

» 在线办公系统
专家审稿系统
编辑办公系统
作者投稿系统
» 在线期刊
» 摘要点击排行
» 被引频次排行
» 本期栏目
» 过刊浏览
» 高级检索
» 全文下载排行
» 下载中心
» 投稿须知
» 论文模板
» 著作权转让声明
» 访问量统计
访问量: 74360

2004年02期目次

- 如何拉动节假日图书消费?——由“图书礼品券”引出的话题**
原目
<正> 在研究全民阅读与图书市场培育的问题时,看到了一则有关“图书礼品券”的资料,引发了笔者的思考。英国为了推动读书运动,从1932年开始发放图书礼品券,历史不可谓不久也。2001年英国政府为境内1300万4至18岁的每位在校学生准备了1英镑的图书礼品券,持券学生可在3月1日(英国的世界图书日)到书店挑选一本书。由此联想到我们国家能否在严格禁止其他靡不正之风的购物券流通的同时,为“图书礼品券”网开一面,以拉动节假日的图书及相关出版物的消费。现在机关及所有企事业单位发放过春节已成
2004年02期 1页 [【查看全文】](#)[【下载】](#) 56k
- 灵活发展 张扬个性 共同繁荣——中小出版社经营理念谈**
崔向东
<正> 如同“小”是与“大”相对的概念一样,中小出版社也只是一个相对的概念。有人把年销售码洋1亿元以下的归入中小出版社,据此统计在我国约960多家出版社中,中小出版社要占到80%。笔者以为还应把员工数量作为标准之一。但不管如何划分,有一点是肯定的,即这部分出版社数量众多,奠定了中国出版业坚实的基础,并在相当程度上反映了出版社的现状,值得引起我们的关注。新旧世纪之交的这几年,似
2004年02期 5-6页 [【查看全文】](#)[【下载】](#) 278k
- 谈出版社企业文化的三要素**
王茂森
<正> 出版社的企业文化是在长期的出版活动中形成的该企业集体认同的精神产品。它是企业生存和发展的土壤,是企业发展壮大条件。营造出版社的企业文化要抓住三个要素。要素之一:工作环境 出版社企业文化的形成和发展要有一个良好的环境:一是社会大环境,这是我们力不能及的;再一个是企业内部的环境,这个环境要靠企业的领导和员工
2004年02期 8-10页 [【查看全文】](#)[【下载】](#) 194k
- 关于青海新闻出版业发展状况的调研报告**
新闻出版总署“繁荣新闻出版事业,加快发展出版产业”课题组
<正> 根据2003年《新闻出版总署调研工作实施方案》,本课题组于2003年7月24-26日,对青海省新闻出版业进行了调研。课题组先后到青海省新闻出版局、青海人民出版社、青海省新华书店、青海省新华印刷厂、《青海日报》社和西海音像出版社等进行了典型调查,并到青海省新华书店在西宁市的一家门店和青海省一家县级新华书店进行了实地调研和考察,认真听取了有关单位对如何加快新闻出版业发展的意见和建议。一、青海新闻出版业的发展状况 (一)基本状况
2004年02期 10-15页 [【查看全文】](#)[【下载】](#) 448k
- 析现代编辑的信息能力**
王立军
<正> 一、现代编辑的信息能力构成 信息能力是指编辑在社会实践活动和职业工作中,经长期培养而发展起来的一种筛选、筛选、转换与利用信息并改变周围信息环境的一种能力,简单说就是编辑获取信息、处理信息、输出信息的能力。在不同的历史时期和不同的经济、技术条件下,对信息能力的要求肯定不同。21世纪信息与计算机网络是最基本的生存和工作环境。一切信息都将编码化、数字化。网络技能,也就是接触、判断和信息数字相互转化的能力,对编辑来说将是一个基本的、重要的技能。21世纪生产力的增长主要是依靠
2004年02期 15-18页 [【查看全文】](#)[【下载】](#) 294k
- 浅议期刊编辑的选稿**
黄春
<正> 期刊编辑面对收到的大量稿件,哪些能用,哪些不能用,有一个分析和选择的过程。从客观上来说,稿件取与舍,取决于稿件本身的价值;但从主观上来说,则取决于编辑主体对稿件客体价值的认识程度及评判标准。如果说作者创作活动的独立意义表现在对选题的选择,读者阅读活动的独立意义表现在对精神产品的选择,那么,编辑劳动的独
2004年02期 19-21页 [【查看全文】](#)[【下载】](#) 214k
- 从业困境看编辑出版专业人才的培养**
刘范弟
<正> 当前,我国出版业正处于空前繁荣的黄金时期,出版行业从业人员与日俱增,对编辑出版专业人才的需求也日益增长和迫切。据不完全统计,近几年我国出版行业每年需要补充编辑出版专业人才
2004年02期 21-25页 [【查看全文】](#)[【下载】](#) 353k
- 再论沃尔玛经营理念之根**
张伟
<正> 沃尔玛作为目前世界上最大的商业零售企业,在50多年的苦心经营中,创造并积累了丰富的商业运作方面的经验,诸如“大众阶层”的市场定位、“建店小镇”战略、“市场饱和”战略、“天天平价”、
2004年02期 25-29页 [【查看全文】](#)[【下载】](#) 461k
- 出版社品牌战略构筑**
刘彤
<正> 出版业进入了品牌竞争时代已是不争的事实。同选题、同类别的图书市场上随处可见,但在销售上,影响大的出版社的书就卖得好,原因就是企业竞争达到了一定阶段,出现了品牌效应。面对竞争严峻的出版市场,在品牌竞争中出版社如何求生存、要效益、要发展?本文就出版社的品牌战略构筑进行探讨。一、出版品牌特征 1.无形资产 品牌是一种无形资产。由品牌名称和品牌形象
2004年02期 30-33页 [【查看全文】](#)[【下载】](#) 467k
- 乡镇出版物市场上的“多”与“少”**
赵宇
<正> 作为出版物市场管理者,时常与乡镇出版物市场打交道,最近笔者就其中的经营者、经营环境等相关方面进行了较为系统的调查,从中发现当前不论是经营者的经营理念,还是经营环境、经营规模和经营手法等等,都存在很多令人关切的问题。一、乡镇出版物市场的“多”与“少” 1.从品种上看,出版物“三多三少” 目前乡镇出版物经营者所经营的出版物中,还存在“盗版的书多,正版的书少,武侠小说
2004年02期 34-36页 [【查看全文】](#)[【下载】](#) 206k
- 图书网络营销之要点**
余世英
<正> 网络营销是企业以现代营销理论为基础,利用互联网技术和功能,最大限度地满足客户需求,以达到开拓市场、增加盈利为目标的经营过程。它是直销营销的最新形式,是由网络替代了传统媒介,其实质是利用互联网对产品的售前、售中、售后各环节进行跟踪服务,它自始至终贯穿在企业经营的全过程,包括市场调查、客户分析、产品开发、反馈信息等方面。简单地说,网络营销就是以互联网作为传播手段,通过对市场进行网络营销传播,满足消费
2004年02期 36-39页 [【查看全文】](#)[【下载】](#) 268k
- 网络产品应成为新华书店主打项目之一**
艾劲松
<正> 网络产品(这是指软性网络产品诸如网络游戏、信息查询等)是以文化为中心,以流行元素为推动力的产品,有着巨大的市场潜力。但是,由于软性网络产品是一种新型产品,我们对其产品本身特性以及经营特点都知之甚少,现实要求我们必须要在摸索中积累经验,这样才能到达成功的彼岸。软性网络产品可以分为四
2004年02期 39-41页 [【查看全文】](#)[【下载】](#) 187k
- 90%回款率的启示**
姚敬美
<正> 图书回款是一个出版社图书生产和销售质量的集中体现,也是一个出版社经营管理工作中的关键所在,图书回款质量直接影响着出版社的经济运行状态。行内有句话,“无论你是处级、局级,收不回书款,你就是于着急”。图书回款可以说是一个出版社的经济命脉。然而,回款难是大多数出版社“头痛”和“要命”的事,不发货肯定不行,书发了,影响销量;书发多了,回款率低,经营风险加大。因此,
2004年02期 42-43页 [【查看全文】](#)[【下载】](#) 117k
- 让我们荡起“双桨”——谈科技类出版社应重视直销作用的发挥**
汪轮涛
<正> 随着出版业改革的深入和国内外竞争的促进,不少科技类出版社迅速做大做强,其动力则主要来源于一只单桨——批销,即科技社自办发行队伍针对各地新华书店、民营书店等的批销业务。直销作为一种销售手段,虽然也一直存在,但规模却小得可怜,其在科技社图书销售中的贡献几乎没有超过10%的,有的仅为1%左右。
2004年02期 44-46页 [【查看全文】](#)[【下载】](#) 289k
- 用现代艺术手法创造传统艺术产品——浅谈《书法有法》的整体设计思想**
朱建敏
<正> 江苏女书法家孙毓云的《书法有法》新画面世后,在书法爱好者中引起不小的反响,本是意料中事,可没想到,一部内容极为传统的书法专著居然深受许多不习书法的男女老少喜爱,而且还能一口气读下来,越看越有滋味,在我们这个恨不得把一切文化产品都做快餐、立即塞给所有顾客的时代,确实就显得有些不同寻常了。一本书要做到雅俗共赏,言之有物是必要条件,通俗易懂是充分条件。孙毓云对书法有极其独到的见解,而且根据亲身体会写出的文字非常老
2004年02期 47-48页 [【查看全文】](#)[【下载】](#) 132k
- 版权贸易断议**
曹凤祥
<正> 版权贸易是我国对外经济贸易一个重要的组成部分,也是我国出版工作的重要一环。它直接关系到我国出版事业的发展,受到我国出版业的高度重视。但是,随着版权贸易的蓬勃发展,一些出版机构急功近利、盲目引进和重复引进、忽略输出的问题凸现出来,引起了业界人士的忧虑。如何更好地进行版权输出贸易,才能有利于我国出版事业的
2004年02期 49-51页 [【查看全文】](#)[【下载】](#) 285k
- 谈电子图书的三种网络出版模式**
张炯
<正> 网络出版与传统的图书出版相比,在技术手段和出版流程上都呈现出了不同的特色,包含了更多更新的因素。当网络以其迅猛之势进入到图书出版领域以后,传统纸质出版社独领风骚的格局逐渐被打破了,不少行业开始对这个领域虎视眈眈,其中
2004年02期 51-55页 [【查看全文】](#)[【下载】](#) 460k
- 规范新闻出版网络运行的秩序和发展**
李春星
<正> 一、有悖新闻出版道德的网上行为 (一)不良新闻得以传播 网络的虚拟性、开放性、交互性特点使网络新闻问题层出不穷。其一是擅自转载原创新闻。不少网站无视新闻原创的正当权益,对公开发表的大小文章“顺网拈来”,据为己有,侵犯了著作权人的著作权及新闻媒体的合法权益。其二是真假难辨,如2000年6月2日,少数网络媒体
2004年02期 55-59页 [【查看全文】](#)[【下载】](#) 436k
- 浅议运用价格策略打击盗版图书**
王宁
<正> 《史记》有云“天下熙熙皆为利来,天下攘攘皆为利往”,这句话准确而生动地描述了人类各种经济行为(自然也涵盖了盗版这类非法经济行为)的动机——谋取利润。盗版图书的泛滥,追本溯源,是由于存在相当规模的市场需求,当人们认为
2004年02期 59-61页 [【查看全文】](#)[【下载】](#) 204k
- 试论《财经》杂志封面文章的特色**
方洁
<正> 杂志的封面文章是一份杂志的“门面”,是给读者第一印象,因此,办好一份杂志必须先做好封面文章。1996年4月创刊的《财经》杂志在我国现存财经类媒体中具有较强烈的特色与个性,《基金黑幕》、《银广厦陷阱》、《庄家吕梁》等一系列有影响力的深度报道是该杂志成功的一大因素。而封面文章正是这类财经深度报道的载体。本文以
2004年02期 62-64页 [【查看全文】](#)[【下载】](#) 322k
- 论少儿期刊的“三贴近”**
杨青
<正> 一、贴近实际,就是要做到刊物内容与读者的学习、成长需求相统一 少年儿童渴求知识,渴望成才,又处于生长发育期,世界观尚未形成,加上现在的青少年多为独生子女,出生环境优越,他们除了睿智、有活力、思想前卫、崇尚个性外,也有自私、叛逆、心理脆弱、思维片面的一面,这就是当前少儿期刊读者的最大实际。刊物内容(客体)对读者(主体)的“有用性”,除了取决于编辑自身的素质和功力外,更取
2004年02期 65-66页 [【查看全文】](#)[【下载】](#) 146k
- 对党史期刊现状与发展的思考**
路海江
<正> 一、如何认识党史期刊现状 党史期刊经过二十多年的发展,已成为我国期刊百花园中艳丽花朵。随着党史工作的繁荣,党史期刊也曾有过一段辉煌的历史。从发行量看,中共中央党史研究室主办的专业性党史刊物《党史通讯》发行量最高时达到10万份,地方性党史刊物也有超过10万份的记录。从创办的数量看,仅省级(含副省级市)以上就有40多家,而地市级则有百家以上。但是近几年来,受市场经济和其他传媒的冲击,党史期刊的布局、规模、发行量都有了
2004年02期 67-69页 [【查看全文】](#)[【下载】](#) 213k
- 北京蓝色畅想图书发行有限公司成立**
王宁
<正> 本刊讯 新年伊始,由高等教育出版社控股的教育图书发行中盘——北京蓝色畅想图书发行有限公司成立。北京蓝色畅想图书发行有限公司是一家股份制总公司,目前在各省还成立了子公司。在德国GAP公司先进的ERP系统的支持下,今后通过蓝色畅想公司销售的图书信息,将能够及时传达到蓝色畅想总公司、各子公司,以及蓝色畅想公司遍布全国的上下游客户手中,蓝色畅想公司还将在各大学开办大学书
2004年02期 69页 [【查看全文】](#)[【下载】](#) 70k
- 必须加强我国出版业信息化标准化建设**
黄凯卿,李艳
<正> 数字化和网络化是当今信息时代的显著特征,随着电子商务的发展,出版社和书店之间在网上传输与交换数据的需求越来越迫切。然而,目前我国各出版发行部门在建设信息管理系统时往往只考虑自己的业务需要,数据格式各异,信息交流因为彼此格式不统一而出现障碍。当前大力推进出版业信息化建设之际,业界在信息化标准化方面存在的问题,已严重影响和制约我国出版业信息化建设及行业的进一步发展。一、我国出版业信息化标准化建设中存在的问题 1.书号重复影响ISBN功能的发挥 书号是出版物身份的惟一标识,是出版物在流
2004年02期 70-74页 [【查看全文】](#)[【下载】](#) 382k
- 《中国期刊年鉴》(2002/2003)出版**
<正> 由张伯海、田胜立主编,中国期刊协会、中国大百科全书出版社共同编辑出版的《中国期刊年鉴》(2002/2003)已正式面世。《中国期刊年鉴》(2002/2003)主体内容包括:国家出版行政部门领导的重要讲话,全
2004年02期 74页 [【查看全文】](#)[【下载】](#) 69k
- 记《大不列颠百科全书》在中国的首次销售**
邓绍根
<正> 《大不列颠百科全书》是世界上最著名的三大百科全书之一,历史悠久,声名卓著,素以学术性强、权威性高著称,也是我国知识界最熟悉的百科全书,被公认为全球最具权威的大型综合性百科全书。最近,本人在查阅近代著名报纸《大公报》时发现:1906年11月下旬至1907年11月15日,《大不列颠百科全书》曾在中国首次大规模地销售。因此,这无疑是中西文化交流史的一件盛事,具有历史里程碑的意义。《大不列颠百科全书》(又译《大英百科全书》)于1768-1771年在苏格兰爱丁堡首次出版,以后多
2004年02期 78-80页 [【查看全文】](#)[【下载】](#) 203k
- 关于选送参加2004年全国出版理论研讨会论文的通知**
<正> 各省、自治区、直辖市出版工作者协会:为贯彻落实党的十六大精神,落实“三个代表”重要思想,经新闻出版总署批准,中国出版工作者协会、中国出版科学研究所决定2004年上半年召开全国出版理论研讨会。一、研讨会主题 坚持以邓小平理论和“三个代表”重要思想为指导,认真贯彻落实党的十六大精神,紧密围绕出版工作总体目标和出版改革工作思路,深入探讨出版
2004年02期 80页 [【查看全文】](#)[【下载】](#) 63k

下载本期数据