

最新运营可行性方案 项目可行性方案(通用5篇)

为了确保事情或工作有序有效开展，通常需要提前准备好一份方案，方案属于计划类文书的一种。方案的制定需要考虑各种因素，包括资源的利用、风险的评估以及市场的需求等，以确保方案的可行性和成功实施。下面是小编帮大家整理的方案范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

运营可行性方案 项目可行性方案篇一

要使青少年科技教育活动普及、持久、有效地开展下去，首要的问题必须解决领导落实问题，究竟由谁来直接领导这项工作。我认为教育主管部门直接领导此项工作最为有利，理由是：其一，青少年科技教育活动的参加者均是在校的广大中、小学生；其二，此项活动的开展必须解决教师配备、活动时间、地点及经费等问题，只有在教育主管部门的直接领导下，各校把这项活动纳入到每学期的教学内容之中，活动开展才能得到保证，只有这样这项活动才能普及、持久，有效地开展下去。

长期以来，青少年科技教育活动怎样开展，开展哪些内容，始终是一个没有解决的难题。由此看来，青少年科技教育活动要想普及、持久、有效地开展下去，编写科技教科书迫在眉睫，必须引起有关部门的重视，并投入人力、财力来完成这项艰巨而又有重大意义的工程。这样有利于我国青少年科技活动的开展，有利于科技知识的普及，有利于国民科技素质的提高，有利于高素质科技人才的不断涌现，有利于我国科技事业的持续、蓬勃地发展。

关于课程的设置及课本内容的编写，谈谈自己的设想：

1、课程的设置

小学一至六年级、初中一至三年级均要开设科技课，各年级可按上、下学期编写成两本教科书，这样小学共编12册，初中共编6册，还要编写《教学大纲》来规定各年级教学内容、目的及要求。

2、课本编写的内容

课本内容的编写要有系统性、综合性和可操作性。每册书中必须包括以下方面的内容。

(1) 自然科学知识。将自然科学知识由浅到深、系统地编入中小学科技教科书中，使学生能系统地学到自然科学知识。

(2) 古今中外科学家的故事。将古今中外科学家的感人故事经过整理编入中小学科技教科书中，对学生进行理想方面的教育，使学生从小树立爱科学、学科学、用科学的信念，学习科学家为科学事业、为祖国和人民的利益，甘于献出毕生精力的精神。

(3) 科技小制作。将一些具有一定价值的科技小制作编入教科书中，如电路的组装、机械的组装等，不仅能培养学生动手、动脑的能力，还能培养学生的一技之长。

(4) 古今中外科技小发明介绍。将古今中外科技小发明的构思、原理及作用介绍给学生，这对每个学生不仅是一个学习的过程，同时还能培养学生的创造欲望，启迪学生的创造思路。

(5) 科技小论文介绍。将一些具有一定科学价值的小论文编入教科书中，通过学习使学生学会怎样写科技小论文，写哪些方面的内容，这样来启发学生观察周围事物，观察自然界中的各种现象，发现和揭示其奥秘，写出有价值的科技小论文。

(6) 课后实践题。可提出一些课题，编入小学高年级和初中的教科书中，各地各校根据当地情况，组织学生进行课后实践，来完成课题的研究。

由于科技教育有着它的特殊性，不仅需要在课堂上进行，还需要学生进行社会实践。因此，建立学校、社会和家庭这样的科教体系，是非常必要的。

1、学校科技教育

(1) 青少年科技教育活动，由各校主要领导亲自负责，把此项工作纳入到每学期的教学内容之中，由校教导处将科技课安排到每周的课表中。

(2) 科技教师的水平决定着科技课的质量。

目前，我国严重存在科技教师缺乏或水平不高的现状，因此必须通过多种渠道解决师资问题。一是，各地师范院校要开设科技课，培养科技教师；二是，将在职的科技教师分期分批进行进修，来系统学习科技知识及科技课的教法，提高科技课的质量。三是，面向社会招聘有科技特长的教师来校任教。

(3) 各校每年要举办一次青少年科技教育活动成果展览。

(4) 各校要建立科技“三小”作品陈列室，同学要建立科技教育活动档案。

2、社会科技教育

青少年科技教育活动的开展，必须有社会各界的关心与支持。

(1) 各校订期聘请科技专家来校给学生进行科普讲座。

(2) 各校还可聘任科技专家来校授课。

(3) 各校还可与有关单位联系，解决学生课后实践的场所。

3、家庭科技教育

(1) 各校聘请科技专家，定期对家长进行科普讲座；

(2) 各校成立“青少年科技教育活动家长委员会”，协助学校开展科教活动。

此外，科教活动需要必要的设备、经费可由学校、社会和家庭共同筹措。这样形成一套完整的科教体系，使活动开展得到保证。

要使青少年科技教育活动普及、持久、有效地开展下去，必须建立运行机制，长期、有效地进行教学研究和技术指导。

1、各地青少年科技活动中心和教研室联合成立“青少年科技教育活动领导小组”，作为长设机构，开展科技教研活动并对活动进行技术指导，要经常组织科技教师听课、观摩、听科普讲座等。

2、各地青少年科教领导小组，定期举办全市青少年科技“三小”竞赛活动。

3、青少年科教领导小组必须建立各校科教活动的档案。

1、科技普及程度

由各地青少年科教领导小组和各校科技教师组成检查小组（每学期或每年）对各校进行检查。检查的内容有：课的落实，教师的配备、科技“三小”陈列室及科教活动档案的建立，学生科技知识的测试等，进行评分。

2、科技活动成果情况

由青少年科教活动领导小组，根据各校在市或市级以上的青少年科技“三小”竞赛中的获奖成绩，进行评分。

这样的运行机制，不仅能将此项活动普及、持久、有效地开展下去，同时还能使活动的质量不断得到提高。

运营可行性方案 项目可行性方案篇二

《倒车雷达项目可行性研究报告》通过对项目科学深入的市场需求和供给分析、未来价格预测、资源供应、建设规模、工艺路线、设备选型、环境影响、节能减排、投资估算、资金筹措、盈利能力等方面的科学研究，从市场、技术、经济、工程等角度对项目进行调查研究和比较，并对项目建成以后可能取得的财务、经济效益及社会环境影响进行科学预测，为项目决策提供了公正的、可靠的、科学性的投资咨询意见。

华灵四方投资咨询公司是一家专业编写可行性研究报告的投资咨询公司，我们拥有国家发展和改革委员会工程咨询资格、国家统计局涉外调查许可证，我单位编写的可行性报告以质量高、速度快、分析详细、财务预测准确、服务好而在国内享有盛誉，已经累计完成300多个项目可行性研究报告、项目申请报告、资金申请报告编写，可以出具如下行业工程咨询甲级证书，为企业快速推动投资项目提供专业服务。

综合经济（甲级） 石油天然气（甲级） 化工、医药（甲级）
机械（甲级） 轻工（甲级） 纺织（甲级） 农业（甲级）
建筑材料（甲级） 电子（甲级） 通信信息（甲级） 生态建设和环境（甲级）

建筑（甲级） 林业（甲级）

市政工程（给排水、道路、热力）（甲级） 水文地质（甲级）
工程测量（甲级） 岩土工程（甲级） 钢铁（甲级） 石化

(甲级)

城市轨道交通 (乙级) 有色冶金 (乙级)

(2) 用于国家发展和改革委员会 (以前的计委) 立项的可行性研究报告、项目建议书、项目申请报告, 该文件是根据《中华人民共和国行政许可法》和《国务院对确需保留的行政审批项目设定行政许可的决定》而编写, 是大型基础设施项目立项的基础文件, 发改委根据可研报告进行核准、备案或批复, 决定某个项目是否实施。另外医药企业在申请相关证书时也需要编写可行性研究报告。

(3) 用于银行贷款的可行性研究报告, 商业银行在贷款前进行风险评估时, 需要项目方出具详细的可行性研究报告, 对于国家开发银行等国内银行, 若该报告由甲级资格单位出具, 通常不需要再组织专家评审, 部分银行的贷款可行性研究报告不需要资格, 但要求融资方案合理, 分析正确, 信息全面。另外在申请国家的相关政策支持资金、工商注册时往往也需要编写可研报告, 该文件类似用于银行贷款的可研, 但工商注册的可行性报告不需要编写单位有资格。

(4) 用于境外投资项目核准的可行性研究报告、项目申请报告, 企业在实施走出去战略, 对国外矿产资源和其他产业投资时, 需要编写可行性研究报告或项目申请报告、报给国家发展和改革委员会或省发改委, 需要申请中国进出口银行境外投资重点项目信贷支持时, 也需要可行性研究报告和项目申请报告。

(5) 用于企业上市的可行性研究报告, 这类可行性报告通常需要出具国家发改委的甲级工程咨询资格。华灵四方为多家创业板和中小板企业提供可行性研究报告编写服务 (包括已经上市和正准备上市的), 积累的丰富的编写经验。公司拥有行业内最为丰富的数据库、一流的市场调查和行业分析能力、高素质的复合型人才以及丰富的上市公司可行性研究报告编写经验。

在上述四种可研中，第（2）（3）（5）（6）准入门槛最高，需要编写单位拥有工程咨询资格，该资格由国家发展和改革委员会颁发，分为甲级、乙级、丙级三个等级，甲级最高。

运营可行性方案 项目可行性方案篇三

第一章：

装饰公司各部门岗位职责

1. 总经理职责

a处理公司内部的日常行政工作的管理。

b统筹安排公司各个部门的工作并下达工作指令单，负责协调部门之间的工作配合□c负责组织和落实装饰工程项目的工作开展并监控装饰工程项目的总体施工质量□d负责装饰工程材料采购及相关资金表格的审核，及对材料采购价格的审批□e负责审核《预结算书》 《装饰工程施工合同》 《装饰设计委托合同》等□f负责审核图纸，包括方案、施工图、竣工图及设计变更。

g负责落实各部门经理的工作安排。

2. 业务部职责范围

a配合总经理制定合理的部门市场发展战略并组织实施。

b负责公司企业形象的宣传和装饰设计作品的推广。

c负责业务联系及与业主沟通、洽谈、协调并签订合同、合约。

总经理。

e负责组织材料采购协助更新和补充装饰材料种类。

3. 设计部职责范围

设计方案的整体构思。

c设计师负责材料样板的选型定板。

d设计师负责陪同业主选购装修主材。

f设计师负责设计工程项目的全套施工图的设计并安排相关人员电脑绘制图纸□g设计师负责设计图纸的会审及讲解，并移交给施工项目工程师。

h设计师负责设计方面在施工过程的解释权，对设计变更须有正式书面通知，并记录存档，协助施工项目工程师检查施工过程中的设计质量，贯彻设计意图。

i项目施工验收后，设计师负责安排相关人员负责竣工图的绘制，并须有业方及部门主管签字确认。

件的使用和统一安排。

k设计师负责协助项目推广服务部的相关企业形象的推广宣传工作。

l设计师负责编制装饰工程项目概括、预算书、投标报价。

m设计师负责设计变更、工期延误等的签证工作。

n设计师负责及时同公司施工部人员进行装饰工程项目的竣工结算。

4. 项目施工部职责范围

a负责编制项目施工人员的组织、管理及安全措施准备工作，填写施工人员安排表□b负责编制项目施工进度计划表及项目工程材料采购计划的编制。

c负责组织设计师，各工种施工员对设计图纸会审、技术交底。

d负责材料分析表及实际材料用量统计表的编制。

e负责编制利润预车测表、含材料用量、人工费预计、毛利预测等内容。

f负责工程项目中的协调工作，包括施工人员，场地设施，工具借用的审批、发放材料进场安排，现场施工放线、定位工作。

g负责对装修前装修套房的物品检查，并接收。负责施工人员人工费结算及临时水电费、装修押金的退还。

h负责组织施工人员学习安全操作，施工工地的规章制度，教育违章行为，并对临时设施及搭设脚手架等组织验收，合格后方可使用。

i责施工质量检查，对不负责或明知故犯的施工人员，项目施工负责人可自行处理甚至开除。对质量意识不强，不能按设计要求的施工班组，可联络部门主管、设计师确定更换新班组。

j施工完成后安排材料的清点入库、退库等工作。

k负责安排竣工后的垃圾清理、清洁工作；

l负责组织相关人员竣工验收，并办理相应的验收报告、移交手续等；

m负责施工人员人工费汇总，及临时水电费，装修押金的退还；

n对施工质量事故，工期延误等引起的公司经济损失，形象损害负责。

o负责组织材料搬运、装卸等；

p负责仓库材料的日常管理及材料标和维护。行政部职责范围
总经理

b负责公司程序资料、相关文件的管理工作。

c负责对公司人员的德、能、勤、绩考评，协助总经理对员工的晋升工作□d负责协助总经理对公司人员的调整、调配工作。

e负责协助总经理对员工进行定期培训。

a公司制定完善的管理办法

b业务开展

c 公司家装市场的定位

装饰公司如何拓展业务？

装饰公司拓展业务的基本思路可以分为两个阶段：让客户知道您的公司让客户选择您的公司让客户知道您的公司这一行为属于公司的外在品牌影响力，这一点对企业来说相对容易做到，企业可以利用传媒（报纸、电视、刊物以及电台等）、互联网以及户外媒介（路边车身广告等）对企业的品牌及闪光的举措等进行宣传和推广。只要企业有一部分钱，最长三个月时间就可以让所在城市及周边城市知道有这个公司。当

然，效果的好坏还要涉及企业推广的方式，如广告投放的方式、如何选择媒介以及如何运作企业的闪光点等等。公司由于集团公司的影响是有很高的知名度，但在家装乃至装饰市场的影响上要加强。

以上因素属于对客户的感观影响，感观影响决定了客户是否还与公司继续下一步的联系。而下面的几点决定客户最终是否签单。设计师的设计能力和沟通能力预算报价是否合理到位（合乎客户心里标准）

者。

公司在整个装饰业力的开展上形成一套固有的操作模式。

公司家装市场的定位

公司有着它运作一定成本，要保证工程施式的质量，良好的售后服务，对材料的选择，工班的使用，都关系到家装市场的定位。

业务的开展

公司在市场的拓展上，可以参照运作较力成功的家装公司的运作方式。

外地公司进驻当地时，在完善管理的同时，在各楼盘征集一套零利润样品房（由于初来没有供业主参观的施工成品）在做样品房的同时规范管理，树立好的施工品象，在量招收业务员，进行岗位培训，迅速的将业务的开展拓宽到城市的各个城区，为客户提供优质服务。公司在市场的拓展可部分参照成功公司运作方式，结合本公司的本土优势进行发展。现在在一些大城市，在推进住宅全装修房，也就是几年以前提出的菜单式装修房概念。现在一些高端楼盘有这种现象。房子实际已经销售完，业主入住已经一年多了，过道还是乱七

八糟的，电梯还是给保护着，人员出入繁杂，每天噪声不断。越来越多的人意识到这点。假如有这么一个好楼盘，如果业主在定房时就明确装饰内容和装饰公司签定装饰合同，在材料上采用团购的形式，早在交房前设计公司已经根据户型设计了若干套装修标准和设计布局不同的方案供业主参考。在一定程度上降低了装修成本，保证了业主轻松的入住。再也没有上面所述的诸多烦恼。当然在考虑业主的承受能力的同时不能忽视对房开销售的影响。

公司还可以在房开项目交房前提前进入大型楼盘，根据户型图做出若干装饰方案，供业主选择，在说服力和沟通方面都会起到意想不到的优势。

人员的组合业务人员可采用外聘的形式扩大业务人员的队伍，采用底薪+提成的形式来调动业力人员的积极性。这个方式还可以用到设计人员、施工人员的外聘上。在薪金上体现个人的付出和收获成正比也是留住人才，调动工作人员积极性的好办法。设计人员是业主沟通的一个桥梁，一个好的设计师可以通过设计去打动业主，通过合理的资金预算安排去说服业主。可见设计人员在工程承接上的重要性。设计这一块可划分为主任设计师，设计师，助理设计师，绘图员，主任设计师负责设计任务的总体安排，工程、大户型方案的拟定，助理设计师配合设计师的设计任务和图纸的绘制。绘图员从事绘图建模工作。真正好的设计师要将精力放在设计方案上，而不是将精力放在图纸的绘制表现上，让设计师有更多精力投入与业方的沟通上。在硬件上，健全公司的内部计算机网络，让更多的设备得到资源的共享。可购买正版的装饰画图软件，轻松的制作出精美的设计图纸和三维虚拟现实。让设计师与业主的沟通更加明了清晰。材料上健全材料供货商体系，和材料供货商达成一定供货协议，合力形成双赢局面，根据业主接受能力可选择高中低不同档次的材料合作，在与业主确定装修标准推荐不同的材料采用，在预算上与业主的沟通更加透明，也更利用装饰装修业力的承接。形成自己的材料配送制，家装的利润源于施工的有效成本控制，如何降

低材料、采购成本，成的家公司保证利润的重环节，建立辅材、基材库房，可保证施工中供应不间断，且可减少交通运输，人工方面的各种支出，有利于资金的整体控制成本。

在工班的管理上，固定施工队伍合作关系，选择合作关系的施工队伍并形成良好的质量管理办法，控制施式单位业务能力有利于品牌的建立及售后质量的保证。

大盘操作

业务人员、‘设计人员、施工人员的工资可采用底薪+提成
的方式

业务员的工资底薪较低

可采用3个月试用底薪制，试用底薪为500基数，公司的宣传资料发上注明业务编号单，当业主能执宣传资料来了解情况，可支付业务员一定奖金50元提成基本费（每个月满足5户可提取），如果业主最终签定合同可支付业务员工程总价的1.5-3%，这样可以充分的调动业务人员的工作积极性，只有业主找到我们，来了解我们，接触我们。才有可能有合作的可能。

设计师的工资是底薪+提成，可根据能力的不同确定底薪基数。设计师完成的设计任力每户出基本图概算的任务，可支付50元提成基本费（每月底数满足5户可提取），如果业主最终签定设计合同可提取设计费用的20%（图纸需所含施工图整套图纸）。如果业主最终签定施工合同，直接提取工程总价的2-3%。

另一种方式

采用小盘网点式

公司采用建装饰点形式，鼓励公司员工走出去，公司形成一定管理办法和企业品牌运作办法（内似连锁加盟店）。将家装业务分离。有员工自行组织人员，设备投入，进入可小区设点，进行专点的家装业务承接。承接任务后公司上交一定管理费。公司不负责其人员，设备所有资金。也为企业减负走出一条新路。（这样运作的好处是。公司的投入精力相对要小些，无论从公司的人力，物力上，但在选择和控制在各个网点要有一套切实可行的办法）

运营可行性方案 项目可行性方案篇四

1、可以对内方便、快捷、准确满足宾馆及各部门的宣传需求，并可以高质量的满足会议接待要求，提供优质服务，以满足各方面的需要，节约成本支出。

2、可以承接宾馆以外的宣传业务，如：刻字、会标、丝网印刷、版报、平面设计、彩色喷绘…等更多装饰制做，增加各项收入。

3、可以扩宽思路从而使自己更好的为宾馆在宣传策划上发挥作用，同时还可以充分发挥后勤维修设备及花房等功能作用，促动一部分人发挥能力而产生长远效益。二部门投资情况和经营方式：2、部门位置：传达室旁空房。

3、经营人数：熟悉业务3-4人其中包括专营花卉人。

4、员工待遇：遵循宾馆效益工资方式。

1、宣传、成本、利润：以正式成立经营后第一年初步预测，仅会标可节约成本资金约20xx元，创利润为约5000元。宾馆内部一般宣传可节约资金约20xx元，其它方面创收约5000元。

2、投资回收期：预测两年。八评价：根据以上情况分析，简要评价如下：

- 1、宾馆成立宣传策划部门确实可以为宾馆对内对外宣传达到增收节支，创新创效的作用。
- 2、切实在对外宣传方面作出贡献，为接待服务、会议服务、旅游宣传提供优质服务，创下潜在效益。
- 3、投资额低，投资收益高，投资回收期短。
- 4、经营风险小，即使在宾馆接待任务少的情况下，只要能达到对外承接量，就可以做到收支平衡不亏本。
- 5、我认为宾馆成立宣传策划部门是行之有效，切实可行的。方案二：宾馆投资，自负盈亏。方案三：个人承租，交纳房租。方案一是我较成熟的设想，请领导酌见。为盼！

运营可行性方案 项目可行性方案篇五

两岸出版交流在实质业务往来方面，屏除异地的投资合作，除了版权贸易之外，另一项是繁、简体字图书贸易，前者随两岸往来的密切，贸易逐年扩大，且交流顺畅，而后者却出现极不平衡的向简体字书倾斜。此次于厦门召开“海峡论坛”在邀请台湾出版印刷发行业代表参与的同时，应关注两岸图书贸易顺差过大对于台湾出版产业的影响，并提出可行的方案以解决繁体字书市场区域性的限制问题。

下滑不止的台湾书业

台湾出版业自2005年来连续四年严重下滑，就市场统计，台湾一些出版公司逐年以10%~20%进行修正删减出版新书种类，发行市场的图书销售则是以20%~40%的额度锐减，2008年台湾图书市场销售显示已经回落到2000年出版的高点。随之而来的金融危机，台湾出版业者似乎已经抱着出现亏损的心理准备。但这不仅是出版社要面对的，出版产业的上下游产业链，包括编辑设计单位、印刷装订厂、发行商、书店，几乎

叫苦连天，大家都期待台湾出版市场能赶快从严冬走出来。

探究台湾出版市场不景气原因，并非经济低迷因素造成，而是市场过小，供过于求。90年代，台湾出版业随亚洲经济四小龙的兴起，经过一段出版政策的转变，成为完全自由竞争市场。民众对阅读需求大增，台湾成为亚太版权重要市场，出版社百花齐放，也形成今天台湾出版产业行业诚信规范。至今，台湾每年约有30,000多种新书出版，对于只有2,300万人口的地区来说，阅读似乎是种巨大的压力，出版公司也得在这经济时代中，尽力夺取读者的眼球，供过于求的现象使一些好书被牺牲，过眼的图书在仓库里期待着在自己身上发生长尾效应。

在市场竞争激烈、读者喜新厌旧与浅盘经济多重因素下，台湾出版公司进入细分化市场时代，在市场上除针对m型化阅读人口大量包围，还从众数中挖掘最接近的读者和出书品种，于是新书出版种数不断增加，但印制量却在下滑，总体平均下来，市场并未达到期望的成长，而是停滞于泥泞中，无法脱困。全世界图书市场阅读人口在改变，网络阅读增加占据实体阅读时间与消费，趋饱和的市场竞争白热化也趋明显。上个世纪90年代繁体字书在欧美还能有些销路，亚太其他地方也是中文繁体字书主要销售地区，现在有简体字书的竞争，即使是在全球中文热的当头，繁体字书对外销售还是遭到前所未有的困难。中文书最大市场的中国大陆，一直是台湾想打开的市场，毕竟那是最直接、最相近的图书市场。两岸有许多人长期在两岸图书贸易努力，但始终未能有所突破。

仅任何单位都能申请，同时为保护两岸版权贸易，只要登录已经完成版权合作、有简繁体出版的图书，都不得公开陈列贩卖简体版，以免影响出版社的权益。从2003年开放到2008年底，将近192万册的简体字书透过大陆进出口贸易公司与台湾专门销售书店进入台湾，每年的销售约占台湾市场的6%。大陆简体字书进口对台湾图书市场的作用，是补足所有社科、艺术、学术研究范围上，台湾出版社无法承担印制的图书，

对台湾出版公司并无明显的威胁。简体字书在书价上虽然便宜，在人民币升值下，书价差距已经从过去的三分之一缩减到一半的价钱；另外，简体字书在用纸与印刷上精致要求仍有不及之处，读者是有局限的。台湾引进简体字书时，在大陆采购同一般书店采购一样，未因为海外销售取得较好的折扣，一般平均为书价的60%（以下均以书价百分比计算），专业书籍则较高约65-75%；出口负担物流费用，到店成本大约为75%左右，再加上5%本地营业税，其实在台销售简体字书是一个薄利的行业。但因台湾市场的开放，让简体字书在台畅流，取得容易。

繁体字书在大陆就没有获得像简体字书在台湾的待遇。在政策上，大陆授权40家左右的进出口贸易公司经营引进包括台湾的海外图书。台湾图书进口时须经过审查，除非研究单位提出申请，否则必须剔除可能涉及有政治影响与危害社会善良风俗的出版品。针对书店陈列，政策上未限定也不鼓励，但并没有一家专营繁体字书供货与发行的单位。以各家图书外贸公司来说，引进台湾图书业务有85%集中于三大图书进出口公司：厦门对外图书交流中心、中国图书进出口公司、中国出版对外贸易总公司，其中仅有厦门外图在厦门开设台湾书店。在整个中国大陆仅有少数外文书店、一两家大型书城有专柜陈列，即使是台湾人集中的开发区，几乎不见有繁体字书的销售点，陈列图书数量尽不如外文书多，最可怕的事，有时售价比原定价还贵。

对繁体字书出口，台湾业者通常以海外销售业务看待，折扣平均在65%左右（经销商取得经销折扣为55%，为生产管销总成本），进口有报关手续、物流之外，大陆须征13%的进口营业税；反观简体字出口虽征收高达17%的税额，却可获得7%退税，部分印刷品还可获13%退税，未来则朝“征多少退多少”的做法，鼓励图书“走出去”。按照规定，加上物流费用，繁体字书将以85%的书价成本进入贸易公司，在没有人负责推广繁体字书的情况下，繁体字书业务只局限在图书馆小市场，这对外贸公司是一种负担；而简体字书出口在台湾业者承担成

本下，则是为贸易公司每年赚进净利7%以上的出口鼓励退税。

繁体字书纾困方案可行性评估

繁体字书固然在书价上较简体字书贵上两倍，但论其印刷、用纸来说，有其阅读与消费的文化价值。据大陆新闻报导，现有近一亿大陆儿童读中国古典经文，而教授的老师也尝试用繁体字教材导读，以避免简繁体对照上的麻烦和对古文的误解，识繁写简也是现在亚太地区常用的方式，也是被海外汉学家所推崇的亲近中国文化的途径。图书是一种文化商品，作为传承知识与文化流通是不应该受到政治严肃的束缚；若以商业行为看待，商品也需要受到市场的考验，价格较贵虽然是繁体字书销售难的因素，而定价是由市场与规模来决定，有政策支持，市场大了，成本自然会降下来，但关键问题是繁体字书在大陆并没有接触到广大市场的机会。

1. 零关税进口。台版书进口要免税，加上物流相关手续费用，平均进价成本为75%，在发货给下游书店，书店照样可以依定价折合人民币销售，甚至可以打九折。虽然价格仍高于简体字书，但图书的竞争力就交给图书自己和读者来说话吧。

2. 图书馆藏充实计划就繁体字书项目采购。学校及各省地方单位图书馆应该大量采购图书，充实馆藏知识，外文书价格远超于中文书，相关单位应该把繁体字书作为重点收藏。这样采项目的采购，可与台湾洽谈特殊采购价格，分批大量与降低一些折扣方式进货。台湾库存书品项几乎与市场质量相同，没有次货之分，藉此可引大量中文繁体图书进知识宝藏，又能为台湾停滞多年的图书周转带来效益，是多方得利的一个做法。

3. 发行专营机构的成立。大陆市场范围大，繁体字书只赖外贸图书公司向单位以书目推广，或是由一小部分书店被动订货是不够的。一些有远见的民营发行书业，看到繁体字书受到重视，便自行向台湾出版社接洽，透过外贸公司的进出口

程序代理销售一些成套与经典的繁体字书，以走市场的方式举办书展订货，据业者说，繁体字书的销量日渐上来，带给他们很大的经济效益。但至今没有一家有系统的专或兼营繁体字书发行公司出现，以现在的市场需求和华文共同市场的整合必要，大陆书业需要一家或数家繁体字图书发行专营机构，作全面代理发售工作。

4. 建立亚太与欧美共同承销中心。到目前为止，大陆和台湾书业在海外销售一途还是各行其道，就商业行为来说，那不利于市场的竞争，因为站在对立面就会出现排挤的效果。东南亚和欧美都是华文图书销售未来的大市场，海外图书馆是以简繁体同时采购、书店则选择话题好、质量好的中文书销售，若是两岸共同组建承销体制，就能涵括全球99%的华文出版品，共同采购与发货，在内部可降低经营成本、对外则扩大销售机会。共同建立海外承销中心，不单解决繁体字书与简体字书碰撞的消抵，还可能是两岸出版业者共同创造的华文出版前景的好办法。

以上的四项建议，均无损于大陆图书市场，同时还能促成市场的完整和市场带头销售作用；组织起来也不费成本与心思，即使是发行单位或承销中心，也是以市场营销利益为基础的投资，是为最可行与可立即推行的项目。

台湾坚持繁体字书的出版，是对中国传统文化的传承责任。繁体字，也就是正体字，在中国已经使用的二千年，集合六书形、声、韵之美的文字，也成为台湾出版产业在世界的特点。台湾出版市场呆滞，是到了市场要调整的时刻，但台湾出版业者更希望有机会解决两岸图书贸易逆差的情况。台湾图书在大陆不是不可为，基于两岸文化与传承的使命，还有台湾从事出版工作理想的知识分子的文化希望，切盼大陆可就相关台湾繁体字书进口大陆事宜，进行可行建议的评估，协助台湾出版业打开市场界限，以成就未来华文出版市场的完整。