

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

2008年06期目录

卷首语

- 安德森是怎样创立“长尾理论”的?**
展目
《正》现在风行商业界和书业界的“长尾理论”，普遍被公认为是美国《连线》杂志(wired Magazine)主编克里斯·安德森(Chris Anderson)先生发现、发明并创立的。这是我们出版传媒人的骄傲。同时，追溯一下他研究“长尾理论”的历程，对我们出版科研人无不裨益。
2008年06期 No. 199 1页 [查看摘要][在线阅读][下载 105K]

改革论坛

- 做大做强平台 实现跨越发展——上海新华传媒股份有限公司的运作实践**
喻九如:
2006年10月,上海“新华传媒”整合了24家企业优势资源,借壳上海华联,成功登陆A股市场。资本—资源—制度—体制—机制,等等一系列的改革和整合,使“新华传媒”启动了它的资本运作之旅——三步走战略为改制上市铺平道路,借壳上市公司搭建资本平台,定向增发扩权拓展产业空间。这一系列运作行云流水般地使上海新华传媒股份有限公司迅速长大,公司体制彻底向现代企业制度转型,社会文化资源加快向公司集聚,公司资产大幅度升值,由此形成了我国出版发行业集团化建设中的“上海新华模式”。
2008年06期 No. 199 5—9页 [查看摘要][在线阅读][下载 42K]

出版改革开放30年

- 从单一到多元:图书出版30年的文化特征变迁**
周根红:
经历了20世纪80年代到新世纪的30年变迁,我国社会文化从大众文化与精英文化的混杂流行、精英文化的瓦解与大众文化的全面勃兴,发展到当今对文化的多元化诉求。我国图书出版也在这一文化变迁中逐渐从单一走向分化和多元,并正在由图书是人类精神文化的结晶走向文化是消费商品的转化过程中。
2008年06期 No. 199 9—12页 [查看摘要][在线阅读][下载 38K]

理论探索

- 产品创新:文化创意商业价值**
杨红卫:
今天,作为内容产业的出版业,“营销至上”在大行其道,而我们有没有考虑过它对出版生态的破坏?在“顾客为中心”的理念“深入人心”之下,我们有没有认真审视“以产品为中心”的精髓?为此,本刊本期编发此文旨在加深对此问题的讨论。本文作者提出,出版是一个新产品驱动的行业,决定出版业竞争战略的只有差异化一途。惟有产品创新,方可创造商业价值,只有实施产品战略,才能形成出版社的竞争优势。
2008年06期 No. 199 13—17页 [查看摘要][在线阅读][下载 36K]
- 出版企业内部组织结构的类型及分析**
张其志:
由于出版企业经营业务的拓展和规模的扩张,增加了企业内部层级机构之间、人员之间关系的复杂性,从而加大了企业协调与管理的难度,导致出版企业外部、内部的交易成本不断提高。因此,根据市场交易特征变化和企业自身规模的冗余程度,建立出版企业最优内部管理结构,使出版企业内部组织结构与其内部和外部的交易特征相吻合,为企业优化出版资源配置,有效控制交易成本,获取最大经济效益创造良好条件,是现代出版企业经济管理的一项非常重要的任务。
2008年06期 No. 199 18—22页 [查看摘要][在线阅读][下载 43K]

怎样变畅销为常销

- 蔡耀:
“畅销”作为一种被读者广为接受的出版现象,与出版业大生产大流通紧密相连,与近现代出版业发展历程,是印刷技术发展到一个阶段的产物。改革开放以来,我国出现了许多畅销书和畅销报刊,进入新世纪后,各种畅销出版物特别是畅销书频频亮相市场,不仅品种逐渐增多,而且门类获得较大扩展,成为引人瞩目的出版新亮点。然而,如何使畅销书变为常销,使出版有更多的积累呢?
2008年06期 No. 199 22—24页 [查看摘要][在线阅读][下载 32K]

编辑理论与实践

- 基于编辑关系的编辑过程讨论**
赵琦:
《正》编辑出版的主干流程是由作者创作生产、编者选择加工、读者阅读消费等三个相互衔接的部分组成,作为这三个部分主体的作者、编者、读者之间的关系是编辑出版学最具有本质意义的研究对象——编辑关系。
2008年06期 No. 199 25—27页 [查看摘要][在线阅读][下载 30K]
- 试论创造书卷之美的编辑艺术素养**
张林娜:
从对一部书稿的策划、筛选,到加工、设计,直至出版成书,其实就是编辑协同作者一起打造一件文化艺术产品的过程。编辑的职能不仅仅是对书稿的文字加工,还要在深刻认识图书的视觉文化艺术性的同时,不断提高自己创制书卷之美的艺术素养,充分发挥编辑在整体策划和整体设计中的主导作用,坚持以主题为本,在有限的空间里,积极、活跃、不拘一格地进行艺术体验,研究和针对读者对美、对艺术的需求及市场的流行趋势,创作出鲜活的富有生命力和观赏价值、具有市场竞争力的作品。
2008年06期 No. 199 27—30页 [查看摘要][在线阅读][下载 34K]
- 学术编辑的美感**
荣梅:
《正》在审美文化日益昌盛的时代,学术编辑的审美价值观得到一定程度的张扬,这为学术编辑更好地做好期刊的编辑工作提供了精神动力和智慧支持。美感是人的一种特殊感觉。
2008年06期 No. 199 30—32页 [查看摘要][在线阅读][下载 28K]

图书发行研究

- 从“名人代言”到“书模海选”——图书形象代言人现象浅析**
金强、白贵:
《正》“最近,某出版社出版了一套名为《通读经典》的丛书,为了吸引眼球,他们决定由网友来选一位丛书的代言人。在12位候选者中,郭敬明的名字非常惹眼。各项接洽已经在进行之中,如果郭敬明得票数最多,而双方又能达成一致,那他就是亚里士多德的代言人”。
2008年06期 No. 199 33—36页 [查看摘要][在线阅读][下载 382K]
- 图书物流成本与物流模式演化分析**
陈丽:
《正》我国现行图书物流具有中间环节繁琐和中盘庞大的典型特点,图书从出版社到消费者手中的环节过多、中盘过大、信息阻隔、缺乏规模效应,造成图书的库存量大、周转率慢、退货率高,同时,图书企业的物流成本管理普遍比较粗放,浪费严重。
2008年06期 No. 199 36—40页 [查看摘要][在线阅读][下载 176K]

书市营销

- 不求为我所有,但求为我所用——论图书营销的整合意识**
石雷、陈露晓:
《正》现实出版活动中,往往有一种现象存在:硬性要素基本相同的出版单位,出书的规模和效益却大相迥异。有的出版单位每年出版一两百种图书,大多数都是有一定策划含量的双效书;有的出版单位虽然每年也有数百种图书问世,但相当部分是作者的包销书等合作出版类图书,很少能吸引读者购买和媒体关注;甚至出现同一位作者的同一本书在甲家出版单位卖得不温不火,在乙家出版单位却卖得声名鹊起。
2008年06期 No. 199 40—43页 [查看摘要][在线阅读][下载 31K]

民营书业

- 谈市场化条件下民营书业无形资本的营造**
潘文年:
《正》民营书业的无形资本是指我国民营书业企业在市场经营过程中经过长期的积累和沉淀而形成的、虽没有物质实体形态但仍然可以用货币进行计量的、能在民营书业企业的生产经营中长期发挥支撑作用、为民营书业企业带来源源不断的超额经济利润,并被民营书业企业所拥有或控制的一种经济。
2008年06期 No. 199 44—47页 [查看摘要][在线阅读][下载 49K]

数字出版

- 新媒体环境下的动漫出版**
郭晶:
我国动漫产业正面临着新的市场环境——新媒体环境,网络动漫、手机动漫等动漫新媒体以不可阻挡之势走进我们的工作、学习和生活中,对动漫产业链各个环节都带来了冲击。动漫出版作为整个动漫产业链中最直接最快捷的盈利环节,在新媒体环境下,将面临什么样的机遇和挑战,并呈现出怎样的发展趋势和特点,已成为动漫业界和出版业界共同关注的焦点。
2008年06期 No. 199 47—49页 [查看摘要][在线阅读][下载 106K]

出版法苑

- 提高翻译出版质量从规范翻译合同做起**
章艳:
2008年已被联合国大会宣布为“国际语言年”,教科文组织总干事为“2008国际语言年”活动致辞:“语言,至关重要。”翻译活动是推动不同语言区域间经济、文化等领域全方位交流的桥梁,出版工作则是实现交流的重要手段之一,都在“至关重要”之列。在彼此协作产生无数流传万世的经典的同时,也无法回避当下的纷争:一方呼吁提高译者的地位和待遇;另一方忧虑翻译质量的下降,对不少译者的能力和责任心提出质疑。由此而带来的一一译者自身权利和义务的问题,到了需要依法解决的时刻。本文作者强调,译者与出版者的重要性不分仲伯,不能顾此失彼,建议我国版权部门就版权、稿酬、译者署名、译者在完成翻译后的责任和免责等问题,尽早出台具有指导意义的权威性翻译合同范本,提供相关指导性意见,以维护彼此的权利并敦促履行好各自的义务。
2008年06期 No. 199 50—53页 [查看摘要][在线阅读][下载 149K]
- 对书号总量调控和图书价格放开政策的审视**
向志铭:
《正》书号总量调控和图书价格放开政策是近二十年来我国图书出版业改革中两项非常重要的举措,它们不仅对当时我国图书出版业的发展起到了非常重要的推动作用,而且对当前图书出版业的发展仍有深刻影响。
2008年06期 No. 199 54—57页 [查看摘要][在线阅读][下载 36K]

出版教育

- 对我国出版学高等教育改革的几点认识**
罗紫初:
《正》进入21世纪以来,随着我国出版事业的快速发展,出版学高等教育也发生了可喜的变化,办学高校不断增加,招生规模不断扩大,教学体系不断完善,生源质量不断提高。但是,出版学高等教育面临的挑战依然严峻。
2008年06期 No. 199 57—61页 [查看摘要][在线阅读][下载 37K]

出版言谈

- 不搔一刀切,注意细节调配——推进教材循环使用的措施**
蒋民昌、杨军:
《正》在我国进一步大力倡导建设节约型社会的今天,教材循环使用对建设节约型社会和资源可持续利用有着特殊的意义。
2008年06期 No. 199 61—63页 [查看摘要][在线阅读][下载 32K]
- “狮子无形”仍在凯**
徐可东:
《正》有部为作者、编辑编辑的书,字数可观,八十多万。其主编、副主编、编者,均为当今编辑出版界的大牌人物,头衔为总编辑、副总编辑的占大多数。书也编得很有力道,走实用一路,于作者、编辑裨益颇丰。不敢讳其名,乃中国标准出版社出版的《作者编辑实用手册》是也。
2008年06期 No. 199 63—64页 [查看摘要][在线阅读][下载 20K]

信息库

- 坚持可持续发展 芬欧汇川在华投资十周年**
《正》本刊讯以“可持续发展”为主题的芬欧汇川(集团)在华投资十周年新闻发布会日前在京举行。芬欧汇川集团总裁兼首席执行官官贝松先生介绍了芬欧汇川在华十年的成功发展,并着重阐述了集团坚持贯彻于全球经营之
2008年06期 No. 199 64页 [查看摘要][在线阅读][下载 11K]
- 《第五届全国出版科学优秀论文获奖论文集》、《首届中华优秀出版物奖全国优秀出版科研论文获奖文集》出版**
游翔:
《正》由中国出版科学研究所主编的《第五届全国出版科学优秀论文获奖论文集》、《首届中华优秀出版物奖全国优秀出版科研论文获奖文集》近日由中国书籍出版社出版发行。
2008年06期 No. 199 73页 [查看摘要][在线阅读][下载 33K]

出版实务

- 应重视、规范图书版本记录**
叶京华:
《正》近日,看到北京政府免费赠送北京市民的《首都市民预防传染病手册》和《首都市民健康膳食指导》两本口袋书,内容通俗易懂、贴近生活、携带方便、实用性强,感到北京市政府开展的“健康奥运、健康北京”全面健康教育等工作,为老百姓办了好事、实事,书国利民,心里很是愉快。
2008年06期 No. 199 65—66页 [查看摘要][在线阅读][下载 212K]

精品书译

- 让文学史回归文学——品读《中国文学史》的特色**
王立:
《正》近二十年来,编写文学史成为古典文学研究的一时盛举,其间出版过一些好评如潮的文学史,但在过去的近十年教学中,课时被压缩,有些教材因偏重研究性、内容偏重且重大等问题,使得教与学的矛盾突出并尖锐起来。笔者因教学与研究所需,对新近由山东大学蔡世诚、张可礼主编、中国人民大学出版社出版的《中国文学史》,做了一番研读,认为这是一部有特色的、分册适中的成功之作。
2008年06期 No. 199 67—69页 [查看摘要][在线阅读][下载 127K]
- “寻求对于真理的服从”——王元化与《王元化集》**
魏天无:
《正》著名学者王元化在他87岁生日之际,收到了来自家乡的一份特殊礼物:十卷本《王元化集》。王元化生于武昌,祖籍江陵,上世纪80年代曾任国务院学位委员会第一届和第二届学科评议组成员,他在文心雕龙研究、莎士
2008年06期 No. 199 69—70页 [查看摘要][在线阅读][下载 76K]

期刊研究

- 为伊消得人憔悴——由核心期刊现象所引发的伦理学思考**
贾淑品:
《正》目前,核心期刊“成为中国人文社会科学管理者的利器,大学教授们争取晋升、争夺科研资助和奖励以及高额学术津贴的手段,研究生们能否戴上学位帽的紧箍咒,期刊编辑们更上一层楼的动力”。
2008年06期 No. 199 71—73页 [查看摘要][在线阅读][下载 46K]
- 与名家谈学术,创学报之名栏——《邯郸学院学报》“学术名家研究”特色栏目的探索**
李俊丹、苏红霞、周冰霞:
《正》《邯郸学院学报》创刊于1991年,2005年升格更名为《邯郸学院学报》。近几年来本刊以“弘扬学者精神,关注学术研究”为办刊宗旨,本着“人无我有,我有且优,他优我优,他优我新”的原则,精心打造了“学术名家研究”特色栏目。
2008年06期 No. 199 74—75页 [查看摘要][在线阅读][下载 17K]

书海钩沉

- 广告中彰显的世变——1902年《新民丛报》图书广告分析**
刘兰尚、刘宇新:
《正》广告是向公众介绍商品、服务内容的一种宣传方式(不含公益广告),目的在于促进销售,打开市场。广告“在新闻价值上,与消息同样重要,某一时代之广告,足以窥见一时代之经济背景,与夫社会之荣枯。”[1]作为现代报纸四大件之一的广告,最早出现在1853年8月由英国传教士在香港创办的刊物《遐邇舆珍》;1872年4月30日,由英国人美查创办的《申报》开启我国报纸广告之先河。
2008年06期 No. 199 76—79页 [查看摘要][在线阅读][下载 174K]
- “二八法则”和“长尾理论”**
《正》“二八法则”强调了少的投入可以得到多的产出;小的努力可以获得大的成绩;关键的少数往往是决定整个组织的产出、盈亏和成败的主要因素(即图中所示的“头”部分)。
2008年06期 No. 199 53页 [查看摘要][在线阅读][下载 121K]
- 《出版发行研究》理事会**
《正》
2008年06期 No. 199 80页 [查看摘要][在线阅读][下载 7K]

下载本期数据