

» 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06期目次

- 评改一起理论创新的案例**
辰目
<正> 近期文汇报“论苑”专栏有一篇厉无畏先生的新作《文化资本与文化竞争力》,吸引了笔者眼球。作者向我们提供了一起理论创新的案例。他提出,在现时代,商品的市场价值可分解为使用价值(function value)和观念价值(concept value)两部分。前者体现为客观的具有一定使用功能的商品特性,后者是主观的可以体会和感受的无形附加物;前者由科技创新而成,是商品的物质基础,后者因文化渗透而生,是附加的观念。
2004年06期 1页 [查看摘要][在线阅读][下载 74k]
- 中国科学出版集团转制试点情况介绍**
汪继祥
<正> 现在文化体制改革试点单位还处在一个拟定实施方案的阶段,还没有开始全面实施。在拟定集团转制实施方案中,我们曾去一些兄弟出版集团进行调研,也参加了大连关于国企改革的学习班。目前基本理清了改革的思路。 一、中国科学出版集团试点情况介绍
2004年06期 6-9页 [查看摘要][在线阅读][下载 355k]
- 出版业转制的逻辑推演**
郝振省
<正> 先解释一下题目,记得小时候做数学题,总是把握不了其中的规律,后来我的老师告诉我八个字——由果索因、由因导果,使我一下子豁然:分析问题是由果索因,解决问题是由因导果,这就是所谓的逻辑分析与推演。这里,就是想尝试着借用数学上这种逻辑分析与推演的方式对转制问题做一番分析与探讨,即为
2004年06期 10-15页 [查看摘要][在线阅读][下载 433k]
- 高等教育出版社与中央电视台强强联手,推出暑期高考特别节目“名校面对面”**
<正> 高等教育出版社作为国内出版行业的排头兵,本着“植根教育,弘扬文化,引领潮流,竭诚服务”的办社理念,整合自身优质教育资源,为广大考生、家长了解高校的办学情况和招生计划,提供与大学校长、招生老师面对咨询的机会。此次联合中央电视台少儿频道特别制作了“名校面对面”节目。
2004年06期 15页 [查看摘要][在线阅读][下载 69k]
- 法国对一般出版企业和青少年出版企业的管理做法**
张书卿
<正> 1870年“法国九月革命”后成立了法兰西第三共和国,自此法国逐步结束了出版单位特许制和原稿审查制,开始实行出版单位登记制和出版内容追惩制。根据法国1881年7月29日公布的《新闻自由法》(Loi du 29 Juillet1881 sur la Liberté de la Presse),
2004年06期 16-17页 [查看摘要][在线阅读][下载 130k]
- 图书定价的科学性与艺术**
赵中平
在计划经济色彩还尚浓,管理还颇为粗放的出版业,图书定价的盲目和随意,还是普遍存在的现象。对于图书定价这样一个至关重要的问题,其相关因素有哪些,方法策略又如何,制度保障如何建,看了本文的细细阐述,您在定价的权衡与掌握上会心中有数。
2004年06期 18-22页 [查看摘要][在线阅读][下载 1033k]
- 图书消费行为分析**
朱琳
<正> 进入21世纪,消费者的消费行为出现了一些新的变化趋势,显示出鲜明的个性特征和时代特征。认识这些特点和变化趋势,对于我们出版和销售图书有着重要的启示。图书市场作为一个特殊的消费市场,其消费行为也具有一般消费行为的共性和特殊性。典型的消费者购买过程由下面的五个步骤组成:
2004年06期 23-25页 [查看摘要][在线阅读][下载 219k]
- 谈《福友现代实用企管书系》的成功策划**
宋文艳
<正> 《福友现代实用企管书系》是由台湾作者编写、厦门大学出版社出版的一套丛书,共13本,从1996年出版第一本书《管理技术》,到2003年上半年出版第十三本书《标准工时制定与工作改善》,前后历时7年,在群雄纷争的管理类图书市场上占据了一席之地,其策划的成功之处可圈可点。
2004年06期 25-26页 [查看摘要][在线阅读][下载 150k]
- 医学图书选题策划要点——江苏科学技术出版社出版实例谈**
黎雪
<正> 在医学图书这块蛋糕的竟食者中,国内500多家出版社中约有一半的出版社或多或少地参与了分割,其中,人民卫生出版社独占医学类图书五成市场半壁江山,其他10余家医学专业出版社占市场二成份额,还有30家科技类出版社也占了二成份额,剩余的一成份额为非科技类出版社和一些综合性出版社所占。江苏科学技术出版社经过二十多年的努力,在医学类图书中
2004年06期 27-29页 [查看摘要][在线阅读][下载 717k]
- 简谈书店调整图书品种结构的问题**
张治瑞
<正> 近年来,随着图书市场竞争的日趋激烈,尤其是2003年5月1日图书零售市场全面放开与《出版物市场管理规定》9月1日起正式施行后,国有书店受到了前所未有的冲击;外资正在逐步逼近;民营书店更是激情爆发,在图书市场上基本形成了国有与民营竞相扩充地盘、分割市场的态势。加入WTO后,我国承诺:2004年12月1日前对外国资本
2004年06期 30-32页 [查看摘要][在线阅读][下载 365k]
- “詹姆斯与中国”学术研讨会议在京隆重举行——《詹姆斯文集》同时发行**
<正> 2004年6月10日,由中国人民大学中文系和中国人民大学出版社共同主办的“詹姆斯与中国”学术研讨会暨詹姆斯文集(四卷本)首发式”在中国人民大学隆重举行。中国人民大学副校长马俊教授、中国人民大学出版社社长贺耀敏教授、中国人民大学中文系主任杨慧林教授及中外学者近百人应邀出席此次会议。詹姆斯教授本人全程入
2004年06期 32页 [查看摘要][在线阅读][下载 243k]
- 创新营销:让《爱话》更加“爱话”**
王维良
“布老虎丛书”作为当家品牌,已经辉煌了十年,“布老虎”也需要创新,阎连科的《爱话》问世也需借力打力,于是“布老虎”革命了,《爱话》壮大旗,两者一同粉墨登场,春风文艺出版社可谓煞费苦心,采用六种方式,当然更多的是新方式促销:1.借力打力,粉墨登场。2.移花接木,退货首创。3.译为中用,“漂流”八方。4.书赠贵“人”,千言留香。5.多腿走路,百花齐放。6.创新营销,初现辉煌。 做为个案,本文对其他出版社营销活动实在是大有借鉴意义。
2004年06期 33-37页 [查看摘要][在线阅读][下载 956k]
- 娱乐营销传播现象透视**
赵春霞
商场门前观看时装演出,汽车卖场欣赏模特表演,洋快餐店办生日Party……销售和娱乐正在进行前所未有的亲密接触——娱乐营销传播这一全新的营销方式,对人们的消费生活进行着加速渗透。 何灵一手拿魔棒、一手拿《魔法英语》的形象不仅出现在了电视广告中、新闻发布会现场,还出现在各种图书卖场、广告招贴、随书赠送的课程表中。看来,娱乐营销传播已经被有识之士应用于出版业,功效如何,虽然目前尚难定义;但在竞争更为激烈的其他行业行之有效的法则,相信在出版业也不应例外。 本文为我们介绍了娱乐营销传播方方面面的常识,理应一读。
2004年06期 38-41页 [查看摘要][在线阅读][下载 288k]
- 让80%的品种活跃起来**
李筑元,张惠明
<正> 营销管理的二八定律是意大利经济学家维尔弗雷多·帕累托提出来的。他认为在特定的群体中,重要的因子通常只占少数,而不重要的因子常占多数。反映在数量比例上,大体就是2:8,即80%的价值来自20%的因子,其余20%的价值来自80%的因子。这个定律在我国书业界得到广泛的运用和体现。在书店的销售业
2004年06期 42-44页 [查看摘要][在线阅读][下载 510k]
- 部分民营书店盈亏分析**
谢振伟
“十家书店四家亏,三家书店平乎乎,真正盈利是三家”,这就是当前浙江省民营书店“四三三”现象。浙江人经济头脑发达,素有创业传统,浙江省民营书店尚且如此艰难,全国的民营书店经营可能更不乐观。面对当前竞争日趋严酷的市场新形势,本文作者——一名老发行工作经营者、管理者,在深入调查的基础上,为民营书店的健康发展提出了五条思路,并希望业界有关人士和书店对号入座,一起行动起来。
2004年06期 44-47页 [查看摘要][在线阅读][下载 576k]
- 繁华背后的理性诉求——桂林书市感言**
刘伟见
<正> 书市在号称山水甲天下的桂林举行,使所有的与会者在进行业务之余,都有机会领略这个以山水著称的旅游城市。其实出版业就应像雨季的桂林一样,有风和日丽,也有雨雾挥洒,因为文化的底蕴与自然的山水从来就是两相得宜的。书市书籍所堆垒的文化之盛宴,会议经济给当地所
2004年06期 48-50页 [查看摘要][在线阅读][下载 640k]
- 浅论网络文学出版的几个问题**
张海峰
网络的普及,给文学提供了一个巨大甚至浩瀚无边的空间,网络文学受到了广大网民,特别是年轻人的追捧,一些敏锐的出版商发现了网络文学中的巨大商机,迅速把它们出版成书,完成了网络文学与传统图书出版之间的转换。然而这一转换过程面临怎样的现实问题,编辑又应把握什么样的原则,这是非常值得我们探讨的新课题。
2004年06期 51-54页 [查看摘要][在线阅读][下载 912k]
- 用激情铸造编辑大义——评任火专著《编辑独语》**
刘元举
<正> 从这个月份算起,我辞去主编工作正好一年。就是说,我与23年的编辑生涯告别得干干净净。好像没有多少感慨,也没有多少值得回味的东西。尽管23年的光阴,占据了我生命中的最重要的阶段,但是,过去了,也就那么过去了,既没有激动也没有沮丧,更不想提笔去写什么关于编辑的文章。
2004年06期 55-58页 [查看摘要][在线阅读][下载 578k]
- 版权贸易需“因地制宜”——谈我国版权贸易和国际合作中的着手点**
董扶
<正> 一、根据自身的定位和特点,有的放矢引进版权 放弃本土原创图书资源的挖掘,盲目追风引进外版是非理性的,是否引进和引进什么要依据出版单位自身的定位和特点。出版社要重点关注适合本社的某类图书,短期内争取聚集形成精品套系或者单本畅销书。选择明确的目标,为未来的图书营销和宣传打好基础。
2004年06期 59-61页 [查看摘要][在线阅读][下载 187k]
- 完善市场日常监管责任要有量化措施**
李广春
<正> 完善日常监管责任制,提高管理稽查人员工作积极性,必须要革除干多干少一个样,干好干坏一个样,干与不干一个样的弊端。要以工作实绩任用干部,以实际表现考察每一名工作人员,将“扫黄”“打非”和出版物市场监管工作进行量化,划分为150分。主要内容包括:1.无政治性非法出版物的印制或发行(40分);2.无有害出版物的印制或发
2004年06期 62页 [查看摘要][在线阅读][下载 51k]
- 大学出版社开展电子商务初探**
周进海
<正> 1995年,美国人贝佐斯异想天开地把图书搬上互联网后,Amazon.com把全球的图书业引向了巨大的电子商务市场。中国社会科学院的有关专家也指出,“图书这种商品,在出版发行到销售的流程中,无论是包装库存,还是运输零售,服务成本相比较低,非常适合目前电子商务技术的发展现状”。大学出版社具备开展电子商务的先天优势。以下就大学出版社开展电子商务问题做一些探讨。
2004年06期 63-65页 [查看摘要][在线阅读][下载 597k]
- 中国电子出版业发展的制约因素**
李衍
<正> 从1992年底中国第一个CD-ROM产品《邮票上的中国》问世以来,电子出版行业的发展呈现出来的态势是品种、数量的迅速增长,但是销售状况始终不理想。经过10年的发展,这个产业经历了狂热—低迷—复苏的过程。目前,国际上,对于另外一种介质的电子出版物“eBook”的发展前景又出现了乐观的预测。
2004年06期 66-69页 [查看摘要][在线阅读][下载 594k]
- 小名称如何经营成大品牌——《小小说选刊》品牌经营策略透视**
李建波
纯文学市场不景气,纯文学期刊日子难过。然而《小小说选刊》创办近20年来,路却越走越宽。读读此文,看看“小小说”是怎样做出大市场的。
2004年06期 70-72页 [查看摘要][在线阅读][下载 1078k]
- 论期刊的注意力资源及其形成**
徐亚利
<正> “资源”本是一个经济学概念,《辞海》对它的解释非常简单,即“资财的来源。一般指天然的财源。”由于它所具有的价值和使用价值在人类社会发展的不同时期、不同社会环境及条件、不同的供需平衡状态下都会有所变化,这种变化与人们对它的认识程度、认同度及期望值密切相关而带有客观和主观的双重色彩。
2004年06期 73-75页 [查看摘要][在线阅读][下载 220k]
- 周密计划+编辑合作+重点投入——美国出版社的传统图书营销模式**
周小方
在世界出版业日趋呈现出全球化、集团化、专业化、网络化趋势,以及基于网络出版的现代图书营销模式——网络营销展示出强劲发展势头的今天,以经济大国与出版强国的美国为视角,重新回顾与探讨其传统图书营销模式的特点与优势,对基于网络营销的现代图书营销模式的发展还处于起步阶段,传统图书营销模式还占有较大市场份额且地位举足轻重的中国出版业尤其是中小型出版社来说,应该是可以从其中获得些许启示的。
2004年06期 76-80页 [查看摘要][在线阅读][下载 1563k]

下载本期数据