

最新书籍发行工作总结(实用5篇)

总结是对某一特定时间段内的学习和工作生活等表现情况加以回顾和分析的一种书面材料，它能够使头脑更加清醒，目标更加明确，让我们一起来学习写总结吧。总结书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇总结呢？下面是小编为大家带来的总结书优秀范文，希望大家可以喜欢。

书籍发行工作总结篇一

2007年度教材、文教图书发行工作总结

一年来，在省店教材科、文教科的正确领导下，在教育行政部门的关心支持下，桐乡市新华书店圆满完成了两年两期教材发行工作，做到课前到书，人手一册。桐乡市人口65万，2007年春秋两季我店发行教材、文教书共计码洋2968万元，比去年同期增长200多万元。回顾一年来的教材发行工作，取得了一些成绩，有一些体会；当然也存在不足。现将有关情况总结如下：

2007年度发行重点：

- 1、在做好主课课程教材征订的同时，充分重视音、体、美教材的征订，做深做细工作，使学校征订音、体、美100%到位，不留空白。
- 2、做好《小学英语活动手册》、英语卡片的征订。
- 3、重视劳技教材的征订，经过过细的工作，使《小学劳动技术》的征订满足率达到100%。
- 4、历年来对《爱国主义教育读本》的征订工作得到当地教育行政部门的支持，达到人手一册。

5、增加了小学到高中的《人自然社会》。

6、在文教书的征订工作中，加大力度，突出重点，特别是做好“同步练”、“每课一练”的征订，“语文词语手册”、“小学语文、数学学具卡片”、“小学语文阅读训练”、“英语抄写本”等品种征订情况比较理想。集团版教辅春秋两期达到近180多万码洋。工作难点：

1、一费制的实行给征订工作带来比较大的影响，特别是今年在原

来的基础上有所下降。学校受到收费的制约，连一些常用文教图书都不能预订。

2、个体书店不断密切与学校、老师的联系，渗透到城市、农村各个学校，以低折扣吸引师生，给书店的文化图书市场占有率带来压力。

采取的措施：

1、改善服务：

面临教材、文教图书市场出现的新形势、新情况，对照省集团公司提出的要求，我店认真总结以往经验，以改善服务为切入口，以扎实的工作作风，热情的工作态度，迎接挑战，适应教材、文教市场化的要求，认真做好征订、分发、售后服务等工作环节。

2、协调沟通：

经理室负责做好与教育行政部门的协调沟通。春、秋两季开学前，教育局均发文到各学校要求做好教材预订工作，强调教学用书目录中所列品种均由新华书店统一征订和发行，使得各学校对教材征订工作更加重视。密切和学校的关系，经

常和有关有代表性的学校，了解信息，及时向学校提供他们所需品种。

3、抓好征订：

在拿到省店课本征订单后，召集部门分管人员开会布置工作，分析征订单中哪些品种是重点，要重点征订；哪些品种有潜力，要开拓，把工作做在征订之前。使各部门都能充分了解征订的内容和重点，使征订工作做到有的放矢。在订单回收后，仔细核对，发现有些学校征订品种结构不合理，或订数不到位，不厌其烦地上门去做工作，提高征订质量。

4、经常交流：

在平时工作中，经常和省店相关部门联系，了解信息，便于提早做好工作。在征订发行中，遇到一些问题和情况，也及时向省店反映，使省店领导更好地掌握全局。

教材业务工作是书店业务工作的重中之重，一年来，我们辛勤努力，想方设法稳定这一块市场份额，并且积极寻求突破。06年度桐乡市的民工子弟学校所用教材在教育行政部门的协调下，全部纳入了书店发行范围。

2007年即将结束，教材发行工作所取得的成绩，得益于省店教材部、文教部领导和同志们的大力支持和帮助，也得益于全体同志的辛勤汗水和努力。新的一年即将到来，面对政府买单的开始，我们将和有关部门密切合作，使教材发行工作做得更好。

二00七年十二月

书籍发行工作总结篇二

1. 根据本报年度工作要点，制订本部门年度发行工作计

划。2. 负责本社报纸的发行工作，按照工作计划，完成发行数量。3. 完成各项业务指标，包括发行码洋、实洋、回款、利润等。4. 管理征订及赠阅单位的档案，统计每周期报纸零售和投递情况。

5. 负责对报纸零售渠道的筛选和开发，开辟发行渠道，努力扩大销售范围和影响力。

5. 了解读者需要，掌握读者定位，建立和不断完善读者数据库。6. 协助采编部门合作、策划和实施专题、专刊等工作。7. 根据需要印制必要的宣传材料，提前做好订阅季的宣传工作，参加各种期刊发行、发布会、书市等营销活动。

8. 服从领导的统一安排，积极配合工作，完成领导交办的其他工作。

报纸发行人员岗位职责

1. 完成各项业务指标，包括发行报纸数量、品牌宣传等。2. 及时、准确、全面地了解 and 开拓市场，包括订户的数量、性质、阅读层次、阅读需求等。

3. 负责控制好报纸的发行，完成和读者的互动，认真对待每一个电话、读者来信，并积极开拓新的订户。

4. 了解读者需要，注意读者反响和社会效益，做好报纸发行后的调查、反馈工作。

5. 根据需要印制必要的宣传材料，提前做好订阅季的宣传工作，参加各种期刊发行、发布会、书市等营销活动。

6. 认真做好发行所有的账目，保管好单据、票据，认真记账，保证账目开支清楚、明了。

7. 服从上级领导的统一安排，积极配合工作，完成领导交办的其他工作。

发行部主任(副主任)岗位职责

1. 根据公司经营发展规划，制订本部门年度发行工作计划，确保发行数量、发行质量及发行经营目标的实现。
2. 负责发行部全面的工作，主持发行部日常业务和行政事务，明确划分各岗位的工作任务和考核指标，指导监督各岗位工作的实施和执行，完成发行经营目标及任务。
3. 对报纸发行进行拓展和维护，促进报纸的有效发行量稳步增长。

书籍发行工作总结篇三

新冠肺炎疫情发生以来□xx银行xx分行牢记金融机构使命，贯彻落实党中央、国务院，省市关于疫情防控各项决策部署，坚决执行农总行、省xx银行专项政策安排，成立领导小组、工作专班，统筹做好疫情防控、金融服务和经营管理工作，全力以赴助力打赢疫情防控阻击战。

xx银行xx分行坚持以助力地方经济社会发展为己任，在抗“疫”之初，率先提取xx月底□xx月底到期的法人贷款明细，第一时间与企业沟通对接，实时掌握疫情对辖内客户经营影响的详细情况。对受疫情影响较大、暂时存在到期偿还困难的客户，严格落实“不抽贷、不断贷、不压贷”要求，积极通过增加贷款、贷款展期、办理续贷、调整贷款利率和还款计划等方式，全力支持企业恢复生产经营。

出台支持中小企业复工复产共渡难关“六条措施”，足额满足防疫物品生产等疫情防控相关企业信贷需求，倾斜扶持受疫情影响较大的住宿餐饮、交通运输、文化旅游、批发零售、

物流仓储等行业。截至目前，共解决60家企业复工复产难题，涉及金额xx亿元。其中特事特办为防疫物资采购销售企业盛世康华、益硕、药好药大药房等发放贷款xx万元，为17家企业办理续贷xxx万元，为3家企业调整贷款利率、涉及金额xx万元。

同时，下浮了房抵e贷、网捷贷、助业快e贷等线上新产品贷款利率，支持个体工商户、小微企业主渡过疫情难关，针对药商e贷，放宽准入条件、简化贷款流程、优先审查审批、优先保证规模。

通过增加授信额度、调整还款计划、倾斜资源保障、开通绿色通道、提升办贷效率、优化信贷政策等系列措施落地，为大项目建设解难纾困，服务地方经济发展。

xx还款计划，解决企业资金周转难题。该行正在通过增加贷款支持、办理延期展期等措施全面支持相关冰雪企业复工复产、服务xx筹办。同时，亿元，正在调整2家企业还款计划，涉及金额xx亿元；
支持钢铁、亿元；
将华润医药纳入重点支持名单，增加1亿元授信支持。

疫情发生以来□xx银行先后出台支持农产品稳产保供12条政策、支持生猪生产19条政策，优先支持与粮油菜和肉蛋奶等与“米袋子”、“菜篮子”生活必需品生产供应相关的小微企业，服务农产品稳产保供稳价。大力支持种子、化肥、饲料等农资供应领域小微企业，保障春耕备耕。

节前生猪成本整体上涨，节后遇上新冠肺炎，了解到xx扩大再生产计划后□xx银行xx支行主动对接，开通绿色通道第一时间为企业发放贷款4600余万元，下一步拟通过续贷、新增授信、贷款降息等措施全面支持企业扩大生产，保障农产品稳产保供。了解到辖内生猪养殖农户急需资金扩大养殖规模，

该行特事特办，创新了“生猪养殖贷”惠农e贷农户贷款业务，目前已登记意向农户xx户、需求金额xx万元。

目前，正在加快对现代牧业、乾信、弘基等多家肉蛋奶供应企业支持力度，全面保障农产品稳产保供稳价。

依托“惠农e通”互联网金融服务“三农”平台，网络融资、线上支付、农村电商等三大线上业务，让“三农”客户足不出户就可便捷办理贷款申请、还款续贷、支付结算、农资采买、农产品销售等业务，有效降低疫情对春耕备种、备药、备肥等工作的影响，上述三大业务已覆盖全辖所有县域。为全面支持农村、农户复工复产复营，迅速组织模式创新，先后创新了“xx市场贷”、“牲畜市场贷”、“错季蔬菜贷”、“甜菜贷”、“薯业贷”、“商会贷”、“生猪养殖贷”，精准对接、高效支持。截至目前，“惠农e贷”余额xx亿元，覆盖农户xx户。

远程综合金融服务。为了减少人员聚集，最大限度减少客户与现金接触，疫情期间，为客户提供包括账户开立、资金汇转、线上融资等在内的综合金融服务。加大线上业务、产品推广，主动为客户提供零接触、零距离在线综合金融服务，实现业务办理“不出门”，最大限度降低聚集风险，助力打赢疫情防控阻击战。充分运用数字化转型成果，通过各类普惠金融线上服务平台，大力推广“纳税e贷”“抵押e贷”“链捷贷”等线上产品，并对疫情防控相关企业开辟业务办理绿色通道。截至目前，共办理线上企业融资75笔□xx万元，线上个人融资1248笔□xx万元，为20余万人提供线上服务。

确保基础金融服务畅通。针对客户需求和疫情变化，在确保安全的前提下，有序开门营业，目前全辖xx个营业网点已全部开门营业。执行现金收支两条线，严格消毒清分，全面保障全辖人工网点、自助银行安全服务。创新“智慧食堂”业务，开发线上“员工健康打卡”、“企业外送配餐”两项新

功能，帮助企业解决防控疫情风险实际困难。开通绿色通道，急事急办确保多家机构线上捐赠业务实现当天使用，为涿鹿县疾控中心接收全辖第一笔外汇捐赠款，全面保障疫情期间基础金融服务。

同时□xx银行xx分行积极履行社会责任，党委、工会、团委先后组织捐款支持抗疫一线，向辖内xx名一线医护人员捐赠人身意外险，派出了xx个驻村工作队□xx名扶贫干部协助进村开展疫情防护指导，派出了13支队伍□xx名工作人员积极参与社区疫情防控工作，该行切实将群防群控工作落到了实处。

守望相助，共克时艰。随着疫情防控阻击战进入关键时期□xx银行xx分行举全行之力，全力以赴做好金融服务和保障工作，为打赢“战疫”贡献全部力量！

书籍发行工作总结篇四

电影发行的总流程：制作—发行—放映。制作，就是影片的生产商，经电影拍摄制作出来；发行，就是影片的销售环节，是一个渠道，一般与宣传一起紧密结合；放映，是一个终端。在这三个环节中，发行为中间环节，也是最为重要的一个环节。

电影发行的主要工作：确定影片的上映档期，定制宣传会，拷贝，宣传品的分配，与影城院线签订协议进行放映，监督、跟进统计票房、分账。

重要词：

一、档期：电影档期一般指电影从上映到下映的期间这段时间。

1、从发行方、院线和电影院的角度：档期是由发行方、院线以及放映方根据影片的上映日到下档日的时间间隔。

2、从观众的角度讲，档期是市场上某类潜在观众有暇时间并且愿意集中看到某种类型影片的时间段（观众有时间看电影的时间段）。. 电影档期的意义：

1. 电影档期的出现作为电影营销整体的一部分在电影摄制前期就开始筹划。

2. 它的出现以及针对不同档期的电影市场营销策略，是一个国家电影市场化程度高低的重要标志。

3. 它作为影响票房成败的一个重要因素，越来越为电影营销者所重视。

4. 如果说发行区域是一部电影的空间横向市场，那么档期就是一部电影的时间纵向市场。

中国电影档期分类：

1. 首轮放映档期

指的是某些规模较大、影响较广、票房成绩较高的电影院能够在影片起片之日起同步上映某部影片。这个放映时间一般持续两个星期左右。

2. 二轮放映档期

院线之间由于拷贝数量不足，一些规模较小的影院和老、少、边地区没有能够参加首轮放映。此时会从一些成绩不好的院线调出一部分拷贝进行一些地区的二轮放映。

3. 三轮放映

指在首轮放映和二轮放映结束后，进行放映的院线和影院。

在我国，三轮放映通常是将拷贝的放映权出售给影院，由影

院自主安排上映。

中国电影档期

中国电影经过多年的发展已经慢慢形成了以下几个电影档期，中国电影业最大的档期是贺岁档，其次是暑期档，另外还有清明档、端午档等等。

1. 贺岁档：贺岁档泛指每年11月底12月初初到次年2月初的电影档期。
2. 五一档：一般泛指每年五一期间的电影档期。
3. 暑期档：一般泛指每年6月-9月的电影档期。
4. 国庆档：一般泛指每年国庆期间的电影档期。

二、类型片：所谓类型电影，是由不同题材或技巧形成的不同的影片形态。

类型片的基本特征：

1. 以叙事为主导的规范化审美形式；
2. 是大制片厂标准化生产的产物，追求利润的最大化是其目的和原则；
3. 语言霸权同时带有强化政治文化的含义。

常见的类型片有：警匪犯罪片、灾难片、动作冒险片、恐怖惊悚片、爱情片、喜剧片、西部片和音乐歌舞片等。

中国的大片一般就是古装历史功夫片。

三、主创阵容：主创阵容就是只电影的导演、编剧和电影明

星等片子的重要人物。

外行看演员，内行看导演。外行人一般看的是演员阵容，觉得演员阵容强大片子就一定好；内行人看的是导演编剧，看的是骗子的内涵，片子所表达的思想和精神，以及说明的一些社会现状和问题。真正影响片子质量的是导演阵容。

四、影城：影城是为观众放映电影的场所。

（1）厅：电影放映厅，分为大厅、小厅和vip厅。大厅一般是300、400人左右，小厅一般是50、60人左右，vip一般是30人左右。

每到一个影城，都要了解它的厅数还有每个厅的座位数和整个影城的总座位数。一般每个放映厅平均放6场。

2d数字厅：数字就是用数字放映机，是近几年的新技术，方便影院拷贝的运输，但对于观众而言数字或胶片的放映效果区别是基本看不出来的。3d厅：3d与普通电影最大的区别是在视听效果上的超级震撼，数字3d影片更让观众具有身临其境之感，能让观众与影片中的主人公一起感受几近真实的惊险、神奇、惨酷、梦幻的场面，这是我们以前所看到的影片不可比拟的。

imax厅：imax（即image maximum的缩写）是一种能够放映比传统胶片更大和更高解像度的电影放映系统。整套系统包括以imax规格摄制的影片拷贝、放映机、音响系统、银幕等。imax是目前商业电影放映的最高规格，能够使视听效果最大化。imax银幕与普通银幕的区别在于分辨率和银幕尺寸都远高于普通银幕，大概是普通银幕的3倍。

imax3d（顾名思义就是imax银幕+3d效果，算是最高配置了。

中国电影的发展状况：

原来的体制，制片方拍片—发行公司—放映公司（院线）——
市级县级放映；90年代初期dvd盗版的出现县级电影院垮
掉；95年国内引进好莱坞大片；1999年政府主导改
革；2003-2005年院线改革，放映公司组织自己的院线，各大
影城加盟不同的院线；院线改革后所有片子能够统一的上映。

各大院线：

北京新影联院线（国企，北京市影城）

上海联和院线（上海各大影城）

广东珠江金逸院线

深圳南方新干线院线

四川太平洋院线

河南奥斯卡院线

重庆保利万和电影院线

万达电影院线（民营院线）

星美电影院线（与中影合作）

横店院线

大地院线（数字院线）

中影数字院线（数字院线）

嘉禾院线UME兴华院线（特殊院线，加盟不同院线，统一管

理统一运营)

马奔腾(制作质量高)、星光、完美时空、2. 发行型: 华夏(已发行为主)、上影东方(投资, 发行, 制作)、博纳(以发行为主也参与制作)、光线、中国电影主要票房城市:

第一大票房城市: 北京

华南区: 深圳(5.1)、广州(5.1)、佛山(5.2)、东莞(5.1)、福州(5.1) 华东区: 上海(9.2)、杭州(2.3)、南京(2.3)、苏州(1.7) 华北区: 北京(11.8)、天津(5.8)、郑州(5.4) 西南区: 成都(4.4)、重庆(3.0)、昆明(1.4)

华中区: 武汉(3.4)、长沙(1.3)

东北区: 沈阳(1.6)、大连(1.5)、哈尔滨(1.3)、长春(1.2)

西北区: 西安(2.1)

书籍发行工作总结篇五

近一年来, 在省店的正确领导下, 教育行政部门及书店经理室的关心支持下, 我们圆满完成了全年教材文教书发行工作, 做到课前到书, 人手一册。2011年春秋两季我店发行教材548万元、文教书43万元, 共计码洋591万元。回顾一年来的教材发行工作, 现将有关情况总结如下:

一、主动与教育局联系, 争取他们的大力支持。

春、秋两季开学前做好与教育行政部门的协调沟通, 发文到各学校要求做好教材预订工作, 强调教学用书目录中所列品种均由新华书店统一征订和发行, 使得各学校对教材征订工

作更加重视。密切和学校联系，了解信息，及时向学校提供他们所需品种。在拿到省店课本征订单后，召集部门人员开会布置工作，分析文教书征订单中哪些品种要重点征订；哪些品种有潜力，要开拓，把工作做在征订之前。能充分了解征订的内容和重点，使征订工作做到有的放矢。在订单回收后，仔细核对，发现有些学校征订品种结构不合理，或订数不到位，不厌其烦地上门去做工作，提高征订质量。

文教书的征订教育局主管部门是说了算的，我们把订单、样书一起送到教育主管部门，让他们参考，说服他们，争取政府统一采购。通过投标形式，得到全区中小学文教书发行权。

二、想办法，占文教市场。

文教书的征订首先从自身做起，了解订单、品种、学校情况、学生需求及购买等具体细节问题，做到心中有数，然后开展征订工作。

文教书进学校、进学生书包关键是学校领导、教务主任及任课教师。于是走访各校，送不同品种的样书，与他们商榷，采取各种销售、收款方法。特别是把已确定的几种文教书统一发放到班级学生手中，统一由班主任收款这种形式见效很好。

加强门市销售，做好门市宣传十分重要。及时了解销售信息，了解个体书店销售动态，采用适当让利，努力扩大销售。

三、抓旧创新，使文教书有所突破。

狠抓传统品种《生字抄写本》、《词语手册》、《口算训练》等学生常用书，制定一系列的营销策略，使高中文教书征订有新的突破。

四、抓服务，促销售。

面临教材、文教图书市场出现的新形势、新情况，对照省集团公司提出的要求，我店认真总结以往经验，以改善服务为切入口，以扎实的工作作风，热情的工作态度，迎接挑战，适应教材、文教市场化的要求，认真做好征订、分发、售后服务等工作环节。

在平时工作中，经常和省店相关部门联系，了解信息，便于提早做好工作。在征订发行中，遇到一些问题和情况，也及时向省店反映，使省店领导更好地掌握全局。

尽管文教书征订是书店的难中之难，但我们还会一如既往地做好这项工作，通过预订、设摊、折让、读书活动等促销措施使销售再上一个新台阶。

教材工作是书店业务工作的重中之重，一年来，我们辛勤努力，想方设法稳定这一块市场份额，并且积极寻求突破。

新的一年即将到来，面对政府买单及文教书的新挑战，我们将继续努力，使教材发行工作做得更好。

2011年12月