北大社举办首届"新青年"必读好书推荐活动

商报讯 每年的9月是大学新生的"开学季",陌生的环境让他们感到孤独,而同时他们进入理想 高校的自豪感和上进心尚未减退,此时正是培养他们良好阅读习惯、沉浸于知识海洋的大好时机。 2012年9月5日至10月期间,北京大学出版社正式推出首届"'新青年'必读好书"的图书推荐活动,通 过在全国各大高校分发精美宣传单以及与书店合作向学生提供具有诱惑的会员折扣等形式,宣传 "新青年"精神的同时,告诉大家北大学生正在读什么,清华学生正在读什么,"新青年"应该读什么。

此次活动中精心挑选出的12种经典作品,内容涵盖了文史哲政法经,作者包括冯友兰、朱光潜 陈平原、周其仁、曼昆等,可以在不同层面满足当下学生们求知若渴的阅读需求。当中既有深刻解读 中国大学"关键问题"的关爱之作——《读书的"风景"》,还有关于我们星球、世界和这个世界里的人 及自然的历史权威著作——《世界:一部历史》,谈人生修养及途径、心灵困惑及排解,个人障碍及消 除的美学经典作品——《谈修养》,还有揭秘心理学历史上鲜为人知的43项"原创研究"的心理学经典 著作——《心理学十五讲》,以及国内市场上最受欢迎、最通俗易懂的经济学教材——《经济学原 理》。

●企业行动

企业定制书能否成新增长点

对于定制的提法,可以说人们早已司空见惯,但针对企业的 实际情况、组织合适的作者团队为其量身定制写作出版的做法 却似乎并不常见。当然,书业并非没有这样的业务发生,早几年 中信出版社、北大管理案例研究中心和蓝狮子财经创意中心联 合启动的"中国百家标杆企业工程",可以说就是为企业量身定 制的图书出版典型,著书类型包括企业图文史、企业家文集、企 业案例集、企业传记或企业家传记等;记者在采访中也发现,市 面上已有专门承揽这种业务的民营机构和个体,面向企业提供 策划、创作、编辑、排版、设计、出版、封面肖像、印刷、发行、媒体 发布一条龙服务,报价并不低。那么,作为编辑、发行都具有优 势的出版企业,是否能将企业定制纳入业务范畴,抢占市场先机 将其发展为新的增长点呢?

■商报记者 蓝有林



免费模式考验资源 市场销售比拼品质

尽管目前市场上现有的企业定制类图书,大多还是 企业找上门来捎带手做一把,很少是编辑自己主动去寻 找有需求的企业来进行定制的现状,但记者在采访过程 中发现,诸如机械工业出版社、电子工业出版社、中信出 版社、石油工业出版社等都已有专人在负责这块业务。 比如中信社成立的文化创意部门,除策划出版相关创意 产品外,有一块业务就是为中信银行定制贵宾客户图书, 其中像《乔布斯传》等图书就按照中信银行的要求重新定 制;机工社此前也策划出版过《净雅的管理故事与哲理》 等图书,取得了不错的市场反响;而石油社为中石油集团 公司定制的10种《中国石油员工基本知识读本》,总计数 亿元的规模更是无不让人羡慕。

不过,也有不少受访者对自家出版社在企业定制类 图书的做法、成绩等方面讳莫如深。对此,中国纺织出版 社市场部主任杨旭认为,企业定制图书的目的多为宣传 自身的企业文化,而有这方面需求的企业需要挖掘,这可 能是大家出于对自身资源的一种保护。她介绍说,当初 她在出版社旗下的《中国服饰》杂志工作时,就曾跟拉链 企业、服装企业等有这方面需求的广告客户商讨包括定 制出版的打包方案。有意思的是,尽管客户确有这方面 的需求,最后也是出版社来完成,但客户并不是通过她而 是找协会的领导来进行的。因此在她看来,如果是纯粹 为宣传企业文化的定制图书,大多时候是可遇而不可求, 最重要的是考验自身的人脉资源;如果是还想通过市场 进行销售的企业定制书,则需要过硬的品质,将相关知识 与品牌文化结合起来。

华中科技大学出版社佳思漫图书运营总监、人文社 科分社副社长段勇也对记者表示,他很早就开始探索新 的出版商业模式,目前图书市场同质化严重、库存压力巨

商报讯 近日,浙江大学出版社正式推出了"四部要

"四部要籍选刊"是以影印中国古籍经典著作为主题

籍选刊"丛书中的第一部——《四书章句集注》。该书系

据清嘉庆吴志忠刻本影印而成,自面世以来,备受好评,

被不少读者视为真正既便阅读,又宜购藏的古籍新印本。

的新辑丛书,由传古楼全程策划编辑而成,第一辑拟印书

大,而像华中科大社这样的出版社进入大众图书出版领 域,在作者资源、编辑力量、品牌效应、营销能力等方面都 无法与图书公司和已经在这个领域浸淫了多年的出版社 相比,跟风做的结果非死即伤,所以必须探索和创新,而 这种新的出版模式,更讲究策划能力和整合能力:在定位 上,不与图书公司比速度,目前出版社的运作平台还不能 支撑高效的图书运作,只能比产品的品质、深度、思想性、 生命力;在运作模式上,则探索跨行业的资源整合策划与 营销,通过渠道互用的方式在某个行业内整合资源,利用 行业优势来细分读者群,比如他新近策划出版的《茶业战 争》一书,就是将书店渠道用来宣传茶叶,在茶叶销售渠 道宣传图书。他透露,后续还会有化妆品、电影票、听课 门票等,在出版社的渠道是和书一起买赠的,在对方的渠 道则是买他们的产品送书。

热门图书容易受宠 定制形式多为包销

那现在的企业定制图书一般采取什么的方式呈现? 什么样的企业更愿意定制图书?还有哪些类型的图书会 被企业盯上再定制? 这种企业定制又能否成为出版社新 的经济增长点呢? 中国轻工业出版社市场部主任周百平 的观点有一定代表性,目前化妆品公司、日化用品公司和 奢侈品等公司定制的图书并不多,就是一些做金融、做实 业的公司愿意自己出书,轻工社目前也有这类企业定制, 一般都是企业包销图书的形式。"如果企业定制的图书, 有品质保证就有着很大的市场销售,一举两得的事情势 必成为出版企业新的经济增长点。"

而有知情人透露,由北京凤凰联动文化发展有限公 司策划、光明日报出版社出版的热销图书《舌尖上的中 国》,目前正受兴业银行的委托进行重新定制。该知情人 说,此次定制兴业银行给的是总体报价,定制数量达到6

高,适合国人反复研读的经典著作;丛书选用该书众多版

本中影响深远、学界通行的代表性版本,且经清人审慎校

勘,其文本可靠,内容完整;丛书底本皆系从各地公藏资

源中遴选而得的精印本,文字较为清晰,并采用三十二开

单面影印的形制,故字大悦目,便于批识,装帧、用纸亦反

复斟酌,以期典雅适用;丛书逐种刊行,分别定价,与同类

位数,要求植入相关内容和配送到位,图书的价格也不是 原来的定价。为此,凤凰联动就需要根据这个数量和价 格、兴业银行的植入要求,并加上物流等成本进行核算 后,重新规划调整图书内容,同时考虑到服务能力强的快 递价格下不来,一般的快递有的地方送不到,因此配送业 务就直接打包给了一家电商进行处理。他还表示,再定 制的图书往往是市场热门图书,该公司目前正在洽谈的 类似定制需求还有不少,不同的机构营销需要不同的图 书,比如旅行机构需要旅游目的地方面的图书,金融机构 需要金融机构发展史乃至金融通俗知识等图书,而众多 企事业单位都需要员工培训类的图书。

人民邮电出版社北京普华文化发展有限公司总经理 贾福新也向记者介绍,该公司的股东之一正略均策公司, 因为咨询业务的需要,每年都有一定量的定制出版需求, 已占该公司销售的一定比例。因为他们定制的图书大多 围绕业务展开,有较强的品质保证,往往是他们回购一部 分图书,其他的则通过市场进行销售,不少图书还取得较 好的市场反响。他说,此前也分别为北汽集团、北京邮政 银行、研祥集团等企业进行定制,其中介绍研祥成功发展 的29个心得的《非经典管理》一书,很快就成为了畅销书 排行榜上的产品,版权还销售到了韩国。化学工业出版 社、中国地图出版社等也都在企业定制方面做了一些尝 试,后者主要是策划定制有针对性的地图类产品,而化工 社则是针对企业传记和企业礼品等在做文章。化工社悦 读名品公司总经理李岩松告诉记者,针对企业客户,该社 此前策划了一批带有收藏价值的礼品图书,最近他正打 算围绕一本关于"渐冻人"的图书,邀请100个企业家和 100个明星举办一场慈善晚会进行认购,预计将成为定制 图书甚至书业的一种创新营销模式。

值得一提的是,还有民营机构和个人在网上发帖称, 可提供策划、创作、编辑、排版、设计、出版、封面肖像、印 刷、发行、媒体发布等一条龙服务。有业内人士分析,其 38万元~59万元的报价,已远超目前一本普通的市场图 书可能产生的利润,说明这里面的市场空间很大,有着编 辑发行优势的出版社大有机会。北京凤凰联动文化有限 公司总编辑卢俊认为,阅读的免费或部分免费的商业模 式是图书定制发展趋势的内在逻辑,读者多元化的需求 也为真正的独家定制服务提供了商业机会。

军医社6种图书 获版贸优秀图书奖

商报讯 近日,人民军医出版社从全国近600家出 版社中脱颖而出,成为"第十一届输出、引进版优秀图 书颁奖典礼"中获奖数量最多的出版社,也是唯一一家 在引进和输出上各有3本图书获奖的出版社,该社副总 编姚磊作为仅有的2名获奖单位代表作了大会发言。

据透露,军医社自2008年开始参加此项评选活动, 至今有11种图书获奖,一人获得"年度推动输出引进的 典型人物"称号。今年《常见病足疗图解》、《漫画中医• 基础篇》、《步入中医之门(道少斋中医讲稿)》获"输出 版优秀图书"奖;《口腔精密美学修复——临床与工艺 制作》、《骨关节功能解剖学(第6版)》(上中下三卷)、 《威廉姆斯内分泌学(第11版)》获"引进版优秀图书" 奖。而一次评选有6种图书获奖在该社历史上也是首 次。该社代社长曾星认为,取得如此佳绩,得益于出版 社长期重视国际合作、品牌建设、学科建设、人才建设, 一线编辑坚持不懈的市场调研、选题策划、作者积累, 版权人员专业化、规范化的服务保障以及学习和借鉴 了世界名社的发展战略、出版质量、品牌打造、数字化 转型等方方面面的经验和做法。 (李琴)

江西科技社再向 我国台湾输出3种保健图书

商报讯 江西科学技术出版社与我国台湾新潮社 文化事业有限公司秉持"两岸合作,互惠双赢"的原则, 携手合作,目前在京举行图书的输出签约仪式,并共同 探讨了两岸未来图书版权贸易,寻求两岸图书出版领 域更多的合作契机。

继此前在图书输出、数字出版等方面的合作基础, 江西科学技术出版社再次向台湾新潮社文化事业有限 公司输出了《袪病调养话健康》、《代代永流传的科学养生 智慧:你不可不知的12时辰健康养生法》、《代代永流传 的科学养生智慧:你不可不知的24节气健康养生经》3种

签约仪式结束后,双方还就未来两社在图书版权贸 易方面的合作进行了合理深入的规划与展望,并就两岸 图书版权输出与引进的未来方向等内容进行了深入的 交流。双方均认为,随着两岸文化交流的日益密切,图 书的交流往来也必将愈加频繁。两岸应善用各自的出 版资源,互相学习、掌握、运用版权贸易知识和技巧,开 展版权贸易与合作。 (啸)

上海科学技术出版社

上海科学技术出版社(上海世纪出版股份有限公司科学技术出版社)建 于1956年,是国内规模最大的综合性科技读物出版机构之一,出版基础科 学、工业、农业、医学、教育等领域图书,以及生活时尚和科普期刊,旗下 拥有《科学》《大众医学》《上海服饰》《科学画报》《无线电与电视》 《车迷》6个品牌期刊。

建社至今,出版书刊获国家、部委级图书(期刊)奖300多项,在全国 名列前茅,是首批"全国优秀出版社"(1998),首批"全国百佳图书出版 单位"(2009),第二届"中国出版政府奖先进出版单位"(2011)。

现因事业发展需要, 面向全社会招聘以下岗位。

经历者优先考虑。 产告业务员1名

岗位描述: 书刊的广告推广 广告提案等。

通和组织协调能力; 5. 有出版从业

岗位要求: 1. 传媒或广告专 业、中文专业本科及以上学历; 2. 具有3年以上广告或媒介广告销售 业务工作经历,具备独立运作广告 业务的能力; 3. 具备良好的沟通和 组织协调能力; 4. 身心健康, 能正 常开展工作。

(数字出版业务部门负责人 1名

岗位职责:负责出版社数字版 权资源的开发和利用, 数字出版项 目的组织实施和协调,数字出版市 场调研,数字出版业务合作伙伴的 开发与维护。

(林)

岗位要求: 1. 大学本科及以上 学历; 2. 掌握、了解互联网信息技 术,熟悉出版业务流程; 3. 有较强 的组织、策划、创新能力; 4. 有3 年以上工作经验; 5. 有数字出版产 品策划经验或大型互联网站策划经 验者优先考虑; 6.40周岁以下,身 心健康,能正常开展工作。

経費 工程技术类图书编辑部负责人

程技术类图书出版规划并组织实

施; 完成重点图书出版与部门双效

益考核指标,承担部门日常生产、

经营与团队管理工作,负责出版资

源和作者队伍的建设,参与图书销

法规; 2. 具备大型重点图书和专业

教材组织开发和市场推广的业务能

力,了解专业图书市场,熟悉图书

生产流程; 3. 具备良好的组织协调

能力; 4. 具备工程技术类专业本科

及以上学历和编辑出版专业中级以

岗位要求: 1. 熟悉出版政策与

岗位描述: 协助社领导制定工

1名

售渠道的开发。

下,身心健康,能正常开展工作。 灣帝 科普杂志编辑部负责人 1名

广告、市场、发行部门的推广与合

作,推动期刊品牌、数字阅读、市

场活动等相关业务, 承担杂志的社

杂志相关从业经历5年以上,担任编

辑部主任、执行主编等岗位经历;

2. 熟悉中国女性期刊市场,拥有生

活时尚、服饰美容领域资源; 3. 具

备良好的团队管理及建设能力;

4. 具有独立完成采编等工作能力;

5. 大学本科及以上学历; 6. 40周岁以

岗位要求: 1. 具有生活时尚类

会、经济效益考核指标。

岗位描述: 负责杂志的采编工 作、内容建设、经营管理及编辑团队 建设,宣传、维护、发展本刊品牌。

岗位要求: 1. 热爱科普事业, 了解出版行业; 2. 具有较强的科技 信息获取和整理能力, 具有开拓创 新和社会活动能力; 3. 本科及以上 学历; 4. 科普图书、期刊及相关从 业经历5年以上,有过管理岗位经 历; 5.45周岁以下,身心健康,能 正常开展工作。

運動 工程技术专业策划编辑3名

岗位描述: 策划开发工程技术 专业图书及相关专业本科和中职高职 专业教材、培训教材等选题,负责选 题的落实,策划组织市场推广活动。

科及以上学历,熟悉专业领域及相 整理和运用能力; 4. 具备良好的沟

羅灣 网站开发和网络管理 1名

岗位描述: 企业网站的开发、 运行和日常维护; 网络安全运行管 理; 为企业的各项业务应用系统提 供技术支持。

岗位要求: 1. 计算机或相关 专业本科及以上学历; 2. 具有网站 开发与维护经验,熟悉网站架构、 掌握PHP等技术; 3.熟悉MS Sql、 Oracle、MySQL其中一种,有数据库 管理或开发维护经验; 4. 掌握各种 网络设备的应用管理,熟悉TCP/IP、 VPN; 5. 对计算机硬件设备和操作系 统有较强的维护能力; 6.40周岁以 下,身心健康,能正常开展工作。

以上岗位工作地点在上海。自 即日起至2012年10月14日接受应 聘。应聘者须提供的材料包括: (1) 个人简历(含个人近期免冠 照); (2) 学历、学位证书复印 件,工作经历证明材料(职称或职 业资格证书复印件等); (3)身份 证及户籍证明材料复印件; (4) 反 映个人能力的其他证明材料。

联系地址:上海市钦州南路71 号上海科学技术出版社人力资源部 (邮编: 200235)

电子邮箱: sstphr@gmail.com (电子邮件标题请按格式书写:"姓 名+应聘岗位",否则视为垃圾邮件)

网址: www.sstp.cn

上海世纪出版股份有限公司科学技术出版社 2012年9月

目共50种。与已出版的古籍影印成果相比,该套丛书选 出版物相比,价格既较为合理,又能适应不同读者群的要 目范围覆盖经、史、子、集四部, 收录之书皆为学术价值较 求,或选购一二,或整辑配置。

时寒冰新书揭示欧债真相

影印"四部要籍选刊"丛书首部出炉

商报讯 欧债危机原因是什么?产生的影响究竟有 多大? 中国有什么值得注意的地方? 我们应该如何应对 这场"浩劫"? 这是我们亟需面对和解决的问题。日前 由机械工业出版社华章公司推出的《时寒冰说:欧债真相 警示中国》,正是从全球货币大博弈的高度纵横古今,俯 视当前的欧债危机,为读者讲述全新的利益角逐,找到整 个趋势的真相,并为中国的决策者、企业经营者、投资者、 普通老百姓,就政策走向、货币保值、投资增值等方面给 出重要、具体、有针对性的建议。

该书作者时寒冰是国内知名财经评论家,其第一部

作品《中国怎么办——当次贷危机改变世界》对趋势的预 言已得到应验,成为2009年最畅销、影响最大的经济类 图书之一;第二部《时寒冰说:经济大棋局,我们怎么办》 也成为2011年最畅销的经济类图书之一。而刚推出的 《时寒冰说:欧债真相警示中国》也不负众望,当当、卓越 亚马逊等销售网站预售仅仅两天就一度位居图书畅销榜 榜首。出版方透露,2012年9月至10月,时寒冰还将在北 京、上海、广州、深圳等地进行图书签售,零距离与广大读 者朋友见面交流,并当面传授在这次"大博弈"中取胜的 (蓝)

人大社关注文化遗产法

商报讯 文化遗产法是最近20年来在国际上新兴的 一个法学学科,在中国尚处于起步阶段,研究基础较为薄 弱。中国人民大学出版社特此出版了《文化遗产法:概 念、体系与视角》。

该书围绕近年来文化遗产法领域比较突出的理论与 实践问题,精选了法国、中国大陆和台湾地区文化遗产法 学者的19篇颇有代表性的论文汇集成册,以飨读者。全 书分为三部分:第一部分为文化遗产法的基本理论问题,

如概念、理念、体系和沿革等;第二部分为《保护世界文化 和自然遗产公约》专题,作者们主要围绕该公约在法国、 中国的实施,进行了从理论到实践各方面的探讨;第三部 分为不同类型文化遗产保护的法律问题,包括非物质文 化遗产的保护、不可移动文物的保护及流失文物追索等 热点问题。法国学者的四篇论文已翻译成中文,为了准 确体现论文原义也保留了法文原文;中国学者的论文都 附有法文摘要。 (刘志伟)

化工社旅游书"踏上南极"

商报讯 南极,被誉为一生最值得一去的地方之 一。化学工业出版社此次推出的《极南:南到世界尽头》 即是《中国时报》资深旅游记者黄丽如行走在南极的点

该书记录了作者三年来的两趟"世界尽头"的丰盛之 旅,带领大家登上游轮、科学探测船、踏上世界的尽头,体 验极地辽阔、寂静和大自然瞬息万变、浑然天成的自然美 景,不仅挑战了自我也带着大家一起圆梦。在书中作者 黄丽如不强调"苦行",反而以热情生动的笔调写南极可 爱的企鹅与冰山、布宜诺斯艾利斯的探戈酒吧,以及如何 被莫名其妙困在炎热小镇的圣诞夜。她自嘲写的都是 "好吃好喝的",但其实书中更多的关键词是一部又一部 的小说和电影,只是她不喜欢卖弄,把这些素养融入她的 (刘志伟) 观察和优美的文笔里。

上职称; 5.45周岁以下,身心健 康,能正常开展工作。

選要 时尚杂志编辑部负责人 1名 岗位职责:负责杂志的采编工 作及编辑团队管理,协调与落实

岗位要求: 1. 工程技术专业本

关行业发展趋势及高等院校相关教 材使用情况; 2. 具有较强的文字表 达能力; 3. 具有较好的信息收集、