

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)  
**获评最具成长价值媒体十强**

荣登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)  
**获评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)  
**获评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)  
**获评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网媒中脱颖而出  
荣登2011中国传媒和思想界的全新价值榜单  
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合办

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)  
**获评最受广告主广告商青睐的行业报**

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148.40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/转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

一位老乡发言里体现出的出版价值观

中国出版传媒商报讯(记者 晓雪) 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”年度颁奖典礼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大规模、高质量的推选活动,获得推选的品种和个人基本代表了行业最佳水平。

中国出版传媒商报社长、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、学界各类奖杯,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,后者将成为2014年度广告主投放广告参考指南。

中国出版传媒商报讯(记者 晓雪) 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”年度颁奖典礼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大规模、高质量的推选活动,获得推选的品种和个人基本代表了行业最佳水平。

中国出版传媒商报社长、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、学界各类奖杯,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,后者将成为2014年度广告主投放广告参考指南。

金盾社：我们发家致富的领路人

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)

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,年生产四十余种万种图书,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。

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 中国出版传媒商报社

主题:新形势·新变革·新融合

主旨与专题演讲及初拟讲题

1.全国人大常委教科文卫主任委员、原新闻出版总署署长、中国版协理事长 柳斌杰

2.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

3.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

4.安徽出版集团总裁 王亚非:产业融合迎来黄金十年

5.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世代

6.多看科技副总裁 胡晓东:移动互联网时代阅读产业的嬗变

7.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

中国出版传媒商报社 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!

欢迎题词 欢迎投稿 欢迎提供线索

新闻热线:(010)88817702

中国出版传媒商报及其网站、电子报享有本报文字及图片版权,未经允许不得转载。本报保留一切法律追究权利。

本报主编:金盾 编辑:金盾 排版:文林

距2014

北京图书订货会开幕 还有23天

本报为BBF协办单位

尾品汇新囤库存书商机?

三视角管窥第四届“三个一百”原创图书

风雨辉煌60年 江苏新华再起航

2013书业营销热词与观察

没有太多“新闻点”,多丽丝·莱辛的作品缘何也能畅销?

2013年,中国编客的9个关键词

P2 P3 P5-8 P9 P17 P25

主管主办:中国出版传媒股份有限公司

出版:《中国出版传媒商报》社有限公司

社长、总编辑:孙月沐

地址:北京西三环北路19号外研大厦北楼

邮编:100089

传真电话:(010)88817657

网址:http://www.cpmj.com.cn

编辑部:(010)88817690-97

营销中心:(010)88810715/27/29/39

传真:(010)88818933

广告许可证:京西工商广字第0199号

排版:本社

印刷:人民日报印刷厂

年价:298.80元