



图书发行市场化条件下高校图书馆采访书目分析

An Analysis of the Acquisition Bibliography of University Libraries
under the Condition of the Marketing of the Book Publishing

周 红 (厦门大学图书馆 福建 厦门 361005)

[摘 要] 图书发行的市场化是目前国内图书发行市场的基本特征,图书馆专供商的出现则是市场化的结果。结合目前国内图书发行业书目发展现状,对图书馆专供商提供给高校图书馆的采访书目进行高校图书馆征订书目构成分析、书目预订情况分析、书目信息容量分析,力求为高校图书馆的实际工作提供可资参考的依据。

[关键词] 图书发行 市场化 高校图书馆 采访书目

[中图分类号] G258.22;G252 [文献标识码] B

[Abstract] The marketing of book publishing is the basic character in domestic book publishing market, whereas the exclusive suppliers of the library are the outcome of the marketing. Combining with the status quo of the book publishing in China, this paper gives a deep analysis of the acquisition bibliographical information, in order to provide the reference for the practice of university libraries.

[Key words] Book publishing; Marketing; University library; Acquisition bibliography

1 我国图书发行的市场化发展

1.1 图书发行格局的市场化

20世纪80年代以前,中国只有新华书店一个图书销售渠道。自1982年3月原文化部出版局在《关于图书发行体制改革问题的报告》中提出:在全国组成一个以国营新华书店为主体的,多种经济成份、多条流通渠道、多种购销形式、少流转环节的图书发行网,并提倡“适当发展个体书店”^[1]。由此,民营书店作为新华书店的补充应运而生。据估计,2002年民营书业在一般图书的发行中所占份额已经超过了50%,2003年民营书店就达到了近8万家^[2]。据中国出版科学研究所调查,2005年3月全国已经至少有二三十家经营规模上亿元的民营书业企业^[3]。

1.2 图书馆专供商的出现

民营书业企业的大规模发展也为之后整个书业市场的定位化发展奠定了基础,一些民营企业以零售性连锁书店、图书馆专供商等形式在图书发行市场中占有自己的一席之地。其中,图书馆专供商的出现为图书馆的日常图书采购提供了极大的方便。在日益激烈的竞争中,他们为了生存和发展,力求为图书馆提供最好的服务,包括图书出版信息的收集、图书馆所需书目数据的提供、图书到馆加工服务、图书质量和优惠条件,等等,都有力地促进了图书发

行的市场化发展。

2 图书出版发行业书目发展现状

书目是传播图书出版信息的载体,20世纪90年代前后多为纸版书目,近10年来,随着图书出版发行市场的发展和行业竞争的加剧,电子版书目日益成为图书发行市场的主要媒介,也成为图书发行商竞争的重要工具。书目从出版社到发行商再到最后的消费者这一过程中,出版社是书目信息的源头,发行商则以中间商的身份成为出版社和消费者之间的桥梁。我国现有图书出版发行业书目系统依然保留着计划经济时代的特点;而与此同时,市场经济的发展催生了以民营书店为主体的图书市场的发展,用于图书发行的征订书目则随之出现了完全以发行商为主导、以营利为目的的商用书目,这同时也丰富了我国现有的图书出版发行业的征订书目体系。

2.1 公用性全国书目

长期以来,公用的全国性书目主要是《新华书目报》、《中国图书在版编目快报》、《全国新书目》、《全国总书目》和《中国国家书目》等,可以说它们还是计划经济时代的遗留物。《新华书目报》主要用于新华书店系统进行图书征订,由新华书店总店编制。《中国图书在版编目快报》是以

新闻出版总署纳入出版计划的图书出版预报信息为来源编制的。《全国新书目》(月刊)和《全国总书目》(年刊)则是中国版本图书馆样书书目。《中国国家书目》是中国国家图书馆的馆藏新书书目。显然,《新华书目报》和《中国图书在版编目快报》是图书出版前的预报性书目,而《全国新书目》、《全国总书目》、《中国国家书目》均是图书出版以后以出版新书为数据源编制的书目。这些书目都在不同程度上使用于图书出版发行的各个环节,对图书市场的发展起到了一定的作用。

然而,作为传统性的几大书目,它们目前存在着一个共同的问题,那就是在当今市场经济条件下,图书出版市场的多样化已经让它们日益丧失了以前在书目信息收集上的权威性和完整性。各种统计均表明,预报性的《新华书目报》现在收录的图书出版信息已经只能占到年出版图书的30%左右,且大部分是京版图书,地方版图书越来越少;《中国图书在版编目快报》的收录品种也日益下降,且预报信息的准确性较低,信息的可利用性不大;《中国国家书目》、《全国总书目》以及《全国新书目》等图书出版后编制的书目虽然准确性比较强,但相对图书出版时间而言却明显滞后,而且收录品种也因我国出版格局的变化等因素难以齐全。正因为如此,这些书目在我国目前图书发行市场已经越来越失去了其原有的作用,直接用于图书发行的商用书目应运而生,并且在图书发行市场开始占有举足轻重的地位。

2.2 商用性书目

民营书店的发展壮大活跃了图书发行市场,也极大地刺激了国营书店的改制,从而形成了图书发行行业的竞争态势,伴随市场竞争的则是各书店商业书目的发展和日益成熟。就高校图书馆专供商提供的商用书目而言,目前具有全国性影响的有以下几家:北京图书大厦书目、人天书目、教图自编书目、武汉三新书业书目、世纪金典书目,等等。发行商通过各自的渠道收集图书出版信息编制成为本店发行服务的商用书目,同时也为下游的消费者,尤其是为图书馆的图书订购提供了极大的便利。这些书商、出版商为了争夺图书发行市场,除了在库存新书品种上一拼高下,其对图书发行信息的收集与制作也成为竞争的重要武器。他们不但为图书馆提供采访所需的书目,甚至对图书馆所需的

馆藏图书编目数据也加以配备,如北京图书大厦作为国内最大的一家现货书店,同北京丹诚软件公司合作,组

织和培训了一批专门人员从事书目数据的制作,能为图书馆提供高质量的征订书目数据和编目数据。该书店到书迅速,所制作的书目数据因为是以库存新书为数据源,信息也非常准确,因而在目前的国内图书发行市场有着很大的竞争优势。

对现有图书业书目发展现状的了解,是为了给高校图书馆的日常图书采访提供一定的依据。下面笔者将以高校图书馆几家大型专供商的征订书目为分析对象,对其在高校图书馆采访工作实际应用中的优劣进行相关探讨。

3 高校图书馆专供商征订书目分析

3.1 高校图书馆征订书目构成分析

对高校图书馆而言,除了传统的《新华书目报》以外,图书馆专供商的自编商用书目是其提供给图书馆的主要图书征订信息。表1是目前高校图书馆专供商书目中比较代表性的几种书目,通过对它们的分析可以让我们对目前图书发行市场的书目状况有基本的了解。

从表1可以看出,这几家综合性书店在书目上有一定的共性,同时也有各自的特色。首先,除以书店库存新书为书目信息源的北京图书大厦以外,其它书店都将传统的新华书目报作为自己书目的一部分,在书目上依然有计划经济时代的遗存。其次,各书店书目充分体现了市场化的特点,自编书目根据各书店对市场的定位以及自身的经济实力主要分为现货新书书目和预订图书书目两大部分。据笔者了解,北京图书大厦以其雄厚的经济实力和在发行业的良好声誉,能保证其书目为100%现货新书书目;其它三家书店现货新书书目则因各自的实力和定位,现货图书比例基本上为30%左右,其中部分虽然是现货图书但并非新书品种。如湖北三新书店对《三新可供补缺数据》的说明是:2006年以前出版图书的数据,是对2006年以前出版图书的一个补充,其中多为现货书目;而人天的库存图书书目也情况类似。据笔者日常处理书目了解到,各书店书目信息的重复性较大。各书店虽然有一定的自身特色,如湖北三新的地方出版社书目,世纪金典的理工类分类书目,但从总体来说,他们的书目都属于综合性书目,如基本上都分为社科类、科技类,特色书目也更多地只是将信息进行分类

表1 厦门大学图书馆主要专供商书目一览表

书目名称	北京图书大厦	人天书店	武汉三新	世纪金典
新华“三目”	无	有	有	有
自编商用书目	北京图书大厦书目	人天非两目社科;人天非两目科技;人天社科;人天科技;库存图书书目	三新可供新书数据-社科;三新可供新书数据-科技;三新可供沪版书目;三新可供补缺数据-社科;三新可供补缺数据-科技;地方出版社分类书目数据	金典社科;金典机工版书目;现货高职数理化;现货无高职数理化;农林专题;现货目录非高职T类(不含TP,TN,TU);现货目录高职T类(不含TP,TN,T科技)

整理而已，其中大部分书目信息与其它书店存在着重复性。

3.2 书目预订情况分析

很长时间以来，在我们图书馆采购人员的意识中都认为以传统的《新华书目报》为代表的征订书目基本上是预告性书目，其预订比例应该是很高的。笔者针对此问题对常用征订书目进行了一个有关预订情况的统计，表2即是笔者量化分析的结果。这里所选取的书目分别是：《新华书目报》（社科、科技）、《中国教育图书公司自编社科书目》、《人天自编社科书目》等几种，时间为2007年8-9月期间，每种书目各3期。

表2 书目预订情况统计

书目名称	书日期号	发布时间	预订品种	总品种	预订率(%)
社科新书目	834	2007.8.8	143	372	38
	836	2007.8.28	38	422	9
	838	2007.9.18	73	323	23
科技新书目	789	2007.8.1	184	529	35
	791	2007.8.24	115	555	21
	793	2007.9.12	105	478	22
教图自编社科书目	7401	2007.8.28	3	870	0.3
	7601	2007.9.11	74	1138	6.5
	7801	2007.9.25	13	885	1.5
人天自编社科书目	291	2007.8.31	24	924	2.6
	293	2007.9.14	280	1083	26
	295	2007.9.27	31	957	3.2

注：预订品种是指图书出版时间晚于书店书目信息公布时间的图书。

由表2可以看出，目前在图书发行市场中，征订书目的预订率已经大大降低，如在表2中4种共12期的不同书目中，预订比例较高的集中在《新华书目报》的《社科新书目》和《科技新书目》，它们的平均预订率也仅仅为25%左右，这也是出版业高度市场化的结果。至于教图自编社科书目和人天自编社科书目的预订率则更低。结合笔者了解到的情况，书店自编书目预订率降低主要有以下几个因素：书店的部分自编书目是以出版社图书出版

后直接发给各书店的新书为数据源编制的。从近年书店的发展来看，由书目预订向现书订购的转变已经成为一种趋势，虽然这部分新书订购的比例还较低。如人天书店就建有面积达20000平方米的大型书库，共计有近15万个图书品种，但其中的近期新书品种并不多，更多的是作为出版社的库存图书存放地，如其网站上2006年11月27日的“本周新品种”书目中，2006年版的图书只占到60%左右，如果从书目发布时间算起，则近3个月出版的新书比例仅约

为30%左右。目前一些高校图书馆专供商设有出版社的样书展示厅，他们的部分书目是依据这些样书制作的，但基本没有复本配备。自编书目中的预订书目比例已经明显降低。由此可见，在目前的国内图书发行市场，还没有一种真正起主导作用的预订书目系统，这就直接导致了图书征订时的盲目性。

3.3 书目信息容量分析

表3采用抽样统计的方式，统计内容包括每期书目的地方出版社家数、地方版图书品种（京沪版以外）、图书总品种、地方版图书品种所占比例等几项主要指标。

首先，这里需要对书目信息容量进行一个基本的界定。

笔者认为，书目信息容量主要包括以下几方面的内容：该书目一段时间内总的图书品种的多少、书目信息覆盖地方出版社家数的情况、地方版书目信息在总的图书信息中所占比例。前两者表示书目信息的完整性，后一指标则表明书目信息的特色性。结合这几个指标，我们可以看出，其一，传统的新华书目报信息量已经非常有限，其在计划经济时代那种书目信息上的权威地位已经被发行商自编书目所取代。其二，现有的高校图书馆综合性专供商基本每个月可提供4000种左右适合高校图书馆的新书书目，一年可提供约5万种，如果图书馆跟2-3家书店合作，则在书目信息总量上已经达到了一个很高的水

表3 书目信息量情况统计

书目名称	期号	发布时间	地方出版社家数	地方版品种	总品种	地方品种比例(%)
社科新书目	834	2007.8.8	6	86	372	23
	836	2007.8.28	0	0	422	0
	838	2007.9.18	2	7	323	2.2
教图自编社科书目	7401	2007.8.28	57	203	870	23
	7601	2007.9.11	94	359	1138	32
	7801	2007.9.25	51	226	885	26
人天自编社科书目	291	2007.8.31	83	269	924	29
	293	2007.9.14	71	273	1083	25
	295	2007.9.27	72	203	957	21
北京图书大厦社科书目	386	2007.8.23	35	108	663	16
	388	2007.9.7	45	180	893	20
	390	2007.9.21	52	269	1010	27

平。而我国每年约出版15万种图书，其中新书约12万种，而适合高校的图书约7万种，如果各专供商书目信息的互补性较强的话，完全能够满足图书馆的需求。其三，在书目信息对地方版图书的覆盖上，目前教图与人天两家以自编预订书目为发行主渠道的综合性书目仍有一定优势，二者在地方出版社家数与地方版品种比例上也比较接近，人天略高；北京图书大厦作为现货新书订购的书店，地方版图书品种则相对较低；而《社科新书目》（下转第56页）

费会议文献都存在读者。图书馆过去往往忽视网络免费会议文献的建设,但透过这种长尾现象,应重视采集免费会议文献资源,建设其资源平台,提高资源的利用率,从而形成新的服务理念^[8]。

4.2 建立网络免费会议文献采集和揭示的平台

网络免费会议文献的分散性和动态性,增加了用户发现、获取和使用它的难度,导致现存很多免费会议文献不能被适当使用。图书馆应该建设网络免费会议文献采集和揭示平台,增加网络免费会议文献的可见度,方便用户快速找到资源,提高资源的利用率。

4.3 发掘、引导用户兴趣,建立网络免费会议文献的资源导航系统。

随着网络的迅速普及、信息技术的快速发展,在当前Web2.0环境,乃至以后可能出现的Web3.0、Web4.0环境下,信息鸿沟将逐渐消失,可免费获取的会议文献数量会渐渐增多,用户的需求将逐渐从目前的“头部”慢慢引导到“尾巴”^[8]。为了使用户更为有效地利用互联网上各种不同类型的网络免费会议文献,图书馆可在建立网络免费会议文献采集和保存平台的前提下建立一些机制,通过用户的参与、评价和推荐,为用户提供丰富的导航系统,从而使用户发现曾经被忽略的有价值的会议文献。

长尾的启示在于借助网络免费的优势^[9],发掘网络上众多分散可免费获得的会议文献,利用数量上的规模优势取得效益。

参考文献:

- [1] Chris A. The Long Tail[J]. Wired Magazine, 2004(10).
- [2] Brynjolfsson E, Hu J, Simester D. Goodbye Pareto Principle, Hello

Long Tail: The Effect of Search Costs on the Concentration of Product Sales[EB/OL]. [2008-03-12]. http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=953587.

- [3] Riding the Long Tail of E-Commerce to Increased Profits[EB/OL]. [2008-04-23]. http://www.doba.com/articles/selling_on_ ebay_articles/riding_the_long_tail_of_e-commerce_to_increased_profits.html.
- [4] Elberse A, Oberholzer-Gee F. Superstars and Underdogs: An Examination of The Long Tail Phenomenon in Video Sales[EB/OL]. [2008-04-23]. http://www.aeaweb.org/annual_mtg_Papers/2007/0107_1015_1002.pdf.
- [5] 袁志华,王均林.高校图书馆重点用户隐性需求的开发[J].大学图书馆学报,2002(1):60-62.
- [6] 阮冈纳赞.图书馆学五定律[M].夏云,杨起全,王光林,等译.北京:书目文献出版社,1988.
- [7] 颜世伟.长尾理论和数字图书馆联盟的长尾效应[J].情报杂志,2007(11):145-147.
- [8] 苏海燕.基于“长尾”理论的图书馆服务模式[J].情报资料工作,2007(3):46-48.
- [9] 卜华白.“长尾理论”及其对互联网商业运营模式的构筑启示[J].商场现代化,2005(23):66-67.

[作者简介]

梅梅女,1982年生,中国科学院国家科学图书馆成都分馆在读研究生。

朱江男,1968年生,中国科学院国家科学图书馆成都分馆文献部主任,研究馆员。

余敏男,1984年生,中国科学院国家科学图书馆成都分馆在读研究生。

[收稿日期:2008-05-07]

(上接第52页)中地方版图书比例则明显偏低。总体而言,现有的高校图书馆专供商在提供的书目信息上存在着京沪版书目重复和地方版书目不足的情况,因为相对于我国图书出版总量上地方版图书已占有的一席之地而言,高校图书馆供货商在地方版书目的收集上依然存在着视觉盲区。

通过前述分析可以得知,对目前我国图书出版发行市场书目现状的了解是所有高校图书馆在图书采购中必须面对的问题,我们只有根据各书店的书目信息收集和提供能力选择图书馆专供商,同时进一步关注图书馆专供商的图书配送能力和后期的加工服务能力,才能寻找到真正满足高校图书馆需求的合作伙伴,也才能最终在长期的图书采购工作中真正确保工作效率和工作质量。而对我国的图书发行业来说,建立一个图书发行信息预告及时、图书品种齐全、书目信息覆盖地域广的征订书目系统和可供书目系统才能有效促进图书发行市场的健康、快速发展。对发行商而言,在我国目前缺乏以政府和行业为主导推动建立满足图书发行市场需求的征订书目系统与可供书目系统的情况下,谁先建立相对完备的书目系统,谁就将在很大程度上成为最后的赢家。

注释:

“非两目”是人天书店网站的书目分类名称,指传统的《新华书目报》(社科新书目、科技新书目)以外的书目数据。

参考文献:

- [1] 国家出版局《关于图书发行体制改革问题的报告》[G]//出版工作文件汇编:1981-1983.北京:文化部出版事业管理局办公室,1982.
- [2] 薛野.我国民营书业的发展与挑战[J].全国新书目,2006(2).
- [3] 张永恒.全国出版社将实行体制改革[N].人民日报:海外版,2004-04-09(5).
- [4] 康万武.高校图书馆文献资源建设中应注意的两大问题[J].情报杂志,2006(12).
- [5] 张加红.细谈中文图书采购模式[J].情报探索,2006(7).
- [6] 李亚彪,于力.民营书业搅动出版格局[J].瞭望周刊,2003(20).
- [7] 郑颖.浅谈图书发行渠道的掣肘点与关节点[J].出版发行研究,2005(11).
- [8] 王云.大学图书馆图书采购模式的比较分析[J].图书馆建设,2003(2).

[作者简介]

周红女,1972年生,硕士,馆员,厦门大学图书馆采访部主任。

[收稿日期:2007-11-21]