

# 基于垄断市场的外文图书采购分析

谭从容,王 力

(浙江科技学院 图书馆,杭州 310023)

**摘 要:** 从政府管制、渠道垄断及信息透明度三个方面讨论进口图书市场特点。外文图书采购面临着缺乏有效采访信息、图书定价不合理及低水平的服务供给等困难。改善进口图书市场现状、增强外文图书采购能力应采取降低进口图书市场垄断水平、加强外文图书采购理论研究、改进外文图书采购方式等措施。

**关键词:** 外文图书;进口图书市场;外文图书采购

中图分类号: G253

文献标识码: A

文章编号: 1671-8798(2006)01-0055-04

## Analysis of Acquisition for Foreign Language Books Based on Monopolistic Market

TAN Cong-rong, WANG Li

(Library of Zhejiang University of Science and Technology, Hangzhou 310023, China)

**Abstract:** The features of the import book market is discussed from three different perspective, such as the administrative management, the monopolized channel of purchasing books as well as the diaphaneity of provision information. The difficulties in purchasing foreign books are the inadequacy of effective purchasing information, the unreasonable prices of the books and the low-level service of supplement. Three points are put forward, that is to reduce the standard of monopolizing the import book market, focus on the study of the theory on purchasing foreign books and improve the method of purchasing books.

**Key words:** foreign language books; import book market; acquisition for foreign language books

进口图书市场是我国进口出版物市场的重要组成部分,也是外文图书的主要来源,它制约和影响着重文图书采购行为和采购效果。本文从图书馆角度出发,讨论进口图书市场特点,分析外文图书采购所面临的困难,进而提出改善进口图书市场现状、增强外文图书采购能力的政策建议。

### 1 进口图书市场特点

#### 1.1 政府严格管制

1.1.1 图书出版 根据《出版管理条例》和《外商投资产业指导目录》的有关规定,禁止外商投资中国图书出版业务,国外图书只能通过进口贸易或版权引

收稿日期: 2005-06-21

作者简介: 谭从容(1968— ),男,陕西延长人,副研究馆员,主要从事信息资源收集及组织的研究。

进方式进入中国。

1.1.2 图书进口 根据《出版管理条例》和《外商投资产业指导目录》的有关规定,禁止外商投资图书进口业务,出版物进口由国家批准的单位经营,经营者资质明确要求是国有独资企业并有经过符合国务院出版行政部门认定的主办单位及其主管机关。成立图书进出口公司须经省级以上新闻出版部门审批,才能获得进口许可证。

1.1.3 图书分销 虽然根据我国人世承诺、《出版管理条例》和《外商投资图书、报纸、期刊分销企业管理办法》的有关规定,出版物零售市场已经完全放开,到 2004 年底,出版物批发市场也已经对国外资本开放,但是《出版物市场管理规定》同时规定“国家实行出版物发行许可制度,未经许可,任何单位和个人不得从事出版物发行活动”,也就是说出版物分销仍实行控制性审批。当前进口出版物分销网点发展缓慢,表明相关部门对进口图书分销审批仍然相当谨慎。各地区政策也不相同,例如《石家庄市文化管理条例》规定国外图书只能由“新华书店”经营,而 2004 年陕西省人大修改了《陕西省文化市场管理条例》并删去“进口的图书、报纸、期刊只能由外文书店和省新闻出版行政部门批准的单位经营,其他单位和个人不得经营”的限制性条款<sup>[1]</sup>。

1.1.4 购书用汇 人民币换汇受到严格限制,买方很难获得购书用汇。

## 1.2 渠道垄断

1.2.1 进口渠道绝对垄断 目前拥有出版物进出口许可权的公司共有 38 家,其中大型进口商有中国图书进出口(集团)公司(以下简称“中图”)、中国国际图书贸易总公司、中国出版对外贸易总公司、中国教育图书进出口公司等 7 家,它们单独享有国家关于“科研单位与大专院校进口用于科研和教学的图书、文献、报刊及其他资料免征进口环节增值税”的税收优惠,拥有进口图书市场 70% 的份额,“中图”公司占有其中的 50%,处于行业领导者地位。其他是进口商由各省外文书店组建而成,在竞争中处于劣势地位<sup>[2]</sup>。

1.2.2 零售渠道间接控制 由于计划经济形成的专业分工,各地区外文书店与部分新华书店是进口图书的主要零售商,垄断了进口图书零售渠道。同时《出版物市场管理规定》“发行进口出版物的,必须从依法设立的出版物进口经营单位进货;其中发行进口报纸、期刊的,必须从新闻出版总署指定的出版物进口经营单位进货。”该条款实际上对零售商进货

渠道进行了限制,大型进口商也因此获得了间接控制零售渠道的政策基础。

## 1.3 信息透明度低

1.3.1 障碍信息交流的客观因素 ①语言的多样性。进口图书及相关报道由于出版国不同而使用的语言不同,给正确理解有关内容造成了困难;②文化的差异性。各国文化背景不同,有时存在巨大差异,直接影响对图书内容的准确理解;③空间的广阔性。有关进口图书的信息交流是在全球范围进行的,巨大的空间范围,势必增加人员往来和书目传递的时间和经费成本。

1.3.2 障碍信息交流的内在原因 ①信息分布不对称。进口商垄断了外国图书进入中国的销售渠道,很自然地拥有大量低成本外文图书信息,同时掌握大量用户需求信息。而国外出版商对国内用户需求信息,国内用户对外文图书信息的掌握远不如进口商。②信息间接传递。如果将进口图书市场的参与者简化为出版商、进口商和用户,那么外文图书信息传递形式是:国外出版商→进口商→用户;用户需求信息传递形式是:用户→进口商→国外出版商。在信息传递过程中,进口商处于中心地位,国外出版商与用户之间的信息交流被阻隔,两者之间的信息交流必须依赖进口商。作为信息最终使用者,用户、国外出版商处于被动接受者地位;作为信息的发送者,国外出版商与用户获得的是间接反馈。③信息渠道容量不足。根据本文对 2003 年 4 月至 2004 年 12 月“中图”公司每月的《中图进口新书目录》统计,反映新书信息最多月份有 4 000 余种,少的月份不到 500 种,如果加上北京国际图书博览会目录所反映的新书信息,每年反映新书信息在五万种左右,而仅美德两国 2003 年出版新书达到 20 万种。④缺乏信息中介机构。比如,缺少国外出版社的代理机构,缺少针对国外图书市场的专业性报道刊物和专业性书评,报纸、广播、电视等媒体宣传报道则更少。

总之,进口图书市场是政府严格管制,渠道高度垄断,信息透明度低的政策性垄断市场。

## 2 进口图书采购面临的主要困难

### 2.1 缺乏有效采访信息

2.1.1 信息来源来少 由大型进口商根据国外出版商和书商提供新书信息编制而成印刷本新书目录是信息的主要来源,再加上一些国外出版商寄送专题性书目,除了每年一次的北京国际图书博览会,很



少有针对性图书馆的进口图书展销会、订货会,零售网点也很少提供进口图书信息。

2.1.2 信息类别失衡 偏重于预订(新书)书目信息,在版书、可供书(现货)信息少;侧重于图书的外在形态描述,不重视图书内容、作者、出版商、专业书评等介绍;强调英文版图书的推荐,忽视其他语种如法语、俄语图书的报道;由进口商转递的间接信息多,直接来自国外出版商或书商的信息少。

2.1.3 印刷本书目问题较多 内容更新慢,通常一月一期;只提供书名、著者、ISBN、价格、出版者和简单的内容提要,缺乏有关作者和图书内容的深度报道,不利于专家选书;书目按类展开,无法提供题名、作者、ISBN号等其它检索途径;来自不同进口商的书目以及同一进口商的不同期次书目存在交叉重复现象,容易造成重订;多卷及不同版本的图书在不同期次分开反映时,缺少相关性提示,容易造成误订和漏订。

## 2.2 图书定价不合理

2.2.1 丰厚的行业利润 比如“中图”公司1999年的进口出版物营业额10亿余元,利润为1.7亿元,利润率为17%;而新华书店总店同年营业额9亿元,利润1100万元,利润率只1.22%,前者利润率是后者的近14倍<sup>[2]</sup>。

2.2.2 书价过高,抑制了有效需求 根据该文对我国2001—2003三年进口图书统计数据计算<sup>[3]</sup>,三年进口图书累计792万册,9197万美元,每册均价11.6美元。其中进口自然科技图书160万册,3516万美元,每册均价22美元,而近几年浙江科技学院图书馆中文入藏图书均价为26元,每册价格差距幅度在四到八倍。过高的价格不仅图书馆难以承受,也是进口图书个人消费市场难以启动的重要原因。

2.2.3 税收政策不合理 为支持教学、科研活动,我国对科研、教育机构购买进口图书实行退税政策,但效果并不好。一方面,只有少数几家进口商享受该政策,书价降低十分有限,而退税成了它们超额利润的来源,比如退税收入占“中图”公司1999年营业额的60%,总利润的41%来;另一方面,歧视性政策大大削弱大部分进口商的竞争能力,巩固了少数进口商的垄断地位<sup>[2]</sup>。

2.2.4 定价非市场化 进口图书定价不考虑数量、季节、地区、新旧等市场因素,采用加成定价方法,即在外币标价的基础上加收10%~40%(平均为18%)的手续费。与中文图书相比,进口商与国外出版商销售代理折扣平均为30%,两者相仿。国际运

费略高3%~4%,但同样的销售码洋,由于进口图书价格常常是国内图书几倍甚至十几倍,物流量大减少,但售价相比仍高18%<sup>[2]</sup>。

## 2.3 低水平的服务供给

2.3.1 指导思想落后 不积极主动发展客户,而是坐等客户上门,“有什么图书,就销什么图书”,而不是以顾客需求为导向,千方百计使顾客满意。

2.3.2 服务目标狭窄 进口商的主要服务目标是团体读者,很少考虑个人读者的潜在需求;注重大型团体客户的需求,忽视中小团体读者特色的要求。

2.3.3 服务能力不强 销售方式以预订为主,缺乏满足特色(专、深)采购、回溯性采购和突击性采购的能力,更不用说提供国外普遍使用的“纲目购书”服务模式;到书周期长,一般要120d左右,而美国书店一般能保证海外订户在一周内收到图书;到书保障率不高,平均只有85%;不愿承担风险,进口商很少自备现货,比如“中图”公司下属的中国书店常备品种只有1万多种,而且局限于艺术、建筑类图书,无法支持科技类图书现书采购;不重视分销网点建设,零售终端很少,而且网点主要分布在省会城市。

2.3.4 缺乏附加服务 售前进口商不提供订书查重服务;售中不及时告知预订的重要信息变化情况,比如图书断货、停止出版或价格出现较大变化;售后不提供图书加工诸如粘磁条、盖章等,不允许一定范围和比例的退书(即使内容实际情况与预订书目信息存在较大出入)。

## 3 政策建议

### 3.1 降低进口图书市场垄断水平

3.1.1 放宽进口图书准入条件 首先,向所有国有资本开放进口图书许可权,尽快增加进口商的数量。其次,允许民营资本投资、参股国有图书进口公司,促使后者转换经营机制,提高工作效率和服务水平。最后,对国外资本与国有图书进口公司合资、合作进行试点,引入国外先进的管理理念和方法。

3.1.2 消除税收不平等 取消少数进口商享受的退税特权,营造一个公平竞争的市场环境,让教学、科研单位真正体会到政策所带来的实惠。

3.1.3 鼓励零售终端的建设 在审批环节更加开放,支持各类资本设立进口图书分销网点,促进进口图书进入流通领域,为读者购买现书提供方便。

3.1.4 对科研、教学单位进行政策支持 给予教学、科研单位直接进口本单位所需图书的权利,同时

提供进口图书所需的换汇渠道。

### 3.2 加强外文图书采购理论研究

随着我国经济的不断繁荣和发展,教学、科研和生产对进口图书的需求日益增长,特别是高等教育的普及,研究生招生规模的扩大,双语教学的实施,各高校图书馆逐步开展和扩大了外文图书的采购。但是,理论研究还没有得到应有的重视。本文通过布尔表达式:(图书+文献)\*(采访+采集+采购)和(外国图书+外国文献+进口图书)\*(采访+采集+采购),对《中国期刊全文数据库》从 1994—2004 年进行检索,有关文献采购的论文共有 910 篇,有关外文文献采购的论文只有 14 篇,不到 2%;对《中国科技期刊数据库》从 1989—2004 年进行检索,有关文献采购的论文共有 2 281 篇,有关外文文献采购的论文只有 39 篇,同样不到 2%。当前,迫切需要针对外文图书信息来源、降低采购成本的方法以及国外出版商特点等问题进行深入探讨。

### 3.3 改进外文图书采购方式

3.3.1 主动和广泛收集外文图书信息 ①确保现有与进口商的信息获取渠道。②充分利用互联网,积极与国外出版商和书商进行联系,拓宽信息来源,建立合作关系。国外专业网上书店,比如亚马逊、BookEasy 建有大型书目数据库,不仅检索方便,而且信息丰富即时更新。一方面可以作为现书采购、专题采购和回溯采购的信息来源<sup>[4]</sup>,另一方面,可以与印刷本书目配套使用,弥补后者信息广度、深度不足的缺陷。从网上搜索国外出版商网站,通过浏览这些网站,能获得许多有用信息,比如出版社自我介绍、出版特点、出版计划、联系途径等等。特别是网站上的电子总书目数据库,不仅针对图书内容、作者和专业书评有详细报道,而且有多种检索途径可供使用,如果能进一步与它们建立联系,还能享受到出版商提供的定时免费的纸质和电子版新书采访目录服务,有的还免费提供样书以供研判。③开展与其他图书馆在外文图书信息收集和交流方面的合作,

降低信息收集成本。

3.3.2 对来自不同渠道的信息进行再加工 根据采购需要,对纸质书目和网上书目信息按相关主题或大类进行综合整理,扩大信息的覆盖面,或对某一图书的相关信息汇总,增加信息的深度,提高采购决策的准确性和针对性。

3.3.3 加强馆际合作,降低采购成本 进口图书市场是典型的图书馆市场,团体用户占 90%,完全有可能通过联合采访方式,增强在外文图书采购过程中的谈判能力,迫使进口商降低图书价格。再者,实践已有成功的先例,如 2001 年 26 所高校原版教材国际招标项目,中图、教图和具有外资背景的 AIS 公司中标,中标结算价只有书价的 85%,低的只有 70%<sup>[2]</sup>。

## 4 结 语

本文对进口图书市场与外文图书采购之间的关系给出了初步分析。根据进口图书市场特点,如何建立科学合理的外文图书采访模式,提高采访绩效,今后还需作进一步探讨,而国内高校进口图书采访现状与国外书商服务方式将是研究的重点。

### 参考文献:

- [1] 靳曼. 陕西 80 项行政许可被取消 开放进口图书经营[N/OL]. (2004-08-04) [2004-10-25]. <http://www.sxgov.cn/bwzt/xzxf/54493.shtml>.
- [2] 费卫亭. 中国进口书刊发行市场竞争研究[D/OL]. (2002-04-10) [2004-10-09]. <http://lib.zust.edu.cn:85/mst.dll?DATABASE=CDDbFT&FMT=CDDbFTN&OP=I&MFN=38780>.
- [3] 新闻出版总署. 中国出版业的对外政策与对外交流[N/OL]. (2004-06-04) [2004-10-15]. <http://www.nyconsulate.prchina.org/chn/xwyw/t151004.htm>.
- [4] 莫霄. 善用网络书目,提高外文图书采访质[J]. 图书馆建设,2002(4):21-22.