

CHINA PUBLISHING & MEDIA JOURNAL

中国出版传媒商报

(原《中国图书商报》)

2013年12月17日 星期二 第2001、2002期 国内统一刊号CN11-0282 邮发代号1-217 国外代号D-4584



由中国广告协会报刊分会
联合清华大学新闻与传播学院、央视CTR
等权威机构推选
中国出版传媒商报(原中国图书商报)
被誉为最具成长价值媒体十强
荣获2012-2013中国报刊广告投放价值排行榜
唯一入榜的出版传媒类媒体

中国人民大学新闻学院等
国内10家顶尖新闻学院、
中国新闻史学会联合推选
中国出版传媒商报(原中国图书商报)
被誉为2011-2012中国行业报品牌十强
再次跻身“中国品牌媒体百强”

中国人民大学新闻学院等
国内10家顶尖新闻学院、
中国新闻史学会联合推选
中国出版传媒商报(原中国图书商报)
被誉为2010-2011中国品牌媒体百强
跻身“商报品牌十强”

中国传媒论坛学术委员会、
史坦国际STANCHINA等知名机构
联合举办2011中国传媒投资年会
中国出版传媒商报(原中国图书商报)
被誉为2011中国最具影响力行业媒体品牌
与理财周报等3家媒体从全国众多报刊中脱颖而出
荣登2011中国传媒和思界网的全新价值榜单
中国出版传媒行业唯一获此殊荣的媒体

国新出版物发行数据调查中心主办、
中国期刊协会、中国报业协会共同联办
2009中国广告精确投放奖
中国出版传媒商报(原中国图书商报)
被誉为最受广告主广告青睐的行业报
与《中国汽车报》从中国百余家部委行业报
千余家行业报中脱颖而出
中国出版传媒行业唯一获此殊荣的媒体

邮发代号1-217
请广大读者从速办理订阅手续
年价298.80元/半年价149.40元
中国出版传媒商报目标——
持续打造中国出版传媒业第一全媒体传媒(群)
地址:北京西三环北路19号外研大厦北楼
邮编:100089 传真:010-88818933
咨询电话:010-88810715/27/29/231

中国广告主协会等举办2013中国企业领袖与媒体领袖年会，揭晓品牌贡献榜，本报荣获影响中国最具传播价值专业媒体。

围绕“传播正能量，共筑中国梦”的主题，备受关注的2013中国企业领袖与媒体领袖年会暨“品牌贡献榜”年度颁奖盛典12月14日在京举行。作为国内品牌与传播界一年一度的高规格品牌思想盛宴，“品牌贡献榜·2013年度中国最具广告影响力传媒”奖当晚揭晓，中国出版传媒商报喜获“影响中国2013年度最具传播价值专业媒体”荣誉称号。

“2013中国企业领袖与媒体领袖年会”由中国广告主协会、中国传媒大学广告学院、中国人民大学公共外交研究院共同主办。重点邀请了企业界、媒体界、广告界、艺术界的杰出代表参会，围绕企业社会责任、传媒广告趋势、品牌营销创新、艺术鉴赏与趋势等议题进行了交流与探讨。全国政协原副主席李蒙、中华全国新闻工作者协会党组书记翟惠生等领导出席大会。

被誉为“中国品牌传播界‘奥斯卡’”的“品牌贡献榜”在大会上揭晓。经过初评、百度搜索、CTR数据核查监督和专家常务评审团的复审，最终推选出企业单位、媒体单位、广告公关公司、人物四大类获奖名单。

在“品牌贡献榜·2013年度中国最具广告影响力传媒”奖中，中国出版传媒商报荣获“影响中国2013年度最具传播价值专业媒体”荣誉称号。评审委员会颁奖理由认为，中国出版传媒商报作为具有独特定位且运作成功的出版传媒行业报、专业报，近年来成功探索和实践出一条立足于本行业、本报的专而强、新而强、特而强、优而强的发展道路，经济效益与社会效益稳步攀升，凸显出现代传媒企业蓬勃发展的生命力与影响力。

据评委会主席、中国传媒大学广告学院院长黄升民教授介绍，获奖单位依据市场研究和监测机构提供的数据，按照知名度、美誉度、创新力、责任感、高效益等标准，经过评委会的多轮评选评出。2013年度影响中国品牌贡献榜是一场高规模、高质量的推选活动，获得推选的品牌和个人基本代表了行业最佳水平。

中国出版传媒报社社长、总编辑、党委书记孙月沐在谈及获得此奖时表示，继年初获得中国广告协会颁发的“最具成长价值媒体十强”称号后，商报又获得中国广告主协会颁发的荣誉，这是对商报近年来不断推动媒体经营创新，和对更名改版成功的新商报《中国出版传媒商报》持续发展的充分肯定，更是鼓舞和激励。今年8月1日，《中国图书商报》正式更名为《中国出版传媒商报》，明确提出要向阅读产业、传媒产业、创意产业三大产业挺进，我们要坚持不懈，努力保持近年来报社取得的竞争优势，放大进化优势，推动报社由内容提供向内容服务

转型，推进以营销创新为重点的全面升级，不辜负广大读者的期许。近年来，商报人的坚守与创新努力获得市场和读者的广泛认可，多次获得业界、学界各类奖项，在平面媒体广告经营普遍颓势的情况下，实现逆势增长，在全国30余家书业媒体广告经营中跃居并稳居领先地位。

据组委会透露，此次大会将首次为获得荣誉的企业和媒体编辑出版品牌企业蓝皮书和媒体广告价值蓝皮书，后者将成长为2014年度广告主投放广告参考指南。

尾品汇新掘库存书商机？
P2
三视角管窥第四届“三个一百”原创图书
P3
风雨辉煌60年 江苏新华再起航
P5、8
2013书业营销热词与观察
P9
没有太多“新闻点”，多丽丝·莱辛的作品缘何也能畅销？
P17
2013年，中国编客的9个关键词
P25

一位老乡发言里体现出的出版价值观

编者按 出版的本质是什么？出版究竟为了谁？出版物如何才能真正受到读者的欢迎？什么才是出版业应当坚守与追求的价值观？12月10日，金盾出版社成立30周年暨三农图书出版座谈会上，一位来自山村的基层读者的发言，赢得了现场长时间热烈的掌声——不仅是因为发言的朴实和真诚，更是因为发言道出了读者、作者、编者、出版者、主管部门对于“出版价值观”的共鸣——贴近读者，服务读者。

多年前，因出书品种有限，读者常呼“买书难”；其后，因流通渠道不畅，出版者常呼“卖书难”；如今，年生产四十余万种图书，线下线上国有民营销售渠道众多，读者“买书难”、出版者“卖书难”的困惑并未完全解决而有时还愈加突显。症结在哪里？首先，在于出版价值观——真正的好书，真正优秀的内容服务，从来不缺读者而会赢得读者，不缺市场而会赢得市场。作为出版者，自拉自唱没有前途，忽略读者没有前途。因此，始终以“服务读者、服务三农”为宗旨，始终以“客户出版、实用出版”为特色的金盾出版社，才会赢得读者和业界的认可。这一原则，这一出版价值观，同样适用于一大批做得好的出版单位。

本报今日特刊发这位老乡的会议发言，以期与业界再度探讨“出版价值观”这一出版业核心命题。

金盾社：我们发家致富的领路人

我叫丁鹏，是河北省青龙满族自治县平方子乡北沟村的党支部书记，是金盾出版社的一名忠实读者，也是在金盾社帮助下众多发家致富的受益者之一。2000年我从国企下岗回乡，又因重度耳聋导致社交障碍，一度思想苦闷，彷徨、失落。自己的生活出路在哪里？在此期间我阅读了大量的书刊，并多次到外地参观考察，从中寻找答案和出路。

我的家乡当时贫穷落后，但我也看到了家乡的优势——广阔的山地资源，适宜种植各种干鲜水果；山上丰富的饲草资源，又为养殖创造了条件。但山里人思想观念落后，生活一直在温饱线上徘徊。我下定决心开发荒山，向荒山草场要效益。

(下转第7版)

金盾社30年用心服务三农

中国出版传媒商报讯 12月10日，金盾出版社成立30周年暨三农图书出版座谈会在京召开。国家新闻出版广电总局副局长邬书林、解放军总后勤部副部长刘铮、中宣部出版局局长郭义强、解放军总政治部宣传部副

部长杨定宇、中国期刊协会会长石峰、新闻出版广电总局印刷与发行管理司司长王岩镔出席会议。解放军总后勤部司令部副参谋长符林国主持会议。

金盾出版社是立足三农、服务三农的典型出版社。会上，金盾出版社社长张延扬回顾了该社30年来的风雨历程，从5000元借款、3间借用的旧平房起家，发展到目前累计出版图书1万余种、音像制品750余种，以及《百姓生活》、《科学种养》两种期刊，金盾社探索出了一条特色发展之路。张延扬表示，未来十年，金盾社将继续坚持改革创新，整合出版资源，优化产品结构，走图书、数字影像、杂志、互联网新闻信息服务四位一体的发展之路。山东省新华书店集团有限公司董事长李峰、教育科学出版社社长所

广一、保健专家洪昭光教授，以及来自农村的读者代表丁鹏(见本版《金盾社：我们发家致富的领路人》)畅谈了对金盾社的祝愿和建议。丁鹏的发言，还激起了与会者对于“出版价值观”的感慨。

邬书林希望金盾社坚持把服务基层群众作为立社之本，通过科学知识的普及与传播，不断提升广大农民的素质；发扬前30年积累的宝贵经验，继续精耕细作，进一步提升图书质量；坚持改革创新，跟踪科技发展潮流，通过数字化转型和全媒体运作，努力获得更大发展。郭义强指出，金盾社是出版界的一面旗帜，在于其定位有特色、讲精神，坚持服务大局、服务群众，坚持两个效益，希望金盾社坚持以人民为中心的导向，进一步打造竭诚为人民服务的品牌；坚持以改革创新的方针，进一步激发自身活力，自加压力，跟上时代发展的变化。

有关方面负责人以及来自全国各地的新华书店、民营书店代表百余

(王茜)

●商报快递

中国工信出版传媒集团有限责任公司成立

中国出版传媒商报讯 中国工信出版传媒集团有限责任公司近日获得工商营业执照，标志着中国工信出版传媒集团正式成立。季华任中国工信出版传媒集团董事长，敖然任中国工信出版传媒集团党组书记兼总经理，彭晓芳任中国工信出版传媒集团监事会主席。

中国工信出版集团是由人民邮电出版社和电子工业出版社及其所属实体组成的企业联合体，以中国工信出版传媒集团有限责任公司为母公司，下辖两家出版社及其所属全资、合资公司，出版业务包括科技和大众领域的图书出版、23种杂志出版、数字出版以及音像电子出版等。截至目前，集团资产总额超过20亿元，年出版新书品种达6000多种，年出版码洋超过21亿元。集团将通过体制机制创新，依托工业和信息化行业的背景优势，进一步发挥专业出版优势，抢抓发展机遇，不断整合科技出版资源，加快出版业务转型发展，提供更多介质和

多媒体的信息内容服务和全媒体支持，重点发展数字出版、文化创意项目，打造出版实力雄厚、媒体形式多样、专业特色鲜明、能代表国家水准、以数字出版为重点发展方向的、立足国内面向国际的专业出版传媒企业集团。

据了解，中国工信出版集团近期工作将重点围绕以下几个方面开展：一是以资本为主线，建立集团化管控模式，完善法人治理结构，建立现代企业管理制度，并努力使经营管理的体制机制实现新的突破，进一步增强发展活力；二是确立集团公司发展定位，将继续专注专业出版传媒市场，在保持两社持续发展的基础上，重点发展数字出版和文化创意项目，使出版产品形态、服务读者的内容形式有新的变化，走出一条传统出版和数字出版融合发展之路；三是通过市场和政府支持相结合整合优质资源，推动股份制改造，打造上市主体。

(辛文)

2013年度中国影响力图书网络票选启动

中国出版传媒商报讯 由新华网与中国出版传媒商报跨媒联合举办的“2013年度中国影响力图书”评选正式发布了200种候选书目(详见本期19版)，12月16日起网友可通过在线投票平台(<http://www.xinhuanet.com/book/zhuanti/2013yxls/index.htm>)票选支持好书。投票截止日期为2013年12月31日，将于2014年1月北京图书订货会期间发布评选结果。

2013年，各地媒体积极主办相关的年度图书评选活动，形成了深入推

进国民阅读的热潮。作为国内最主流、最权威的网络媒体新华网，和出版传媒业界最具专业性、公信力和影响力的中国出版传媒商报，其联手组织的年度影响力图书推展更权威、更专业。“2012年度中国影响力图书”评选活动在读者和出版业界产生了相当大的影响。应广大读者要求，双方继续举办“2013年度中国影响力图书”评选活动，今年活动主题为“阅读，点亮梦想之旅”，立足创新，视野更为宽广和全面，推选更为客观和公正，力图打造一个推进国民阅读的中国好书年选品牌。

(潘启雯)

出版面临什么新形势？改革将有什么新动向？融合将有什么新商机？

2014北京图书订货会高层论坛

新形势·新变革·新融合

高端战略，务实前瞻；业内业外，智联商涌！

主办：北京图书订货会组委会 中国出版传媒报社

主题 新形势·新变革·新融合

主旨与专题演讲及初拟讲题

- 全国人大常委会教科文卫主任委员、原新闻出版总署署长、中国版协理事长 柳斌杰
- 中国出版集团总裁 谭跃：三中全会后中国出版产业战略体系构建
- 新闻出版广电总局发展研究中心主任 庞井君：融合、改革与转型：开启文化视听新格局
- 安徽出版集团总裁 王亚非：产业融合迎来黄金十年
- 中国工信出版传媒集团党组书记兼总经理，电子工业出版社社长、党委书记 敖然：信息消费力推出版产业迈入新时代
- 多看科技副总裁 胡晓东：移动互联时代阅读产业的嬗变
- 台湾出版商业同业公会全联会理事长 杨克齐：两岸出版合作的新契机与新趋向

会议时间：2014年1月9日上午9:00~12:00

会议地点：中国国际展览中心(老馆)(北京北三环东路6号)院里综合服务楼201室

联系人及电话

中国出版传媒报社 周卫华、王颖
电话：010-88817687，010-88817691-97转2300、2301
组委会宣传组 邢岩、邓云艳 电话：010-65246062

会议地点在展馆内，免费入场，需要门票者请咨询联系！

距2014北京图书订货会开幕还有23天
本报为BBF协办单位

精彩导读

尾品汇新掘库存书商机？
P2
三视角管窥第四届“三个一百”原创图书
P3
风雨辉煌60年 江苏新华再起航
P5、8
2013书业营销热词与观察
P9
没有太多“新闻点”，多丽丝·莱辛的作品缘何也能畅销？
P17
2013年，中国编客的9个关键词
P25