

2016 中国技能大赛——
全国新闻出版广播影视行业出版物发行员职业技能竞赛
综合知识竞赛题

说明：题型：名词解释；列举；简答；
比赛题型类别：必答题；小组共答题；抢答题；风险题
题目数量总计为 483 道题

目 录

- 1、时事政治 52 题 P2——14
- 2、法律法规 46 题 P15——29
- 3、历史文化传统 47 题 P30——40
- 4、出版物发行专业知识 321 题 P41——124
- 名词解释 1——68 题
- 列举题 1——11 题
- 简答题 1——242 题
- 5、出版物发行标准 17 题 P125——127
- (总计 483 道题)

时事政治知识

1、什么是中国梦？ 中国梦的具体内容是什么？

中国梦，是中国共产党召开第十八次全国人民代表大会以来，习近平总书记所提出的重要指导思想和重要执政理念，正式提出于 2012 年 11 月 29 日。习总书记把“中国梦”定义为“实现中华民族伟大复兴，就是中华民族近代以来最伟大梦想”，并且表示这个梦“一定能实现”。

“中国梦”的核心目标也可以概括为“两个一百年”的目标，也就是：到 2021 年中国共产党成立 100 周年和 2049 年中华人民共和国成立 100 周年时，逐步并最终顺利实现中华民族的伟大复兴，中国梦最核心的内容具体表现是国家富强、民族振兴、人民幸福；实现途径是走中国道路即中国特色的社会主义道路、坚持中国特色社会主义理论体系；弘扬中国精神即以爱国主义为核心的民族精神、以改革创新为核心的时代精神；凝聚中国力量即中国各族人民大团结的力量。实施手段是政治、经济、文化、社会、生态文明五位一体建设。

2、为什么要有中国梦？

(一)伟大复兴的中国梦有着我们民族文化的深厚基础

(二)伟大复兴的中国梦寄托着无数仁人志士、革命先烈的理想和夙愿

(三)伟大复兴的中国梦承载着中国人民实现幸福生活的梦想

(四)伟大复兴的中国梦体现着中国对世界所承担的责任

3、“四个全面”战略布局的内容是什么？ 之间的相互关系？

“四个全面”是指全面建成小康社会、全面深化改革、全面依法治国、全面从严治党。

“四个全面”的提出，更完整地展现出新一届中央领导集体治国理政总体框架，使当前和今后一个时期，党和国家各项工作关键环节、重点领域、主攻方向更加清晰，内在逻辑更加严密，这对推动改革开放和社会主义现代化建设迈上新台阶提供了强力保障。

4、什么是社会主义核心价值体系？社会主义核心价值观的基本内容是什么？

2006 年 10 月，党的十六届六中全会第一次明确提出了“建设社会主义核心价值体系”的重大命题和战略任务，明确提出了社会主义核心价值体系的内容，共包括四个方面即马克思主义指导思想、中国特色社会主义共同理想、以爱国主

义为核心的民族精神和以改革创新为核心的时代精神、社会主义荣辱观。并指出社会主义核心价值观是社会主义核心价值体系的内核。

2012年11月，中共十八大报告明确提出，“倡导富强、民主、文明、和谐，倡导自由、平等、公正、法治，倡导爱国、敬业、诚信、友善，积极培育社会主义核心价值观”，对社会主义核心价值观的基本内容进行了概括。

2013年12月，中央办公厅印发《关于培育和践行社会主义核心价值观的意见》，将24字核心价值观分成3个层面：富强、民主、文明、和谐，是国家层面的价值目标；自由、平等、公正、法治，是社会层面的价值取向；爱国、敬业、诚信、友善，是公民个人层面的价值准则。

5、“一带一路”秉持的理念是什么？

“一带一路”是指“丝绸之路经济带”和“21世纪海上丝绸之路”，分别在2013年9月和10月提出，并在11月份的十八届三中全会上成为国家战略。

“一带一路”秉持四大理念：和平合作、开放包容、互学互鉴、互利共赢。

6、中央政治局关于改进工作作风、密切联系群众的八项规定具体内容是什么？

一、要改进调查研究，到基层调研要深入了解真实情况，总结经验、研究问题、解决困难、指导工作，向群众学习、向实践学习，多同群众座谈，多同干部谈心，多商量讨论，多解剖典型，多到困难和矛盾集中、群众意见多的地方去，切忌走过场、搞形式主义；要轻车简从、减少陪同、简化接待，不张贴悬挂标语横幅，不安排群众迎送，不铺设迎宾地毯，不摆放花草，不安排宴请。

二、要精简会议活动，切实改进会风，严格控制以中央名义召开的各类全国性会议和举行的重大活动，不开泛泛部署工作和提要求的会，未经中央批准一律不出席各类剪彩、奠基活动和庆祝会、纪念会、表彰会、博览会、研讨会及各类论坛；提高会议实效，开短会、讲短话，力戒空话、套话。

三、要精简文件简报，切实改进文风，没有实质内容、可发可不发的文件、简报一律不发。

四、要规范出访活动，从外交工作大局需要出发合理安排出访活动，严格控制出访随行人员，严格按照规定乘坐交通工具，一般不安排中资机构、华侨华人、留学生代表等到机场迎送。

五、要改进警卫工作，坚持有利于联系群众的原则，减少交通管制，一般情况下不得封路、不清场闭馆。

六、要改进新闻报道，中央政治局同志出席会议和活动应根据工作需要、新闻价值、社会效果决定是否报道，进一步压缩报道的数量、字数、时长。

七、要严格文稿发表，除中央统一安排外，个人不公开出版著作、讲话单行本，不发贺信、贺电，不题词、题字。

八、要厉行勤俭节约，严格遵守廉洁从政有关规定，严格执行住房、车辆配备等有关工作和生活待遇的规定。

7、反对“四风”的内容有哪些？

习近平总书记强调，各级领导干部要带头发扬劳模精神，出实策、鼓实劲、办实事，不图虚名，不务虚功，坚决反对干部群众反映强烈的形式主义、官僚主义、享乐主义和奢靡之风“四风”，以身作则带领群众把各项工作落到实处。

8、“三严三实”的内容是什么？

2014年3月9日，习近平总书记在十二届全国人大二次会议安徽代表团参加审议时，关于推进作风建设的讲话中，提出“既严以修身、严以用权、严以律己，又谋事要实、创业要实、做人要实”的重要论述。

9、社会主义精神文明建设的根本任务是什么？

提高全民族思想道德素质和科学文化素质，为经济发展和社会全面进步提供强大的精神动力和智力支持，培育适应社会主义现代化要求的有理想、有道德、有文化、有纪律的公民。

10、爱国主义的含义是什么？

爱国主义就是千百年来巩固起来的对自己祖国的一种最深厚的感情。爱国主义是人们对祖国祖国的深厚感情和为祖国献身的精神及为她的独立与富强而斗争的献身精神的统一，是集体主义原则在处理个人同祖国关系问题上的具体体现和必然要求。

11、社会主义精神文明建设提出的“三义”、“四德”是什么？

“三义”：爱国主义、集体主义、社会主义。

“四德”：社会公德、职业道德、家庭美德、个人品德。

12、“三德三做”的具体内容是什么？

在社会讲社会公德，做文明市民；在单位讲职业道德，做文明职工；在家庭讲家庭美德，做文明成员。

社会公德：文明礼貌、助人为乐、爱护公物、保护环境、遵纪守法。

职业道德：爱岗敬业、诚实守信、办事公道、服务群众、奉献社会。

家庭美德：尊老爱幼、男女平等、夫妻和睦、勤俭持家、邻里团结。

13、行人的礼仪要求有哪些？

1. 按照交通指示灯和标志、标线行走。2. 应当请年长者、女士和未成年人走在离机动车道较远的内侧。3. 多人并行应主动避让他人。不翻越道路交通隔离护栏，以免影响交通和发生危险。

14、什么是志愿服务活动？

志愿服务活动是指社会组织和个人利用自身的时间、资金、技能等资源，自愿为公共事务、公益事业和人们提供无偿帮助和服务的行为。

志愿服务活动的基本原则是要坚持志愿服务与政府服务、市场服务相衔接，有针对性的设计项目、开展活动，做到量力而行、务求实效。

志愿服务活动的主要形式是：着眼于讲文明树新风、扶危济困、大型社会活动和应急救援开展志愿服务活动。

志愿服务精神是：奉献、友爱、互助、进步。

15、“一日四文明”是指什么？文明十字用语是什么？

“一日四文明”是指：在社会做一个文明公民；在单位做一个文明职工；在家庭做一个文明成员；在街坊做一个文明邻里。

文明十字用语是指：您好、请、对不起、谢谢、再见。

16、党的十八大报告中，提到了两个“五位一体”，分别是什么？

（1）中国特色社会主义事业五位一体总体布局是：全面落实经济建设、政治建设、文化建设、社会建设、生态文明建设。

（2）党的建设五位一体总体布局是：全面加强党的思想建设、组织建设、作风建设、反腐倡廉建设、制度建设。

17、《中共中央关于繁荣发展社会主义文艺的意见》中，对文艺的定位是什么？

文艺事业是党和人民事业的重要组成部分。我们党历来高度重视文艺工作，在革命、建设、改革各个时期，充分运用文艺引领时代风尚、鼓舞人民前进、推动社会进步。弘扬中国精神、传播中国价值、凝聚中国力量，是文艺工作者的神圣职责，文艺是民族精神的火、时代前进的号角，最能代表一个民族的风貌，最能引领一个时代的风气。

18、说出马克思主义三个来源和三个组成部分。

马克思主义三个来源包括：德国的古典哲学、英国的古典政治经济学、法国的空想社会主义。三个组成部分：马克思主义哲学、马克思主义政治经济学、科学社会主义。

19、党的十八大报告对中国特色社会主义作出新的理论概括，强调在新的历史条件下，夺取中国特色社会主义新胜利，必须牢牢把握八个基本要求，这八个基本要求是什么？

这八个基本要求分别是：必须坚持人民主体地位，必须坚持解放和发展社会生产力，必须坚持推进改革开放，必须坚持维护社会公平正义，必须坚持走共同富裕道路，必须坚持促进社会和谐，必须坚持和平发展，必须坚持党的领导。

20、什么是中国特色社会主义道路？

中国特色社会主义道路是中国共产党对现阶段纲领的概括。

中国特色社会主义道路，就是在中国共产党领导下，立足基本国情，以经济建设为中心，坚持四项基本原则，坚持改革开放，解放和发展社会生产力，巩固和完善社会主义制度，建设社会主义市场经济、社会主义民主政治、社会主义先进文化、社会主义和谐社会、社会主义生态文明，促进人的全面发展，逐步实现全体人民共同富裕，建设富强、民主、文明、和谐的社会主义现代化国家。

21、中国梦最核心的三个内容是什么？三者之间的关系是怎样的？

中华民族伟大复兴的中国梦，包含着丰富的思想内涵，其中最核心的内容是国家富强、民族振兴、人民幸福。三者的关系是：国家富强、民族振兴是人民幸福的基础和保障，中国近代以来的屈辱历史已经证明，民族不独立、国家不富强，人民的生存根本得不到保障，更谈不上人民幸福。人民幸福是国家富强、民族振兴的题中之义和必然要求，民为邦本、本固邦宁，国家的富强、民族的振兴都要以人民的权利得到保障、利益得到实现、幸福得到满足为条件，人民幸福是国家富强、民族振兴的根本出发点和落脚点，

22、十八大报告对全面建设小康社会目标提出了哪些新要求？

（1）经济持续健康发展。实现国内生产总值和城乡居民人均收入比二〇一〇年翻一番。（2）人民民主不断扩大。依法治国基本方略全面落实。（3）文化软实力显著增强。公民文明素质和社会文明程度明显提高。（4）人民生活水平全面提高。基本公共服务均等化总体实现。（5）资源节约型、环境友好型社会建设取得重大进展。人居环境明显改善。

23、什么是依法治国？依法治国的意义是什么？

依法治国，就是广大人民群众在党的领导下，依照宪法和法律规定，通过各种途径和形式管理国家事务，管理经济文化事业，管理社会事务，保证国家各项工作都依法进行，逐步实现社会主义民主的制度化、法律化，使这种制度和法律不因个人意志而改变。是建设社会主义政治文明、发展社会主义民主政治的重要内容，其本质是保证人民当家作主。

依法治国的意义：

第一，依法治国是中国共产党执政方式的重大转变，有利于加强和改善党的领导

第二，依法治国是发展社会主义民主、实现人民当家作主的根本保证

第三，依法治国是发展社会主义市场经济和扩大对外开放的客观需要

第四，依法治国是国家长治久安的重要保障

24、新形势下，中国共产党面临的四大挑战和需要应对的四大危险是什么？

四大挑战是：执政考验、改革开放考验、市场经济考验、外部环境考验。

需要应对的四大危险是：精神懈怠的危险、能力不足的危险、脱离群众的危险、消极腐败的危险。

25、中国人民抗日战争胜利纪念日和南京大屠杀死难者国家公祭日分别是哪天？1982年2月27日，十二届全国人大常委会第七次会议经表决通过了两个决定，分别将9月3日确定为中国人民抗日战争胜利纪念日，12月13日设立为南京大屠杀死难者国家公祭日。

26、为什么说中国人民抗日战争的伟大胜利为中华民族的伟大复兴确立了历史转折点？

国家领导人习近平在2014年9月3日的《在纪念中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利69周年座谈会上的讲话》中指出：“中国人民抗日战争的伟大胜利，为中华民族由近代以来陷入深重危机走向伟大复兴确立了历史转折点”。原因在于：中国人民抗日战争异常惨烈，从战略防御到战略相持，进而发展到战略反攻，经过长达8年的全国抗战，中国人民打败了日本侵略者，宣告了日本军国主义的彻底失败，宣告了中国人民抗日战争和世界反法西斯战争的最后胜利。中国人民抗日战争的伟大胜利，彻底粉碎了日本军国主义殖民奴役中国的图谋；开辟了中华民族伟大复兴的光明前景；重新确立了中国在世界上的大国地位。

27、培育和弘扬社会主义核心价值观的重大意义何在？

社会主义核心价值观是文化软实力的灵魂、文化软实力建设的重点，是决定文化性质和方向的最深层次要素。一个国家的文化软实力，从根本上说，取决于其核心价值观的生命力、凝聚力、感召力，培育和弘扬核心价值观，有效整合社会意识，是社会系统得以正常运转、社会秩序得以有效维护的重要途径，也是国家治理体系和治理能力的重要方面。历史和现实都表明，构建具有强大感召力的核心价值观，关系社会和谐稳定，关系国家长治久安。

28、中共中央总书记习近平在中央政治局第十三次集体学习时强调“培育和弘扬社会主义核心价值观必须立足中华优秀传统文化”。如何理解这句话？

源远流长、博大精深的中华优秀传统文化，积淀着中华民族最深层的精神追求，包含着中华民族最根本的精神基因，是社会主义核心价值观的深厚源泉。中华文明绵延数千年，有其独特的价值体系。中华优秀传统文化已经成为中华民族的基因，植根在中国人内心，潜移默化影响着中国人的思想方式和行为方式。中华文化中的精华思想和理念，不论过去还是现在，都有其鲜明的民族特色，都有其永不褪色的时代价值。这些思想和理念，既随着时间推移和时代变迁而不断与时俱进，又有其自身的连续性和稳定性。今天，我们提倡和弘扬社会主义核心价值观，必须从中汲取丰富营养，否则就不会有生命力和影响力。

29、新时期国家安全观包括哪些内容？公民维护国家安全的义务有哪些？

新的国家安全观不仅包括传统的政治安全和国防安全，还包括经济安全、科技安全、文化安全、生态安全、社会公共安全等。公民有维护国家安全的各项具体的法律义务：依照法律服兵役和参加民兵组织的义务；保守国家秘密的义务；提供便利条件或其他协助的义务；如实提供证据的义务；及时报告危害国家安全行为的义务；不得非法持有、使用专用间谍器材的义务。

30、红军长征胜利的重要历史意义有哪些？

红军长征胜利具有的极其重要的历史意义有：第一，它粉碎了国民党围剿红军、消灭革命力量的企图，是中国革命转危为安的关键；第二，通过长征，把中国革命的大本营放在了西北，这为迎接中国人民抗日救亡的新高潮准备了条件；第三，长征保存并锤炼了中国革命的骨干力量；第四，长征播撒了革命的火种；第五，长征铸就了伟大的长征精神。

31、习近平曾在讲话中指出“建设丝绸之路经济带是一项造福沿途各国人民的大事业”。为什么说“丝绸之路经济带”、“海上丝绸之路”是一项造福沿途各国人民的大事业？

当今世界，和平与发展成为时代发展的潮流，经济全球化、区域经济一体化不断加深。建设“丝绸之路经济带”、“海上丝绸之路”，是顺应这一潮流的战略举措。“一带一路”的建设，是将发展阶段不同、社会制度差异、文明形态各有特点的众多国家连接起来，实现其资源的有机整合与互补，最后达到互利共赢。所以，“一带一路”，是和平之路、发展之路、合作之路、繁荣之路，是造福沿途各国人民的大事业。

32、近几年中国成功发射的卫星、探测器等有墨子、悟空、玉兔等，请说出它们分别是什么？名字有什么寓意？

墨子号卫星是量子通信科学试验卫星，于2016年8月16日1时40分，在我国酒泉卫星发射中心用长征二号丁运载火箭成功发射。它承载着率先探索星地量子通信可能性的使命，并将首次在空间尺度验证量子理论的真实性。因为墨子最早提出光线沿直线传播，设计了小孔成像实验，奠定了光通信、量子通信的基础，所以以中国古代伟大科学家的名字命名量子卫星，将提升我们的文化自信。

悟空号卫星是中国暗物质粒子探测卫星，于2015年12月17日8时12分在酒泉卫星发射中心顺利升空。科学家欲借“悟空”的火眼金睛，在茫茫太空中，识别暗物质的踪影。将暗物质粒子探测卫星命名为“悟空”，一是符合将科学卫星以神话形象命名的做法，如美国的阿波罗、欧洲的尤利西斯、中国的玉兔等。二是这样做可以借助传统文化，提升我国公众科学素养，吸引青少年热爱科学、探索未知。三是悟空有着无所畏惧的勇气，而且他有着一双火眼金睛能看穿一切黑暗，这正契合暗物质粒子探测卫星探测暗物质的发射初衷，希望暗物质卫星“悟空”真能看穿一切黑暗，发现那些暗物质。

玉兔号是中国首辆月球车，和着陆器共同组成嫦娥三号探测器。2013年12月2日1时30分，中国在西昌卫星发射中心成功将嫦娥三号探测器送入轨道。在中华民族神话传说中，嫦娥怀抱玉兔奔月。玉兔善良、纯洁、敏捷的形象与月球车的构造、使命既形似又神似，反映了我国和平利用太空的立场。

33、“两学一做”指的是什么？

“两学一做”学习教育，具体指的是：“1. 学习共产党党章党规，2. 学习贯彻习近平总书记系列重要讲话精神，3. 做合格党员”。

34、G20峰会的20国集团由哪些成员组成？

由七国集团（美国、英国、法国、德国、意大利、日本、加拿大），金砖五国（中国、印度、巴西、俄罗斯、南非），七个重要经济体（澳大利亚、墨西哥、

韩国、土耳其、印度尼西亚、沙特阿拉伯、阿根廷）以及欧盟组成。G20 成员的 GDP 总量约占全球 GDP 的 85%，贸易额占全球的 80%以上，人口约占全球人口的 2/3。

35、G20峰会主旨是什么？

G20 金融峰会旨在推动以工业化的发达国家和新兴市场国家之间就实质性问题进行开放及有建设性的讨论和研究，以寻求合作并促进国际金融稳定和经济的持续增长。目的是防止类似亚洲金融风暴的重演，让有关国家就国际经济、货币政策举行非正式对话，以利于国际金融和货币体系的稳定。按照以往惯例，国际货币基金组织与世界银行列席该组织的会议。

36、参加杭州 G20 峰会的 7 个国际组织是哪些？杭州 G20 峰会特别邀请的 8 个嘉宾国是哪些？

G20 会邀请 7 个国际组织的领导人或代表与会——联合国、世界银行、国际货币基金组织、世界贸易组织、国际劳工组织、经济合作与发展组织和金融稳定委员会。

杭州 G20 峰会特别邀请的嘉宾国有：乍得、埃及、哈萨克斯坦、老挝、塞内加尔、新加坡、西班牙、泰国等

37、杭州 G20 峰会的主题是什么？议题是什么？

杭州 G20 峰会以“构建创新、活力、联动、包容的世界经济”作为峰会主题，并设置有“创新增长方式”、“更高效全球经济金融治理”、“强劲的国际贸易和投资”、“包容和联动式发展”四大议题板块。

38、习近平主席在二十国集团领导人杭州峰会开幕上的致辞释放出六大强烈信号是什么？

一是表达了中国与二十国集团成员国对世界经济增长的责任担当。

二是为走到关键当口的世界经济开出标本兼治、综合施策的“中国药方”。

三是为世界经济开辟新道路、拓展新边界关键在于创新。

四是二十国集团承载着世界各国期待，应该与时俱进，发挥引领作用。

五是要把制定的计划、达成的共识落到实处。

六是共建共享，打造合作平台。

39、习近平主席在杭州 G20 峰会开幕词中给世界经济开出的五副药标本兼治、综合施策的“中国药方”是什么？

第一，面对当前挑战，我们应该加强宏观经济政策协调，合力促进全球经济增长、维护金融稳定。第二，面对当前挑战，我们应该创新发展方式，挖掘增长动能。第三，面对当前挑战，我们应该完善全球经济治理，夯实机制保障。第四，面对当前挑战，我们应该建设开放型世界经济，继续推动贸易和投资自由化便利化。第五，面对当前挑战，我们应该落实 2030 年可持续发展议程，促进包容性发展。

40、简述人民日报总结的杭州 G20 中国收获的 10 大红利。

- 1) 通过主场外交，中国进一步扩大国际影响力
- 2) 为世界经济开药方，增强中国话语权
- 3) 回击“中国经济崩溃论”等错误论调，给世界吃下定心丸
- 4) 为发展中国家发声，展现中国义利观
- 5) 进一步推动“一带一路”建设
- 6) 推动国际金融机构改革，增强中国金融治理能力
- 7) 重申反对贸易保护主义承诺
- 8) 加强反腐败国际合作，腐败分子无处藏身
- 9) 推进全球气候治理
- 10) 展现中国文化软实力

41、巴西里约奥运会中国代表团获得奖牌多少枚？

金牌 26 枚, 银牌 18 枚, 铜牌 26 枚, 奖牌总数 70 枚。

42、什么是“两弹一星”？

“两弹一星”是对核弹、导弹和人造卫星的简称。作为中华人民共和国最初几十年科技实力发展的标志性事件，两弹一星也时常被用来泛指中国近代在科技、军事等领域独立自主、团结协作、创业发展的成果。两弹一星年代中国在导弹、人造卫星、遥感与制控等方面的成就，也为以后中国航天的进一步发展打下了基础。两弹一星最初指的是原子弹、导弹和人造卫星；后来随着氢弹、中子弹等的相继诞生，前一“弹”逐渐演变为核武器的合称即核弹。

43、列举“两弹一星”元勋（十位以上）

1999 年 9 月 18 日，在庆祝中华人民共和国成立 50 周年之际，党中央、国务院、中央军委决定，对当年为研制“两弹一星”作出突出贡献的 23 位科技专家予以表彰，并授予于敏、王大珩、王希季、朱光亚、孙家栋、任新民、吴自良、陈芳允、陈能宽、杨嘉墀、周光召、钱学森、屠守锷、黄纬禄、程开甲、彭桓武

“两弹一星功勋奖章”，追授王淦昌、邓稼先、赵九章、姚桐斌、钱骥、钱三强、郭永怀“两弹一星功勋奖章”

44、什么是北斗卫星导航系统？

中国北斗卫星导航系统（BeiDou Navigation Satellite System，BDS）是中国自行研制的全球卫星导航系统。是继美国全球定位系统（GPS）、俄罗斯格洛纳斯卫星导航系统（GLONASS）之后第三个成熟的卫星导航系统。北斗卫星导航系统（BDS）和美国GPS、俄罗斯GLONASS、欧盟GALILEO，是联合国卫星导航委员会已认定的供应商。

北斗卫星导航系统由空间段、地面段和用户段三部分组成，可在全球范围内全天候、全天时为各类用户提供高精度、高可靠定位、导航、授时服务，并具短报文通信能力，已经初步具备区域导航、定位和授时能力，定位精度10 米，测速精度 0.2 米/秒，授时精度 10 纳秒。

中国的卫星导航系统已获得国际海事组织的认可。中国正在实施北斗卫星导航系统建设，已成功发射 16 颗北斗导航卫星。2020 年左右，建成覆盖全球的北斗卫星导航系统。

45、简述《习近平谈治国理政》一书的十八个专题。

- 一、坚持和发展中国特色社会主义
- 二、实现中华民族伟大复兴的中国梦
- 三、全面深化改革
- 四、促进经济持续健康发展
- 五、建设法治中国
- 六、建设社会主义文化强国
- 七、推进社会事业和社会管理改革发展
- 八、建设生态文明
- 九、推进国防和军队现代化
- 十、丰富 “一国两制” 实践和推进祖国统一
- 十一、走和平发展道路
- 十二、推动构建新型大国关系
- 十三、做好周边外交工作
- 十四、加强与发展中国家团结合作
- 十五、积极参与多边事务

十六、密切党同人民群众联系

十七、推进反腐倡廉建设

十八、提高党的领导水平

46、什么是“八荣八耻”？

“八荣八耻”是“社会主义荣辱观”的简称。以热爱祖国为荣，以危害祖国为耻；以服务人民为荣，以背离人民为耻；以崇尚科学为荣，以愚昧无知为耻；以辛勤劳动为荣，以好逸恶劳为耻；以团结互助为荣，以损人利己为耻；以诚实守信为荣，以见利忘义为耻；以遵纪守法为荣，以违法乱纪为耻；以艰苦奋斗为荣，以骄奢淫逸为耻。

47、实现“十三五”目标要树立并贯彻的五大发展理念是什么？

中国共产党第十八届中央委员会第五次全体会议，于2015年10月26日至29日在北京举行。全会强调，实现“十三五”时期发展目标，破解发展难题，厚植发展优势，必须牢固树立并切实贯彻“创新、协调、绿色、开放、共享”的发展理念。这是关系我国发展全局的一场深刻变革。全党同志要充分认识这场变革的重大现实意义和深远历史意义。

48、“三去一降一补”指的是什么？

2015年12月18日至21日，中央经济工作会议在京举行。会议提出，2016年经济社会发展主要是抓好去产能、去库存、去杠杆、降成本、补短板五大任务。

49、“双引擎”指的是什么？

2015年2月25日，国务院总理李克强主持召开了国务院常务会议，会议确定了多项调控政策。既有传统的投资拉动政策，也注意到创业、创新和人才等新引擎的培育，体现了打造“双引擎”的思路。

双引擎主要是指：一方面，充分发挥市场在资源配置中的决定性作用，培育打造新引擎，推动大众创业、万众创新；另一方面，更好发挥政府作用，改造升级传统引擎，增加公共产品、公共服务供给。

50、我国“十三五规划”的目标是什么？

中华人民共和国国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要，简称“十三五”规划（2016-2020年），目标要求：经济保持中高速增长，在提高发展平衡性、包容性、可持续性的基础上，到二〇二〇年国内生产总值和城乡居民人均收入比二〇一〇年翻一番，产业迈向中高端水平，消费对经济增长贡献明显加大，户籍人口城镇化率加快提高。农业现代化取得明显进展，人民生活水平和质量普遍提

高，我国现行标准下农村贫困人口实现脱贫，贫困县全部摘帽，解决区域性整体贫困。国民素质和社会文明程度显著提高。生态环境质量总体改善。各方面制度更加成熟更加定型，国家治理体系和治理能力现代化取得重大进展。

51、职业道德规范和家庭美德主要包括哪些内容？

职业道德规范主要包括：爱岗敬业、诚实守信、办事公道、服务群众、奉献社会。

家庭美德主要包括：尊老爱幼、男女平等、夫妻和睦、勤俭持家、邻里团结。

52、我国最南端的城市叫什么名字？什么时间设立的？

三沙市，2012 年 6 月 21 日国务院正式批准设立。

法律法规知识

1、解释世界版权公约。 世界版权公约是 1952 年在瑞士的日内瓦通过,1955 年 9 月 16 日开始生效的国际性版权公约,也称《日内瓦公约》,该公约是为协调伯尔尼联盟与泛美联盟的关系而签订。公约对保护的对象、保护的范围、取得保护的的条件、保护期限、允许发展中国家实行强制许可证制度、公约的行政管理、参加公约的办法等,均作了具体的规定。该公约由联合国教科文组织负责管理,管理机构设在巴黎。

2、国际版权保护的原则有哪些?

主要包括国民待遇原则、最低限度保护原则、自动保护原则、独立保护原则等。

国民待遇原则,是指国际版权公约各缔约国向其他缔约国提供的版权保护,水平不得低于向本国国民提供的保护。

最低限度保护原则,是指国际版权公约各缔约国为本国或其他缔约国国民提供的版权保护不能低于公约的规定。

自动保护原则,是指版权随作品的创作完成而自动产生,并受法规保护,无须履行任何手续。

独立保护原则,是指国际版权保护中,缔约国对其他缔约国的作品提供版权保护,与作品起源国是否对该作品给予版权保护无关。

3、国际版权贸易类型有哪些?

一是卖绝版权,卖出权利永远归买主,作者永远丧失已经卖出的权利。二是有偿转让,版权所有者在一定期限内将版权中的某一项或几项权利通过合同的方式予以转让。三是版权所有者在合同规定有效期内将权利授予对方使用。四是卖载体影像版权的贸易,如美术作品和计算机软件等卖出后,其版权在形式上也一起卖出,但买主无法行使版权,从法律上讲版权仍归作者所有。

4、著作权主体指什么?

著作权主体 亦称著作权人,即依法对文学、艺术和科学作品享有著作权的人,包括自然人、法人和其他组织,在一定条件下,国家也可能成为著作权主体。依据著作权的取得方式,划分为原始主体与继受主体。

5、著作权原始主体指什么? 指在作品完成后,直接根据法律规定或合同约定,在不存在其他基础性权利的前提下对作品享有著作权的人。一般情况下为作

者，特殊情况下作者以外的自然人或组织也可能成为著作权原始主体。

6、什么是著作权继受主体？ 通过受让，继承，受赠或法律规定的其他方式取得全部或部分著作权的人。

7、解释世界知识产权组织。

世界知识产权组织英文全称World Intellectual Property Organization，简称WIPO。是致力于利用知识产权（专利、版权、商标、外观设计等）作为激励创新与创造手段的联合国机构。成员国共有 185 个国家。我国于 1980 年 6 月 3 日加入该组织，成为它的第 90 个成员国。

8、简述严重侵犯著作权情形有哪些？

（一）未经著作权人许可，复制发行其文字作品、音乐、电影、电视、录像作品、计算机软件及其他作品的；

（二）出版他人享有专有出版权的图书的；

（三）未经录音录像制作者许可，复制发行其制作的录音录像的；

（四）制作、出售假冒他人署名的美术作品的。

9、简述《中华人民共和国预防未成年人犯罪法》第三十条、第三十一条的内容

《中华人民共和国预防未成年人犯罪法》第三十条 以未成年人为对象的出版物，不得含有诱发未成年人违法犯罪的内容，不得含有渲染暴力、色情、赌博、恐怖活动等危害未成年人身心健康的内容。

第三十一条 任何单位和个人不得向未成年人出售、出租含有诱发未成年人违法犯罪以及渲染暴力、色情、赌博、恐怖活动等危害未成年人身心健康内容的读物、音像制品或者电子出版物。

任何单位和个人不得利用通讯、计算机网络等方式提供前款规定的危害未成年人身心健康的内容及其信息。

10、简述《出版管理条例》第二条、第三条的内容。

《出版管理条例》第二条 在中华人民共和国境内从事出版活动，适用本条例。

本条例所称出版活动，包括出版物的出版、印刷或者复制、进口、发行。

本条例所称出版物，是指报纸、期刊、图书、音像制品、电子出版物等。

第三条 出版活动必须坚持为人民服务、为社会主义服务的方向，坚持以马克思列宁主义、毛泽东思想、邓小平理论和“三个代表”重要思想为指导，贯彻

落实科学发展观，传播和积累有益于提高民族素质、有益于经济发展和社会进步的科学技术和文化知识，弘扬民族优秀文化，促进国际文化交流，丰富和提高人民的精神生活。

11、根据《出版管理条例》第二十五条规定，出版物不得含有哪些内容？

- （一）反对宪法确定的基本原则的；
- （二）危害国家统一、主权和领土完整的；
- （三）泄露国家秘密、危害国家安全或者损害国家荣誉和利益的；
- （四）煽动民族仇恨、民族歧视，破坏民族团结，或者侵害民族风俗、习惯的；
- （五）宣扬邪教、迷信的；
- （六）扰乱社会秩序，破坏社会稳定的；
- （七）宣扬淫秽、赌博、暴力或者教唆犯罪的；
- （八）侮辱或者诽谤他人，侵害他人合法权益的；
- （九）危害社会公德或者民族优秀文化传统的；
- （十）有法律、行政法规和国家规定禁止的其他内容的。

12、简述《出版管理条例》第三十条关于中小学教科书出版、发行的规定。

《出版管理条例》第三十条 中学小学教科书由国务院教育行政主管部门审定；其出版、发行单位应当具有适应教科书出版、发行业务需要的资金、组织机构和人员等条件，并取得国务院出版行政主管部门批准的教科书出版、发行资质。纳入政府采购范围的中学小学教科书，其发行单位按照《中华人民共和国政府采购法》的有关规定确定。其他任何单位或者个人不得从事中学小学教科书的出版、发行业务。

13、简述《出版管理条例》中提出的国家支持、鼓励哪些出版物的出版？

《出版管理条例》第五十五条 国家支持、鼓励下列优秀的、重点的出版物的出版：

- （一）对阐述、传播宪法确定的基本原则有重大作用的；
- （二）对弘扬社会主义核心价值体系，在人民中进行爱国主义、集体主义、社会主义和民族团结教育以及弘扬社会公德、职业道德、家庭美德有重要意义的；
- （三）对弘扬民族优秀文化，促进国际文化交流有重大作用的；
- （四）对推进文化创新，及时反映国内外新的科学文化成果有重大贡献的；
- （五）对服务农业、农村和农民，促进公共文化服务有重大作用的；

(六) 其他具有重要思想价值、科学价值或者文化艺术价值的。

14、简述《出版物市场管理规定》第二条的内容。

《出版物市场管理规定》第二条 本规定适用于出版物发行活动及其监督管理。

本规定所称出版物，是指图书、报纸、期刊、音像制品、电子出版物。

本规定所称发行，包括批发、零售以及出租、展销等活动。

批发是指供货商向其他出版物经营者销售出版物。

零售是指经营者直接向消费者销售出版物。

出租是指经营者以收取租金的形式向消费者提供出版物。

展销是指主办者在一定场所、时间内组织出版物经营者集中展览、销售、订购出版物。

15、《出版物市场管理规定》中规定的国家对出版物批发、零售实行什么制度？

《出版物市场管理规定》第三条 国家对出版物批发、零售依法实行许可制度。从事出版物批发、零售活动的单位和个人凭出版物经营许可证开展出版物批发、零售活动；未经许可，任何单位和个人不得从事出版物批发、零售活动。

任何单位和个人不得委托非出版物批发、零售单位或者个人销售出版物或者代理出版物销售业务。

16、单位从事出版物批发业务，应当具备什么条件？

《出版物市场管理规定》第七条 单位从事出版物批发业务，应当具备下列条件：

(一) 已完成工商注册登记，具有法人资格；

(二) 工商登记经营范围含出版物批发业务；

(三) 有与出版物批发业务相适应的设备和固定的经营场所，经营场所面积合计不少于 50 平方米；

(四) 具备健全的管理制度并具有符合行业标准的信息管理系统。

本规定所称经营场所，是指企业在工商行政主管部门注册登记的住所。

17、简述单位、个人申请从事出版物零售业务的审批规定。

《出版物市场管理规定》第十条 单位、个人申请从事出版物零售业务，须报所在地县级人民政府出版行政主管部门审批。

县级人民政府出版行政主管部门应当自受理申请之日起 20 个工作日内作出

批准或者不予批准的决定。批准的，由县级人民政府出版行政主管部门颁发出版物经营许可证，并报上一级出版行政主管部门备案；其中门店营业面积在 5000 平方米以上的应同时报省级人民政府出版行政主管部门备案。不予批准的，应当向申请单位、个人书面说明理由。

申请材料包括下列书面材料：

- （一）营业执照正副本复印件；
- （二）申请书，载明单位或者个人基本情况及申请事项；
- （三）经营场所的使用权证明。

18、单位从事中小学教科书发行业务，应当具备什么条件？

《出版物市场管理规定》第十一条 单位从事中小学教科书发行业务，应取得国家新闻出版广电总局批准的中小学教科书发行资质，并在批准的区域范围内开展中小学教科书发行活动。单位从事中小学教科书发行业务，应当具备下列条件：

- （一）以出版物发行为主营业务的公司制法人；
- （二）有与中小学教科书发行业务相适应的组织机构和发行人员；
- （三）有能够保证中小学教科书储存质量要求的、与其经营品种和规模相适应的储运能力，在拟申请从事中小学教科书发行业务的省、自治区、直辖市、计划单列市的仓储场所面积在 5000 平方米以上，并有与中小学教科书发行相适应的自有物流配送体系；
- （四）有与中小学教科书发行业务相适应的发行网络。在拟申请从事中小学教科书发行业务的省、自治区、直辖市、计划单列市的企业所属出版物发行网点覆盖不少于当地 70%的县（市、区），且以出版物零售为主营业务，具备相应的中小学教科书储备、调剂、添货、零售及售后服务能力；
- （五）具备符合行业标准的信息化管理系统；
- （六）具有健全的管理制度及风险防控机制和突发事件处置能力；
- （七）从事出版物批发业务五年以上。最近三年内未受到出版行政主管部门行政处罚，无其他严重违法违规记录。

审批中小学教科书发行资质，除依照前款所列条件外，还应当符合国家关于中小学教科书发行单位的结构、布局宏观调控和规划。

19、任何单位和个人不得发行哪些出版物？

《出版物市场管理规定》第二十条 任何单位和个人不得发行下列出版物：

- （一）含有《出版管理条例》禁止内容的违禁出版物；
- （二）各种非法出版物，包括：未经批准擅自出版、印刷或者复制的出版物，伪造、假冒出版单位或者报刊名称出版的出版物，非法进口的出版物；
- （三）侵犯他人著作权或者专有出版权的出版物；
- （四）出版行政主管部门明令禁止出版、印刷或者复制、发行的出版物。

20、从事出版物发行业务的单位、个人，必须遵守哪些规定？

《出版物市场管理规定》第二十二条 从事出版物发行业务的单位和个人在发行活动中应当遵循公平、守法、诚实、守信的原则，依法订立供销合同，不得损害消费者的合法权益。

从事出版物发行业务的单位、个人，必须遵守下列规定：

- （一）从依法取得出版物批发、零售资质的出版发行单位进货；发行进口出版物的，须从依法设立的出版物进口经营单位进货；
- （二）不得超出出版行政主管部门核准的经营范围经营；
- （三）不得张贴、散发、登载有法律、法规禁止内容的或者有欺诈性文字、与事实不符的征订单、广告和宣传画；
- （四）不得擅自更改出版物版权页；
- （五）出版物经营许可证应在经营场所明显处张挂；利用信息网络从事出版物发行业务的，应在其网站主页面或者从事经营活动的网页醒目位置公开出版物经营许可证和营业执照登载的有关信息或链接标识；
- （六）不得涂改、变造、出租、出借、出售或者以其他任何形式转让出版物经营许可证和批准文件；

21、从事中小学教科书发行业务，必须遵守哪些规定？

《出版物市场管理规定》第二十八条 从事中小学教科书发行业务，必须遵守下列规定：

- （一）从事中小学教科书发行业务的单位必须具备中小学教科书发行资质；
- （二）纳入政府采购范围的中小学教科书，其发行单位须按照《中华人民共和国政府采购法》的有关规定确定；
- （三）按照教育行政主管部门和学校选定的中小学教科书，在规定时间内完成发行任务，确保“课前到书，人手一册”。因自然灾害等不可抗力导致中小学教科书发行受到影响的，应及时采取补救措施，并报告所在地出版行政和教育行政主管部门；

（四）不得在中小学教科书发行过程中擅自征订、搭售教学用书目录以外的出版物；

（五）不得将中小学教科书发行任务向他人转让和分包；

（六）不得涂改、倒卖、出租、出借中小学教科书发行资质证书；

（七）中小学教科书发行费率按照国家有关规定执行，不得违反规定收取发行费用；

（八）做好中小学教科书的调剂、添货、零售和售后服务等相关工作；

（九）应于发行任务完成后 30 个工作日内向国家新闻出版广电总局和所在地省级出版行政主管部门书面报告中小学教科书发行情况。

中小学教科书出版单位应在规定时间内向依法确定的中小学教科书发行单位足量供货，不得向不具备中小学教科书发行资质的单位供应中小学教科书。

22、简述《网络出版服务管理规定》第二条的内容。

《网络出版服务管理规定》第二条 在中华人民共和国境内从事网络出版服务，适用本规定。

本规定所称网络出版服务，是指通过信息网络向公众提供网络出版物。

本规定所称网络出版物，是指通过信息网络向公众提供的，具有编辑、制作、加工等出版特征的数字化作品，范围主要包括：

（一）文学、艺术、科学等领域内具有知识性、思想性的文字、图片、地图、游戏、动漫、音视频读物等原创数字化作品；

（二）与已出版的图书、报纸、期刊、音像制品、电子出版物等内容相一致的数字化作品；

（三）将上述作品通过选择、编排、汇集等方式形成的网络文献数据库等数字化作品；

（四）国家新闻出版广电总局认定的其他类型的数字化作品。

网络出版服务的具体业务分类另行制定。

23、非法出版物的形式主要有哪些？

伪称根本不存在的出版单位，印制的出版物；

盗用国家批准的出版单位的名义，印制的出版物；

盗印、盗制合法出版物而在社会上公开发行销售的出版物；

在社会上公开发行的、不署名出版单位或署名非出版单位的出版物；

承印者以牟取非法利润为目的，擅自加印、加制的出版物；

被明令解散的出版单位的成员，擅自重印或以原编辑部名义出版的出版物；其他非出版单位印制的供公开发行的出版物。

以“买卖书号、刊号，违反协作出版、代印代发规定从事出版投机活动”，印制的出版物，亦属非法出版物。

24、简述《中华人民共和国宪法》第五条关于依法治国的内容。

《中华人民共和国宪法》第五条 中华人民共和国实行依法治国，建设社会主义法治国家。

国家维护社会主义法制的统一和尊严。

一切法律、行政法规和地方性法规都不得同宪法相抵触。

一切国家机关和武装力量、各政党和各社会团体、各企业事业组织都必须遵守宪法和法律。一切违反宪法和法律的行为，必须予以追究。

任何组织或者个人都不得有超越宪法和法律的特权。

25、简述《中华人民共和国宪法》第二十四条的内容。

《中华人民共和国宪法》第二十四条 国家通过普及理想教育、道德教育、文化教育、纪律和法制教育，通过在城乡不同范围的群众中制定和执行各种守则、公约，加强社会主义精神文明的建设。

国家提倡爱祖国、爱人民、爱劳动、爱科学、爱社会主义的公德，在人民中进行爱国主义、集体主义和国际主义、共产主义的教育，进行辩证唯物主义和历史唯物主义的教育，反对资本主义的、封建主义的和其他的腐朽思想。

26、哪些事项应当被确定为国家秘密？

《中华人民共和国保守国家秘密法》第九条 下列涉及国家安全和利益的事项，泄露后可能损害国家在政治、经济、国防、外交等领域的安全和利益的，应当确定为国家秘密：

- （一）国家事务重大决策中的秘密事项；
- （二）国防建设和武装力量活动中的秘密事项；
- （三）外交和外事活动中的秘密事项以及对外承担保密义务的秘密事项；
- （四）国民经济和社会发展中的秘密事项；
- （五）科学技术中的秘密事项；
- （六）维护国家安全活动和追查刑事犯罪中的秘密事项；
- （七）经国家保密行政管理部门确定的其他秘密事项。

政党的秘密事项中符合前款规定的，属于国家秘密。

27、简述《中华人民共和国未成年人保护法》第三十二条的内容。

《中华人民共和国未成年人保护法》第三十二条 国家鼓励新闻、出版、信息产业、广播、电影、电视、文艺等单位和作家、艺术家、科学家以及其他公民，创作或者提供有利于未成年人健康成长的作品。出版、制作和传播专门以未成年人为对象的内容健康的图书、报刊、音像制品、电子出版物以及网络信息等，国家给予扶持。

国家鼓励科研机构 and 科技团体对未成年人开展科学知识普及活动。

28、经营者提供的商品或者服务不符合质量要求的，消费者可以行使哪些权利？

《中华人民共和国消费者权益保护法》第二十四条 经营者提供的商品或者服务不符合质量要求的，消费者可以依照国家规定、当事人约定退货，或者要求经营者履行更换、修理等义务。没有国家规定和当事人约定的，消费者可以自收到商品之日起七日内退货；七日后符合法定解除合同条件的，消费者可以及时退货，不符合法定解除合同条件的，可以要求经营者履行更换、修理等义务。

依照前款规定进行退货、更换、修理的，经营者应当承担运输等必要费用。

29、哪些商品消费者不可以退货？

《中华人民共和国消费者权益保护法》第二十五条 经营者采用网络、电视、电话、邮购等方式销售商品，消费者有权自收到商品之日起七日内退货，且无需说明理由，但下列商品除外：

- （一）消费者定作的；
- （二）鲜活易腐的；
- （三）在线下载或者消费者拆封的音像制品、计算机软件等数字化商品；
- （四）交付的报纸、期刊。

除前款所列商品外，其他根据商品性质并经消费者在购买时确认不宜退货的商品，不适用无理由退货。

30、简述《消费者权益保护法》第二十六条关于格式条款的内容。

《消费者权益保护法》第二十六条 经营者在经营活动中使用格式条款的，应当以显著方式提请消费者注意商品或者服务的数量和质量、价款或者费用、履行期限和方式、安全注意事项和风险警示、售后服务、民事责任等与消费者有重大利害关系的内容，并按照消费者的要求予以说明。

经营者不得以格式条款、通知、声明、店堂告示等方式，作出排除或者限制

消费者权利、减轻或者免除经营者责任、加重消费者责任等对消费者不公平、不合理的规定，不得利用格式条款并借助技术手段强制交易。

格式条款、通知、声明、店堂告示等含有前款所列内容的，其内容无效。

31、简述《消费者权益保护法》中关于经营者收集、使用消费者个人信息的法律规定。

《消费者权益保护法》第二十九条 经营者收集、使用消费者个人信息，应当遵循合法、正当、必要的原则，明示收集、使用信息的目的、方式和范围，并经消费者同意。经营者收集、使用消费者个人信息，应当公开其收集、使用规则，不得违反法律、法规的规定和双方的约定收集、使用信息。

经营者及其工作人员对收集的消费者个人信息必须严格保密，不得泄露、出售或者非法向他人提供。经营者应当采取技术措施和其他必要措施，确保信息安全，防止消费者个人信息泄露、丢失。在发生或者可能发生信息泄露、丢失的情况时，应当立即采取补救措施。

经营者未经消费者同意或者请求，或者消费者明确表示拒绝的，不得向其发送商业性信息。

32、消费者和经营者发生消费者权益争议的，可以通过哪些途径解决？

《消费者权益保护法》第三十九条 消费者和经营者发生消费者权益争议的，可以通过下列途径解决：

- （一）与经营者协商和解；
- （二）请求消费者协会或者依法成立的其他调解组织调解；
- （三）向有关行政部门投诉；
- （四）根据与经营者达成的仲裁协议提请仲裁机构仲裁；
- （五）向人民法院提起诉讼。

33、哪些情形下经营者应为其提供的商品或服务承担民事责任？

《消费者权益保护法》第四十八条 经营者提供商品或者服务有下列情形之一的，除本法另有规定外，应当依照其他有关法律、法规的规定，承担民事责任：

- （一）商品或者服务存在缺陷的；
- （二）不具备商品应当具备的使用性能而出售时未作说明的；
- （三）不符合在商品或者其包装上注明采用的商品标准的；
- （四）不符合商品说明、实物样品等方式表明的质量状况的；

- (五) 生产国家明令淘汰的商品或者销售失效、变质的商品的；
 - (六) 销售的商品数量不足的；
 - (七) 服务的内容和费用违反约定的；
 - (八) 对消费者提出的修理、重作、更换、退货、补足商品数量、退还货款和服务费用或者赔偿损失的要求，故意拖延或者无理拒绝的；
 - (九) 法律、法规规定的其他损害消费者权益的情形。
- 经营者对消费者未尽到安全保障义务，造成消费者损害的，应当承担侵权责任。

34、经营者不得采用哪些不正当手段从事市场交易损害竞争对手？

《中华人民共和国反不正当竞争法》第五条 经营者不得采用下列不正当手段从事市场交易，损害竞争对手：

- (一) 假冒他人的注册商标；
- (二) 擅自使用知名商品特有的名称、包装、装潢，或者使用与知名商品近似的名称、包装、装潢，造成和他人的知名商品相混淆，使购买者误认为是该知名商品；
- (三) 擅自使用他人的企业名称或者姓名，引人误认为是他人的商品；
- (四) 在商品上伪造或者冒用认证标志、名优标志等质量标志，伪造产地，对商品质量作引人误解的虚假表示。

35、经营者以低于成本的价格销售商品的哪些情形不属于不正当行为？

《中华人民共和国反不正当竞争法》第十一条 经营者不得以排挤对手为目的，以低于成本的价格销售商品。有下列情形之一的，不属于不正当行为：

- (一) 销售鲜活商品；
- (二) 处理有效期限即将到期的商品或者其他积压的商品；
- (三) 季节性降价；
- (四) 因清偿债务、转产、歇业降价销售商品。

36、经营者不得从事哪些有奖销售行为？

《中华人民共和国反不正当竞争法》第十三条 经营者不得从事下列有奖销售：

- (一) 采用谎称有奖或者故意让内定人员中奖的欺骗方式进行有奖销售；
- (二) 利用有奖销售的手段推销质次价高的商品；
- (三) 抽奖式的有奖销售，最高奖的金额不超过五千元。

37、申请从事音像制品批发、零售业务，应当具备哪些条件？

《音像制品管理条例》第三十一条 申请从事音像制品批发、零售业务，应当具备下列条件：

- （一）有音像制品批发、零售单位的名称、章程；
- （二）有确定的业务范围；
- （三）有适应业务范围需要的组织机构和人员；
- （四）有适应业务范围需要的资金和场所；
- （五）法律、行政法规规定的其他条件。

38、单位申请从事出版物批发业务提交的申请材料包括哪些书面材料？

《出版物市场管理规定》第八条 单位申请从事出版物批发业务，可向所在地地市级人民政府出版行政主管部门提交申请材料，申请材料包括下列书面材料：

- （一）营业执照正副本复印件；
- （二）申请书，载明单位基本情况及申请事项；
- （三）企业章程；
- （四）注册资本数额、来源及性质证明；
- （五）经营场所情况及使用权证明；
- （六）法定代表人及主要负责人的身份证明；
- （七）企业信息管理系统情况的证明材料。

39、单位、个人从事出版物零售业务，应当具备哪些条件？

《出版物市场管理规定》第九条 单位、个人从事出版物零售业务，应当具备下列条件：

- （一）已完成工商注册登记；
- （二）工商登记经营范围含出版物零售业务；
- （三）有固定的经营场所。

40、简述《出版物市场管理规定》第二十七条关于举办展销活动的内容。

《出版物市场管理规定》第二十七条 省、自治区、直辖市出版行政主管部门和全国性出版、发行行业协会，可以主办全国性的出版物展销活动和跨省专业性出版物展销活动。主办单位应提前 2 个月报国家新闻出版广电总局备案。

市、县级出版行政主管部门和省级出版、发行协会可以主办地方性的出版物展销活动。主办单位应提前 2 个月报上一级出版行政主管部门备案。

备案材料包括下列书面材料：

- （一）展销活动主办单位；
- （二）展销活动时间、地点；
- （三）展销活动的场地、参展单位、展销出版物品种、活动筹备等情况。

41、哪些行为属于在中小学教科书发行过程中违反《出版物市场管理规定》，将由出版行政主管部门责令停止违法行为，予以警告，并处3万元以下罚款的？

《出版物市场管理规定》第三十八条 在中小学教科书发行过程中违反本规定，有下列行为之一的，由出版行政主管部门责令停止违法行为，予以警告，并处3万元以下罚款：

- （一）擅自调换已选定的中小学教科书的；
- （二）擅自征订、搭售教学用书目录以外的出版物的；
- （三）擅自将中小学教科书发行任务向他人转让和分包的；
- （四）涂改、倒卖、出租、出借中小学教科书发行资质证书的；
- （五）未在规定时间内完成中小学教科书发行任务的；
- （六）违反国家有关规定收取中小学教科书发行费用的；
- （七）未按规定做好中小学教科书的调剂、添货、零售和售后服务的；
- （八）未按规定报告中小学教科书发行情况的；
- （九）出版单位向不具备中小学教科书发行资质的单位供应中小学教科书的；
- （十）出版单位未在规定时间内向依法确定的中小学教科书发行企业足量供货的；
- （十一）在中小学教科书发行过程中出现重大失误，或者存在其他干扰中小学教科书发行活动行为的。

42、图书、音像、电子、报纸、期刊出版单位从事网络出版服务，应当具备哪些条件？

《网络出版服务管理规定》第八条 图书、音像、电子、报纸、期刊出版单位从事网络出版服务，应当具备以下条件：

- （一）有确定的从事网络出版业务的网站域名、智能终端应用程序等出版平台；
- （二）有确定的网络出版服务范围；
- （三）有从事网络出版服务所需的必要的技术设备，相关服务器和存储设备必须存放在中华人民共和国境内。

43、从事网络出版服务的申报材料，应该包括哪些内容？

《网络出版服务管理规定》第十二条 从事网络出版服务的申报材料，应该包括下列内容：

- （一）《网络出版服务许可证申请表》；
- （二）单位章程及资本来源性质证明；
- （三）网络出版服务可行性分析报告，包括资金使用、产品规划、技术条件、设备配备、机构设置、人员配备、市场分析、风险评估、版权保护措施等；
- （四）法定代表人和主要负责人的简历、住址、身份证明文件；
- （五）编辑出版等相关专业技术人员的国家认可的职业资格证明和主要从业经历及培训证明；
- （六）工作场所使用证明；
- （七）网站域名注册证明、相关服务器存放在中华人民共和国境内的承诺。

44、为保护未成年人合法权益，网络出版物不得含有哪些内容？

《网络出版服务管理规定》第二十五条 为保护未成年人合法权益，网络出版物不得含有诱发未成年人模仿违反社会公德和违法犯罪行为的内容，不得含有恐怖、残酷等妨害未成年人身心健康的内容，不得含有披露未成年人个人隐私的内容。

45、网络出版服务单位违反《网络出版服务管理规定》，出版行政主管部门可以采取哪些行政措施？

《网络出版服务管理规定》第五十条 网络出版服务单位违反本规定的，出版行政主管部门可以采取下列行政措施：

- （一）下达警示通知书；
- （二）通报批评、责令改正；
- （三）责令公开检讨；
- （四）责令删除违法内容。

警示通知书由国家新闻出版广电总局制定统一格式，由出版行政主管部门下达给相关网络出版服务单位。

本条所列的行政措施可以并用。

46、社会主义法治理念包括哪些基本内容？社会主义法治的核心是什么？

社会主义法治理念包括依法治国、执政为民、公平正义、服务大局、党的领导等五个方面的基本内容，其中，社会主义法治的核心是依法治国，就是以宪法

和法律作为党领导人民治理国家的基本方式，其基本要求是：科学立法、严格执法、公正司法、全民守法。

历史文化传统知识

1、什么是国学？ 是指中国传统文化与学术，也包括了医学、戏剧、书画、星相、数术等等。“国学”之名，始之清末。其时欧美学术进入中国，号为“新学”、“西学”等，与之相对，人们便把中国固有的学问统称为“旧学”、“中学”或“国学”等。

2、解释《四库全书》。 我国古代最大的一部丛书，也是我国古代最大的一部官修书，清代乾隆年间编纂，总纂官纪昀，分经、史、子、集四部，故名四库。《四库全书》共抄录七部，文源阁本、文宗阁本和文汇阁本已荡然无存，只有文渊阁本、文津阁本、文溯阁本和文澜阁本传世至今。

3、简述《辞海》和《辞源》的区别。 《辞海》是中国最大的综合性辞典。其主要特色是介绍一般语词和现代百科语词的基本知识，只注现代音，采用简化字，适用于各行各业的普通读者。《辞海》的编纂是以字带词，兼有字典、语文词典和百科词典的功能。《辞源》是我国第一部大规模的语文词书。其主要特色侧重古汉语词语的溯源及演变，注意加注反切，既反映出现代音又反映出中古音，采用繁体字，是一部阅读古籍用的工具书和古典研究工作者的参考书。《辞源》重古，《辞海》厚今；《辞源》专深，《辞海》广博，各自适应了不同读者的要求。

4、解释“茅盾文学奖”。 是以我国著名作家茅盾先生的名字设立的长篇小说文学奖，为鼓励优秀长篇小说的创作，推动我国文学繁荣而设立的，从 1982 年开始，每四年评选一次。是我国最高荣誉的文学奖。茅盾文学奖由中国作家协会主办。

5、“茅盾文学奖”每四年评选一次，列举近三届“茅盾文学奖”获奖作品。

第八届：张炜《你在高原》、刘醒龙《天行者》、毕飞宇《推拿》、莫言《蛙》、刘震云《一句顶一万句》

第七届：贾平凹《秦腔》、迟子建《额尔古纳河右岸》、麦家《暗算》、周大新《湖光山色》

第六届：熊召政《张居正》、张洁《无字》、徐贵祥《历史的天空》、柳建伟《英雄时代》、宗璞《东藏记》

6、解释诺贝尔文学奖并列举 2012 至 2014 年获奖者及所在国家。

诺贝尔文学奖是由瑞典文学院颁发的年度奖项，按照阿尔弗雷德·诺贝尔遗嘱设立，授予在文学领域具杰出贡献的文学作家。文学奖是 5 项诺贝尔奖之一。

首届诺贝尔文学奖于1901年颁发。每年12月在斯德哥尔摩颁奖。

2012至2014年获奖者及所在国家：

2014年度 获奖者 帕特里克·莫迪亚诺 法国小说家 代表作有《暗店街》、《八月的星期天》

2013年度 获奖者 爱丽丝·门罗 加拿大女作家（《逃离》）

2012年度 获奖者 莫言 中国人 汉语（莫言《蛙》）

7、列举近现代中国画大师（列举十位以上）

任伯年、吴昌硕、齐白石、黄宾虹、高剑父、徐悲鸿、刘海粟、溥心畲（溥儒）、潘天寿、丰子凯、张大千、李苦禅、林风眠、傅抱石、李可染、赵少昂、陈子庄、何海霞、吴作人、谢稚柳、张仃、吴冠中、黄胄等。

8、说出历代顺序表。 三皇、五帝、夏、商、周（西周、东周），春秋、战国、秦、汉（西汉、东汉），三国（魏、蜀、吴），晋（西晋、东晋），南北朝（南朝：宋、齐、梁、陈。北朝：北魏、东魏、北齐、西魏、北周），隋，唐，五代（后梁、后唐、后晋、后汉、后周）十国，宋（北宋、南宋），辽，金，元，明、清。

9、说出明代年号。 洪武，建文，永乐，洪熙，宣德，正统，景泰，天顺，成化，弘治，正德，嘉靖，隆庆，万历，泰昌，天启，崇祯。

10、说出清代年号。 入关前：天命、天聪、崇德；入关后：顺治、康熙、雍正、乾隆、嘉庆、道光、咸丰、同治、光绪、宣统。

11、列举二十四史。 （1）《史记》西汉司马迁撰（2）《汉书》东汉班固撰；（3）《后汉书》南朝宋范曄撰；（4）《三国志》西晋陈寿撰；（以上即通常说的前四史）（5）《晋书》（6）《宋书》（7）《南齐书》（8）《梁书》（9）《陈书》（10）《魏书》（11）《北齐书》（12）《周书》（13）《隋书》（14）《南史》（15）《北史》（16）《旧唐书》（17）《新唐书》（18）《旧五代史》（19）《新五代史》（20）《宋史》（21）《辽史》（22）《金史》（23）《元史》（24）《明史》清代张廷玉等撰。

12、“华夏九州”里的“九州”是指哪些地方？

冀州、兖州、青州、徐州、扬州、荊州、豫州、梁州、雍州

13、什么是“四书五经”？

“四书”指《大学》、《中庸》、《论语》、《孟子》；“五经”指《易经》、《诗经》、《书经》、《礼经》、《春秋》。

14、解释《史记》。

《史记》是西汉著名史学家司马迁撰写的一部纪传体史书，是中国历史上第一部纪传体通史，被列为“二十四史”之首，记载了上至上古传说中的黄帝时代，下至汉武帝太初四年间共 3000 多年的历史。与后来的《汉书》、《后汉书》、《三国志》合称“前四史”。

《史记》全书包括十二本纪（记历代帝王政绩）、三十世家（记诸侯国和汉代诸侯、勋贵兴亡）、七十列传（记重要人物的言行事迹，主要叙人臣，其中最后一篇为自序）、十表（大事年表）、八书（记各种典章制度记礼、乐、音律、历法、天文、封禅、水利、财用），共一百三十篇，五十二万六千五百余字。^[1]

《史记》对后世史学和文学的发展都产生了深远影响。其首创的纪传体编史方法为后历代“正史”所传承。同时，《史记》还被认为是一部优秀的文学著作，在中国文学史上有重要地位，被鲁迅誉为“史家之绝唱，无韵之《离骚》”，有很高的文学价值。

15、解释《论语》。

《论语》是我国先秦时期一部语录体散文集，主要记载孔子及其弟子的言行，是由孔子弟子及再传弟子记录编纂而成。全书二十篇。四百九十二章。首创语录之体，本书比较忠实地记述了孔子及其弟子的言行，也比较集中地反映了孔子的思想。今本共二十篇。儒家创始人孔子的政治思想核心是“仁”、“礼”、“义”。《论语》对中华民族的心理素质、道德行为和民族精神的形成起到过重大影响。在新文化运动之前的两千多年时间里，一直是中国人的初学必读之书。

16、中国的十二生肖、天干地支指的是什么？

中国的十二生肖是子鼠、丑牛、寅虎、卯兔、辰龙、巳蛇、午马、未羊、申猴、酉鸡、戌狗、亥猪。

天干：“甲、乙、丙、丁、戊、己、庚、辛、壬、癸”称为十天干。

地支：“子、丑、寅、卯、辰、巳、午、未、申、酉、戌、亥”称为十二地支。

17、古代主要节日有哪些？

元日：正月初一，一年开始。

人日：正月初七，主小孩。

上元：正月十五，张灯为戏，又叫“灯节”

社日：春分前后，祭祀祈祷农事。

寒食：清明前两日，禁火三日（纪念吴子胥）

清明：四月初，扫墓、祭祀。

端午：五月初五，吃粽子，划龙（纪念屈原）

七夕：七月初七，妇女乞巧（牛郎织女）

中元：七月十五，祭祀鬼神，又叫“鬼节”

中秋：八月十五，赏月，思乡

重阳：九月初九，登高，插茱萸免灾

冬至：又叫“至日”，节气的起点。

腊日：腊月初八，喝“腊八粥”

除夕：一年的最后一天的晚上，除旧迎新

18、六朝、六部、六历分别是指什么？

六朝是吴、东晋、宋、齐、梁、陈。

六部是礼部、户部、吏部、兵部、刑部、工部。

六历是《黄帝历》、《颛顼历》、《夏历》、《殷历》、《周历》、《鲁历》。

19、简述八股文的由来、内容、考试范围、局限性。

明清科举考试制度所规定的一种文体，也叫时文、制义、制艺、时艺、四书文、八比文。这种文体有一套固定的格式，规定由破题、承题、起讲、入手、起股、中股、后股、束股八个部分组成，每一部分的句数、句型也都有严格的限定。

“破题”规定两句，说破题目意义；“承题”三句或四句，承接“破题”加以说明；“起讲”概括全文，是议论的开始；“入手”引入文章主体；从“起股”到“束股”是八股文的主要部分，尤以“中股”为重心。在正式议论的这四个段落中，每段都有两股相互排比对偶的文字，共为八股，八股文由此得名。

八股文的题目，出自《四书》、《五经》，八股文的内容，不许超出《四书》、《五经》范围，要模拟圣贤的口气，传达圣贤的思想，考生不得自由发挥。无论是内容还是形式，八股文起到了束缚思想、摧残人才的作用。

20、简述现行公历的优、缺点

一、现行公历（格里历）的优点：

（一）公历世界上大多数国家官方通用，具有通用性；

（二）公历属于平时间周期定义的平历，所以其算法简单，天数基本固定，置闰规则；

（三）历年和历日协调的好，历年只有 365 日和 366 日两种；

（四）历日与太阳高度（直射角度）基本对应，误差只有 1 至 2 日左右。

二、现行公历的缺点：

- (一) 公元元年在人类历史中期，不便于推算人类历史早期；
- (二) 岁首没有较强的天文学意义；
- (三) 历月的天数有 28 日，29 日，30 日，31 日四种，并且排列不规则；
- (四) 具有较强的宗教意义和罗马皇权留下的烙印，不利于不同文化民族的交流；
- (五) 置闰法中 400 年 97 闰日没有 128 年 31 闰日简单和精确；
- (六) 只管太阳，没有月亮的内容，其日期也不反映月相，是单轨制的太阳历法，不利于保护世界上的月亮文化，也不利于被这些国家的群众接受和认同；
- (七) 由于历月的长度没有明显的天文学意义，所以人为因素很强，甚至可以被人随意更改。

21、我国古代的历法有那些？简述历书就被称作“皇历”的原因。简述“老皇历”一词的由来及意义。

我国古代使用的历法有皇帝历、颛顼历、夏历、殷历、周历和鲁历六种。

“皇历”属于“官方”历书。历书在社会生活中的重要性不言而喻，历代皇帝都很重视历法的颁制。从唐朝起，各代王朝开始对历法实行严格的管理。唐文宗大和九年(835 年)，唐王下令编制了我国第一本雕版印刷的历书《宣明历》。当时，为了防止民间滥印历书，唐文宗下令今后历书必须由皇帝亲自审定，官方印刷。从此，历书就被称作了“皇历”。

“皇历”所记的历法，一般是以一年为限，第二年变更，如果拿去年的“皇历”来查看今年的历法，就一定是错误的，因此人们常用“老皇历”来形容那些因循守旧、不合时宜的思想意识。

22、请介绍古代年龄称谓对少男少女的称呼。

豆蔻：指女子十三岁。豆蔻是十三四岁至十五六岁(豆蔻是一种初夏开花的植物，初夏还不是盛夏，比喻人还未成年，故称未成年的少年时代为“豆蔻年华”)。

及笄：指女子十五岁。笄[jī]，本来是指古代束发用的簪子。古代女子一般到 15 岁以后，就把头发盘起来，并用簪子绾住，表示已经成年。

束发：束发是男子十五岁(到了十五岁，男子要把原先的总角解散，扎成一束)。古人以十五岁为成童之年，把头发束起来盘在头顶。

二八：为 16 岁。

加冠：指二十岁。

古时男子二十岁行加冠礼，表示已成年。加冠：指男子二十岁(又“弱冠”)。

弱冠：弱冠是男子二十岁。

古人二十岁行冠礼，以示成年，但体犹未壮，故称“弱冠”。指刚成年。指二十岁。弱冠：古代男子 20 岁叫作“弱”，这时就要行“冠礼”，即戴上表示已成人的帽子。“弱冠”即年满 20 岁的男子。后世泛指男子二十左右的年纪。

23、中国十大名茶与中国十大名曲是什么？

中国十大名茶：西湖龙井，洞庭碧螺春，武夷岩茶，安溪铁观音，屯溪绿茶，祁门红茶，信阳毛尖，君山银针，云南普洱茶，滇红茶。

中国十大名曲：高山流水，广陵散，平沙落雁，梅花三弄，十面埋伏，夕阳箫鼓，渔樵问答，胡笳十八拍，汉宫秋月，阳春白雪

24、请介绍一下“压岁钱”的起源。

最早的压岁钱出现于汉代，又叫压胜钱，并不在市面上流通，而是铸成钱币形式的玩赏物，有避邪的功能。钱币正面一般铸有“万岁千秋”、“去殃除凶”等吉祥话和龙凤、龟蛇、双鱼等吉祥图案。

关于压岁钱，有一个故事。传说古代有一个叫“祟”的小妖，黑身白手，他每年年三十夜里出来，专门摸睡熟的小孩的脑门。小孩被摸过后就会发高烧说梦话，退烧后也就变成痴呆疯癫的傻子了。人们怕祟来伤害孩子，整夜点灯不睡，就叫“守祟”。

据说嘉兴府有一户姓管的人家，夫妻老年得子，十分珍爱。在年三十晚上，为防止“祟”来侵扰一直逗孩子玩，小孩用红纸包了八枚铜钱，包了又拆，拆了又包，睡下以后，包着的八枚铜钱就放在枕边。半夜里，一阵阴风吹过，黑矮的小人正要用他的白手摸孩子的头，突然孩子枕边迸出一道金光，祟尖叫着逃跑了。于是这件事传扬开来，大家纷纷效仿，在大年夜用红纸包上钱给孩子，祟就不敢再来侵扰了。因而人们把这种钱叫“压祟钱”，“祟”与“岁”发音相同，日久天长，就被称为“压岁钱”了。

25、科举制度三级考试分别是什么？录取者与第一名的称谓是什么？

科举制度是我国古代选拔官吏的一种重要手段，始于隋唐，盛于明清。明清的科举以四书五经为考试内容，一般分为乡试、会试、殿试三级。

乡试录取者称为“举人”，第一名称为“解元”。

会试录取者称为“贡生”，第一名称为“会元”。

殿试录取者称为“进士”，第一名称为“状元”，第二名为“榜眼”，第三名为“探花”。

26、“四大民间传说”、“元代四大戏剧”和“晚清四大谴责小说”分别指的是什么？

四大民间传说：《牛郎织女》、《孟姜女》、《梁山伯与祝英台》、《白蛇与许仙》

元代四大戏剧：关汉卿《窦娥冤》、王实甫《西厢记》、汤显祖《牡丹亭》、洪升《长生殿》

晚清四大谴责小说：李宝嘉《官场现形记》、吴沃尧《二十年目睹之怪现状》、刘鹗《老残游记》、曾朴《孽海花》

27、简述四大佛教名山和四大道教名山的名称。

四大佛教名山：浙江普陀山〔观音菩萨〕、山西五台山〔文殊菩萨〕、四川峨眉山〔普贤菩萨〕、安徽九华山〔地藏王菩萨〕

四大道教名山：湖北武当山、江西龙虎山、安徽齐云山、四川青城山

28、博士、硕士、学士从何而来？

“博士、硕士、学士”这些名称，古已有之，不过和现在的含意不完全相同。

博士，源于战国时代，当时是一种官职，也就是一些博通古今，知识渊博的人。

硕士这个词，最早见于五代时期，通常指那些品节高尚，博学多识的人。

学士最早出现于周朝，原本是指那些在学堂读书的人，后来逐渐变成文人学者。

29、书院是指什么？说出宋代著名的四大书院的名称。

唐宋至明清出现的一种独立的教育机构，是私人或官府所设的聚徒讲授、研究学问的场所，宋代著名的四大书院是：

江西庐山的白鹿洞书院、湖南善化的岳麓书院、

湖南衡阳的石鼓书院和河南商丘的应天府书院。

30、世界四大古都是指？十三朝古都是指我国哪座城市？有哪十三朝？介绍该城的历史。

中国的西安、意大利的罗马，希腊的雅典、埃及的开罗并称为“世界四大古都”。

十三朝古都是指西安。先后在西安建都的朝代有：西周、秦、西汉、新、东汉（献帝初）、西晋（愍帝）、前赵、前秦、后秦、西魏、北周、隋、唐等 13 个王朝，建都历时长达 1140 年之久。自公元前 1057 年至公元 904 年。

西安曾长期是古代中国的政治、经济与文化中心，是中国古代做为都城时间最长的城市。

31、“六礼”和“六艺”分别是指什么？

六礼：冠、婚、丧、祭、乡饮酒、相见

六艺：礼、乐、射、御、书、数

32、人们常说的“五湖四海”、三山五岳分别指的是什么？

五湖：江西鄱阳湖、湖南洞庭湖、江苏太湖、江苏洪泽湖、安徽巢湖

四海：渤海、黄海、东海、南海

三山：安徽黄山、江西庐山、浙江雁荡山

五岳： 中岳河南嵩山、东岳山东泰山、西岳陕西华山、南岳湖南衡山、北岳山西恒山

33、简单介绍一下“二十四节气”。

二十四节气起源于黄河流域。远在春秋时代，就定出仲春、仲夏、仲秋和仲冬等四个节气。以后不断地改进与完善，到秦汉年间，二十四节气已完全确立。公元前 104 年，由邓平等制定的《太初历》，正式把二十四节气订于历法，明确了二十四节气的天文位置。

太阳从黄经零度起，沿黄经每运行 15 度所经历的时日称为“一个节气”。每年运行 360 度，共经历 24 个节气，每月 2 个。其中，每月第一个节气为“节气”，即：立春、惊蛰、清明、立夏、芒种、小暑、立秋、白露、寒露、立冬、大雪和小寒等 12 个节气；每月的第二个节气为“中气”，即：雨水、春分、谷雨、小满、夏至、大暑、处暑、秋分、霜降、小雪、冬至和大寒等 12 个节气。“节气”和“中气”交替出现，各历时 15 天，现在人们已经把“节气”和“中气”统称为“节气”。

34、“北宋四大家”和“唐宋古文八大家”分别指的是那些人？

北宋四大家：黄庭坚、欧阳修、苏轼、王安石

唐宋古文八大家：韩愈、柳宗元、欧阳修、苏洵、苏轼、苏辙、王安石、曾巩

35、三吏三别和三言二拍是指哪些作品？

三吏三别——《石壕吏》《潼关吏》《新安吏》 《新婚别》《垂老别》《无家别》

三言二拍——《喻世明言》《警世通言》《醒世恒言》 《初刻拍案惊奇》 《二刻拍案惊奇》

36、古人起名有名、字、号，概述名、字、号的关系。

古人幼年时取名，成年时取字。名字均由父亲或尊长取定。字和名有意义上的联系。字是为了便于他人称谓。对平辈或长辈称字表礼貌和尊敬。号，又叫别号、表号，由自己取号，显示某种志趣或抒发某种情感。

37、“竹林七贤”和“扬州八怪”分别指哪些人物？

竹林七贤：嵇康、刘伶、阮籍、山涛、阮咸、向秀、王戎

扬州八怪：郑板桥、汪士慎、李鱣、黄慎、金农、高翔、李方鹰、罗聘

38、十三经分别是指哪些经典典籍？

十三经是指儒家的十三部经书，即《易经》、《诗经》、《尚书》、《周礼》、《礼记》、《仪礼》、《公羊传》、《穀梁传》、《左传》、《孝经》、《论语》、《尔雅》、《孟子》

39、《红楼梦》中的金陵十二钗是指哪些人物？

林黛玉，薛宝钗，王熙凤，史湘云，贾元春，贾探春，贾迎春，贾惜春，秦可卿，李纨，妙玉，贾巧姐。

40、我国四大文学名著和中医四大经典著作是什么？

我国的四大文学名著分别是：《三国演义》、《西游记》、《水浒传》、《红楼梦》。中医四大经典著作是：《黄帝内经》、《神农本草经》、《伤寒论》、《金匱要略》

41、“饮中八仙”与神话传说中的八仙指的是哪些人？

“饮中八仙”指贺知章、汝阳王、李适之、崔宗之、苏晋、李白、张旭、焦遂。

神话传说中的八仙是铁拐李、汉钟离、吕洞宾、张果老、曹国舅、韩湘子、蓝采和、何仙姑。

42、“数风流人物，还看今朝”出自哪里？作者是谁？请背诵这首词。

出自毛泽东诗词《沁园春·雪》中的词句。

沁园春·雪

作者：毛泽东

北国风光，千里冰封，万里雪飘。

望长城内外，惟余莽莽；大河上下，顿失滔滔。

山舞银蛇，原驰蜡象，欲与天公试比高。

须晴日，看红装素裹，分外妖娆。

江山如此多娇，引无数英雄竞折腰。

惜秦皇汉武，略输文采；唐宗宋祖，稍逊风骚。

一代天骄，成吉思汗，只识弯弓射大雕。

俱往矣，数风流人物，还看今朝。

43、“六书”是指什么？

汉字的形体构造，历来有“六书”的说法，“六书”是指象形、指事、会意、形声、转注、假借。

44、简述汉字形体和我国书籍的演变过程。

汉字形体演变过程：甲骨文→金文→大篆（籀文）→小篆→隶书→楷书→行书。我国书籍的演变过程：甲骨书→青铜器书→石经→简策→帛书→卷轴→印本书。

45、北宋四大书是指哪些书？

一是《太平广记》，小说类书，内容主要是神仙鬼怪故事。二是《太平御览》，百科全书式的类书。三是《文苑英华》，为文学总集主要是唐人诗文。四是《册府元龟》，为史学类图书，主要是历代君臣事迹，尤其唐五代的时事是全书的精华。

46、背诵《三字经》前 20 句。

人之初，性本善。性相近，习相远。苟不教，性乃迁。教之道，贵以专。
昔孟母，择邻处。子不学。断机杼。窦燕山，有义方。教五子，名俱扬。
养不教，父之过。教不严，师之惰。子不学，非所宜。幼不学，老何为。
玉不琢，不成器。人不学，不知义。为人子，方少时。亲师友，习礼仪。
香九龄，能温席。孝于亲，所当执。融四岁，能让梨。弟于长，宜先知。
首孝悌，次见闻。知某数，识某文。一而十，十而百。百而千，千而万。
三才者，天地人。三光者，日月星。三纲者，君臣义。父子亲，夫妇顺。
曰春夏，曰秋冬。此四时，运不穷。曰南北，曰西东。此四方，应乎中。
曰水火，木金土。此五行，本乎数。曰仁义，礼智信。此五常，不容紊。
地所生，有草木。此植物，遍水陆。有虫鱼，有鸟兽。此动物，能飞走。

47、简要介绍诸子百家。

诸子百家是对春秋、战国、秦汉时期各种学术派别的总称，据《汉书·艺文志》的记载，数得上名字的一共有 189 家，4324 篇著作。其后的《隋书·经籍志》《四库全书总目》等书则记载“诸子百家”实有上千家。但流传较广、影响

较大、最为著名的不过几十家而已。归纳而言只有 12 家被发展成学派。诸子百家之流传中最为广泛的是法家、道家、墨家、儒家、阴阳家、名家、杂家、农家、小说家、纵横家、兵家、医家。诸子指的是中国先秦时期管子、老子、孔子、庄子、墨子、孟子、荀子等学术思想的代表人物；百家指的是儒家、道家、墨家、名家、法家等学术流派的代表家。诸子百家是后世对先秦学术思想人物和派别的总称。在春秋战国时期，各种思想学术流派的成就，与同期古希腊文明相辉映；以孔子、老子、墨子为代表的三大哲学体系，形成诸子百家争鸣的繁荣局面。

出版物发行专业知识

名词解释

1、出版物：以传承与传播为目的、存储知识信息并具有一定物质形态的文化产品。

2、专题出版物：由出版者将作品或该作品的一部分或几部分作为一个单行本出版，且可以任何产品形式公开发行的出版物。有别于连续性出版物和整合性出版物。

3、系列出版物：出版产品品种数量不确定，出版期限不固定，且以一个统一的题名为统领的出版物。一般以营销为目的。

4、连续出版物：具有固定名称，编有序号，无预定结束日期，连续分期、分册或分部分出版的出版物。

5、电子出版物：英文名称为 electronic publication，是以数字代码方式，将图、文、声、像等信息编辑加工后，存储在磁、光、电等介质上，可复制发行，通过计算机或具备类似功能的设备进行播放使用的大众传播媒介产品。

6、网络出版物：英文名称为 Network publication 或 online publication，是将文字、声音和（或）图像信息编辑加工成数字信息后，以一定的编排方式存储在网络服务器上，通过计算机或类似功能的联网设备调阅使用的大众传播媒介。

7、多媒体电子出版物：英文名称为 multimedia electronic publication，是综合表现音频、视频、图形、图像、动画和文本等信息组合的电子出版物。

8、图书（book）：用文字或图画、符号记录知识于纸张等载体，并具有相当篇幅的非连续性出版物。

9、电子图书：又称 e-Book，是指将文字、图片、声音、影像等内容数字化后制作而成的电子版图书。通常以 PDF、DOC、CEB、TXT、EPUB 或者图片格式存储，以数字方式记录在光、电、磁为介质的设备中，并借助特定的设备来读取、复制、传输。

10、数据库出版物

数据库出版物是将内容根据用户的需求并按照数据库的技术要求进行拆分、存储，以便用户检索。典型的网络数据库出版物有题库、期刊库、文献库等。这类出版物的特点是根据用户输入的检索要求，即时形成相对独立的内容片段供用

户使用，如“题库”类的网络数据库，可根据学科、年级、难度等即时形成考卷供用户使用；又如“学术文献库”类的网络数据库，可根据学科、题名、主题、关键字、摘要、作者等即时形成相关内容的集合。这里所说的网络数据库出版物与前述之电子图书、数字报纸等，并非是严格按同一分类标准而得出的数字出版产品类型，而是相互之间存在交叉关系。

11、版本（edition）：在不同时期内容相同或基本相同的作品在同一出版社或不同出版社形成的各种出版物形态。

12、中小学教科书，是指经国务院教育行政主管部门审定和经授权审定的义务教育教学用书（含配套教学图册、音像材料等）。

13、修订本：对原版本内容进行修改订正，改动范围超过三分之一的图书版本。

14、增订本：指书的内容经作者或编译者做了较大增补改订，如增加章节，补充材料，修订文字等，另行排印出版的版本。

15、缩印本：是在原书的基础上，缩小图版另行制版印刷的书，其字号、开本都小于或少于原书，但内容相同，价格低于原书。

16、译本：将外文图书译成汉字或少数民族文字，或将汉字或少数民族文字译成外文，以及汉文和少数民族文字互译的版本。

17、丛书：汇集各种图书、按照一定的原则和体例，统一编纂印刷，并冠以一个总的名称的一套书。

18、单行本：是将全集、选集或译丛中的某一篇或几篇文章单独出版，以及将报刊的长篇文章单独编成的版本。

19、百衲本：用一部书的各种残版拼凑成的一部完整书版而刊印的书，称“百衲本”。“衲”指经过多次补缀的僧衣，“百衲”形容补缀之多。商务印书馆所印百衲本《二十四史》，由宋、元、明等多种书版的残卷零页配合而成。百衲本的显著特点是，全书版刻风格（特别是板式和字体）多有差异。

20、宋版书：即宋代印刷出版的书，是世人所公认的珍本。其之所以受到重视的原因主要有两点：一是许多著作，只有宋版最接近原本；第二是宋版书刊刻艺术是后世的模范，对后世书籍制度有巨大影响。

21、善本：是指版本较好的古书，即经过精细校勘，错误较少，在学术或艺术价值上比一般本子优异的刻本或抄本。

22、孤本：指某书的某一刻本，在世间仅有一份流传的。其它如未刻的手稿，

碑帖的旧拓本，仅有一份的，也成孤本。

23、版本记录：是每本书出版的历史性纪录，一般印在书的最后一页，记载书名、著译者，出版、印刷、发行单位名称，用纸规格、开本、印张、插页数、字数，出版年月及版次、印次、印数、中国标准书号、定价等内容。

24、图书装帧：就是对图书的结构与形态进行设计，其主要内容分为美术设计和技术设计两部分。

25、平装书：是指用最基本装订工艺，没飘口，一般封面不加勒口的版本。

26、线装：是书籍装订的一种，是我国书籍独特的装订工艺，是将依中缝对折的若干书页和面封、底封叠合后，在右侧适当宽度用线穿订的装订样式。古籍图书常采用线装形式。一般打四孔，称为“四眼装”；在上下两角增加两孔，称为“六眼装”。讲究的线装书，除封面用绫绢外，还用绫绢包起上下两角，以资保护。线装书装订完成后，多在封面上另贴书笺。

27、经折装：是书籍装订的一种，也叫梵夹装或折子装。出现、流行于晚唐。佛教经典、书画、碑帖常采用经折装形式，将长卷沿文字版面的间隔，一反一正折叠，在首末两页分别粘贴硬纸板或木板，成为书本形式。经折装的出现标志着中国书籍的装帧，完成了从卷子装向册叶装的转变。

28、勒口：也叫做折口。平装书的封面和封底，各多留出 30 毫米左右的空白纸张，向里折叠，与书芯切口处齐，折进去的部位叫勒口。有的护封前后也有长出 30 毫米左右的空白纸张，向里折叠，包在封皮上，这部分也叫勒口。勒口的作用是增加图书的美观。有的图书前后勒口内印有内容摘要、作者小传、责任编辑、封面设计者姓名等。

29、飘口：也叫漂口，是指在封面、封底和天头、地脚和书口处留出比书芯大出 3 毫米左右的部分。主要用于精装书，起保护书芯、增加图书外表美的作用。

30、切口：是指图书做好书芯、封皮之后，要经过裁切，用三面切刀机切光书的三面。顶端的一面叫做上切口，也叫书顶；下端的一面叫做下切口，也叫书根；旁侧一面叫做外切口，也叫做翻口。

31、精装书：精装书材料和装印工艺都比较讲究的版本，一般用于长期保存，内容价值较高的图书和经常翻阅的工具书。

32、书名：是印在图书封面、书脊、书名页、版权页上的一本书的标题，是用来确定出版物名称的标志。能反映一本书的内容。

33、图书质量：是指一本书的选题、内容、编辑加工、出版格式、装帧设计、

校对、印刷装订等方面的优劣程度，其中最重要的是内容质量。

34、中国标准书号（China standard book number）：一个中国出版单位出版的一部作品的一种版本的惟一识别代码。即组区号为 7 的国际标准书号。

35、出版物条码（bar code for publication）：由一组按 EAN 规则排列的条、空及其对应字符组成的表示一定信息的出版物机读标识。出版物条码包括 ISBN 条码和 ISSN 条码等。

36、图书在版编目数据（cataloguing in publication data; CIP data）：又称 CIP 数据，是在图书出版过程中按照相关标准编制的书目数据。内容包括著录数据和检索数据两个部分。

37、发行信息（distribution information）：反映出版物发行各种活动内容的知识、资料、图像、数据、文件的总称，包括出版物产品信息、交易信息、物流信息和资金信息等。

38、国际标准书号（international standard book number; ISBN）：国际通用的一个出版单位出版的一部作品的一种版本的惟一识别代码。以 ISBN 为标识符，包含一位校验码在内的 13 位数字。

39、数字出版的概念

数字出版是指利用数字技术进行内容编辑加工，并通过网络传播数字内容产品的一种新型出版方式。其主要特征是内容生产数字化、管理过程数字化、产品形态数字化和传播渠道网络化。

40、数字出版产品形态

由于信息技术的发展，数字内容产品形态的不断丰富和演变，数字出版的内涵也在不断地演进之中。按照原国家新闻出版总署《关于加快我国数字出版产业发展的若干意见》，数字出版产品形态主要包括电子图书、数字报纸、数字期刊、网络原创文学、网络教育出版物、网络地图、数字音乐、网络动漫、网络游戏、数据库出版物、手机出版物（彩信、彩铃、手机报纸、手机期刊、手机小说、手机游戏）等。

41、图书分类：就是根据图书的学科内容或其他特征，把图书科学地组织起来，方便人们管理、识别和利用的一种方法。

42、出版物营销分类：在出版物营销过程中，按照出版物的主题内容或其他属性，依据特定的分类标引工具（分类表），将出版物分门别类地组织成科学体系的活动。

43、经、史、子、集：是古代的一种图书分类法，称为“四分法”。经：经典和注释经典方面的著作；史：记述历史、地理、典章制度方面的著作；子：战国以来诸子百家的著作；集：历代名家的诗赋文集。

44、网上书店的概念

网上书店是通过互联网来陈列、销售出版物、音像制品的网站。从技术层面看，网上书店是由服务器、商务软件、数据库、计算机专业技术人员组成的企业；从商务层面看，网上书店是由供货渠道、支付系统、物流系统、售后服务系统以及配套的经营管理机制组成的书业企业；网上书店通过信息技术将出版者、供应商、作者、读者以及其他相关环节如银行、物流连接在一起,改变了传统图书的运作与交易模式。

45、网络营销的概念

网络营销，又称为网上营销、在线营销。广义地说，凡是以互联网为主要手段进行的、以满足顾客和消费者的需要为出发点、贯穿于企业网上经营整个过程所进行的一系列经营活动，都可以称之为网络营销。狭义地说，网络营销是企业整体营销战略的一个组成部分，是利用 Internet 技术，最大程度地满足客户需求，以达到开拓市场、实现赢利目标的经营过程。

46、云存储的概念

云存储是一种新兴的网络存储技术，是指通过集群应用、网络技术或分布式文件系统等功能，将网络中大量各种不同类型的存储设备通过应用软件集合起来协同工作，共同对外提供数据存储和业务访问功能的一个系统。使用者使用云存储，并不是使用某一个存储设备，而是使用整个云存储系统带来的一种数据访问服务。所以严格来讲，云存储不是存储，而是一种服务。

47、云出版：“云出版”就是基于云计算的数字出版的服务平台 (Cloud Publishing Service)，它本身就要实现整个出版传媒产业的三无目标，即：无库存、无退货、无欠款。

通过“云出版”出版社可以对社内资源加密，可以选择发行渠道进行授权、安全分发，渠道运营商可以打通各种渠道的终端应用，对出版单位授权的资源进行运营。一切的流程通过云出版服务平台进行，渠道的销售数据随时反映在平台上，出版单位可以随时掌握，甚至连读者的查询、点击、购买等行为，出版单位也可以通过云出版平台了解掌握。

48、OTO 商业模式概念

OTO 商业模式是一种新诞生的电子商务模式，这种模式大大的缩短了消费者决策时间，是由 TrialPay 创始人兼 CEO Alex Rampell 提出的。“OTO”是“Online To Offline”的简写，即“线上到线下”，OTO 商业模式的核心很简单，就是把线上的消费者带到现实的商店中去，在线支付购买线下的商品和服务，再到线下去享受服务。

49、码洋：“码洋”是图书出版发行部门用于指全部图书定价总额的词语。书刊的每一本上面都列有由阿拉伯数字（码）和钱的单位（洋）构成的定价，与册数相乘得定价总额就叫码洋，码洋是当今图书行业对图书进销存退的一种统计词语。

50、实洋：又称实价，在出版物销售过程中买方支付的实际金额。

实洋（实价）=码洋（码价）-折扣，其中折扣用金额表示。

51、折扣（discount）：在出版物销售过程中卖方给予买方的折让，用以定价为基准减价的比率或金额表示。

52、自出版概念

是指作者在没有第三方出版商介入的情况下，利用电子图书平台自主出版书籍或多媒体产品，也称为“原生电子书”。

自出版要求作家全程参与出版过程，从封面设计到营销宣传等以前由出版社承担的工作都要由其亲自参与，最大的好处在于让作家获得更好的报酬。

53、自媒体概念

英文 We Media，又称“公民媒体”或“个人媒体”，是指普通大众经由数字科技强化、与全球知识体系相连之后，一种开始理解普通大众如何提供与分享他们自身的事实、新闻的途径。

54、农家书屋（farmer's reading room）：政府为满足农民文化需求，建在行政村且具有一定数量的图书、报刊、音像制品、电子出版物和相应阅读、播放条件，由农民自主管理、自我服务的公益性文化场所。

55、连锁经营（chain operation）：经营同类商品或服务，使用统一商号的若干门店，在同一总部的管理下，采取统一采购或特许经营等方式，实现规模效益的组织形式。

56、全民阅读活动：中央宣传部、中央文明办和国家新闻出版总署等 11 个部门自 2006 年开始推行，是贯彻落实党的十六大关于建设学习型社会要求的一项重要举措。通过各种读书节、读书季、读书月和书市、书展、社区阅读中心、

数字农家书屋、公共数字阅读终端等方式开展书香中国全民阅读，使“爱读书、读好书、善读书”的阅读活动深入大众。

57、北京图书订货会

北京图书订货会是由中国书刊发行业协会、中国出版工作者协会主管主办，自 1987 年起，每年 1 月在北京国际展览中心举办，被誉为出版业内风向标，是全国三大图书盛会之一。

58、北京国际图书博览会

北京国际图书博览会(Beijing International Book Fair)简称 BIBF，由新闻出版总署、教育部、科学技术部、文化部、国务院新闻办公室、北京市人民政府、中国出版工作者协会主办，自 1986 年起，每两年举办一次，2003 年正式确定为 9 月举办，并从第九届起由两年举办一次改为一年一次，是全国三大图书盛会之一。

59、全国图书交易博览会

全国图书博览会原名为全国书市，由新闻出版总署、所在地人民政府、所在地新闻出版局、中国书刊发行业协会、中国出版工作者协会主办，自 2007 年正式更名为“全国图书交易博览会”，每年 5-6 月在全省轮流举办，是全国三大图书盛会之一。

60、法兰克福书展

法兰克福书展 1949 年由德国书业协会创办，是德国举办的国际性图书展览，是世界上最大规模、最享盛誉的书展，被誉为“世界出版人的奥运会”。书展由德国书商及出版商协会的子公司法兰克福书展会展公司负责筹办。每年的 10 月第一个星期三至第二个星期一于德国法兰克福展览中心举办，为期 6 天。书展为来自世界各国的出版商、代理商以及图书馆人员提供一个洽谈版权交易、出版业务及展书订书的场所。书展的主要功能是推进版权贸易。

61、伦敦书展

伦敦国际书展 1971 年由英国工业与贸易博览会创办，1985 年由励德展览公司承办，该书展为版权贸易型书展，每年四月在伦敦西区 Earls Court 展馆举行，历时 3 天。每年书展组委会都为参展商和书商提供内容丰富、形式多样的研讨会和专题讲座。整个书展专业气氛浓厚，版权交易活跃，是全球出版业最具影响的交易平台。

62、MARC 数据

英文名称为 Machine Readable Catalog(ue)，简称 MARC，意即“机器可读目录”，以代码形式和特定结构记录在计算机存储载体上的、用计算机识别与阅读的目录。MARC 可一次输入，多次使用，是信息技术发展和资源共享要求的产物。

MARC 数据最早产生于美国。1969 年开始向美国全国发行 MARCII 格式书目磁带，并将 MARCII 格式称为 US- MARC，即美国机器可读目录。美国机读目录适合美国国情，英法等国家根据各自情况创建了自己的机读目录。为了进一步协调、促进国际交流，统一各国机读目录格式，国际图书馆联合会在 USMARC 基础上制订了“国际机读目录通信格式”，即 UNIMARC，现在许多国家都采用 UNIMARC 进行文献编目。

63、数字版权管理

数字版权管理 (Digital Rights Management)，简称 DRM，是指出版者用来控制被保护对象的使用权的一些技术，这些技术保护的有数字化内容（例如：软件、音乐、电影）以及硬件，处理数字化产品的某个实例的使用限制。

DRM 不仅指版权保护，同时也提供了数字媒体内容的传输、管理和发行等一套完整的解决方案。因此 DRM 是一个系统概念，它包含数字版权信息使用、受版权保护的数字媒体内容的管理和分发。总之，DRM 是对有形和无形资产版权和版权所有者关系的定义、辨别、交易、保护、监控和跟踪的手段。

64、国家图书奖：原国家新闻出版署于 1992 年设立的我国等级最高的图书奖。每两年举办一次，1993 年首次评选。该奖分哲学社会科学、文学、艺术、科学技术（含科普读物）、古籍整理、少儿、教育、辞书工具书和民族文版图书九大门类，设国家图书奖荣誉奖、国家图书奖和国家图书奖提名奖三种奖项。2005 年整合并入新设的中国出版政府奖。

65、CPI：居民消费价格指数 (Consumer Price Index，简称 CPI) 是度量居民生活消费品和服务价格水平随着时间变动的相对数，综合反映居民购买的生活消费品和服务价格水平的变动情况。

66、PPI：生产者物价指数 (Producer Price Index, PPI) 亦称工业生产者价格指数，包括工业生产者出厂价格指数 (PPI) 和工业生产者购进价格指数，是衡量工业企业产品出厂价格变动趋势和变动程度的指数，是反映某一时期生产领域价格变动情况的重要经济指标，也是制定有关经济政策和国民经济核算的重要依据。

67、GDP：国内生产总值（Gross Domestic Product，简称 GDP）是指一个国家（或地区）所有常住单位在一定时期内生产活动的最终成果。常被公认为衡量国家经济状况的最佳指标。

68、恩格尔系数：恩格尔系数(Engel's Coefficient)是食品支出总额占个人消费支出总额的比重。19 世纪德国统计学家恩格尔根据统计资料，对消费结构的变化得出一个规律：一个家庭收入越少，家庭收入中（或总支出中）用来购买食物的支出所占的比例就越大，随着家庭收入的增加，家庭收入中（或总支出中）用来购买食物的支出比例则会下降。推而广之，一个国家越穷，每个国民的平均收入中（或平均支出中）用于购买食物的支出所占比例就越大，随着国家的富裕，这个比例呈下降趋势。恩格尔系数则由食物支出金额在总支出金额中所占的比重来最后决定。恩格尔系数达 59%以上为贫困，50-59%为温饱，40-50%为小康，30-40%为富裕，低于 30%为最富裕。

列举题

1、工具书的种类：百科全书、类书、辞书、年鉴、年表、手册、便览、文摘、辞典、字典。

2、“中图法” 综合性图书大类的种类：丛书，百科全书、类书，辞典，论文集、全集、选集、杂著，年鉴、年刊，期刊、连续性出版物，图书目录、文摘、索引。

3、古书版本的称谓：

稿本、写本、抄本、刻本、活字印本、官刻本、坊刻本、私宅刻本、家刻本、自刻本、监刻本、经厂本、内府刻本、藩府刻本、殿本、局本、聚珍本、套印本、百衲本、书帕本、巾箱本、袖珍本、初刻本、重刻本、翻刻本、影刻本、重修本、递修本、朱蓝印本、四库底本、毛抄本。

4、中国古书的装帧形式：简策、帛书卷子装、纸书卷轴装、经折装、梵夹装、旋风装、蝴蝶装、包背装、线装、毛装。

5、历代刻书的中央官署有：国子监、崇文院、秘书监、左司朗局、广成局、太史院、太医院、御史台、司农司、都水监、詹事府、钦天监、六部、司礼监、武英殿。

6、历代刻书的地方机构有：节度使、府、州、军、县、明代藩府、官书局。

7、列举“中图法”22大类类名和类号。

A 马克思主义、列宁主义、毛泽东思想、邓小平理论

B 哲学、宗教 C 社会科学总论 D 政治、法律 E 军事

F 经济 G 文化、科学、教育、体育 H 语言、文字 I 文学

J 艺术 K 历史、地理 N 自然科学总论 O 数理科学和化学

P 天文学、地球科学 Q 生物科学 R 医药、卫生 S 农业科学

T 工业技术 U 交通运输 V 航空、航天

X 环境科学、安全科学 Z 综合性图书

8、列举“中图法”工业技术大类下设的16个二级类目。

一般工业技术；矿业工程；石油、天然气工业；冶金工业；金属学与金属工艺；机械、仪表工业；武器工业；能源与动力工程；原子能技术；电工技术；无线电电子学、电信技术；自动化技术、计算机技术；化学工业；轻工业、手工业；建筑科学；水利工程。

9、列举哲学大类主要出版物：哲学理论，世界各国哲学，思维科学，逻辑学，伦理学，美学，心理学，宗教。

10、列举经济学的分支学科：包含：政治经济学；经济史、经济思想史；国民经济计划学；工业经济学；财政学；计量经济学。

11、列举我国出版发行业的国家级奖项。

国家图书奖；中国出版政府奖；中华优秀出版物奖；韬奋出版奖；中华图书特殊贡献奖。

简答题：

1、出版物发行员职业道德守则的内容是什么？

答：自觉遵纪守法，坚持“二为”方针；

追求优质高效，全力奉献精品；

崇尚敬业爱岗，提倡自重自尊；

注重勤俭办店，实行规范经营；

讲究文明服务，交易公正平等；

重视客户利益，言行诚实守信；
努力钻研业务，工作精益求精；
学习现代科技，勇于开拓创新。

2、我国出版物发行工作的性质是什么？

答：出版物是人类知识信息的载体，作用于人们的精神世界，具有精神产品的文化宣传属性；出版物以商品形式进入市场，通过货币进行交换，又具有商品属性。出版物商品的二重性，决定了出版物发行工作既是文化宣传工作，又是商业工作。出版物发行业的性质就是文化宣传属性和商业属性的有机统一。

3、为什么要把出版物发行的社会效益放在首位？

答：出版物作为具有特殊使用价值的商品，其精神内容作用于人们的心灵，对于人们的思想观念、道德情操、智力开发、兴趣爱好乃至世界观、人生观、价值观的形成具有很大的影响。人们阅读、欣赏或使用社会效益好的出版物，得以提高思想素质和精神境界，使之成为认识和改造世界的力量；而社会效益不好的出版物，则会使意志薄弱者思想迷惘、价值观念倾斜，甚至会导致对社会有害的行为，破坏社会的和谐稳定。因此，在出版物发行活动中必须优先考虑和重视社会效益，放在首要的位置。

4、如何讲求出版物发行的经济效益？

答：讲求经济效益，首先要守法经营，要认真执行出版发行工作的政策、法规和有关规定，不发行非法出版物，不搞非法经营，不使用非法手段销售出版物。其次要注重经营管理和经济核算，节约人力、物力和财务，提高劳动生产率，防止因经营不善而造成经济损失。第三要加强市场调查，掌握市场需求信息，不断提高自身的发行能急和经营活力，积极扩大优秀、畅销出版物的发行，力求以较少的投放发行更多更好的出版物。

5、简述图书的特点。

答：图书具有以下特点：

- (1) 每本书有单独的名称，主题集中，内容比较系统完整，论述比较深入。
- (2) 不定期，非连续出版，编辑出版的周期比较长。

(3)可以在较长时期流传。

6、什么是出版物发行？

答：出版物发行是指出版发行单位通过商品交换，将出版物传送给消费者的活动。它作为联系出版物生产与出版物消费的中间环节，构成了出版物由生产领域向消费领域转移的商品流通过程。出版物发行是商流、物流、信息流和资金流的统一。

7、什么是出版业？

答：出版业是从事出版活动的社会行业，是出版物的出版、印刷(复制)、发行或传播，以及与这些活动相关的社会经济活动的统称。我国出版业由出版单位、印刷(复制)企业、出版物发行企业以及出版教育、科研单位构成。出版业包括出版事业和出版产业两个部分。

8、出版物零售有哪些特点？

答：零售业务处于出版物发行过程的最后一个环节，对于满足广大消费者的精神文化需求、促进出版业的发展，起着十分重要的作用。

零售的特点主要有以下几点：

- 1、交易对象是最终消费者
- 2、有特定的营业场所和营业设备
- 3、批量购进，零散售出。
- 4、非销售的服务工作多

9、出版物发行企业安全管理工作的任务是什么？

答：出版物发行企业安全管理工作的任务是，贯彻执行安全方面的法规制度，建立安全的工作环境，开展安全生产教育，保证出版物消费者和企业职工的人身安全，保护货款、出版物和业务设备设施的安全，保证经营活动的正常开展。

10、店堂和库房安全有哪些基本要求？

答：第一，建立经理或兼职安全员值班制度，负责全店的安全工作。

第二，营业前，值班经理或兼职安全员应对店堂、库房、楼（过）道、货

架、柜台、电器设备及营业用具进行例行安检，发现安全隐患要及时解决，解决不了的要及时报告。

第三，营业中，值班经理或兼职安全员要坚持巡回检查，防范意外事故发生。

第四，营业后，值班经理或兼职安全员应对店堂、库房、楼（过）道、货架、柜台、电器设备、营业用具及收银台进行班后清场和安全检查，并将本日情况记入《门市安全日记》。下班后，清扫、断电、关窗、锁门。

第五，加强现金和票据管理，销货款及时送银行，帐后款按规定锁入保险柜。

第六，严禁私人现金、物品与销货款、商品混放，严禁私售个人物品。

第七，企业或门店商品未经批准严禁外借或带出店堂和库房。

11、“六防”、“五知”、“五会”的内容是什么？

答：“六防”即防火、防盗、防商品霉变残损、防自然灾害、防设备损坏、防工伤事故。

“五知”是：一知火警、匪警电话、本单位经理室、保卫科电话，以及有关上级部门值班室电话，以使用时拨打；二知门店库房消防器材的存放位置，以便需要时伸手可取；三知单位电源总开关的位置，以便必要时随手断电；四知单位保险柜和贵重物品的存放位置，以便加强值班巡查保护；五知单位易发被盗、火情等要害部位，以便加强保卫防范。

“五会”是：一会使用消防器材；二会采取应急措施和处理紧急情况；三会准确、迅速报警；四会保护刑事案件或灾害事故现场；五会在紧急情况下自救和互救。

12、如何做好紧急（突发）事故的处理？

答：第一，稳定情绪，不发蒙、不惊慌失措。

第二，立即采取行动，做到火情（或其他灾害）初起，可控制时立即扑灭或消除，同时紧急报告或呼救，并组织扑救，还应立即断电或采取切断其他灾害源头。

第三，重大事故一定要及时报警，可能时派人在路口等候。

13、中国标准书号在出版物流通中有哪些应用？

答：中国标准书号在出版物流通中有以下应用：

(1) 形成便于交易的管理数据库。

它是出版物发行管理信息系统数据库的最关键数据项，用于连接各种发行业务数据(如采购、发货、退货、库存、结算等)。

(2) 支持出版物流通供应链企业之间的数据传递。

在网上订购、EDI。(电子数据交换系统)、文件等各种数据交换方式中，它是标识商品的数据代码。

(3) 发行单位各种业务职能的应用。

它是控制管理业务链上处理流程的主要数据项，如采购订货、到货收进、批发发货、零售终端销售、财务结算、库存等。

(4) 出版物发行管理。

它是统计、检索出版物各种业务数据的商品依据，如进货商品、发货商品、库存商品、结算商品等。

14、出版物发行分类、归类应遵循哪些原则？

答：出版物发行分类、归类应遵循以下原则：

(1) “中图法”原则。这是制定出版物发行分类、归类最重要的原则。任何分类方法，基本上都尊重“中图法”。

(2) 知识性原则。出版物发行分类、归类要按照知识门类的学科划分，类别要按科学性和系统性原则设置。

(3) 主题性原则。出版物发行分类、归类要发挥主题性的功能，按照一个社会热点来设立主题，方便消费者选购和出版物管理。主题性原则也是出版物发行分类、归类的基本原则。

(4) 灵活性原则。出版物发行分类、归类不能一成不变。要根据形势发展的需要和消费者购买变化，分类、归类应及时调整和变换。

15、出版物发行分类陈列有哪些方法？

答：出版物发行分类陈列主要有以下几种方法：

(1) 按消费者对象分类陈列。

不同地域构成不同的消费者对象，不同的消费者对象体现出不同的购买需求

和购买习惯。在准备运用按消费者对象分类陈列方法的时候，应先做本地区消费者构成的调查，确定消费者对象。消费者对象可分一般消费者群体、特色消费者群体。

(2) 按版别分类陈列。

出版社的类型有很多种，如按出版范围分，有综合性、社会科学、科学技术、少年儿童、教育、美术、文学艺术等类出版社。

(3) 按主题分类陈列。

主题分类实质上是为一类或几类归并命名主题突出陈列的方法。对于零售店柜组的主题分类，可以是为本柜组所承担的一类命名主题，也可以是为柜组所属下一级类或几类归并命名主题，以命名的主题分类。

(4) 按流通状况分类陈列。

根据流通状况调整类目的级别，并以此进行分类陈列。把进货量大，销售码洋高，作为大类醒目展示或以此细分。

16、如何对零售卖场出版物进行发行分类？

答：零售卖场出版物发行分类一要根据所处零售店的经营规模、经营特色综合考虑；二要结合消费者的购买习惯，各级类目的名称要既合章法又通俗易懂；三要合理设置各级分类标牌，要表现出清晰、鲜明和突出的特点。零售卖场出版物发行分类一般经过以下工作程序：

(1) 明确出版物发行分类表的依据。参照“中图法”或其他分类法，对各类的主要学科和类目有大致的掌握，还要尊重消费者的购买习惯。只有这样，才能结合柜组的规模和消费者的需求，考虑分类表的框架及类目。

(2) 设计出版物发行分类表的结构。分类表的结构是由若干个柜组组成的零售店的规模、特点和消费者对象所决定的。如柜组所处零售店规模比较大，那么这个柜组的规模也会较大，为这个柜组设计的分类表结构就可以比较细。

(3) 确定出版物发行分类表的类目。零售店的经营规模、经营特色、所处地区、消费者对象的不同，其类目的设置应有所不同，但一般情况下一个柜组被设置成一类。根据分类依据和分类表的结构，结合本部门出版物品种结构，进行合并或细分，设计出版物发行分类表的各级类目。

(4) 设置出版物发行分类的标牌。按照设计的出版物发行分类表，在陈列设备上设置分类标牌。

(5) 按照设计的出版物发行分类表对出版物进行具体分类。

17、出版物跨类品种的选择和陈列原则有哪些？

答：跨类品种的选择和陈列原则是：

第一，跨类品种所属学科不宜太专，其学科边缘存在与其他学科的可融性。

第二，跨类品种具备多类陈列的价值。价值内容包括：符合消费者选购习惯、促进销售等。

第三，跨类品种的知识、学科与跨类的知识、学科有所关联。

第四，杜绝为扩大陈列、扩大销售而不顾出版物类分的规则乱跨类。

第五，符合消费者选购习惯。

18、出版物跨类品种陈列的工作要求有哪些？

答：第一，在细分阶段选择跨类陈列的品种。在同类出版物归并时，根据可跨类的价值，确定跨类品种。

第二，为确定的跨类品种在同级类中寻找知识或学科的可融点。

第三，当跨类品种同时跨入几个类陈列时，要对跨类品种做好跨类纪录。

第四，跨类陈列后，注意观察消费者对跨类品种的选择效果。

第五，对跨类效果不佳的跨类品种，应及时调整。

19、出版物陈列摆放应遵循哪些原则？

答：出版物陈列摆放一般应遵循以下原则：

(1) 设计醒目，一目了然。

零售店的布局、陈列、分类标志、标牌，一定要在色彩的搭配上非常醒目，特别是零售店的每个柜组都要有布局图，它具有导购功能，使消费者马上看到出版物区域的设计语言。

(2) 方便消费者选购。

出版物陈列摆放的直接目的是展示、宣传出版物，展示、宣传的直接受众就是消费者。高质量地陈列摆放出版物，为消费者选购提供了便利，并贴近消费者的选购意愿。

(3) 与时尚元素相融合。

出版物陈列摆放要体现时代的节奏，体现出出版物在文化进步中的作用。因此，出版物的陈列摆放要与时尚元素相融合，营造时尚氛围。

(4)为促进销售提供条件。

出版物陈列摆放的最终目的是服务消费者、方便消费者，最大限度满足消费者需求。因而，出版物的陈列摆放要以促进销售为重点。

(5)维护营业场所的安全。

陈列摆放的设施与设备之间要严格按照《安全生产条例》的要求，保证通道畅通，保证与电器之间的安全距离。

20、出版物发行员接待用语有哪些规范要求和禁忌？

答：出版物发行员接待用语的规范要求和禁忌有：

(1)要做到语言标准、语调柔和、语气谦恭。

出版物发行员应口齿清晰，主要在语言、语调、语气三个方面要合乎礼仪的基本规范。

①语言标准：一要讲普通话，二要发音正确。

②语调柔和：一要音量适中，二要快慢有度。

③语气谦恭：在语气上要表现出热情、亲切、和蔼和耐心。

(2)切忌语气急躁、生硬和轻慢。

在人际交往中，语气往往被人们视为具有某种言外之意，因为它往往会真实地流露出交谈者一定的感情色彩。千万不要使自己的语气显得急躁、生硬和轻慢。

①语气急躁：是指出版物发行员在与消费者交谈时，语气上显得焦急、暴躁、激动，或者很不耐烦。比如说：“抓紧时间，快下班了！”“我还有别的事。”“想不想买？”“挑够了没有？”等等。

②语气生硬：是指出版物发行员在与消费者交谈时，语气上显得勉强、生冷、僵硬，或者不够柔和。例如：“着什么急呀？”“喊什么呀？”“等着。”“废话。”“别乱动，你赔得起吗？”等等。

③语气轻慢：是指出版物发行员在与消费者交谈时，语气上显得轻狂、歧视、怠慢，或者失敬于人。例如：“你知道吗？”“你见过吗？”“看清价格再说？”“你买得起吗？”等等。

21、门市服务工作的特点有哪些？

答：门市服务工作的特点有：

(1)具有固定的场所和服务措施。

门市一般都有固定的营业时间和经营场所，有相应的书架、柜台等营业服务设备。不仅有利于消费者选购出版物，也便于出版物发行员管理和熟悉出版物，提高服务质量。

(2) 备有丰富的出版物品种供消费者选购。

门市固定的场地和营业设备，为增加备货品种和开展宣传推广活动创造了条件。而丰富的备货品种，能满足不同消费者的需求。

(3) 批量购进，零星售出。

门市销售的出版物有批量购进，零星售出，交易频繁，交易数量小而次数多的特点。由于消费者需求的多样性，往往询问的多、翻看的多、不成交的多，出版物发行员的非销售工作也多，因而门市工作占用的人力、物力也较多。

22、出版物发行员接待基本要求的内涵是什么？

答：出版物发行员接待基本要求的内涵是“主动、热情、耐心、周到”，就是要求出版物发行员在为消费者服务的全过程中，从消费者利益出发，设身处地为对方着想，以“情”动人，细致并充满温馨。最重要的是，这一切都必须出自真心，绝对不是虚情假意。

(1) 出版物发行员要具备良好的思想品质和职业道德，为社会服务、为人民服务、对消费者负责。

(2) 出版物发行员要在服务态度、经营风格、工作作风、职业修养这四个方面上规范化。只有掌握了发行行业职业道德的核心思想，才能够在接待工作中做到主动、热情、耐心、周到。

23、出版物发行员在流动服务时需要掌握哪些接待技巧？

答：(1) 要热情接待好每一位消费者，耐心解答消费者提出的各种问题，百问不厌、百拿不烦，做到“接一、问二、联系三”。

(2) 在服务中要做到眼疾手快、熟练准确地为消费者拿递、计算、包扎。

(3) 主动对出版物进行口头宣传。

24、出版信息、供货信息的来源有哪些？

答：(1) 阅读征订目录、出版计划、业务文件等，了解出版物与供给的动态。

(2) 浏览网络信息，通过出版社网站或公共网站了解最新的出版信息与供

货信息。

(3) 通过报刊、电视、广播等新闻媒介了解出版动态，包括媒体的出版物评论。

25、单品种出版物的销售信息或现场广告制作的方式有哪些？

答：单品种出版物的销售信息或现场广告制作的方式有：

- (1) 单独陈列，并制作标签、小告示牌，标明其值得广而告之的理由。
- (2) 制作纸质广告张贴于卖场通道两侧、柱子、楼道等显眼位置
- (3) 制作小告示牌，与该品种一起置于收款台上。
- (4) 制作“易拉宝”。

26、出版物销售的供应要求有哪些？

答：出版物销售的供应要求有：

- (1) 品种对路。订进和销售的出版物社会效益好，品种基本适合当地的市场和社会需求。
- (2) 数量恰当。订进和销售的出版物能大致符合当地消费者的需求量，与消费者的购买能力相适应。
- (3) 供应及时。缩短货源组织周期，提高流转速度，加快新书上市，不失时机地满足消费者需要。

27、出版物销售的基本服务技能是什么？

答：出版物销售的基本服务技能是：

- (1) 掌握出版物陈列技巧，要求美观大方、重点突出、易找易取
- (2) 能按照出版物的特点撰写一些小广告，小告示牌；并能口头向消费者介绍、推荐出版物。
- (3) 能掌握基本的接待消费者的语言艺术。
- (4) 能熟练地进行出版物点数、计价、开票、包扎等连续销售书作业。

28、计算机系统管理销售的收银顺序是什么？

答：计算机系统管理销售的收银顺序是：

- (1) 将图书条码或书号输入计算机，然后输入该品种的销售数量(也可以逐本

输入由系统累加销售数量)。

(2) 按计算机提示的销售金额告知消费者应付金额。

(3) 将消费者所付款金额输入计算机。

(4) 按计算机提示的付款信息唱收唱找，并打印销售小票给消费者。

29、什么是销售发票？

答：销售发票是销售活动中使用较广泛的一种单据，是消费者报销的凭证，也是具有法律效力的书面证明材料。

30、什么是销售小票？手工填写销售小票应注意什么？

答：销售小票是门市的一种销售依据，人工销售的门市可以把销售小票作为原始记账凭证。手工填写销售小票应该注意五点：

- (1) 要按销售小票的编号顺序使用。
- (2) 填写的数量、金额应与实际销售额相符。
- (3) 填写的字迹要清楚、端正、容易辨认。
- (4) 填写销售小票的金额数码要大，不得涂改、挖补。
- (5) 因错计或重计作废的，要有第二人签字证明。

31、出版物陈列摆放有哪些工作要求？

答：出版物陈列有以下工作要求：

(1) 类目清楚。无论如何确定类目，也无论分类的粗细，出版物陈列摆放时一定要把出版物按类分开，切实做到类目清楚。

(2) 标识明显。标识明显对陈列布局起画龙点睛的作用。每一级分类都应有明显的分类标识，并置放于相应的位置。可利用颜色、字体或设计形象的不同加以区别，以使标识更加明显。

(3) 整洁、丰满。出版物陈列摆放除了分类清楚、标识明显这些结果性的要求外，还有过程性的要求，这就是要经常打理，让出版物陈列摆放的整洁、丰满。

(4) 常摆常新。在正常的出版物陈列摆放下，适当地变换摆放方式，使出版物成为出版物信息的宣传点。

32、简述出版物在书台陈列摆放的工作要求。

第一，书台摆放要分类清楚。以台分类，若是连台摆放多类出版物，可以设置标牌区分类别。

第二，平摊摆放于书台的出版物，复本薄厚应基本相等，一则美观，二则便于消费者选购。

第三，及时整理拿乱的出版物，始终保持陈列的出版物类目清楚、码放整齐。

33、门市服务工作的要求是什么？

答：门市服务工作的要求是：

(1) 发行员营业前要穿好统一的工装，工装要整洁、干净。

(2) 仪容要整洁、美观，保持面部干净，及时修面。化妆要适当，不浓妆艳抹，注意个人卫生。

(3) 营业前要调整好自己的情绪，以饱满的热情迎接消费者的到来。

(4) 向消费者提供丰富多彩的出版物。

(5) 给消费者创造良好的购物环境。

(6) 为消费者提供优质的服务。

34、什么是导购服务？导购服务的作用及工作要求有哪些？

答：导购服务，即采用服务台或专人的接待、指引、陪同等手段，借助宣传介绍、解答询问、提供服务等方式，实现引导购买，促进销售的目的。

作用：在服务过程中，导购工作往往是实现交易成功不可缺少的重要手段。

工作要求：导购人员应具备和蔼、耐心、思路敏捷、善解人意、分析能力强等综合素质以及丰富的业务知识和熟练的操作技能。

35、音像制品、电子出版物进货的渠道有哪些？进货时应该注意哪些问题？

答：(1) 是音像制品和电子出版物出版单位。

(2) 是具备总发行权或批发的音像制品和电子出版物发行商。

注意事项有：

(1) 由于音像制品和电子出版物的时效性比较强，采购、到货的时间直接影响到出版物的销售，在选择供货商时必须考虑到进货速度。

(2) 由于音像制品和电子出版物的时效性强，销售机会往往来的快，去的也快，进货数量难以把握。一般情况下，退货比例会较高，在与进货商签订合同

或协商时应注意争取优惠的退货政策。

36、什么是出版物验收？其工作要求有哪些？

答：出版物验收，是按照供货方的运单和发货清单，对购物出版社进行的数量清点和质量验收。购物出版物的验收是进行业务的最后环节，也是防止出版物差错事故的关键。发行单位和部门市库管人员必须严格按照出版验收制度和验收手续要求，认真做好验收工作。

其工作要求有：

- (1) 票据和出版物实物相符。
- (2) 质量符合要求
- (3) 数量和计价金额无差错。

37、出版物验收的操作步骤有哪些？

出版物验收的操作步骤有：

(1) 发运核对。将送书通知单或发运票与实物总件数进行核对。检查有无大件漏发、错发、串发。同时检查外包装是否完好，外包装在途中受到损坏的，应与运输人当场交涉并作记录，责任一般由运输人或是保险人承担。

(2) 实物验收。对照发货清单按品种详细点数，确保实物与发货清单相符，并检验出版物质量。对版次、印次有要求的品种，要检查出版、印刷日期是否符合标准。发现数量、质量问题，应做好记录，及时报告处理。

(3) 分发或入库。在实物清点后要查阅销货商订单核对订数，即时分发，以保证新出版物尽早面市或及时入库。

38、什么是通知退货和直接退货？

答：(1) 通知退货。有采购部门或业务人员对门市滞销或因其他原因需要退出的出版物等发出退货通知。门市收到退货通知单后，应立即下架、整理、复核，进行退货处理。

(2) 直接退货。门市人员对门市滞销、过量、过季的出版物直接进行下架，退回库房，也可以由门市直接退回供货商。如果直接退回供货商，不同的供货商必须分开退货。

39、门市出版物分发出库有哪些步骤？

答：门市出版物分发出库有以下步骤：

（1）核销。卡片整理要逐笔填写出库记录，并随时结出存货数；计算机系统管理将出库数据逐笔录入计算机系统。

（2）配货。按出库清单出库品种到相应的货位拣货，认真核对出版物名称、出版者、价格、数量等项目，准确出库，确保货单相符。

（3）复核。根据出库清单复核对实际配拣出版物与出库清单的名称、定价、数量等再次核对，保证出版物出库的准确性

（4）出库。出库的出版物要主动、及时送达至门市或楼层。临时堆放要集中在指定区域，不与其他在库出版物混放。

40、造成账目和实物不符的原因主要有哪些？

答：造成账目和实物不符的原因主要有：

（1）收发、销售作业中产生的误差，登录数据时发生多记、误记、漏记等情况。

（2）出入库、销售作业时产生实物误差。

（3）收发、销售作业中，出版物损坏、丢失等原因。

（4）盘存时出现漏盘、重盘、错盘现象，盘存结果出现错误。

（5）账务处理系统管理制度或流程不完善，导致数据出错。

（6）盘存前数据资料未结清，使账面数不准确。

41、图书印装质量有哪些检验标准？

答：图书印装质量的检验标准有：

（1）书页整洁，字迹清楚，墨色深浅一致。

（2）书页不能前后、上下颠倒，不能有多页、少页、残页、折角、歪斜现象。

（3）版心要正，留白边适当，切口无毛边或破口。

（4）封面要糊正、糊牢，书脊文字要正直。

（5）精装书要平整，书皮不翘，烫印字要牢固，书脊凸圆，压槽要深。

（6）全书幅面的规格尺寸要符合规定。

（7）彩色画面要整洁，套色要准确、版心不歪。

42、赊销货款的催讨方式有哪些？

答：赊销货款的催讨方式，一般可分为四种：信函通知，电话催收，派员催讨，法律行动。

- (1) 如刚到期或过期较短的，应不过多打扰，以免失去这一市场。
- (2) 对过期稍长的消费者，可措辞婉转地用信件或其他方式予以提醒。
- (3) 对过期较长的消费者，频繁地信件催款并电话催收。
- (4) 对过期很长的消费者可在催款时措辞严厉，派员上门催讨，如上门收账效果不好，应考虑采取其他必要的法律方式等。

43、不同开本、装帧、外包装的出版物如何陈列摆放？

答：不同开本、装帧、外包装的出版物的陈列摆放各有不同：

(1) 不同开本书刊的陈列摆放。在按类陈列的原则下，相同尺寸开本的书刊陈列摆放在一起。在条件允许的情况下，不同开本书刊依据开本大小依次陈列摆放，越清楚越好，或分格或分台陈列摆放。如果条件有限，应依据开本由大至小陈列摆放。

(2) 不同装帧图书的陈列摆放。在按类陈列的原则下，图书按装帧不同陈列时，首先应将线装、精装、平装图书分开陈列摆放，其次应将精装图书中的纸精、布精、绢精图书分开陈列摆放。内容相同而装帧不同的图书应是精装在上，平装在下。对线装图书等较贵重及易损坏的图书，应做保护性陈列摆放。

(3) 不同外包装的音像制品和电子出版物的陈列摆放。应按不同外包装分架、分格、分台陈列摆放。如果条件有限，应依据外包装大小由大至小陈列摆放。

44、出版物柜台陈列摆放有哪些方法、特点和要求？

答：(1) 柜台陈列摆放的方法主要有：

- ① 将出版物平面向上平摊摆放。
- ② 将精装书、厚本书、丛书、系列书以及成套音像制品用绸带竖立捆扎摆放。
- ③ 用书托封面朝外，立体摆放。

(2) 柜台陈列摆放的特点是：

- ① 对新出版物、优秀出版物、重点出版物浏览可一目了然。
- ② 对出版物具有防尘、防盗的保护作用。
- ③ 柜台陈列摆放可以烘托出版物的贵重，引起消费者的好奇和注意。

(3)柜台陈列的工作要求为：

①柜台样本不宜过多，要突出重点。

②在摆放样本时，最好下面铺上衬布(金丝绒或红绸布)或用彩带捆扎，以此来衬托出版物的华贵、重要。

③柜台内的样本要经常更换，一是保证新出版物要新，重点出版物要突出，二是要保证出版物的整洁，三是保证样本要有备货。

④柜台内的样本应与书架陈列的出版物相对应。

45、出版物发行员仪表形象的要求是什么？

答：(1)形象端正。

任何一个发行单位在选用出版物发行员时，特别是直接与消费者及客户接触的岗位，一般要将其容貌的端正与否列为主要条件之一。面部不应存在严重缺陷，要五官端正。

(2)整洁自然。

要求出版物发行员在进行面部修饰时要自然，要讲究合乎常情，按其工作性质进行修饰。

(3)文明着装。

出版物发行员务必讲究文明着装。在工作中，身着工装时，不仅要强调美观，而且要雅观，显示出文明、高雅的气质。服装不得过分瘦小、过分艳丽，服装要得体、整洁。

46、出版物发行员在营业之前要做好哪些服务准备？

答：出版物发行员在营业之前要做好以下服务准备：

(1)广告宣传、出版物陈列的准备。

检查各种宣传广告、出版物陈列和各项方便消费者服务措施的准备情况，发现问题及时纠正，重点是整理书架、书柜、书台等，发现出版物短缺要及时补充货源。

(2)购物环境的准备。

为了给消费者创造一个整洁、宁静、优雅的购物氛围，要求出版物发行员在营业前对店堂的整体环境进行检查。

①灯光照明设备的检查。营业场所照明的目的就是正确地传达出版物信息，

展现出版物的魅力，吸引消费者进入营业场所，达到促销目的。因此，要保证基本照明。

②背景音乐的准备。音乐有益于出版物的销售，悦耳的音乐可以增加消费者的吸引力和注意力。柔和而节拍慢的轻音乐，会调整消费者的心情。

③出版物陈列的检查。出版物码放的高度要便于消费者挑选、翻阅，不可堆积过高、陈列不稳，不可空架，注意及时补货。

④环境卫生的检查。营业前要做好店堂、业务设施、办公室、库房、营业场所周边环境的清洁卫生。

(3) 出版物发行员仪容仪表、行为规范的检查。

营业前，出版物发行员应严格遵守工作时间，不迟到，不无故缺勤，不私调班次。要着装整齐，佩戴服务标志，精神饱满，要微笑迎候消费者的到来。

47、在营业过程中，需要发行员运用哪些接待技巧？

答：营业中的消费者接待是实现出版物销售的核心内容。要按照规定的时间准时开门迎客。开门时，所有发行员要按照规范的站姿，精神饱满、微笑热情地迎候消费者的到来。

(1) 发行员平时要经常阅读出版物的目录、熟记出版物名、作者、出版社以及著名作家的代表作。平时多看、多学、多问、多记，通过积累拓展知识面，提高服务质量和出版物的鉴赏力。

(2) 当消费者走近时，出版物发行员要主动迎上去，热情招呼，讲好第一句话。

(3) 要揣测消费者的身份、爱好和来意，有的放矢地介绍宣传出版物。

(4) 熟练操作。为消费者配书、拿递要迅速，计算要准确，要当面算准、点清，购买量大时要请其他出版物发行员帮助复核。

(5) 开票要认真，字迹要规范，收款找零要唱收唱付，并把零钱递到消费者手中。

(6) 熟练包扎。要根据实际情况和消费者要求妥善包扎出版物，做到美观、牢固。

(7) 精神集中。时刻注意观察消费者，当接待完一位消费者后，应准备对下一位消费者的接待，俗称“接一、问二、联系三”

48、在营业结束时，需要发行员运用哪些接待技巧？

答：营业结束时的接待技巧有：

(1)当消费者交款完毕，要离开时，收银员要目视消费者，面带微笑并使用礼貌用语“谢谢”。对老年人、残疾消费者或购买出版物较多的消费者，应主动提供服务。

(2)当营业快结束时，出版物发行员要低声、婉转地轻声提醒消费者，不要生硬地轰客、不提前结账、不提前搞卫生或关灯，不提前撤离营业场所。

(3)当营业结束时，发行员应按礼仪站姿目送消费者离开。如还有消费者没离开，则留一名发行员进行接待。收银员及服务台人员要面带微笑目送最后一名消费者离开现场。

(4)外单位来访人员离开时，要礼貌道别，送离办公区域。

49、开架销售接待工作中的“三定一查”指的是什么？

答：开架销售接待工作主要包括以下内容：

(1)实行“三定一查”岗位责任制。

①一定人员，就是要根据门市书架的多少、销售额的大小及忙闲情况，确定出版物发行员人数。

②二定岗位，就是在若干书架、柜台前设出版物发行员工作岗，在各部或柜组设值勤岗，在店堂 EI 或楼梯口设导购(接待)岗或服务台，做到定岗、定人，不得脱岗。

③三定责任，就是每个出版物发行员及每个岗位都要制定明确的岗位责任和区域范围，使每一项服务工作都责任到人，并严格遵照执行。

④一查，即门市经理(主任)或值勤组长(主管、领班)要坚持带班巡视，加强监督检查，不使“三定”流于形式。

50、开架销售接待工作中的“四勤”和“三个主动”指的是什么？

答：“四勤”是指：

(1)一要勤整书架、书台等，随时注意出版物的摆正或戳齐，做好填缺补漏，保证出版物的整齐、清洁、丰满。

(2)二要勤于询问，不因消费者可以直接翻看出出版物而疏远消费者，要主动接近消费者，了解需求，主动提供帮助。

(3) 三要勤于宣传，即要勤介绍新出版物、重点出版物，又要勤提醒，以减少污损和丢失。提醒要讲究方法，注意分寸，不能伤害消费者。

(4) 四要勤于疏导，消费者流量高峰时，要及时疏导，避免出现“人墙”（如：畅销书架前站着一排消费者长时间看书，影响其他消费者选购）。

“三个主动”是指：

(1) 一要主动接待，为那些有明确购买目标的消费者及时导购、主动拿递。

(2) 二要主动配合，对不便拿取的出版物和有行为障碍的消费者或者要求代办和配套的消费提供主动配合服务。

(3) 三要主动解释消费者的询问、要求和意见，能解决的及时解决，解决不了的要耐心解释。

51、出版物发行员如何运用观察法了解消费者？

答：通过观察消费者的发型、服饰、仪容、脚步和神态分析消费者的身份。比如：

(1) 神情自若，漫无目的，脚步缓慢，随意浏览的，大多是来逛卖场的消费者，看到了感兴趣的出版物，才产生翻阅的要求。

(2) 进了店堂，举目四顾，寻找或询问目标，到了书架前就翻看目录的，是有明确购买目标的消费者。

(3) 对营业场所分类、布局较熟悉，喜欢自己翻阅、选择，并不时向出版物发行员提问有关出版发行方面情况的，一般是对出版物比较熟悉的、经常购买的消费者，如专家、学者。

(4) 对营业场所分类、布局不熟悉，又不好意思多问，在书架前徘徊的，往往是不常来的消费者，如：农村、边远地区且性格内向的消费者。

52、主动询问、主动介绍、主动推荐的作用与区别是什么？

答：主动询问、主动介绍、主动推荐的作用与区别是：主动询问、主动介绍、主动推荐三者都是发行员主动为消费者提供一对一的个性化服务，并通过这种服务起到宣传出版物、满足消费者需求、促进销售的目的。

(1) 主动询问。主动询问是出版物发行员根据消费者进入卖场后的行为表现，有针对性的选择消费者询问所需要的服务，并提供相应的服务。

(2) 主动介绍。是出版物发行员根据消费者已经显现的需求，主动向其介绍

与其需求相适应的出版物。主动介绍包括：同类出版物介绍、替代出版物介绍以及相关出版物介绍等。

（3）主动推荐。是出版物发行员根据消费者已经显现的需求，结合自己对消费者所需出版物的较为深刻的理解，围绕消费者感兴趣的出版物类型，推荐相关出版物。主动推荐注重挖掘消费者的潜在需求。

53、简述出版物销售的特点。

答：出版物销售的特点有：

（1）出版物销售具有弹性。出版物销售单位的品种对路，服务方便，促销得力，销售量就可能提高；反之，销售量就会降低。

（2）购买环境和服务质量直接影响销售量。出版物销售单位开架销售，消费环境好，销售量就大；反之，就小。

（3）出版物销售具有连续性。出版物销售单位对专业消费者或经常光顾的老顾客具有连续服务的特点；有些图书（如：丛书、多卷集、学习文件及辅导材料、教材课本及参考读物等）在销售上具有连续性的特点。

（4）出版物销售受舆论的影响大。出版物与其他商品的舆论影响在效果上有很大差别，甚至完全相反。当某种图书社会争议较大、批评声音较多时，有的消费者受逆反、猎奇等心理驱使，偏要找这本书看。抓住消费者的这种心理，积极开展正面宣传和正确的舆论导向，就有可能促使消费者买好书、多买书。

54、以图书为例，说明配货、整理、点数三项工作的具体内容。

答：这三项工作的具体内容分别是：

（1）配货。

根据消费者提供的需求清单进行配货。配货要注意准确，包括重视配货单上标明的各个要素：书名、书号、版别、定价、数量。同时，要注意避免将已经污损或有缺陷的出版物（如：缺光盘、不成套）进行配发。配货时如发现个别品种缺货的，可向消费者推荐同类出版物或相关出版物。

（2）整理。

将已配货的品种进行归类整理。按照消费者不同的要求（如：按类、按版、按装帧）或计算、包装的要求（如：品种、定价位置、开本、数量、厚薄）进行归拢整理，为计算和包装做好准备。

(3) 点数。

人工清点出版物数量。在常规状态下有两个操作过程，首先清点同一品种的数量(需要在整理时将同品种图书归拢)；然后清点全部图书的总数量。

使用计算机系统管理销售的出版物销售单位，这一环节在计算销售操作中自动完成。

55. 品种的畅销、常销或滞销分析方法有哪些？其含义分别是什么？

答：(1) 销售动态分析。分析某出版物在销售时间段上的变动状况，来判断该出版物的生命周期和销售走势

(2) 销售对象分析。分析某出版物的购买对象及其增减变化来预测该品种的下一步销售趋势。

(3) 销售方式分析。分析所在企业或部门不同的营销手段或销售方式对某出版物销量来判断该出版物的下一步销售走势。

(4) 库销对比分析。对比分析某出版物的进货时间、当前库存量、在架时间与平均销售速度，来判断出版物的动销速度或滞销程度等，并分析该出版物畅销、常销或者滞销原因。

(5) 综合因素分析。结合某出版物的编著译者、出版者、价格、装帧、读者对象、出版时间等情况和营销方式等因素，分析该出版物在本地区或门市的销售走势，并说明造成积压或脱销的原因。

56、简述出版物的拆包、拆捆、清点、验收的操作步骤。

答：(1) 拆包的操作步骤：

相同运输号的包件，要先拆盖有“发单在内”戳记的包。要按标签上的运输号分别拆包，按包内的发货清单，分别码放，不要混淆。

(2) 拆捆的操作步骤：

相同出版物相同批次的每捆数量(或小包内数量)要求一致。拆包后，要检查每包内出版物的数量是否符合要求。具体操作时，根据不同出版物的要求、到货数量等实际情况来确定全部检验或抽样检验。

(3) 清点和验收的操作步骤：

逐品种清点实物的包数、零头数，按“单品种实际数量=整包数×每包数量+零头数”得出单品种数量。核对发货清单上的发货单位、收货店名、出版物名称、

定价、数量等是否与实物一致。对验收中出现的收货差错要仔细记录。

拆包后的图书的书脊以 5 或 10 的倍数为—叠(俗称—划)，交叉叠放，或按套整齐、稳固叠放，大数量品种放在里面，小数量品种放在外面，内高外低，便于清点。

(4) 差错查询的操作步骤：

对清点验收中的差错，报与相关部门做查询处理。

57、什么是社会科学？依据中图法，社会科学部类出版物主要有哪些？

社会科学是研究人类社会发展一般规律的科学。社会科学部类出版物主要指反映社会发展历史及其发展规律，政治、法律，军事，经济，文化、科学、教育、体育，语言、文字，文学，艺术，历史、地理等方面内容的出版物。

58、什么是自然科学？依据中图法，自然科学部类出版物主要包括哪些？

自然科学是以整个自然界和各种自然现象为研究对象的一门学问。自然科学部类出版物主要指反映自然科学理论及发展概况，数理科学和化学，天文学、地球科学，生物科学，医药、卫生，农业科学，工业技术，交通运输，航空、航天等方面内容的出版物。

59、出版物发行员如何根据消费者光顾目的的不同开展针对性的服务？

答：光顾出版物销售场所的消费者一般有三类：一是有明确购买目标的消费者；二是虽有购买想法但没有明确目标的消费者；三是没有现实购买想法的潜在消费者。

(1) 对有明确购买目标的消费者，出版物发行员应主动帮助消费者找到需要的出版物，同时还可以适当地介绍一些同类出版物。

(2) 对有购买想法但无明确目标的消费者，可以根据消费者关注的出版物类别，通过观察、询问适时向消费者推荐相关出版物，当消费者在相同品种中犹豫不决时，出版物发行员应耐心地介绍这些出版物的特点和异同，帮助消费者进行比较和选购。

(3) 对那些没有现实购买欲望的潜在消费者，往往是随意浏览、翻看，出版物发行员应站在适当的位置上，不要让消费者感到不自在。

60、 顾客进入您所在的书店，作为发行员，您应该怎样主动为其服务？

答：作为发行员，应该做到主动询问、主动介绍、主动推荐，具体的的操作步骤是：

(1)经观察、判断后，走近消费者。

(2)用亲切、平和、稍轻的语气询问消费者。

(3)如果此时消费者表示谢绝，则应向消费者表达打扰他的歉意，然后后退一小步，再转身离去。主动询问或主动介绍过程结束。如果消费者需要你为他提供服务，则进入下一步骤。

(4)根据消费者的答复，大致确定消费者需要什么出版物。在交流的过程中可适时地根据消费者需求，取出几种适合消费者的出版物向消费者推荐、介绍，做好消费者的参谋。

(5)如果消费者在您的协助下选定所要购买的出版物，并准备付款时，应将消费者引导到收银台或引导到距收银台较近的位置用手指引消费者前往付款。在消费者转身或者视线离开后方可离开。主动询问或主动介绍过程结束。

61、进行单品种出版物的介绍推荐所需掌握的知识和技巧有哪些？

答：进行单品种出版物的介绍推荐所需掌握的知识和技巧有：

(1)对出版物的深入了解。

由于是单品种的推荐，因此除了对该出版物的基本要素的了解外，还应对该出版物在媒体上的宣传、供应商对其的推荐理由、媒体对其评价等等作深入了解和把握。

(2)对消费者群体的了解和判断。

根据该出版物的消费者对象，分析消费者群可能聚集地、观察消费者进入卖场后的行为表现，或通过询问、沟通了解消费者的兴趣、爱好；初步判断哪些消费者可能是该出版物的潜在消费者，然后运用不同的介绍推荐技巧向消费者进行推荐。

(3)单品种出版物推荐技巧。

①被介绍推荐的出版物应在显著位置陈列，可用立体码放陈列、平摊陈列、多复本陈列等，通过陈列最大限度地引起消费者注意。

②对被推荐出版物的相关信息进行宣传，制作小广告、小告示牌等。

62、同类出版物的推荐技巧有哪些？

答：同类出版物的推荐技巧有：

(1)根据同类出版物不同版别、作者的情况，将较权威出版社的出版物和知名作者的出版物推荐给消费者。

(2)根据同类出版物之间内容的差异，向消费者介绍其各自不同的特点和侧重面、主要适用范围等供消费者选择。

(3)根据不同的版本特点向不同的消费者推荐。如：将古典名著的精装本推荐给用于收藏的消费者；将古典名著的缩写本推荐给中、小学生消费者；将古典名著的普及本推荐给普通消费者。

(4)根据不同的出版时间，向消费者推荐较新的出版物。当然收藏者可能是个例外。

(5)根据价格的高低和消费者购买力的高低，将不同价格的出版物推荐给不同的消费者。

(6)根据同类出版物的不同销售量，向消费者推荐较为畅销的出版物。

63、出版物销售的服务要求有哪些？

答：出版物销售的服务要求有：

(1)注重实效。

要坚持书尽其用的销售目的，对消费者负责，使售出的出版物充分发挥作用。

(2)方便消费者。

要为消费者着想，采用多种多样的便利形式，使消费者方便地买到称心如意的出版物。

(3)服务周到。

要做好出版物销售的售前、售中和售后服务，为消费者提供优质、周到的服务。

64、概括出版物销售的基本要领。

答：出版物销售的基本要领有三个方面：

(1)了解出版物。

通过学习相关出版物的知识，通过对出版物的浏览、演示、阅读，通过供应商提供的信息和其他媒体的相关信息，了解出版物的类型、外貌形态以及不同出版物的区别，了解出版物的名称、作者、版别、内容简介、消费者对象、所属类

别、同类产品、大致陈列位置。熟练掌握常备、畅销、畅销及当前正在搞促销活动的出版物的名称、作者、版别、内容简介、特点、消费者对象、所属类别、同类产品、媒体评论、消费者评论、销售状况、陈列位置。

(2) 了解消费者。

了解消费者就是通过观察、询问、沟通、分析等方法，掌握消费者的身份、兴趣爱好、购买目的、购买力状况、潜在消费者的聚集地等消费者基本情况。应注意在观察消费者时切忌死盯紧看、指指点点而骚扰消费者，引起消费者不满。在询问消费者和与消费者沟通时应尊重消费者、实事求是。

(3) 基本服务技能。

①掌握出版物陈列技巧，要求美观大方、重点突出、易找易取。

②能按照出版物的特点撰写一些小广告，小告示牌；并能口头向消费者介绍、推荐出版物。

③能掌握基本的接待消费者的语言艺术。

④能熟练地进行出版物点数、计价、开票、包扎等连续销售书作业。

65、简述我国出版业的构成。

答：我国出版业主要由出版单位、印刷（复制）单位、发行单位、制作单位、出版专业教育和科研单位等构成。

66、什么是商流？

答：商流，即出版物商品的交换活动，也就是出版物商品价值的流通。

67、什么是出版物消费者群？

答：出版物消费者群是指出版物消费者中具有某种相同特征的人群，以及在行为上有一定共同点的某一类出版物消费者。

68、出版物消费者需求有哪些基本特征？

答：（1）需求的无限性。（2）需求的多样化。（3）需求的时代性。（4）需求的可诱导性。（5）需求的周期性。

69、企业制订切实可行的计划，有什么重要的意义？

答：(1)能减少市场经营的盲目性，增强预见性。

(2)有助于制订最佳经营策略。

(3)有利于协调、沟通企业内部各环节之间的关系。

(4)有助于减少企业的市场风险。

70、企业管理的具体任务有哪些？

答：(1)合理组织经营活动。(2)提高工作效率。(3)强调发行质量，促进两个文明建设。(4)增加资金积累。

71、简述古旧书收购的手续和注意事项。

答：(1)出让人须携带身份证明，机关单位售书须开具介绍信，当面看书，按质论价。

(2)购进时，经办收购员填写收购凭证和明细表。

(3)多卷集图书要核看是否完整，零星书刊也要检查是否残破污损。

72、出版物发行员职业道德守则中“重视客户利益，言行诚实守信”的含义是什么？

答：这是出版物发行员职业道德中关于出版物发行员服务理念和言行习惯方面的基本要求。这一条要求出版物发行员要充分尊重客户的利益，言行要诚实守信，不蒙骗客户，热心为客户服务。诚实守信是为人之本和经商之道。讲信誉、重承诺、守信用是出版物发行员必须遵守的行为规范。

73、简述出版物批发的概念与特点。

答：出版物批发是指向其他出版物经营者销售出版物。其特点主要有：

(1)不与消费者直接交易。批发的销货对象中没有消费者，只有各种出版物经营者（其他批发者和零售者）。这是它最根本的特点。

(2)销售方式具有批量性。在批发业务中，出版物须成批量地销出，不就零星出版物进行交易。

74、简述出版物经销及其操作程序。

答：经销是发行单位按订货数量向出版物所有者进货，转而销售、不退货的

购销形式。其操作程序一般是：

- (1) 出版单位向各发行单位征求出版物订数。
- (2) 按各发行单位所报订数发货。
- (3) 各发行单位负责销售自己所订出版物。
- (4) 按协议时间结算书款。未销出的出版物不退货。

75、简述出版物寄销及其操作程序。

答：寄销是出版物所有者以寄卖方式委托发行单位销售的购销形式。寄销也是我国目前出版物购销的重要形式。其操作程序一般是：

- (1) 出版物所有者向各发行单位按事先协议规定的数量和方式发货。
- (2) 各发行单位进行销售。
- (3) 按协议时间根据实际销售量结算书款，未销出的出版物予以退货。

76、出版物质量的具体含义是什么？

答：出版物的质量分为内在的和外观的两个方面。

(1) 内在质量主要是指出版物的思想政治和科学文化内容，出版物的体例结构、文字规范以及文字表达、插图配合、声像清晰、播放顺畅等。

(2) 出版物的外观质量，是指原材料如纸张、高分子材料质量和印刷、复制、装订、包装质量。

77、市场信息有哪两个主要来源？

答：市场信息主要来源于以下两方面：

(1) 来自系统内部的信息。主要包括：经营管理部门的信息、直接来自经营活动中的各种信息、各类出版物的信息资料、行业性内部资料。

(2) 来自系统外部的信息。主要包括：公开传播的文献资料、领导机构和管理部门的信息、社会调查、咨询信息、消费信息。

78、市场信息有什么主要作用？

答：(1) 正确决策的依据。必须提供可靠的信息，才能保证正确的决策。

(2) 加强经营管理的重要手段。只有掌握了市场信息才能有效地执行管理职能，调控经营管理活动，完成各项经济指标和任务。

(3) 增强竞争的工具。只有及时、准确地掌握市场信息，才能制定最优决策和策略，战而胜之，使自己在竞争中立于不败之地。

79、简述电子商务的含义？

答：广义的电子商务是指利用一切电子工具从事的商务活动，所包含的内容不仅包括商业交易，还可以扩展到电子银行、跨企业共同协作、网络购物、政府职能部门提供的电子化服务等。

狭义的电子商务是指通过计算机网络完成的信息发布、交易、支付等商务活动，最高级别的电子商务是实现电子支付。

80、简述经营与管理的关系。

答：对于企业来说，经营与管理是经济活动的两个方面，二者既有联系又有区别。对于出版物发行企业而言，经营是指出版物购销活动，它是出版物发行企业的基本职能，通过经营活动实现出版物价值。管理，则是把经营的可能变为现实，并保障经营有规律地、科学地进行。

81、简述经营责任制的考核标准。

答：经营责任制的考核标准主要包括以下两个方面的考核内容：

(1) 对计划指标的考核。

包括销售额、利润额(率)、存货额、流动资金周转次数和劳动生产率。

(2) 对发行质量、服务质量的考核。

包括一般出版物销售增长速度、常备出版物满足程度，以及主动推荐、售前、售中和售后服务等的开展情况。

82、出版物发行企业的质量考核方法包括哪些？

答：出版物发行企业的质量考核方法包括：

(1) 明检推动法。

即检查人员进行公开、全面的检查评分。

(2) 暗查考核法。

即检查人员或外聘的社会检查员不打招呼的检查，现场记分。

(3) 对检促进法。

即企业、门店、摊亭、柜组、内部职能部门以及发行员个人之间的对口检查。

(4) 信息反馈法。

即组织消费者、团购客户座谈会(或上门、或发函)，广泛搜集意见。

83、简述出版过程中商业流通阶段劳动的含义。

答：出版过程中商业流通阶段的劳动是一种兼有文化传播性的商业劳动。

(1) 劳动者利用一定的工具或借助一定的平台，把出版物输送给消费者，既是为了将出版物载有的精神文化内容向社会传播，也是为了通过商品流通实现出版物的价值。

(2) 编辑劳动和复制劳动只能创造价值，但不能实现价值。要使出版物潜在的社会效益和经济效益得到实现，必须依靠出版物的商业流通劳动。

84、简述出版活动的性质。

答：出版活动的性质主要有以下几点：

(1) 出版活动具有政治性和思想性。出版活动的成果许多都载有明显的意识形态内容，能影响人们的政治立场、思想信仰、价值观念。

(2) 出版活动具有文化性和科技性。出版活动的成果，是传承文化、传播知识、传递信息的重要载体，是科学技术转化为生产力的重要环节。

(3) 出版活动具有经济性和产业性。出版活动的成果绝大多数都作为商品在市场上流通，出版活动必须承担市场运作的全部经济风险。

85、简述出版活动三要素之间的关系。

答：出版活动由编辑、复制和发行构成，缺一不可；编辑、复制和发行之间存在着密切的联系。

(1) 未经编辑的作品可以复制，也可以流传，但不属于出版活动。

(2) 对作品进行编辑，如果不是为了复制和发行，也不属于出版活动。

(3) 不经过编辑、不需要发行的作品复制，也不是出版活动。

(4) 不经过编辑、不需要复制的发行，与出版也没有关系。

(5) 我们可以说出版是一种“发表”和“公于众”的形式，但不能说所有的“发表”和“公于众”都是出版。

86、出版物有哪些属性？

答：出版物的属性主要表现在以下几个方面。

(1) 既是精神产品又是物质产品，这就是出版物的基本属性。思想知识内容是出版物的本质属性。

(2) 使用价值与社会效用关系上的特殊性。一般商品的使用价值通常都能产生正面社会效用。而出版物则不然，其使用价值既可能产生正面社会效用，也可能产生反面社会效用，两者都不是个别的，而是比较经常的、普遍的，前者体现在合格的出版物中，后者体现在不合格的出版物中。

87、简述出版物的功能。

答：出版物的功能主要包括以下几点。

(1) 基本功能。出版物是记载、传播和积累人类在生产活动和社会活动中产生的思想和科学文化知识，沟通人们与历史、与外部社会联系的桥梁之一。因此传播思想、知识和信息，积累和存储文化、科学等人类文明成果是出版物的基本功能。

(2) 宣传教育功能。出版物在影响人的精神世界、思想品德、价值观念，提高认识能力，指导实践活动等方面发挥着重要的作用。这就是出版物的宣传教育功能。

(3) 推动文明进步功能。在当代的科学文化交流中，绝大多数文化知识、科学知识是通过出版物普及开来的，人类思想的进步和科学技术的发展总是与出版物的传播交流联系在一起的。

(4) 审美、休闲和服务功能。出版物特别是文学艺术类出版物，具有形象生动的审美属性，能引起人的审美愉悦；同时出版物还具有休闲娱乐的功效，使人们得到感情上的感染、共鸣和熏陶。

88、简述出版物成本的组成。

答：出版物成本，即出版物总成本，也称贸易成本，由生产成本和销售成本两部分构成。

(1) 生产成本。生产成本是指生产一种出版物所耗费的各种生产费用，可分为直接成本和间接成本。

(2) 销售成本。也称发行费用或销售费用，是指发行出版物所支付的各

项费用。这是在产品销售过程中所发生的追加产品价值性质的费用。一般包括：付给批发、零售企业的发行折扣、代理佣金以及商品宣传推广费等。出版单位自办发行业务的人员工资、福利，出版物的保管、包装、运输等费用均计入销售成本。

89、如何识别盗版音像制品？

答：从外观上来鉴别盗版音像制品的方法可以概括为“三看”。

（1）看外包装。 凡是简装光盘（即塑料袋加纸片包装），肯定是盗版制品。正版光盘没有简装的。

（2）看批准字号。 正版产品在包装盒的一角都会标有文像进字或文音进字，以及版权证号或国权像字等批准字号。盗版产品则一般没有批准字号，或批准字号不全。

（3）看真版标识。 正版光盘的包装盒上都会贴有一个指甲盖大小的圆形标识，而盗版产品则没有。

90、出版物消费者的购买过程分哪几个阶段？

答：出版物消费者的购买过程，是其购买活动的决策过程。这一过程包括以下四个阶段：

（1）认识需求阶段。这就是由刺激而引发的需求，是购买动机产生的前提，是购买行为的起点。

（2）确定商品阶段。在这一阶段中，出版物消费者已由潜在需求上升为可能购买。

（3）决定购买阶段。出版物消费者确定了想购买的出版物之后，一般会很快着手购买。

（4）购后评价阶段。出版物消费者买了出版物之后，并不是其消费行为的结束。他在阅读、欣赏或使用出版物的过程中会评价所买的出版物的质量以及相关的服务。

91、出版物市场调查分为哪三个阶段？

答：出版物市场调查分为以下三个阶段：

（1）调查准备。主要是制定调查计划、确定调查主题、明确调查对象及调

查内容，并拟定调查方案。

（2）正式调查。主要是根据调查方案的要求组织调查人员，根据调查对象的具体内容，采用一定的调查内容，开展实地调查。

（3）调查结果分析。主要是对调查所取得的资料进行汇集、整理、分析和研究，并在基础上作出判断，得出调查结果，编写调查报告。

92、简述出版物发行质量规范管理的内容。

答：出版物发行质量规范管理的内容包括：

（1）制订出版物购进、销售、储存等流转、经营业务的操作程序、工作方法和考核标准。

（2）制订出版物门类品种、服务项目、服务态度、服务方式、文明诚信等与服务质量有关的考核要求和标准。

（3）制订业务、财务、后勤保障等职能部门的工作标准和要求，并明确各环节之间的关系以及管理、服务职能。

（4）根据各类人员在质量管理中的位置，制订相应的岗位标准和培训考核办法，使每个职工都明确自己的工作任务和岗位职责，即应该做什么，怎样做，什么时间做以及必须达到的数量、质量标准等。

93、企业加强货币资产的管理，应做好哪些方面的工作？

答：企业加强货币资产的管理，应做好以下两方面的工作：

（1）加强现金管理，严格执行有关政策法规。

建立内部现金支付审批制度，按财务会计制度的规定加强对库存现金的核算，设立现金日记账，做到日清月结。

（2）加强银行存款的日常管理。

制订银行存款收支计划，监督银行存款的流量，建立互相牵制的监督制度，坚持钱账分开、支票和印鉴分开的原则，坚持银行票据的领用签发制度，同时还要加强银行存款核算，按会计制度规定设立银行存款日记账，坚持日清月结，准确反映银行存款的增减变化。

94、出版物发行企业应做到哪些严格保密措施？

答：出版物发行企业有关的保密措施主要有：

(1) 属于企业秘密的文件、资料、档案及其他物品的编制、制作、收发、传递、查阅、使用、复制、摘抄、保管及销毁，应由企业领导委托专人进行。

(2) 收发、传递或外出携带保密性文件资料，由指定专人负责，并采取必要的安全措施。

(3) 非经批准，不得复制和摘抄保密性文件资料。

(4) 保密性文件资料必须放在设备完善的保密装置中保存。

(5) 对外交流与合作中需要提供企业保密事项的，要事先请示并经批准。

(6) 发现企业秘密已经或可能泄露时，应当立即采取补救措施并及时报告。

95、进货的作用有哪些？

答：进货的作用有：(1) 对出版物销售活动起导向作用；(2) 对满足消费者需求起保障作用；(3) 对做好企业经营起支持作用；(4) 对繁荣出版事业起促进作用。

96、简述出版物集中进货机制的优势。

答：集中进货机制的优势是：(1) 有利于提高出版物发行单位与供货商谈判中的议价能力；(2) 利于降低出版物发行运营成本；(3) 利于规范进货行为。

97、简述市场信息对出版物进货所起的作用。

答：(1) 市场信息是进货决策的基础和前提；(2) 市场信息的运用是企业控制进货过程、实现进货目标的手段；(3) 市场信息是企业提高经济效益的源泉之一；(4) 市场信息是增强竞争力的工具。

98、咨询解答服务的工作程序是什么？

答：咨询解答服务的工作程序是：(1) 认真听取消费者的问题；(2) 复述消费者提出的问题；(3) 回答消费者提出的问题；(4) 要对消费者表示理解。

99、为出版物找消费者的要求有哪些？

答：为出版物找消费者的要求有以下三点：(1) 积极开展阵地销售，强调“快”、“便”、“活”；(2) 主动开展对口征订和系统推荐；(3) 把握“两知三不要”原则。

100、计算机系统管理盘存前的数据准备有哪些？

答：计算机系统管理盘存前的数据准备有：（1）确定盘存区域：在计算机系统内，按仓、版、类、单品、货位选择盘存区域，划分批次；（2）盘存数据的预处理：选择盘存批次，制作盘存清单。

101、接待批发客户的工作要求有哪些？

答：接待批发客户的工作要求有：（1）组织货源；（2）合理储备出版物；（3）改进业务流程，提高服务效率；（4）保证和促进批发客户的利益。

102、出版物按分类管理有哪些分类方法？

答：出版物按分类管理通常有两种分类方法：一种是按图书分类类分，好处是存放位置与寻找的出版物内容相对应。一种是营业分类类分，即：根据出版物门市定位和消费者习惯进行分类和划区存放的方法，进行分仓管理。

103、什么是为消费者找出版物，有哪些要求？

答：“为消费者找出版物”从表面上看，这是一种被动性服务，但却是消费者自己找上门来的业务，出版物发行员应做到热情接待、主动服务。

（1）牢固树立为消费者服务的观念；

（2）树立公益性服务观念。

104、出版物发行员在为消费者推荐介绍出版物时的态度要求有哪些？

答：出版物发行员在为消费者推荐介绍出版物时的态度要求是：客观而不夸张，热情而不强迫，充满诚信，实事求是。

105、类分、辨析出版物的主要目的是什么？

答：类分、辨析出版物的主要目的：一是方便消费者寻找出版物；二是易于管理，提高服务和工作效率；三是便于掌握出版物销售情况。

106、口头宣传的工作要求有哪些？

答：口头宣传的工作要求有以下三点：（1）注意整体卖场环境的协调；（2）

尊重消费者；（3）尊重出版物。

107、什么是 POP 广告？

答：POP 广告又称为售卖场所广告，是一切购物场所内外所做的现场广告的总称。

108、常销品种和重点品种介绍推荐的主要内容包括哪些？

答：常销品种和重点品种介绍推荐的主要内容包括：作品的内容提要或精华片段；作者名字及作者的生平、身份、主要作品、风格特征；作品的特色；作品的销售情况及与该作品相关的其他内容，等等。

109、如遇消费者问到图书能否打折，你将如何回答？

答：如遇消费者问到图书能否打折，应这样回答：由于书店是文化微利企业，经营的全部是正版图书，进货折扣较高，打折的空间很小，一般情况下不打折供应，如果书店在搞图书促销活动，可以按促销要求打折优惠供应。

110、POP 广告在设计、编写、制作和使用时的工作要求有哪些？

答：POP 广告在设计、编写、制作和使用时的工作要求有：（1）配合内容，快速反应。（2）重点突出。（3）整个版面整体感要强。（4）文字使用要规范。（5）尽量使用环保材料。（6）出版物广告、宣传品张贴、摆放、悬挂应符合整体环境要求。

111、简述岗位管理的目的。

答：通过调动员工的积极性和主动性，开发员工的潜能和创造性，促进员工与工作环境的有效协调，最终实现经营目标。

112、岗位管理的具体体现形式是什么？

答：岗位管理一般以岗位责任制的形式体现出来，岗位责任制的关键是定岗、定责、定指标。

113、征订目录的载体形式主要包括哪些？

答：征订目录的载体形式主要包括：（1）公开或内部发行的目录报，即定期发行的报纸形式。（2）装订成册的可供目录，即不定期印发的册装形式。（3）图书封面或宣传画形式的征订目录，即单页宣传品形式。（4）在互联网上发布的网上征订。（5）其他形式，包括以公函形式发出的征订函，在报纸上刊登的征订广告等。

114、简述出版物发行员在阅读征订目录或挑选现货时应掌握的“六性”。

答：出版物发行员在阅读征订目录或挑选现货时应掌握的“六性”是：

- （1）知道所进出版物在目标市场消费者的针对性；
- （2）了解所进专业技术类品种适用的地域、行业、等级、内容深浅的差别性；
- （3）注意目标市场对所进出版物需求的习惯性；
- （4）匡算目标市场对某种出版物需求量的极限性；
- （5）分析目标消费者和流动消费者对出版物潜在需求、潜在购买的可能性；
- （6）掌握所进出版物到货面市时间及销售周期性。

115、出版物的包扎方法有哪几种？

答：出版物的包扎方法有四种，分别是：

（1）一字形封条包扎。消费者购书在 3 本以内的可用细塑料绳包扎，即：用 16 开包装纸对折，将书一字形捆扎起来，上下书的封面要朝里，以免封面受损。

（2）十字形包扎。消费者购书多于 3 本，或高度在 20 厘米左右的，可在图书的上下各衬一张包装纸，以十字形捆扎，注意上下书的封面朝里，精装书放在中间。

（3）双十字形包扎。消费者购书较多时，可分成两摞，高度也在 20 厘米左右，以双十字形捆扎，注意上下书的封面朝里，精装书放在中间，书脊朝外。

（4）井字型包扎。消费者购书需邮寄托运时，应该用包装纸（并加垫纸）将图书全部包起来，采用井字型捆扎。

116、包扎操作的具体要求是什么？

答：包扎操作的具体要求是：

- （1）包装纸必须清洁整齐，采用旧包装纸时应注意清洁面朝内，以免图书受

污损。

(2) 平装书的封面、书脊要朝里，精装本放在中间书口朝里。

(3) 掌握包扎的松紧度，包扎过松，包件易散；包扎过紧，会把书口或书脊勒坏。采用井字型方法打包时，包装要有衬垫，要松紧适度、见棱见角、牢固美观。

(4) 邮寄或托运的包件，应加垫瓦楞包装衬纸。要掌握包件的规格和重量要求，一般邮件不超过 5 千克，铁路包件 15 千克左右。

117、畅销、常销的含义分别是什么？如何区别？

答：畅销指的是出版物在一定的时间段内形成很大的销售量。时间段往往相对较短，如 1 个月、3 个月、半年，但有时也可能连续几年持续畅销。至于具体的数量，应根据出版物在本企业或门市的销售排行来划定标准，也可以参照全国市场或区域市场的排行榜。

常销指的是出版物在相对较长的时间段内形成较大的销售量。

区别在于：

(1) 畅销出版物的销售量大，而时间跨度相对较短。

(2) 较之于畅销品种，常销品种在同样时间段内的销售并不是很大，但销量稳定，持续时间相对较长。

118、品种需要添配时，主要考虑哪些因素？

答：品种需要添配时，要考虑以下因素：

(1) 销售速度。

比对销售量与销售时间，甚至应考虑成交笔数、单笔成交量等因素。日均销售量数值越大，说明动销度越大。

(2) 库存量。

根据日均销售量和平均销售速度，预测当前库存量的可用时间。当库存可用天数偏少时，则应考虑适量添进。

(3) 进货周期。

包括业务采购周期、供货商的发货周期、验收上架周期等整个采购到货过程所需要的时间。不同企业或门市添货时，应参照不同供货商、不同品种的进货周期，来确定一个合适的备货周期，以更准确地决定添货数量。

(4)其他因素。

如出版物的生命周期和走势预计、季节性出版物、出版社或供货商的营销力度等。

119、品种需要退货时，主要考虑哪些因素？

答：品种需要退货时，主要考虑以下因素：

(1)不动销或滞销程度。

相对于添货时考虑动销程度，退货时则应考虑品种的不动销(时间段内销售数为零)和滞销程度(时间段内销售数量相对较少)。

(2)库存过量。

根据出版物的平均销售速度，预测当前库存量的可用时间。当库存可用天数过大时，说明备货周期过长、库存量过大，应考虑适量退货、减少备货。

(3)季节性出版物。

对于已过当季销售期的季节性出版物，对采购周期、供货商的发货周期等因素综合考虑后，决定是否退货，或继续留存以备下一个销售季节销售。

(4)其他因素。

如付款周期带来的资金因素、同类品种的控制权衡等。

120、简述出版物的拆包、拆捆、清点、验收的操作步骤。

答：(1)拆包的操作步骤：

相同运输号的包件，要先拆盖有“发单在内”戳记的包。要按标签上的运输号分别拆包，按包内的发货清单，分别码放，不要混淆。

(2)拆捆的操作步骤：

相同出版物相同批次的每捆数量(或小包内数量)要求一致。拆包后，要检查每包内出版物的数量是否符合要求。具体操作时，根据不同出版物的要求、到货数量等实际情况来确定全部检验或抽样检验。

(3)清点和验收的操作步骤：

逐品种清点实物的包数、零头数，按“单品种实际数量=整包数×每包数量+零头数”得出单品种数量。核对发货清单上的发货单位、收货店名、出版物名称、定价、数量等是否与实物一致。对验收中出现的收货差错要仔细记录。

拆包后的图书的书脊以5或10的倍数为—叠(俗称—划)，交叉叠放，或按

套整齐、稳固叠放，大数量品种放在里面，小数量品种放在外面，内高外低，便于清点。

(4) 差错查询的操作步骤：

对清点验收中的差错，报与相关部门做查询处理。

121、出版物验收中常见的差错问题有哪些？其处理方法分别是什么？

答：出版物验收中常见的差错问题有以下四种，其处理方法分别为：

(1) 包件差错。

收到错发、多发、错转的包件，不要拆包，应及时通知发货方处理，不得将出版物任意扣留或拆卖。

(2) 品种差错。

箱、包中出现非本店订货，应及时与发货方联系，不得将出版物扣压、私自处理。

(3) 数量差错。

开箱、拆包核点数量时发现有多余出版物，应及时通知发货方和本店进货人员，不能作为盈余出版物处理；发现数量短少时，应同发货方联系，不得以多余出版物充抵。

(4) 残损。

开箱、拆包验收时，发现出版物有风黄、污损、残破、受潮等情况，应及时向供货及运输单位联系调换、付退或者索赔。

122、简述进货人员做好退货工作的主要内容。

答：(1) 指定退货。对停售封存或供货商要求下架的出版物，接到停售或下架的通知后，要及时向库房及各所属门市发出下架退货通知，并做好退供货商或报废的后续处理准备。

(2) 主动退货。关注出版物的销售动态、经常查看库存备货结构，对滞销、积压或临近退货期限的出版物及时向库房或门市发出退货建议单，并做好与供货商的协调工作，确保退货的顺畅进行。

(3) 控制退货。控制退货率，以减少运行成本，提高经营效率。

123、简述以分类法为基本依据，出版物配置协调的原则。

答：以分类法为基本依据，出版物配置协调的原则如下：

(1) 类级清晰，体系合理。以学科分类为基础，采取从总到分、从一般到具体的逻辑体系配置，对出版物学科内容较多的类目进行再分类。再分类的配置，类级要清晰，上、下级类目的学科知识具有主从关系。

(2) 类目协调，归并合理。不同级类目之间、同级类目之间要配置协调，同级类目的类与类的归并要合理。

124、简述利用计算机进行查询服务的工作程序？

答：用计算机查询服务的工作程序包括：

- (1) 问清消费者所需出版物的名称、版别、作者或制作者；
- (2) 让消费者稍等片刻；
- (3) 进入查询系统；
- (4) 将消费者提供的资料输入计算机内；
- (5) 查看门市及库房存货、摆放架位情况；
- (6) 将查询结果告知消费者，也可将查询方法告知消费者，由消费者本人查询。

125、出厂成品收货的主要任务是什么？

答：出厂成品收货的主要任务是：

- (1) 根据有关订进单据及收货计划，安排堆码货位，做好准备工作；
- (2) 检验出版物印装质量和出厂包装规格质量，清点数量，做好收货检验工作；
- (3) 在验收中发现质量不合格，可以拒收；发现数量不足，应及时向生产厂反映，要求补齐；
- (4) 对入库或待发出版物，做好实物的转移工作。

126、避免库存出版物账实不符的措施有哪些？

答：避免库存出版物账实不符的措施有：

- (1) 加强员工的素质教育，加强管理，尽量避免偷窃事件发生；
- (2) 加强岗位培训，规范流程，严格按规程操作，提高出、入库的准确率；
- (3) 多与供货单位沟通，不断提高供货单位的发货质量；
- (4) 加强出版物的日常核对工作；

(5) 加强盘存前准备工作的周密性，严格执行盘存规范。

127、由于管理工作而引起的店堂服务矛盾有哪些？

答：由于管理工作而引起的店堂服务矛盾有：

- (1) 消费者翻书与出版物发行员怕丢书、怕污损的矛盾；
- (2) 消费者长时间看书与出版物发行员接待其他消费者的矛盾；
- (3) 消费者要求退换出版物与出版物发行员不愿退换的矛盾；
- (4) 收款找零差错与消费者付款有误的矛盾。

128、由服务工作而引起的店堂矛盾有哪些？

答：由服务工作而引起的店堂矛盾有：

- (1) 消费者高兴而来，与出版物发行员态度冷冰冰的矛盾；
- (2) 消费者多，出版物发行员少的矛盾；
- (3) 因出版物发行员遇到不顺心的事，而与消费者发生的矛盾；
- (4) 因出版物发行员业务不熟与消费者问题多而引起的矛盾；
- (5) 消费者挑挑拣拣与出版物发行员怕麻烦而引起的矛盾。

129、什么是出版物货架货位管理？

答：在进行分仓库基础上，对储存出版物采取货架货位管理，对出版物存取进行更有效管理，以达到最大化利用存储空间。所谓货架管理，即：对每一个货架进行编号和命名，确定存放出版物的位置。所谓货位管理，即：在特定的货架里，分为若干个栏，对每个栏进行编号和命名，确定存放出版物位置。

130、简述出版物库存总量分析中品种分析的内容。

答：(1) 品种总量的对应分析。对应分析，即：对比品种总量中各类别（或各版别）的比率与销售数据中各类别（或各版别）的比率进行分析，对某类别（或版别）的库存品种量不对称、不平衡的情况，提出调整意见。公式：某类别品种占总品种比=某类别品种/总品种*100%。

(2) 品种的动销率分析。通过动销率分析，对动销率不高的类别或版别进行调整，对一个时间段的滞销品种进行处理。公式：品种动销率=动销品种数/总品种数*100%。

131、供货商发运收货的主要任务是什么？

答：（1）根据运输部门的运单验明点收包、捆数量，检验包装质量，发现差错事故，请运输部门查处。

（2）按供货商发货清单核对品名、点收数量，包内出版物如有差错，应及时向供货商查询。收货人员收货凭业务知识和经验，用自己的感觉器官视觉和触觉来检查鉴别出版物的外形、颜色、光泽、规格等是否符合标准，确定能否收货。要全面核对包、捆数及检查包装，还需要拆包抽检一定比例的出版物。

132、一消费者走进书店问：“xxx 书，你们书店有没有？”作为营业员，请你模拟几种情形回答。至少答出三种情形。

答：（1）有，请稍等，我帮您去取（找到书并递给消费者）。

（2）请稍等，我帮您查一下（熟练使用电脑快速查询）。

（3）这本书在二楼，请您到二楼问一下（电话通知二楼营业员找书）。

（4）对不起！这本书刚刚卖完，如果您急着用的话，有内容相近的书，您看看是否合适（帮消费者找到内容相近的书）。

（5）对不起！这本书刚刚卖完，如果您不急用的话，我可以帮您预订，请留下您的联系方式，书到后我马上通知您。

133、出版物发行员的仪表要求有哪些？

答：仪表是指人的装束打扮，它不单指容貌，更主要是指服饰、姿态和举止。仪表与人的生活情调、思想修养、道德品质密切相关。出版物发行员要有一个好的形象，就要讲究“精”、“气”、“神”，即精神饱满，有气质风度，神情质朴庄重，给消费者以和蔼亲切的感觉。具体要求是：容貌修饰、服装打扮要朴素稳重、整洁和谐、美观大方，给人以精神焕发的印象。有条件的要统一着装、佩戴工卡。

134、出版物发行员的动作要求有哪些？

答：动作是指人的形体活动。出版物发行员的站立、行走、举止和言谈姿态，要自然、得体、庄重、文雅，使消费者觉得你可亲近。避免趴柜台、倒背手、倚书架，一副懒散的样子。站立时也不要双手抱臂、手插入衣兜，给消费者不易接近的印象。

135、连锁经营店出版物零售的工作要求有哪些？

答：作为连锁经营店的出版物发行员，要时刻运用连锁经营的优势，除了经营好店铺内的品种外，还要注重推销本店铺以外的连锁平台上的可供出版物。必要时，还应主动向消费者介绍与其相近地区的其他连锁成员店，使消费者更感方便。

136、出版物发行员在接待消费者时遇到哪些情形需主动上前帮助消费者？

答：（1）在与消费者的视线相对时，应报以微笑，如消费者也回报以善意的微笑时，应不失时机地向消费者询问是否需要给予帮助。

（2）消费者好像在寻找某种出版物时，应主动上前询问消费者。

（3）当消费者左顾右盼似在寻找出版物发行员时，应主动上前询问消费者。

137、如何向消费者推荐出版物？

答：（1）介绍出版物的基本内容、特点、作者等，掌握 FAB 方法，即：出版物的特点、优点、利益，每次推荐的出版物不要超过三种。

（2）从消费者的谈话中推测他的喜好，然后热情介绍。

（3）与消费者谈论他所喜欢的出版物，让消费者与你产生共鸣。

（4）不能任意贬低其他的同类出版物，以致消费者对产生不信任感。

（5）建议消费者再看一下其他相关的出版物。

138、简述出版物发行员的作业管理规范。

答：（1）熟悉所在销售部门的出版物。

（2）遵守卖场仓储、销售和出版物进发货的有关管理规定，控制作业流程。

（3）熟悉出版物销售规定，熟悉卖场的各种促销活动。

（4）掌握出版物陈列的原则和方法，正确进行出版物陈列，及时补货。

（5）搞好货架与责任区的卫生，保证清洁。

（6）做好防火、防潮和防盗等工作，保证出版物安全。

139、简述 POS 系统的含义和工作原理。

答：POS 系统有两个方面的含义：

(1) 狭义的 POS 系统是指以电子 POS 机为主的商业销售点的终端。

(2) 广义的 POS 系统是指整个卖场的管理信息系统，包括经营销售、存货盘存、财务分析、采购订货的信息管理功能。

工作原理：它利用 POS 机按单品收集销售信息，并将进货、配送等阶段产生的各种数据传送到计算机，各部门再根据其业务需要加工成可以利用的信息。

140、简述年度存货及周转次数对企业的意义。

答：(1) 在发行单位的流动资产中，存货所占的比重很大，一般占流动资产的一半以上甚至更多，因此存货的流动性分析特别重要。可以说，存货能否快速周转，关系到发行单位能否在激烈的市场竞争中生存和发展。

(2) 存货周转次数是衡量和评价企业购入存货、投入流通、销售收回等各环节的综合性指标，是考核出版物质量和资金运用情况的主要依据。

141. 简述出版物按类集合归并的工作程序。

答：出版物按类集合归并的工作程序如下：

(1) 区分、归并好同级类目的不同类别出版物。这是出版物按类集合归并的基础。从一级类目到二级类目，再到三级类目，直至最后一级，根据备货特点和数量，对每一级的同类别出版物区分、归并清楚，做到心中有数。

(2) 将出版物按类细分。方法是从上位类开始向下位类逐级细分。根据备货品种，尽可能按类细分。这样为出版物集合归并的更有章法、更实用提供条件。

(3) 将出版物按类归并。方法是从下位类目开始向上位类目逐级归并。确定归并方向要考虑两个因素，一是学科性，二是当地消费者的购买习惯。对可跨类出版物的归并，“跨”要“跨”得合理，“并”要“并”得实用。

142、简述报纸、期刊、音像制品、电子出版物细分的方法。

答：报纸、期刊、音像制品、电子出版物的细分方法如下：

(1) 实用性区分法。根据经营规模、品种数量、消费者对象、地区情况等确定、组织自己的分类体系。可以根据时间进行细分，也可以根据地区（全国性的、地方性的等）进行细分，还可以根据内容、性质、乐种、唱法、地域等因素进行细分。

(2) 区域性区分法。根据报纸、期刊、音像制品和电子出版物的特点，可

以采用主题区域来进行细分。这种细分的方法，消费者可以一目了然，还可以烘托销售气氛。

（3）种类性区分法。一些规模较小的门店摊亭，在品种少的情况下，可采用种类性区分法。这种区分法要考虑消费者的购买习惯，以节约消费者选购时间为出发点。

143、简述陈列设备摆放的工作要求。

答：（1）方便消费者。由于卖场面积有限，要特别注意设备摆放不宜多，要留有足够宽的通道，要充分利用墙体、拐角、空间进行合适的设备摆放，全面考虑消费者出入方便。

（2）和谐、典雅。应本着尽量增大卖场的原则，在陈列设备摆设中要和谐、典雅，突出文化氛围。

（3）体现特色。陈列设备要有特色，要反映门市的经营风格和经营品种的特点。在设备与出版物的摆放上也要体现特色，吸引消费者。

（4）通风透光、安全。充分利用自然光线，并保持店堂通风，同时要有利于安全管理。要严格按照消防要求留有合适的安全通道，指示标识明显，便于消费者疏散。

（5）便于管理。陈列设备的摆放不要有视线死角，便于出版物发行员环顾四方，照顾各个方位的消费者，方便添补出版物和整理出版物。

144、简述专架、专台、专柜陈列摆放的方法和技巧。

答：专架、专台、专柜陈列的摆放方法和技巧如下：

（1）排列顺序要讲究章法。在专题陈列中，要掌握出版物排列的基本顺序。一般按照知识分类、内容主次、生产程序、历史年代、层次高低等依次进行排列。

（2）掌握装帧、开本的排列。以图书为例，在类目清楚的前提下，图书的排列要照顾精装、平装和开本大小。一般是精装书先于平装书，厚本书先于薄本书；没有书脊的书最好封面朝外平放陈列。

（3）掌握色彩的协调。出版物的封面色彩最吸引消费者，平摊陈列的出版物要特别注意封面色彩的和谐组合。

（4）掌握复本摆放的技巧。增加复本陈列是为了突出重点，可以捆扎成各种造型。但要掌握适量，还要注意污损。

（5）随时整理、避免损坏。以图书为例，一般在专题区内，消费者翻阅较多，容易书角翻卷，造成污损。在重点区域展示的专题出版物，出版物发行员要在书台上随时整理，要及时撤换过于污损的出版物。

145、简述陈列专题橱窗的内容要求及方法。

答：（1）专题橱窗的内容要求是：

- ①配合时事。集中陈列与当前时事政治、大事有关的出版物进行宣传。
- ② 介绍新出版物。按类集中陈列一类或一个主题下的新出版物，也可宣传某一类或某个专题的出版物。
- ③ 介绍作者。需要集中宣传某位作家的作品以及评论家的作品，或是突出宣传某个出版社的主要出版物。

（2）专题橱窗陈列的摆放方法：

- ① 要进行分类，避免杂乱无章。
- ② 捆扎、码放要艺术，避免倒状。
- ③ 分群组合，曲线流畅。
- ④ 厚薄分开，精平分开。
- ⑤ 注意时间，及时更换。

146、简述摆放专架、专台、专柜陈列的工作要求。

答：专架、专台、专柜陈列摆放的工作要求如下：

（1）类目清楚。门店规模无论大小，在专业出版物设置专区陈列时，都必须将类目按照出版物发行分类法体系进行细分，切实做到类目清楚，这是做好出版物专题陈列工作的第一步。

（2）标志明显。标志明显对专题陈列可以做到画龙点睛的作用。标志的设计应标新立异、抢眼。如：在纺织类书架上，设置服装变异图形；在科技类书架上，设置科技符号或变异符号的图形，起到陪衬和点缀作用。

（3）主题鲜明。在专区陈列中，主题一定要鲜明。要切合社会热点，顺应市场潮流。

（4）形式新颖。在专区陈列的形式上要有创新意识，不能横平竖直，应错落有致，出奇出新。

147、简述按照消费者熟悉的习惯进行出版物分类的方式。

答：按照消费者熟悉的习惯去分类出版物有以下几种方式：

(1) 按出版物是否新版进行分类。以图书为例，将不同类别的新书归并在一起，开辟“综合新书”，对内作为新书类，对外作为“新书介绍”。新书类应有时间性，“新”的时间界限一过，就应归回自己的本类。

(2) 按出版物是否畅销进行分类。将不同类别的畅销出版物归并在一起，开辟“综合畅销出版物”，对内作为畅销出版物类，对外作为“畅销出版物推荐”。畅销出版物也应有其时间性，出版物一过畅销时段，也应归回自己的本类。

(3) 按有关主题进行分类。以一类为主，其他类为辅，归并起来形成一个主题，抓住消费者的注意力，以促进销售。比如，以全面建设小康社会为主题。

148、简述接待集团购买单位的工作要求？

答：接待集团购买单位的工作要求包括：

(1) 要有良好的服务态度，满腔热情地为消费者服务。做到业务忙与不忙一个样，大单位与小单位一个样，路近与路远一个样，人熟与不熟一个样，买多与买少一个样。对单位以及个人消费者委托购买出版物要件件落实、件件有答复。

(2) 要讲究信誉，遵守纪律。向集团单位开展出版物征订，出版情况有变更要及时通知消费者。要讲职业道德，遵守纪律，不利用工作之便要求对方为自己办私事。要保守服务单位秘密，不外传服务单位的内部情况。

(3) 要严格遵守集团供应的规章制度。不采用附赠实物或给好处费等不正当手段诱导单位或消费者多买出版物，不硬性搭配或摊派出版物，不私自向订购单位或消费者降折扣、给回扣。

149、简述常用的备货仓出版物的堆垛方法及其特点。

答：堆垛工作的合理与否对仓储出版物的质量有较大影响。通常的堆垛方法有：

(1) 交叉压缝堆码法。利用包装两边不等(长形)特点，纵横排列，逐层交错压缝堆高。此法堆垛，具有相互咬紧，保持货垛稳固的优点。

(2) 旋涡形堆码法：将货垛上部两旁的出版物由下而上逐层缩小形成屋脊式。这种堆垛牢固，适用于露天堆放，上面加盖雨布可以防风吹日晒和雨淋。

(3) 行列式堆码法：将单一品种或多个品种出版物用背靠背的方法排成双行

以上的行列。这种堆垛形式便于收发和检查，适用于小批量出版物，但有时堆垛不够牢固，也不节省库房面积。

150、如何做好运输包装？

答：（1）市内发货一般装箱发运，装完后在该箱书的最上一本书中夹进对应票签，票签头外露。市外发货要打包，打包完成后贴上票签。

（2）清单包件要将发货清单的随货同行联放入包件内并在包件外加贴“清单”票样，特急件在标签上加盖红色醒目的“急”字样。

（3）通常图书、教材用纸包装，要求必须码正放平靠紧。平装图书、教材上下层书脊朝里，最上层封面朝下，最下层封面朝上。精装图书、教材包装时，上下层书脊朝外，书口朝里。音像制品和电子出版物要选用合适的包装箱，实物要排列整齐，不得平放或过紧、过松，否则运输中容易破碎。

151、确定重点促销的出版物根据有哪些？

答：第一，随着出版物市场季节变化，配合整体促销形势。第二，在出版单位提供的出版物信息中发现重点促销品种。第三，从消费者的购买量中发现可作为重点的品种，购买量大的品种是市场认可的品种，可以借势促销。第四，重点出版物一般可能是发行量大、价格适中，或价格高、发行量较少，但最终的实际结果是销售金额大，通过促销能产生较大的经济收益。第五，所选择的重点出版物应是健康、优秀、优质的出版物，对一些有争议的、没有正面社会效应的出版物，即使可能会有较大的经济收益，也不能列为重点出版物。

152、出版物发行员遇到健谈型、少言寡语型、依赖型的消费者时，应分别采取什么样的方式进行沟通？

答：在出版物零售过程中，大部分时间应让消费者自行选购，但当消费者需要与出版物发行员进行沟通时，应根据消费者的不同的个性特征用不同的方式进行沟通。

（1）健谈型。应多倾听消费者的谈话，从消费者那里学习相关的知识，并适时地向消费者请教该出版物的特色、优点、价值，使消费者自己强化对该出版物的购买欲望。

（2）少言寡语型。随时观察消费者的面部表情及肢体语言，用简练、准确

的语言向消费者介绍出版物，通过观察逐步了解消费者的需求。

（3）依赖型。应以诚恳的态度，向消费者详细介绍出版物的内容、特点以及购买理由。

153、做好出版物售前服务的工作要求包括哪些？

答：做好出版物售前服务的工作要求包括：第一，搞好营业环境卫生，做到卖场清洁，货架、柜台等营业设施无污迹、尘土。第二，检查宣传推广品、出版物陈列和各项方便消费者服务措施的准备情况，发现问题及时纠正，重点是整理书架，补充脱漏出版物。第三，备齐营业用具，做到票据、计算工具、复写纸、笔、包装纸等售货用品齐全、定位，备用金充足，开启 POS 机。第四，开好班前会，以组为单位召开简短扼要的班前会，小结前一天工作，安排当天工作。第五，注意仪表，整齐着装，佩戴服务标志。第六，安排好值勤制度，经理或主管轮流值勤，做好疏导、解答、服务监督和听取消费者意见等服务。第七，准时开门迎客，开门时要精神饱满、微笑迎候、热情接待，使消费者有一种亲切感。第八，报刊零售摊亭因为规模较小，营业前主要是整理陈列柜、架，将新到的报刊摆在显著位置，并在宣传板上做好宣传。

154、试述出版物发行员微笑服务的重要性。

答：好的开始是成功的一半，经营的开始是与消费者的接触，而与消费者的接触首先需要用微笑建立桥梁。出版物发行员要善于微笑、习惯微笑。在门市一线的服务现场，微笑可以化解很多问题。

（1）微笑可以感染消费者。消费者花钱来消费，可不愿意看到出版物发行员愁眉苦脸的样子。当消费者怒气冲冲来投诉，出版物发行员一张紧绷绷的脸只能火上加油。相反，如果出版物发行员能真诚的对消费者微笑，就可能感染消费者，使消费者调整态度。

（2）微笑能够激发热情。微笑传递这样的信息：“见到您我高兴，我愿意为您服务。”所以微笑可以激发服务热情，使出版物发行员能为消费者提供周到的服务。

（3）微笑增强创造力。当一个人微笑时，往往处于轻松的状态，有助于思维活跃，从而创造性的解决消费者的问题。相反如果神经紧紧绷着，只会越来越紧张，不利于问题的解决。

155、如何做好出版物进销管理？

答：出版物进销管理，主要是掌握一个比例和一个平衡。

(1) 一个比例，即确定进货与销售的最佳比例。最佳比例要根据门市、柜组（楼层）的实际经营水平和能力来确定，一般情况下，进货计划数应略高于销售计划数。

(2) 一个平衡，即掌握进货门类与品种的平衡。在进销比例合理、出版物供求总量基本平衡的情况下，经常会出现由于出版物门类之间、品种之间的不平衡，造成门市总体出版物结构上的不合理。因此进货决策，必须面向市场、了解需求，要对门市或柜组（楼层）的出版物门类和具体品种做出全面安排，综合平衡，既要保证重点，又兼顾一般。

156、简述出版物盘亏和盘盈的含义。

答：(1) 出版物在销售的过程中特别是在开架销售的情况下，由于被偷盗和门市实物保管不善等原因造成出版物实物数少于应有的账面库存，形成出版物盘亏。

(2) 如实际库存多于应有账面库存，则为出版物盘盈。一般来说，出版物盘盈是由于内部出版物转移手续制度不完整或有制度但执行不力或出版物实物管理混乱，出现单据多登、少记或发票漏开，以至于发生差错而造成的应有的账面库存数少于实际库存数。

157、简述费用率对企业的意义。

答：费用率是指费用额占销售的百分比。换句话说，也说是实现每百元销售额所耗费的支出。

在销售额不变的情况下，费用额越大，费用率就越高；反之费用额越低，费用率就越低。费用率越高，说明为获得收入所支出的耗费越大，相应的就表明所取得的盈利越低，费用率越低，说明为获得收入所支出的耗费越少，相应的就表明所取得的盈利越高。

因此加强费用核算与控制，降低费用，节约开支是改善企业经营管理的一项重要措施，也是企业在激烈的市场竞争中能否生存以至于做大做强的重要法宝。

158、在分析利润时，应注意哪些问题？

答：在分析利润时应注意以下问题：

（1）利润是企业经营成果的最终体现，它从各方面综合体现了企业的经营状况和财务成果，但并不是企业的唯一目标。利润分析要与其他指标分析相结合进行。

（2）分析利润指标时，应注意各因素对利润的影响程度，以便做出正确的决策。

（3）分析时应和基数进行比较，如上年同期数、本年计划数、同行业平均数、本柜组历史最高数等。

（4）利润指标受会计政策的影响很大，任何一种收入和费用确认方法的变动都可能导致利润总额的变化，因此在利润分析时必须综合考虑各种因素。

159、出版物发行员需要掌握的择优进货的技巧有哪些？

答：出版物发行员需要掌握的择优进货的技巧有：

（1）及时掌握最新、最准确的信息。（2）培养进货人员行情判断力。（3）深入销售第一线，掌握现场实务经验。（4）对供货商进行比较选择。（5）与供货商保持默契的关系。

160、对出版社和批发企业的资力评估需要从哪些方面入手？

答：对出版社和批发企业的资力评估需要以下三个方面入手：

- （1）出版社和批发企业从事出版发行活动所具备的资质。
- （2）出版社和批发企业的从业资历、业绩以及在业内的口碑情况。
- （3）出版社和批发企业的经济实力、财务状况以及经营管理情况。

161、出版物进货信息收集的要求是什么？

答：出版物进货信息收集的要求是：（1）力求全面地收集信息。（2）保证信息的真实可靠。（3）保持系统性和连续性。（4）提高信息的使用价值。（5）重视系统外信息收集。

162、发行企业或门市收集市场信息的渠道有哪些？

答：发行企业或门市收集市场信息的渠道有：（1）现代网络、通讯技术渠道。

(2) 行政管理和企业隶属关系渠道。(3) 信息情报系统和社会团体渠道。(4) 业务联系和协作渠道。(5) 竞争者渠道和有偿收集信息渠道。

163、出版物发行单位营业场所的设备大致有哪些种类？

答：营业场所设备大致分为出版物陈列设备与业务设备。出版物陈列设备一般分为架式、台式和柜式三种形式。业务设备主要包括营业设备、出版物销售设备和管理设备。对各种设备进行合理布局和摆放，有利于消费者选购出版物，促进销售。

164、设计出版物促销信息应结合哪些因素？

答：出版物促销信息包含因素有：

- (1) 出版物的知识内容、版别、编著译者、目标对象等自然因素。
- (2) 销售情况。如销售地点、销售形式、销售事件及与促销出版物有关的其他信息和相关活动等销售信息。
- (3) 出版物市场其他环境因素。

165、服务专业消费者的工作过程有哪些？

- (1) 建立专业消费者信息登记本。
- (2) 搜集相关专业出版物信息。
- (3) 推荐相关出版物。
- (4) 反馈信息的收集、整理和分析。

166、目标市场指的是什么？

答：目标市场，就是企业在市场细分的基础上，从满足显在的或潜在的目标消费者的需求出发，依据企业自身经营条件而为自己选定的一个或为数很少的特定市场。

167、常备、常销出版物需求总量的分析有哪几种常用的方法？

答：(1) 类推法。主要指用已经实现的销售数据，推导出将来某时间段内可能的需求量。

(2) 因素法。测定市场因素、经济因素变动对销售的影响程度。，如：书市

活动影响，打折销售对正常销售的影响，促销活动对正常销售的影响，等等。

168、出版物发行员主动创造市场机会的方法有哪些？

答：（1）开展创造性的市场营销活动。诱导和激发消费者需要，为企业创造机会。（2）利用竞争对手之长短创造机会。关注竞争对手的营销动向，分析竞争对手的经营特色和策略，分析其优势与弱势，学人之长，补己之短，或者扬己之长，克己之短，从中创造市场机会。

169、发运差错的种类有哪些？

答：（1）、品种的漏发、错发，数量的少发、多发。（2）、串包。（3）、承运的出版物包件全部或部分丢失，破损或包装污损受潮。破包缺书或包件有明显被拆过的痕迹。（4）、运输周期超过规定的到达期限。

170、简述出版物运输业务的工作要求。

答：（1）按照及时、准确、安全、经济的原则组织出版物运输。（2）合理组织出版物运输，合理规划出版物流向。（3）加强出版物运输管理。

171、出版物流转情况总量分析方法有哪几种？

答：三种：（1）进销存退总量分析。包括进销比例分析、商品周转次数分析、退货率分析。（2）进销存退结构分析。（3）进销存部门业务平衡分析。

172、为专业消费者提供特色服务包括哪些项目？

答：（1）为专业者建立购买档案。（2）为专业消费者基搜集相关出版物。（3）为专业消费者提供出版物数据。（4）为专业消费者进行出版物加工。（5）为专业消费者实行上门服务。（6）为专业消费者提供多种付款方式。

173、在进行出版物进货总量分析时，需要注意哪些问题？

答：在进行出版物进货总量分析时，需要注意的问题有：要结合时间情况进行进货总量分析，特别是对一年内某个时段的进货总量进行分析时，要考虑到该时段的备货特点和销售特点，可以将进货总量加大或减少。如在旺季可以加大，在淡季可以减少。

174、出版物发行单位如何在展会期间使用展示设备开展出版物展示宣传？

答：在展会期间，出版物发行单位使用展示设备开展出版物展示宣传的方式有：

(1) 根据出版物载体的不同形式及出版物的内容、形态等因素，可使用不同的宣传陈列设备展示出版物。

(2) 小型出版物展会可多使用展台、立体书架等。

(3) 出版物陈列可采用架式陈列，台式陈列及各种组合陈列方法。

175、出版物运输业务的特点是什么？

答：出版物运输业务的特点是：时间性强、到达站多，批次零星、起运量低、纸质包装、外形相同、既忌水湿又怕烟火等；承运公司承运出版物时，货物运单多，交接手续繁，易货损货差，承担责任重，等等。

176、简述自备车辆运输的特点和主要任务。

答：自备车辆运输特点是：机动灵活，有求必应。其主要任务是：承运批次零星、时间性很强的急件出版物；承运市内进站、出站的出版物；衔接长途外运；承运公路部门因路面不好、单程等原因而不愿承担的出版物；承运农村发行的出版物，等等。

177、出版物发行员在进行出版物进货总量分析时，需要做哪些准备工作？

答：出版物发行员在进行出版物进货总量分析时，需要做的准备工作有：

(1) 先确定要进行分析的时限：是一个月、一季度、半年或全年。

(2) 再确定要进行分析的范围：是门市某一个大类，还是全部出版物。

(3) 还要确定分析对比的参照数据：是本期的出版物销售额、库存额，还是上年同期的进货总量。

(4) 根据以上三个条件，确定进货总量匡算的对象和范围，以及本期或上年同期的相关数据。

178、如何理解出版物合理运输？

答：出版物合理运输，概括来说就是在有利于出版物购销业务开展的情况下，

充分利用多种运输方式，选择合理的运输路线和运输工具，以最短的里程、最少的环节、最快的速度和最小的劳动消耗，安全优质地完成运输任务。

179、专业店分类陈列的注意事项有哪些？

答：专业店分类陈列的注意事项有：

(1)专业店的出版物发行分类陈列与普通出版物不同，要讲究分区定位。同时应注意力求简洁，并应将出版物的内容和封面设计进行搭配，大型的专业零售店可在入口处配置相应的布局图，使消费者了解各类出版物区域的分布。

(2)出版物发行员要具备与所经营的专业出版物相关的一定的专业知识，了解本专业的最新信息及市场需求。

180、简述大中型综合店出版物分类陈列的工作思路。

答：大中型综合店出版物分类陈列的工作思路如下：

(1)制订年度销售陈列计划表。根据相关专业不同阶段的考试培训等有关活动，预测各阶段的销售目标额和重点出版物的比例。

(2)针对某专业不同层次消费者展示不同级别内容的出版物。对同类出版物的封面、规格、价格等，进行一系列有效搭配。

(3)有利于出版物选购。对出版社重点推介的、具有较强专业性及能提高发行单位格调的出版物进行搭配。

181、门店环境设计中的通道设计包含哪两种形式？

答：门店环境设计中的通道设计包含两种形式，分别是：

(1)主通道的设计。引导顾客方便地进入店内。大型综合门市的主通道宽度不应小于2米；小型店主通道的宽度一般为1.2米，中型店为1.5米。

(2)副通道的设计。便于顾客走到主通道，进入特设的出版物销售区，也是为了让顾客在此触摸出版物，听取出版物发行员介绍，购买出版物。出版物发行员要引导在主通道选择出版物的顾客，来到副通道选购出版物。

182、货架、货柜、平台组合摆放的调整方法有哪些？

答：(1)根据零售店营业额的增长，扩大营业面积等因素，增加设备数量。

(2)改变原有陈列设备方向、位置。对原有架式、柜式、台式等设备进行重

新组合。

(3) 利用部分营业设备空余空间。

(4) 对现有设备进行再利用。由于举办营销活动需要对部分设备进行调整，可以利用现有陈列设备组合运用；陈列设备不宜过多，陈列样书应与陈列设备相对应。

183、店堂的装饰设计定位主要包括哪些内容？

答：(1) 规模。确定市场定位、营业面积、经营品种等。

(2) 特色。经营特色是店堂设计定位的一个重要部分。包括门店是综合店还是专业店，以及专业化的程度等。

(3) 受众。确定门店的目标消费者，结合他们的需要及审美偏好，进行店堂设计。

(4) 风格。确定出版物发行单位整体风格及文化氛围，以进一步提升发行单位的形象。

184、哪种出版物适合用实物广告与现场广告相结合的方式促销？如何促销？

答：重点单品出版物促销可采用实物广告与现场广告相结合的方式。可在出版物所属类别书架附近进行实物宣传。如对出版物进行造型陈列宣传，或在书架上做封面正面陈列，或做捆扎式突出陈列，与此同时，在出版物所属类的书架上设置架头广告等。作为重点推广的出版物，还可在其他类别区域设置展架广告，从而达到出版物实物与现场广告的有效结合。

185、出版物发行单位市场营销环境的分析方法有哪些？

答：(1) 经验判断法。运用经验和知识对所收集到的相关信息进行综合分析，得出市场营销环境总体状况及环境变化情况。

(2) 集合判断法。召集出版物发行单位相关部门人员，运用集体的智慧，对所获取的信息进行讨论、分析、判断，得出市场营销环境总体状况及环境变化的情况。

186、根据出版物的内容，可选用哪些促销策略？

答：(1) 大众读物。知识性、普及性、通俗性的大众读物尤其是青少年读物，

可采用广告为主，公共关系和营业推广为辅的促销方式。

(2) 专业出版物。内容专深、消费者面窄的学术著作、理论读物，一般不宜采用高投入的促销方式，以在专业报刊登载广告或评介文章，或者对口寄发目录、订单、宣传品的促销形式为好。

187、什么是出版物的入库与分发？其工作要求分别是什么？

答：出版物入库是仓储业务的开始，也是出版物由采购进入保管的第一道环节。主要是做好验收、建卡记录或输入计算机、入货位三项工作。

出版物分发，指根据分发依据，经过制票、核销卡片、配货、复核、出库等工作程序，将出版物分发至销售部门。

入库工作的基本要求是：入库手续齐全、入库及时、合理利用仓容，保证入库出版物的数量准确、账实相符，以及出版物的质量符合要求。

分发工作的基本要求是：主动、及时、准确、迅速。

188、门市出版物丢失的类型有哪些？

答：(1) 差错造成。表现在收发货过程，销售过程和盘存过程。收发货过程的差错有：收发货往来包件记录不完整，包内数量清点不仔细造成清单与实物不符，收货清单保管不善造成遗失等。销售过程的差错有：收银计价差错，应收款登记不清等。盘点过程的差错有：实物清点差错，包件混杂造成数字差错，多盘漏盘造成差错，盘存单计算差错等。

(2) 被偷盗。被偷盗又可区分为两种情况：内盗和外偷。

189、出版物运输业务由哪些工作构成？它们在运输过程中各起什么作用？

答：出版物运输是发运、中转和接运三项具体工作的统称。

在出版物运输过程中，这三项工作通常是联系在一起的。出版物发运是整个运输的开端，出版物接运是整个运输的终结，而其间，某些不能直达的收货店则必须通过中转方式才能运达。因此，运输过程中应认真做好每个环节的工作，保证出版物运输能够连续、稳定、高效地进行。

190、出版物运输计划的种类有哪些？

答：出版物运输计划按运输工具可分为：铁路运输计划、水路运输计划、公

路运输计划、航空运输计划等。向运输单位提出的计划主要分为两种：

（1）、月度托运计划。对需用整车发运的出版物，提出计划月度内所需车皮、车辆等的数量和去向。

（2）、短期托运计划。在托运单上填写货量和到站等相关项目，通知运输单位，等待托运。托运计划包括集装箱和零担等运输计划。

191、储运设备的种类有哪些？

答：（1）储存设备种类。托盘、横梁式货架、搁板式货架等。

（2）搬运设备种类。自备车辆、叉车、手动托盘、搬运车和手推车等。

（3）输送设备种类。辊道式输送机、滚注式输送机、带式输送机、链条式输送机。

（4）分拣设备种类。挡板型分拣设备、浮出型分拣设备、倾翻型分拣设备。

（5）包装机械种类。捆扎机等。

192、进销存指标的落实和检查工作有哪些？

答：进销存指标的落实和检查的工作有：

（1）出版物发行单位在制订销售指标后，还要据此拟定具体、可行的工作计划，做好各部门、各柜组的综合平衡工作，组织销售计划的实施。

（2）定期跟踪实际库存总量，分析库存结构是否合理，提高有效备货，保持合理的库存周转次数。同时要比照销售实绩作分析、调整。

（3）在进货指标的执行、检查中，一定要贯彻进销平衡、以销定进、勤进快销的原则。

193、出版物发行员择优进货的原则是什么？

答：出版物发行员择优进货的原则有：

（1）严把质量关，以社会效益为前提，以经济效益为导向。

（2）根据当地出版物市场需求特点，选择适销对路的品种。

（3）少进勤添，加速资金周转，避免出版物的库存积压或脱销。

（4）按需定进，根据市场需求来决定进货。

（5）按合约办事，诚实守信，协调好与批发商、出版社的相互关系。

（6）依零售价格、进货条件、竞争环境和利润目标等因素，来选择适合的

出版物品种。

(7) 要遵循“新、快、准”原则。

194、出版物供货渠道有哪些方式？其特点是什么？

答：供货渠道一般有直接供应和间接供应两种方式。直接供应是指出版单位直接将出版物供应给销货店。其特点是可以减少中间环节，增加批零差价，使出版物早日面市，但品种仅限于本版出版物。间接供应是指出版单位把出版物通过其他出版物发行商供应给销货店。其特点是，品种丰富，可以辐射更广大的地区，但增加了中间环节。一般而言，大城市的大型零售门市较多选择直接供应，大多数中小门市摊亭则较多选择间接供应。

195、如何制订经营目标责任制？

答：制订经营目标责任制的工作程序有：

(1) 确定经营目标责任制的原则。

实行经营目标责任制，必须兼顾国家（或投资者）、企业、经营者和劳动者的利益，调动企业经营者和劳动者的积极性。

(2) 确定经营责任制的内容和指标。

经营目标包括发展方略、发展宗旨、年度经营目标，以及人员编制结构、基本设施和人力资源管理等一系列指标，涵盖了企业运行的全部内容。

(3) 经营目标的审核和年检。

企业每年都要向上级主管部门或投资人提交年审报告和年检报告。各项经营指标应由社会审计单位进行审核，上级部门据此考核企业和经营者的业绩。

(4) 经营目标的绩效考核。

实行薪酬管理和经营目标责任制相结合的经营管理模式。实行企业改制后，经营目标的完成情况直接影响企业的工资总额和经营者的薪酬以及经营者是否续聘等。

196、出版物发行员如何处理安全事故？

答：出版物发行员在安全事故发生的不同时期的做法有：

(1) 事前预防

事前预防通常要做到妥善规划，即根据各项安全管理项目，做好事故预防、

处理及善后作业的详细步骤和注意事项。

(2) 事中处理。

事中处理应做到沉着冷静，同时根据事先所做的各项安全作业安排，各就各位，认真处理。

(3) 事后检讨改进。

事后检讨改进应做到仔细分析事故发生原因，追查相关的责任人和责任单位，做好善后工作，建立各项补救措施，以免日后发生类似事件。

197、简述业务活动报告和经营活动分析报告编写的注意事项。

答：业务活动报告和经营活动分析报告编写的注意事项有：

(1) 充分占有材料，恰当使用材料。

占有材料要注意全面、真实，既有能反映事情广度的数据，又有具体、典型的事实。占有材料时应该尽可能“多”，使用材料时，则要努力做到“精”。

(2) 分析要实事求是、抓住本质。

分析报告的目的是改善经营管理，提高经济效益，一定要抓住重点，把握关键，通过对数据、事实的认真分析，弄清事实发展变化的真实原因，总结出有益的经验教训，提出解决问题的意见和办法。

(3) 数字、观点应该前后一致。

分析报告是提供给企业领导层作为决策依据的，材料和观点都要有科学性，数据、观点要准确，前后必须一致。

198、简述出版物发行分类陈列调整的工作程序。

答：出版物发行分类陈列调整的工作程序如下：

(1) 了解市场需求和消费者需求因素。如：环境因素、销售因素、消费者购买习惯、重大活动等。

(2) 制订调整策略。

(3) 对分类陈列进行重新定位。明确需要调整的出版物陈列(布局)的类别，如：需要调整的类目有多少，细分的程度到哪一级，将目标出版物陈列在哪个区域等。

(4) 制订新的出版物发行分类表。根据需要调整出版物发行分类表的体系结构，制订新的出版物发行分类表。

(5)根据调整目标及新制订的出版物发行分类表，对原有出版物发行分类陈列中不适合的部分进行合并、增加、撤除、重组等调整。

199、列举出版物发行单位常用的三个小型陈列设备，并介绍其设计特点。

答：第一种是排行榜：排行榜不仅是出版物销售的结果，也是最好的出版物广告。其特点是：(1)要对排行榜进行科学分类，可建立专业出版物排行榜。

(2)排行榜要定时公布，及时更换。并可附设其他发行单位相关类别排行榜，以扩大视野，引导消费者，促进销售。

(3)根据发行单位实际情况，在店堂明显位置设立综合排行榜，也可在各类出版物陈列的人口处分别设置相应排行榜。

第二种是小型书架：书架的形式不尽相同，各具风格，想方设法利用不同形式的书架进行组合陈列，将会带来很好的效果。在一般书架陈列之余，还可采用小型书架来充分利用空间。

第三种是活动书架：通常采用简易金属书架。它轻便、美观，随机性强，可灵活运用，特别适用于重点出版物的陈列宣传。

200、简述出版物发行单位营业场所设备布置的原则。

答：(1)特色性。出版物陈列设备在运用中，要进行整体设计，使之在各自发挥功能的同时，更加合理地体现门市经营特点，使消费者感受到发行单位的经营特色及文化氛围。

(2)实用性。销量大、绚丽多彩的出版物，一般摆放在临门的书架或柜台上；各种专业出版物布置在店堂深处。将有连带性的出版物门类邻近设置，方便消费者系统性选择。台式设备主要用于陈列重点推出的出版物。要结合陈列出版物内容，及时更换陈列造型。

(3)空间性。设置营业设备时，要为消费者留有适当的独立空间，不能拥挤。出版物销售和管理设备，如电子收银机、POS系统等，应分散于卖场不同方位，要处理好出版物设备陈列效果与消费者流量之间的关系。

(4)分散性。根据经营规模、交易次数以及季节变化和业务规律等因素，合理摆放营业设备，使消费者进入店堂后分散阅读，避免出现消费者店内集中的现象。

201、出版物入库后，如何进行码放？

答：出版物入库后，按照以下方法码放：

- (1) 同一品种的出版物要集中，严格区分品种，防止混放。
- (2) 垛底要加放垫板，垛底四角要打脚保护。
- (3) 图书、图片要平放，盲文书刊要立放，成捆书要竖放。
- (4) 特殊装帧和规格的出版物、图片要以安全为前提，采用特殊保护的码放方法。
- (5) 书的封头要朝外，便于查找、核对和配发。
- (6) 书垛的高度一般应以 2~2.5 米(即 10—13 层书包)为宜，上、下层要交叉压缝，每隔三层要放一层垫纸，以防书垛倾斜。
- (7) 书垛每层码放包数按开本规定为：小 32 开本 11 包，大 32 开本或 24 开本 10 包，16 开本 6 包或 8 包。

202、库房出版物的保管、养护应该注意哪些方面？

答：库房出版物的保管、养护应该注意的方面有：

- (1) 妥善进行堆码垫隔。
出版物如果码堆存放：首先必须在货垛下用隔板垫底防潮。同时要留出适当的距离：顶距、灯距、墙距、柱距、垛距等，还应留出适当的防火距离。
- (2) 控制库房的温湿度。
根据所储出版物对温湿度的要求，随着不同季节的冷暖干潮变化，适时采取密封、通风、吸潮和其他控制与调节温湿度的办法，严格控制库房内的温湿度。
- (3) 保持库房内外的清洁卫生。
要控制灰尘、杂物、垃圾等不良环境影响出版物质量，彻底消毒灭菌，堵塞洞隙，防止虫蚁滋生，杜绝鼠患。
- (4) 认真进行在库检查。
对库房的出版物，应定期或不定期进行认真、彻底的质量检查，发现问题及时采取措施进行救治，避免发生或减少损失。

203、门市架、台、柜陈列出版物的保管、养护应注意哪些方面？

答：门市架、台、柜陈列出版物的保管、养护应注意：

- (1) 上架时出版物陈列要整齐、丰满、松紧适度，不能强行塞货，以避免出

出版物拿取或消费者阅后复位时发生封面、封底撕破等损耗。

(2)注意附赠出版物的完整保管。

如配盘图书的光盘在上架陈列前即可将光盘从书上拆下,然后分别在书后及光盘袋上编号,交由服务台或指定的位置按号码顺序摆放,消费者购买后凭电脑小票统一到服务台或指定的位置领取。

(3)注意观察架、台、柜上所陈列的出版物状态。

如营业高峰时间过后,货架上的畅销出版物往往数量剧减,而且陈列状态零乱,要及时整理、补充出版物。

(4)对销路不佳的出版物,陈列状态虽然长时间几乎保持原样,但容易蒙上灰尘。要注意随时清除书架、封面灰尘。

(5)陈列长久、消费者翻阅容易引起封面卷角、翘起,或书面发黄等,应时常翻动、调换,将其压放平整。

(6)台上陈列出版物不能超出平台边缘,否则容易被过路人带落损坏,或易被靠着看书的人磨坏。

(7)架子上多下来的品种放在架顶、台内、柜内及临时堆放地,要有一定的分类或陈放规律,易于拿取、查点。对架顶、台内、柜内及临时堆放的出版物要经常性地检查,及时取出、补充到陈列台、架上,避免将出版物遗忘在角落而造成出版物损耗,甚至因失去销售最佳时机而滞销。

204、试述计算机盘存的工作程序。

答:计算机盘存的工作程序为:

(1)分组编号,根据门市大小,将盘存人员分为若干小组并编号。明确各小组负责区域,按货位或书架编号进行盘存。

(2)成立数据维护小组,负责盘存数据的转录、并库、打单、改单和制作条码等工作。

(3)人工清点实物的方式。在清点前要按架位打印出盘存清单,内容包括:架位号、书号、版别、书名、定价,数量一栏为空,待清点实物后填入;清点人员按架位清点实物,将每一品种的实际存量填写入数量一栏;对有实物无清单的品种抄写下来。

(4)计算机或数据采集器清点实物的方式。先要准确输入架位号,再进行条码扫描,输入该品种数量;条码扫描无效,应按照程序提供的检索方式(如书号)

定位品种后，再输入该品种数量，并予以确认。

(5) 细心复核，做到实物与清单四个一致，以图书为例：书号一致、书名一致、定格一致、数量一致。发现数量不一致时，直接在盘存清单上改正。发现其他项目不一致时，取该种出版物一件随单送数据维护小组处理。复核完毕复核人签名，盘存清单交数据维护小组，指定专人集中保管。

(6) 实物清点结束后，人工核对实物盘存的方式，将盘存清单送交数据维护小组输入计算机；使用计算机或数据采集设备盘存的方式，通知数据维护小组处理数据。

(7) 盘存确认。主要工作包括：算出盘存差异清单，差异复核，计算盘存盈亏金额，盘存调整，打印盘存表。

205、什么是发票？什么是支票？

答：发票是购销出版物、提供或者接受服务以及从事其他经营活动中，开具、收取的收付款凭证。它是记载业务往来内容、凭以收付款项或者证明资金转移的书面凭证。发票的基本功能之一是正确反映经济交往活动、明确有关部门和个人在经济交往中的责任。

支票是出票人签发的、委托办理支票存款业务的银行或者其他金融机构在见票时无条件支付确定的金额给收款人或者持票人的票据。

206、书市、展会出版物展示宣传的内容有哪些？

答：(1) 场地整体布局、参观选购路线、出入通道、照明等设计以及各项营业、服务设备的布置摆放。

(2) 场地整体宣传如广告宣传、环境布置与装饰，标语口号、条幅、旗帜及各种指示、分类等服务标识的设计、制作和安放。

(3) 会展或书市中各类出版物的整体摆布、陈列与展示。

(4) 媒体宣传，如报纸、电视、广播等新闻传媒单位的组织和运用。

(5) 宣传纪念品，如专刊、指南的编印，专用包装纸、包装袋、书签、文化衫、文具以及小礼品、纪念品的设计和制作。

207、书市、展会展示出版物的陈列与宣传应遵循的原则是什么？

答：(1) 协调性。即现场展示与展会会场环境氛围相一致，与出版物发行单

位特色相符合，做到自然、和谐、统一。

(2) 特色性。在协调统一的基础上，要突出出版物发行单位的特点。如出版物发行单位的经营理念、经营特色等。

(3) 通透性。出版物展示区域应采取开放式布局陈列，通道顺畅，使参展者可随时翻阅(特殊出版物除外)，并与出版物发行人员互动交流，行走方便。灯光照明在符合展会面积要求的基础上，适当增加亮度，以突出展区及展示出版物的效果。

(4) 人文性。大型展会的出版物宣传，要注重人文环境，强调人性化设计，可分别设立阅览区、洽谈区、服务区、休息区等。

208、如何根据出版物类别特点，进行不同形式的宣传陈列？

答：根据出版物类别特点，有不同形式的宣传陈列，具体有以下几种：

(1) 因学科类别不同，其宣传陈列方法也不同。如：科技类、工具书及专业性较强的出版物，因其消费者群具有成熟稳健、购买目的明确的特点，在宣传陈列时应采用庄重严肃、整齐规范的方法。该类重点出版物宣传，在现场可借助电视、电脑等现代传播工具进行讲解。

(2) 少儿类出版物要根据少儿消费者天真好动、喜爱色彩的天性，采用生动活泼、造型新颖、色彩鲜艳的出版物造型及儿童专用书架进行宣传陈列。

(3) 通俗读物等普通出版物，仅做一般书架宣传陈列即可。

(4) 礼品类出版物应适当包装，并适时在店堂明显位置以书台、或出版物造型的方式作重点宣传陈列。

209、出版物供求关系中的三个相对平衡指的是什么？

答：(1) 掌握资金平衡。关键是信贷资金占用是否合理，备货过多，资金占用就多，贷款利息损耗就大。要充分利用多种购销形式，提高资金利用率。

(2) 掌握收支平衡。充分利用现代信息管理技术，选择先进、适合的销售形态，及时足额收回货款，以降低销售成本；力求费用与销售成正比，讲究经济核算，量入为出，减少人力、物力和财力的消耗。

(3) 掌握进销平衡。出版物的进销存业务必须面向市场，了解需求，进货适度、勤进快销。既要防止出现脱销，造成市场需求得不到满足，又要防止出现积压，造成运行不畅。

210、简述分析市场机会的具体内容？

答：（1）分析市场机会与企业经营目标的吻合程度。发行单位几乎不可能为所有的出版物消费者服务，因而，这就需要分析市场机会与企业经营目标的一致性及其相吻合的程度。

（2）分析企业是否具有足够的驾驭市场机会的能力。这种能力集中体现在企业的资金，人员，技术设备和经营能力等方面，必须记住，企业只能选择自己有能力控制的市场机会。

（3）分析影响市场机会转变为企业机会的市场环境因素。要使市场机会转变为企业机会，还应对市场本身进行分析，评估。

211、出版物发行员如何寻找已存在的市场机会？

答：（1）从市场环境因素的变化中寻找市场机会。任何一次环境的变化和环境因素的重新组合，对企业都是一次机会和挑战。

（2）从消费者未满足的需求中寻找市场机会。要善于观察消费者需求动向，了解其发展变化规律，捕捉适宜的市场机会。

（3）从市场细分中寻找市场机会。运用市场细分方法，寻找市场空隙，发现未被满足的消费者需求。4 从工作与生活小事上发现市场机会。带着职业的敏感性，从工作、生活、交往时所收集的各类信息中，发现市场机会。

212、进行分销渠道的设计时，对消费者需要的分析包括哪些内容？

答：（1）购买方式。了解出版物在其所选择的目标市场中，消费者在什么地方购买、为何购买、何时购买和如何购买等问题。

（2）购买量。分析消费者每次购买的数量。批量越小，渠道提供的服务水平越高。个人消费者每次购买量一般比较少，单位或集体一般会大批量购买。

（3）空间便利条件。市场分散程度高，可减少消费者在运输和觅购出版物时所花费的精力和费用。

（4）出版物品种。提供的出版物品种越是广泛众多，渠道的服务水平越高。提高渠道的服务水平就意味着增加渠道费用和提高消费者所支付的价值。

213、出版物流转环节有哪些？出版物流转的计划管理含义又是什么？

答：出版物流转是以货币为媒介的出版物交换过程，它是从出版物的购进到最终售出的连续不断的商业活动过程。它由八个环节组成，即：购进、验收、仓储、销售、定变价、盘点、损益和售后服务。

所谓出版物流转计划管理，就是通过出版物流转计划的编制、执行和检查来组织、协调、控制发行单位的经营活动，有目标、有计划地指导并监控出版物进、销、存、调、退、运、结等各流转环节的工作开展，以提高发行单位的出版物流转水平，实现经营目标。

214、简述发运差错产生的原因和对应的处理方法。

答：发运差错产生的原因和处理办法是：

(1)、查明确属发货单位的品种漏发、数量少发，又有存书的，应及时补发；无存书可补的，则开出凭证或复信要求收货单位空退。如属品种错发、数量多发，补开调拨单或要求收货单位将错发、多发的出版物退回发货单位，及时入库。如属出厂包装差错的，在收到查询凭证和原包封签后，能补发的补发，无法补发的按缺货封签抄列清单，向原厂要求补发，如原厂无货可补，可通知查询的收货单位作空退处理。

(2)、由于运输单位的责任，造成承运的出版物包件全部或部分丢失、破损或包件有明显被拆过的痕迹，并在收货验收时被收货单位发现，则由收货单位或发货单位根据运输事故记录向运输单位索赔；若在收货验收时未被收货单位发现，则由收货单位承担，或由收货单位根据实际情况向运输单位索赔。

(3)、由于运输单位的责任，造成串包差错，换包运费由运输单位承担；由于发货单位的责任，造成串包差错，换包运费由发货单位承担。

215、新华书店成立于什么时间？我们现在使用的新华书店店招是谁何时何地题写的？

答：1937年4月24日，新华书店在革命圣地延安（清凉山）创立。1939年9月1日新华书店独立建制，划归新成立的中共中央出版发行部领导，并在延安北门外正式设立门市部，毛泽东主席亲笔为新华书店题写了店招。我们现在使用的新华书店店招是毛主席在1948年12月在河北省平山西柏坡题写的。

216、新华书店的光荣传统是什么？

答：坚定的办店宗旨，无私奉献的精神，主动热情的服务，开拓进取的意识，勤俭办店的方针，团结进步的凝聚力。

217、什么是新华精神？

答：艰苦创业的拼搏精神，传播知识的背篓精神；
周到热情的服务精神，服务社会的奉献精神；
以人为本的合作精神，科学发展的务实精神；
建设文明的奋斗精神，自我完善的涅槃精神；
不断攀登的创新精神，勇挑重担的牺牲精神。

218、什么是农家书屋工程？

答：农家书屋是为满足农民文化需要，在行政村建立的、农牧民自己管理的、能提供农牧民实用的书报刊和音像电子产品阅读视听条件的公益性文化服务设施。

为深入贯彻落实中共中央、国务院《关于推进社会主义新农村建设的若干意见》和《关于进一步加强农村文化建设的意见》，切实解决广大农民群众“买书难、借书难、看书难”的问题，2007年3月，新闻出版总署会同中央文明办、国家发展改革委、科技部、民政部、财政部、农业部、国家人口计生委联合发出了《关于印发〈农家书屋工程实施意见〉的通知》，开始在全国范围内实施“农家书屋”工程。

219、农家书屋管理有何要求？

答：（1）农家书屋的管理接受所在村党支部、村委会及全体村民的监督。

（2）农家书屋应配有具备一定文化水平和管理能力、热心公益事业的专职或兼职管理人员。农家书屋管理人员应由村民民主推荐产生，并报当地新闻出版行政部门备案。

（3）农家书屋应悬挂统一标牌，公开管理制度和借阅制度，保证固定的开放时间，实行免费借阅，尽力为村民服务。

220、图书命名的主要形式包括哪些？

答：图书命名的主要形式包括：

一是直接反映图书内容的书名,如:《说文解字》。二是拟意的书名,如《呐喊》、《钢铁是怎样炼成的》。三是以人名、地域名等命名的书名,如《毛泽东选集》、《东西方文化比较》。四是以朝代或年号(年代)命名的书名,如《康熙字典》。五是以著述体例或体裁样式命名的书名,如《世界散文经典》。

221、说出关于全民阅读引发社会广泛关注的两件事。

答:一是2014年世界读书日前夕,国务院总理李克强给北京三联韬奋书店全体员工回信,肯定创建24小时不打烊书店这一创意,指出这是对“全民阅读”活动的生动践行,希望三联韬奋书店把24小时不打烊书店打造成为城市的精神地标,让不眠灯光引领手不释卷蔚然成风。二是2015年3月23日,南海网刊发报道关注海口一书店店主孟波致信国务院总理,盼借全民阅读“东风”让其实体书店摆脱经营困境一事,引发社会广泛关注。

222、简述2015年中国新闻出版研究院第十二次全国国民阅读调查成果。

答:2015年4月20日,由中国新闻出版研究院组织实施的第十二次全国国民阅读调查成果在京发布。

(1)2014年我国成年国民图书阅读率为58.0%,较2013年的57.8%上升了0.2个百分点;数字化阅读方式的接触率为58.1%,较2013年的50.1%上升了8.0个百分点;各媒介综合阅读率为78.6%,较2013年的76.7%上升了1.9个百分点。

(2)2014年我国国民人均纸质图书阅读量为4.56本,报纸和期刊阅读量分别为65.03期(份)和6.07期(份),电子书阅读量为3.22本。与2013年相比,期刊和电子书的阅读量均有所提升,纸质图书和报纸的阅读量均有不同程度的下降。

(3)我国成年国民每天接触传统纸质媒介和新兴媒介的时长均有不同程度的提升,传统媒介中,纸质图书阅读时长增势较为明显;新兴媒介中,手机阅读时长增长显著,人均每天微信阅读时长为14.11分钟。

(4)2014年我国成年国民上网率为65.8%,较2013年有所上升,通过手机上网的比例增幅明显。

223、简述古籍善本标准。

答:根据1978年全国古籍善本总目编辑工作会议规定以及后来的有关规定,

下述九条为古籍善本标准：

- (1) 元代及元代以前刻印、抄写的图书（包括残本和散页）。
 - (2) 明代刻印、抄写的图书（包括具有特殊价值的残本和散页），但刻印模糊、流传较多者除外。
 - (3) 清代乾隆以前流传较少的刻本、抄本。
 - (4) 太平天国及历代农民革命政权所刊印的图书。
 - (5) 辛亥革命前，在学术研究上有独到见解或有学派特点，或集众说而有系统的稿本，以及流传很少的刻本、抄本。
 - (6) 辛亥革命前，反映某一时期、某一领域或某一事件的资料方面的稿本，及流传很少的刻本、抄本。
 - (7) 辛亥革命前名人学者批校、提拔、或过录前人批校而有参考价值的印本、抄本。
 - (8) 在印刷术上能反映我国古代印刷术发展，代表一定时期技术水平的各种活字印本、套印本或有比较精细的版画、插图的刻本。
 - (9) 明代的所有印谱。清代有特色的或有亲笔题记的集古印谱、名家篆刻印谱的钤印本（是指不经翻刻，将印章直接盖在纸上并装订成册的印谱集子）。
- 《古籍善本总目》从 1985 年起由中华书局分五集开始出版，为具体了解和鉴别我国善本提供了一部完整的资料。

224、什么是二维码？使用二维码的意义是什么？

答：二维码又称二维条码，英文名Two-dimensional code，它是用某种特定的几何图形按一定规律在平面（二维方向上）分布的黑白相间的图形记录数据符号信息的，是所有信息数据的一把钥匙。

与现在图书上的一维码（图书上的标识条码）相比，二维码信息容量是一维码信息容量的几十倍，能够把图片、声音、文字、指纹等以数字化的信息进行编码并表示出来。二维码容错能力强，具有纠错功能，其译码错误率远低于一维码。二维码还可以引入保密措施，其保密性较一维码要强很多。与 RFID 相比，二维码最大的优势在于成本较低。

二维码的制作方便，只要在软件的“文本信息”选项卡中输入图书信息，在上方直接生成所需的二维码。将生成的二维码保存为图像文件，印刷到图书上，流通环节的任何用户，只要使用二维码扫描枪或装有二维码阅读软件的手机就可以读

出图书信息相关内容。

225、简述 CNONIX 国家标准应用试点示范工作。

答：2015 年 6 月 16 日，CNONIX 国家标准应用试点示范工作标准项目启动会在北京召开。CNONIX 国家标准应用示范工作是国家新闻出版广电总局推动传统出版业数字化转型升级工作的重要抓手。按照总局提出的“体系构建、标准先行”的工作要求，第一批试点示范工作标准体系初步建立，标志着 CNONIX 国家标准应用工作向体系化、规范化、科学化和适用化方向推进。本期标准项目共计 19 项标准，分别由中南传媒湖南省新华书店等 7 家示范单位牵头承担。

226、简述中国标准书号的结构和含义。

答：2006 年 10 月 18 日发布，2007 年 1 月 1 日起实施的《中国标准书号》（GB/T 5795-2006）规定：一个中国标准书号由标识符“ISBN”和 13 位数字构成，13 位数字分为 EAN·UCC 前缀、组区号、出版者号、出版序号、校验码 5 部分。

（1）EAN·UCC 前缀：国际物品编码（EAN·UCC）系统提供给国际 ISBN 管理系统的产品标识编码为 978 和 979，目前使用 978，使用 979 的时间由国际 ISBN 中心决定。

（2）组区号：组区号由国际标准书号管理机构分配。组区号代表国家、地区或语言区。中国的组区号为“7”。

（3）出版者号：标识具体的出版者。由中国标准书号管理机构设置和分配，其长度为 2 至 7 位数字。一般根据出版者预期的出版量定。

（4）出版序号：按出版物的出版次序由出版者管理和编制，代表一个具体的出版物。

（5）校验码：校验码是中国标准书号的最后一位数字，采用模数 10 加权算法计算得出。

227、简述对出版物进行立体（书墩）码放的工作要求。

答：第一，码放技术复杂，需要设计。要注意书墩的稳定性和高度，不可超过一米的高度，否则容易倒塌。

第二，由于单品种出版物立体码放占用的空间大，因此需要设计，合理利用陈列面积。

第三，在选择出版物时，要尽量选择那些有推荐价值的出版物，以使这种陈

列码放形式发挥其应有的作用。

228、什么是出版物的跨类品种陈列？

答：跨类品种陈列是尊重消费者分类习惯而实行的一种陈列方式。比如：医学类辞典，有的消费者认为应该放在工具书类里，而有的消费者则认为应该放在医学类中。将同种出版物在两类或几类中同时陈列，称为跨类陈列。跨类陈列可以扩大出版物陈列面，适应消费者购买的习惯，方便消费者选购出版物。

229、为什么要进行出版物发行分类、归类？

答：（1）方便消费者选购出版物

各种出版物本身存在知识门类上的差异，反映不同的学科内容。对于消费者来说，由于各自工作、学习、生活和爱好的不同，对出版物的需要也各不相同。对出版物进行分类、归类，使品种众多的出版物按类集合，分类陈列，有利于消费者根据不同需要自如地选购不同类别的出版物。

（2）易于管理，易于提高服务和工作效率

方便实用的出版物发行分类，为出版物发行员在统一、规范的标准下，有效地开展出版物的购进、陈列、宣传、销售等业务工作提供条件。为出版物发行员更快、更好地为消费者查找出版物、提供优质服务创造条件。

（3）掌握出版物销售情况

各类出版物的销售情况各有不同，有畅销的、常销的、滞销的等等。通过分类、归类，可以及时、准确地了解它们的销售情况，从而为出版物的进、销、存、退提供依据，减少盲目性和随意性。

230、什么是出版物发行分类？与中图法相比，其特点有哪些？

答：出版物发行分类是指出版物发行单位在陈列、展示出版物时，参照“中图法”等分类方法，根据发行工作特点对出版物的归并和划分。

与“中图法”或其他分类法相比，出版物发行分类的特点有以下4点：

（1）服务消费者。出版物发行单位面向消费者公开陈列出版物，以服务消费者为宗旨，分类要求贯彻思想性、科学性、实用性原则。

（2）促进销售出版物。发行分类的目的之一就是促进销售、方便购买。

（3）具有灵活性。出版物发行分类为销售管理服务，需要根据出版物发行单位的管理特征、出版物品种结构和数量的不同灵活划分出版物类目。

（4）简便易行。出版物发行分类具有广泛的群众参与性，分类要求体现简便易行的特点。

231、图书的美术设计包括哪些方面？

答：封面、护封、函套、插图、内文、附件等的装帧设计，其重点是封面设计。技术设计包括：开本、版权页、作者简介等的设计。

232、图书的载体形态包括哪些？

答：由内外表、前置、正文、后附等部分组成。具体包括封皮、护封、书套、衬页、环衬页、扉页、书芯、版面、正文等。

233、什么是现实出版物消费者？

答：现实出版物消费者是指客观存在的、具有购买动机和购买能力的单位和个人。

234、什么是移动支付？

答：移动支付也称为手机支付，就是允许用户使用其移动终端（通常是手机）对所消费的商品或服务进行账务支付的一种服务方式。单位或个人通过移动设备、互联网或者近距离传感直接或间接向银行金融机构发送支付指令产生货币支付与资金转移行为，从而实现移动支付功能。

235、移动支付有哪些形式？

答：移动支付主要分为近场支付和远程支付两种。所谓近场支付，就是用手机刷卡的方式坐车、买东西等，很便利。远程支付是指：通过发送支付指令（如网银、电话银行、手机支付等）或借助支付工具进行的支付方式。

236、什么是微信营销？

答：微信营销是网络经济时代企业或个人营销模式的一种。是伴随着微信的流行而兴起的一种网络营销方式。微信不存在距离的限制，用户注册微信后，可与周围同样注册的“朋友”形成一种联系，订阅自己所需的信息，商家通过提供用户需要的信息，推广自己的产品，从而实现点对点的营销。

237、微信营销有哪些优缺点？

优点：

1、微信拥有庞大的用户群，借助移动终端、天然的社交和位置定位等优势，每个信息都是可以推送的，能够让每个个体都有机会接收到这个信息，继而帮助商家实现点对点精准化营销。

2、用户可以通过扫描识别二维码来添加朋友、关注企业账号；企业则可以设定自己品牌的二维码，用折扣和优惠来吸引用户关注，开拓 O2O 的营销模式。

3、每个企业或个人都可以打造自己的微信公众平台，以文字、图片、语音、视频等形式向“粉丝”推送包括新闻资讯、产品消息、最新活动等消息，甚至能够完成包括咨询、客服等功能。

4、微信能够通过互动的形式，将普通关系发展成强关系，从而产生更大的价值。你不会相信陌生人，但是会信任你的“朋友”。

缺点：

微信营销所基于的强关系网络，如果不顾用户的感受，强行推送各种不吸引人的广告信息，会引来用户的反感。因此，善用微信这一时下最流行的互动工具，让商家与客户回归最真诚的人际沟通，才是微信营销真正的王道。

238、微信服务号与微信订阅号的主要区别？

答：（1）申请主体略有不同。

服务号只能是企业或组织等属于官方机构的主体才能申请，订阅号是企业或组织、个人等都可以申请，个人只能申请订阅号。

（2）两者功能不同。

首先二者在微信端展现方式不一样，服务号推送消息后，可以直接在接收消息列表中展现出来，并有提醒，而订阅号发送消息后，所有订阅号都被收集到了一个文件夹中，不再单独展示，也无即时提醒。其次服务号每月只能发送四次信息，订阅号每天可以发送一次信息。

239、什么是智慧书城？

答：智慧书城是传统书店与新媒体有机融合的一种新型经营模式。它以微信公众号+微信支付为基础，可实现实体书店导航指引、商品信息查询、智能推荐、在线购买、智能扫码快捷支付、体验分享等线上线下一体化功能。

240、什么是互联网+?

答：“互联网+”是创新 2.0 下的互联网发展的新业态，是知识社会创新 2.0 推动下的互联网形态演进及其催生的经济社会发展新形态。“互联网+”是互联网思维的进一步实践成果，推动经济形态不断地发生演变，从而带动社会经济实体的生命力，为改革、创新、发展提供广阔的网络平台。

通俗地说，“互联网+”就是“互联网+各个传统行业”。但这并不是简单的两者相加，而是利用信息通信技术以及互联网平台，让互联网与传统行业进行深度融合，创造新的发展生态。

241、互联网+的主要特征有哪些?

答：一是跨界融合。

二是创新驱动。

三是重塑结构。

四是尊重人性。

五是开放生态。

六是连接一切。

242、互联网+的出现对消费模式产生了怎样的影响?

答：（1）满足了消费需求，使消费具有互动性；

（2）优化了消费结构，使消费更具有合理性；

（3）扩展了消费范围，使消费具有无边界性；

（4）改变了消费行为，使消费具有分享性

（5）丰富了消费信息，使消费具有自主性。

出版物发行标准

名词解释

1、发行员：将图书、期刊、报纸、音像制品、电子出版物等出版物由出版领域输送到消费领域的人员。职业等级共设四个等级，分别为：初级（国家职业资格五级）、中级（国家职业资格四级）、高级（国家职业资格三级）、技师（又称发行师，国家职业资格二级）。

2、初级发行员：能够运用基本技能独立完成本职业的常规工作，具有较强的语言表达、实际操作、人际交往能力，一定的观察、理解、计算、判断、应变能力。高中毕业（或同等学历）。申报条件是具备下列条件之一：（1）经本职业初级正规培训达规定标准学时数，并取得结业证书。（2）在本职业连续工作 2 年以上。（3）本职业学徒期满。

3、中级发行员：能够熟练运用基本技能独立完成本职业的常规工作；并在特定条件下，能够运用专门技能完成较为复杂的工作；能够与他人进行合作。

4、高级发行员：能够熟练运用基本技能和专门技能完成较为复杂的工作；包括完成部分非常规性工作；能够独立处理工作中出现的问题；能够指导他人进行工作或协助培训一般操作人员。

5、发行师：能够熟练运用基本技能和专门技能完成较为复杂的、非常规性的工作；掌握本职业的关键操作技能技术；能够独立处理和解决技术或工艺问题；在操作技能技术方面有创新；能组织指导他人进行工作；能培训一般操作人员；具有一定的管理能力。

简答题

1、申报中级出版物发行员的条件有哪些？

答：申报条件需具备下列条件之一：（1）取得本职业初级职业资格证书后，连续从事本职业工作 3 年以上，经本职业中级正规培训达规定标准学时数，并取得结业证书。（2）取得本职业初级职业资格证书后，连续从事本职业工作 4 年以上。（3）连续从事本职业工作 6 年以上。（4）取得经劳动保障行政部门（或教育行政部门）审核认定的、中级以上职业学校发行专业毕业证书。（5）取得大学专科以上毕业证书，连续从事本职业工作 2 年以上。

2、申报高级发行员需具备什么条件？

答：需具备下列条件之一：（1）取得本职业中级职业资格证书后，连续从事本职业工作 4 年以上，经本职业高级正规培训达规定标准学时数，并取得结业证书。（2）取得本职业中级职业资格证书后，连续从事本职业工作 6 年以上。（3）取得本职业中级职业资格证书的本科以上学历相关专业毕业生，连续从事本职业工作 2 年以上。

3、出版物发行员国家职业标准中对培训教师的要求是什么？

培训初、中级发行员的教师应具有本职业高级及以上职业资格证书或相关专业中级及以上专业技术职务任职资格，培训高级发行员、发行师的教师应具有本职业高级发行师或相关专业高级专业技术职务任职资格；培训高级发行师的教师应取得本职业高级发行师职业资格证书 3 年以上或相关专业高级专业技术职务任职资格。

4、国际标准书号（ISBN）由几位数字组成？

答：13 位。

5、国际标准书号（ISBN）由几个数据段组成？

答：5 个。

6、国际标准音像制品编码（ISRC）由几个数据段组成？

答：5 个

7、分别说明国际标准音像制品编码（ISRC）各数据段的含义。

答：国家码-出版者码-录制年码-记录码-记录项码

8、国际标准连续出版物号（ISSN）由几位数字组成？

答：位。

9、国际标准连续出版物号（ISSN）最后一位数字的含义是什么？

答：校验位。

10、《图书流通信息交换规则》适用于哪种情况？

答：供应链之间信息交换的情况。

11、《图书流通信息交换规则》规范了图书流通业务中的哪几类信息？

答：规范了以下 10 种类型的信息：

图书商品信息；供货目录信息；库存商品信息；采购单据信息；发货单据信息；退货单据信息；通知退货信息；对帐单据信息；结算单据信息；统计单据信息。

12、图书馆供应业务中，需要向图书馆客户提供以下哪种格式的机读目录数

据？

答：CNMARC。