非国有书业发展历程研究[J]. 教育资料与图书馆学, 2005(4): 499-507.
- [13] 刘敏. 民营书业发展的新趋势[J]. 出版发行研究, 2005(5): 8.
- [14] 国家新闻出版广电总局印刷发行司, 中国新闻出版研究院. 2013年出版物发行产业发展报告[R], 2014-02-17.
- [15] 王益. 出版、发行的分与合(一)[J]. 中国出版, 1997(1): 13.
- [16] 王菊芬. 配合书店搞好自办发行[J]. 出版工作, 1981(10): 36.
- [17] 赵东晓. 社办发行的出路[J]. 中国出版, 2005(5): 21.
- [18] 孟叶. 社办发行: 敢问路在何方?(上)[J]. 出版经济, 2001(1): 36.
- [19] 郝立庚. 浅谈出版社自办发行的市场化[J]. 出版经济, 2002(8): 16.
- [20] 康晓光, 吴玉伦, 刘德震, 等. 中国人读书透视——1978—1998大众读书生活变迁调查[M]. 南宁: 广西教育出版社, 1998: 83.

Investigation on the Reforms of China's Publication and Issue Channels since 1980s

HUANG Yong-jun (Chongqing Normal University)

Abstract: Since 1980s, in order to solve the problems of difficult access to selling and buying books, and to achieve the goal of satisfying readers' needs to the largest extent, a series of reforms on issue system and mechanism in the field of book circulation were carried out, forming a totally new pattern with the first channel, namely Xinhua bookstores, the second channel, namely private bookstores, the third channel, namely self-issue by presses. The three channels are complemented, promoted, coordinated and infiltrated with each other, which jointly promote the development and prosperousness of China's publishing industry. The three major reforms on book publishing channels had become the most systematic, radical and successful ones in publishing reform.

Key words: publication and issue; structural reform; Xinhua bookstore; private bookstore; self-issue by press