

关于出版社针对农业科技类图书发行的思考

王笃利¹, 李永进², 申国新³

(1. 中国农业大学 出版社, 北京 100000; 2. 河北工程大学, 河北 邯郸 056038; 3. 河北旅游职业学院, 河北 承德 067000)

[摘要]随着现代农业的快速发展和国家惠农政策的陆续出台,相关出版社对农业科技类图书的出版发行工作愈发重视,尤其是近年来“农家书屋”工程的实施,使得农科类图书出版的品种和数量大幅增长。但是,其发行的现状与农村读者的要求尚有较大差距,同质化严重、发行渠道不健全等问题是制约该类图书发行的严重障碍。尝试从出版社的角度出发,针对农科类图书在发行工作中存在的问题提出一些解决对策和建议。

[关键词]农业科技类图书;农家书屋;发行

doi:10.3969/j.issn.1673-9477.2013.02.039

[中图分类号]G235

[文献标识码]A

[文章编号]1673-9477(2013)02-0121-04

一、农业科技类图书发行面临的问题

(一) 图书编写和发行工作质量有待提高

自2007年国家新闻出版总署全面启动“农家书屋”工程以来,一些专业出版社和地方科技出版社相继推出了多套“农家书屋推荐”系列图书,“三农”图书尤其是农业科技类图书市场出现了一派繁荣的景象,但是,在表面繁荣的背后一些问题也逐渐显现出来:由于少数出版社为了赶上“政府采购”,使得大量低水平的拼凑图书应运而生;此外,一些学者按照学术论文的模式编写农村科普图书,造成农民读者在阅读时存在困难,这些问题导致图书面世后不被市场所接受。尤其是现阶段,对于出版社而言,随着各地区“农家书屋”工程“十一五”期间建设任务的圆满完成,农业科技类图书被大批量采购的“美好时代”已渐行渐远,市场逐渐进入到“后农家书屋”时期,出版社面临着前阶段数量激增、整体质量不高的农科类图书如何在后期消化的严峻的现实问题。加之当前书店对经营成本的严格控制,对采购部门的业务指标考核(如退货、动销率等)更为严格,不再允许出版社主发新书,而是根据出版社提供新书信息和建议订数实行按需采购,而农业科技等专业图书利润贡献率又相对不足,使得书店对其销售重视程度不够,有些卖场减少了农业类图书架位陈列面积,新书上架品种、上架时间也随之减少。

(二) 传统书店发行网络尚不健全

农业科技类图书的读者基本上集中于农村和基层生产一线,而随着农村供销社的解体,新华书店失去了农科类图书的发行平台,而依靠少量的自身集镇网店艰难运行,新华书店完全依靠自身发展繁

荣农科类图书市场已举步维艰。^[1]我国目前的实际情况是国有新华书店和民营企业将主要精力放在了大、中城市,导致很多地区县级新华书店缺乏对该类图书销售的积极性,^[2]不发达地区尤为如此。虽然“农家书屋”建设在一定程度上满足了部分地区农村的需求,对图书的出版发行起到了一定的推动作用,但从整体上看,由于这种公益性的行为资金有限,图书品种难以保证常换常新,更无法一次性地将所有高质量的图书品种进行采购。而目前“农家书屋”工程又尚未建立长效运行机制,农科类图书发行形势依然严峻。

(三) 网上书店依靠资金优势迅速抢占图书市场

随着互联网等多媒体信息技术和物流行业的快速发展,网上书店异军突起,因其产生于互联网行业,先天具有风险投资、上市等便利的融资渠道,可以在发展前期不计盈利甚至不怕亏损,能低价售书甚至打价格战。他们需要图书资源创造流量,借此变现,而图书本身的利润似乎可以忽略不计。^[1]由于在价格、搜索、服务等多方面的优势使得图书销售额不断攀升,现已成为图书营销最重要的发行渠道之一。随着农村基础设施建设以及农民物质条件的日益改善,已经有越来越多的农民读者加入到网购图书的大军中来。因此很多人认为,传统书店已经成为消费者进行网上采购前的图书阅览室。甚至有观点认为,传统书店即将被网上书店取代。

(四) 社店人为因素产生不必要的发行成本

首先,由于同一省份不同地区的农业优势产业不尽相同,而很多出版社发行人员和新华书店的采购人员在发行图书时往往不加分析便“面面俱到”,这样往往会出现供配不对路的情况。以省级新华书

[投稿日期]2013-04-03

[作者简介]王笃利(1979-),男,山东梁山人,编辑,研究方向:图书出版发行。

店对基层店配货为例,由于农业生产存在地域性的差异,在某地新华书店畅销的品种却是另一地区新华书店的滞销品种^[4];滞销地区将图书退回省店之后不经二次分配便直接退回出版社。而同时断货地区又通过省店向出版社订货,给出版社和省店都增加了不必要的物流成本。其次,新华书店业务员每人要负责几十甚至上百家出版社,同时还要负责对数量众多的基层店的配供工作,工作量之大可想而知,难以保证对众多农科类图书品种及时准确地添、配货。第三,出版社对于发货码洋过分重视。使得发行人员过分强调发货数量,而忽略发货质量,导致书店库存剧增,从而增加了书店的机会成本和进、退货成本。迫使书店为了控制进货、仓储、上架、退货等经营成本,对采购人员严加考核。第四,双方业务人员由于各种原因的更换使得图书发行工作失去延续性,发行质量下滑难以避免。

二、建议与对策

(一) 从选题源头抓起,做到产品差异化和策划营销一体化

产品差异化是出版社根据市场需求变化,在选题策划方面创造独特性,以此拓展农业科技类图书的发行空间。这对编辑和发行人员都提出了很高的要求。对于编辑人员而言,一是要明确农科类图书的读者定位,一般来讲农村读者可以分为三类:农技员、乡村干部和广大要求致富的农民,在策划选题时应尽量满足他们不同层次的阅读需求。二是要关注农业政策,要注重调查研究,关注农民需求及农产品市场信息,使自己具有合理的、适应新农村发展要求的知识结构和策划能力,并根据农民读者的文化水平确定出版的内容和形式,既考虑不同生产方式、生产领域的要求,又分析各自的地域特点与环境变化规律,分类策划,贴近农民的思维方式 and 阅读习惯,努力做到传统农业与现代农业兼顾、实用技术与高新技术结合,^[5]体现出与竞争对手产品的差异化优势。

发行是编辑工作的延续,但二者更应融为一体,同时指向市场。因此,对于发行人员来说,有必要提升自身双重专业能力,不仅需要具备一定的图书营销的专业能力,同时也要掌握一定的农学类专业知识,具备对行业的预见和判断能力,如此才能进一步细分农科类图书发行市场,根据不同地域特点对生产技术的不同要求,对不同的品种要确定不同的重点发行区域,制定不同的发行策略。比如海产品养殖类图书,主要发沿海地区,毛皮动物养殖类

则主要在北方地区发行等。

(二) 整合渠道资源,形成发行合力

1. 充分发挥和延拓“农家书屋”的功能与作用,与新华书店联合共建农科类图书传播平台

“农家书屋”网点目前已遍布全国,有效地解决了农科类图书发行网点不足的问题。若将新华书店的农科类图书发行工作和农家书屋工程建设有机结合起来,必定会推动该类图书的发行销售。当然这需要各级政府给予相应的政策和经济支持,鼓励和支持新华书店作为巩固发展农家书屋的创新力量,让“农家书屋”和新华书店相互依托,新华书店为“农家书屋”不断输送新鲜“血液”,让“农家书屋”以公益性为起步,充分体现出地域性特色与优势,紧密结合农村的实际,结合市场机制的特点实现其长远发展。^{[1][5]}

2. 充分利用“线上+线下”的渠道组合,促进农科类图书发行

目前农科类图书的营销渠道主要包括实体书店(新华书店、民营书城、专业书店和个别高等农业院校附近的校园书店等)和网上书店。二者在物流和信息流方面各有所长,在营销过程中可以互补。对于一些有一定实力的专业书店和校园书店,他们往往拥有大量的客户资源,其中既包括个人客户,也包括众多的企业客户。经过多年的市场经营,其对市场具有很强的理解力和洞察力。而对于新华书店而言,其品牌效应和线下资源优势更是其他渠道无法替代的,在未来很长一段时间,新华书店将为读者体验服务等带来更多价值。一些实力较强的发行集团如江苏凤凰出版传媒、浙江新华、上海新华传媒、湖南、湖北新华发行集团在不断加强自身信息化建设,相继建立了与出版社对接的B2B电子商务平台,出版社可将新书信息上传至B2B平台,新华书店根据出版社发布的信息和图书介绍进行宣传、推荐,然后综合图书印数、定价和营销分类等信息,由计算机系统形成报订数,书店根据自身特点进行有针对性的采购,并对基层店逐步实现有针对性的供配,增大销售机会从而有效地控制了退货。B2B系统的建立实现了社店信息资源的对接。完善了双方图书信息的交换和共享,使双方在同一个平台分享资源。^[3]

网上书店的图书品种多而齐全,也是传统书店无法比拟的。随着农村信息化建设的不断推进,网络销售渠道将变得愈发重要。目前,越来越多的新华书店和专业书店依托实体书店经营的产品开展网上销售^[6],其流程相对简单,成本也较低,只需建立

和完善图书备货信息数据库。这种“虚实结合”的业务模式对图书销售起到了很好的效果。因此，出版社应充分借助二者各自的渠道优势，促进农科类图书发行工作。

（三）规范图书发行模式，提高发行质量和效率

图书发行工作质量的高低直接决定了出版社经营效益的好坏。因此，规范农科类图书发行模式对于出版社效益的提升至关重要，同时也为其他图书的发行工作提供参考。

1. 社店业务人员加强双向沟通与合作

社店须始终将业务合作中的相互信任和有效沟通放在首位。出版社发行人员要向书店采购人员及时传递出版社的新书信息，并提供铺货和添货建议，合理减轻其工作负担，使他们更加重视社店双方的合作^[7]。对于实体书店，首先要确保重点书和畅销书品种的及时添配，同时也尽可能做到其他上架品种达到一定的规模。对于网络书店，因其不需要提供巨大的图书展示空间，二是追求图书信息的丰富性，因此出版社可以为其提供更多的图书品种，使其充分发挥“长尾效应”的优势作用。

2. 提高新书发货质量

提高新书发货质量，降低营销成本是社店双方

共同追求的目标。出版社发货前应做好以下两方面工作：一是根据图书特点确定重点发行区域。尤其是对于食用农产品生产技术类读物，发行人员必须保持敏锐的嗅觉，时刻关心、了解产业政策和市场动态。同时结合市场销售热点，建议书店适当增加报订数，在市场需求处于低迷状态时，要减少甚至停止该类图书发货，当市场行情有所好转时，应及时铺货，取得市场先机^[2]。二是根据各个渠道的不同特点、发行能力合理确定发货数量，并根据渠道的发展变化随时调整。

3. 配合书店做好添货和备货工作

发行人员应充分利用 B2B 系统，对各基层店销售、库存和退货数据的跟踪分析，甄别有效的发货品种，对于几个月未动销品种要分析原因，定期向各基层店传递本社图书销售动态，提供添货建议，配合其高质量地完成添货和备货工作，并对出版社后续图书发行工作做出调整和修正，使其进入良性运行模式。通过对以上数据的分析，可以帮助出版社及时调整选题计划，进一步提高选题质量。

根据以上的建议，改进后的农科类图书发行业务流程如图 1 所示。

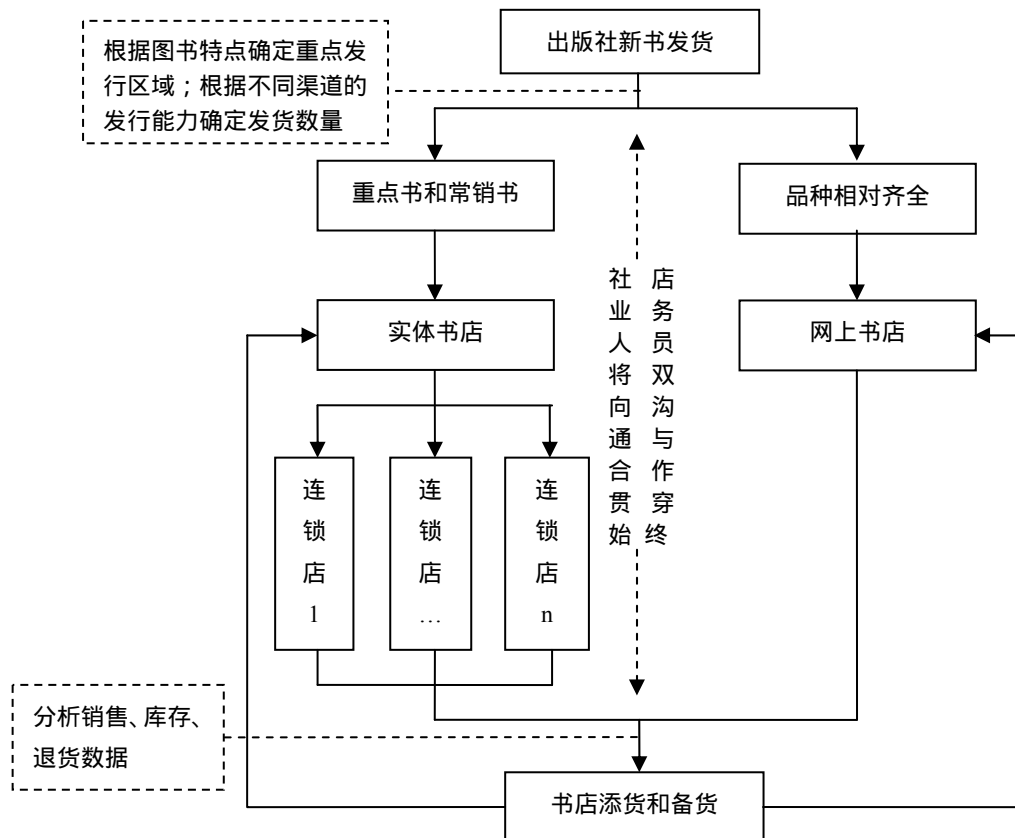


图 1 出版社农科类图书发行业务流程

(四) 加强渠道管理, 制定行之有效的激励政策

出版社对经销商可采取动态分级管理方式。根据经销商规模实力、资信状况等因素对客户进行分级管理。出版社要与经销商签订经销合同, 通过限折等措施进一步整治目前低价恶性竞争等现象, 规范市场以规避风险, 合同内容应规定供货折扣、回款周期以及科学有效的激励政策等主要条款, 并根据合同履行情况和客户代理情况的变化对其实行动态管理, 奖优汰劣, 随时调整客户的级别并调整相应的发行政策。

参考文献:

[1] 陈满之. 出版科学探索(第10辑)[M]. 湘潭: 湘潭大学出版社, 2010.

[2] 养殖类图书, 致富路上的指南针[N]. 新华书目报, 2010-7-1(A11).

[3] 穆宏志. 主发渐“退市”, 全品种上架不再[N]. 中国图书商报, 2011-10-27.

[4] 董夫才, 陆强, 周伟. 在农业科技图书高退货的背后[J]. 出版发行研究, 2005(12): 44-45.

[5] 周国清. 农业科技类图书营销策略略论[J]. 湖南师范大学社会科学学报, 2009(3): 5-10.

[6] 罗紫初, 秦洁雯. 当当网和卓越亚马逊网的营销模式研究[J]. 编辑之友, 2010(2): 8-11.

[7] 张士宏. 反璞归真后的重生——浅议图书主发业务的变革及创新对策[J]. 出版发行研究, 2010(6): 37-39.

[责任编辑 陶爱新]

Thought about distribution of agricultural science and technology books from the perspective of the publishers

WANG Du-li¹, LI Yong-jin², SHEN Guo-xin³

(China Agricultural University Press, Beijing 100000, China)

Abstract: With the rapid development of modern agriculture and the publishing of a series of National policies for benefiting farmers, increasing attention has been paid by the relevant publishers to the distribution of agricultural science and technology books. Moreover, with the implement of “Rural Study” project, types and quantities of published agricultural science and technology books have increased greatly. However, some problems such as the gap between the current publishing situation and the requirement of agricultural readers, serious homogenization and inadequate distribution channel have hindered the distribution of this kind of books. Therefore, in this paper, regarding the problems existing in the distribution of agricultural science and technology books, authors attempt to provide some suggestions through the present research from the perspective of publishers.

Key words: agricultural science and technology book; the “Rural Study”; distribution.

(上接第 115 页)

Analyses of the present situation and influential factors of university students in Handan

ZHANG Jian-jun, YANG Ting, LIU Zhi-gang

(College of Physical Education, Hebei University of Engineering, Handan 056038, China)

Abstract: The paper makes researches on leisure sports of university students in Handan by applying the document-data method, investigation method and so on. Take a random sample of 3000 people among university students in Handan, 2886 effective questionnaires are recovered. Then, based on the data gained from the validity and reliability test of these questionnaires, the paper provides some useful advice.

Key words: Handan; colleges; college students; leisure sports