



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
中国出版传媒商报(原中国图书商报)
**获誉影响中国2013年度
最具传播价值专业媒体**

唯一入榜的出版传媒类媒体

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)
获誉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

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)
获誉2010-2011中国品牌媒体百强
获誉2011-2012中国行业报品牌十强
获誉2013中国十大行业报
获誉2013-2014中国最具品牌影响力商报

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)
获誉2011中国最具影响力行业媒体品牌
与理财周报等3家媒体从全国百余报刊中脱颖而出
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)
获誉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/转231

●两会特别报道

新闻出版业两会代表委员齐发声

热盼文化立法 冷解媒体融合

中国出版传媒商报讯(两会特派记者 田丽丽 孙珏 张倩)3月3日,全国政协十二届三次会议开幕,3月5日,十二届全国人大三次会议开幕,党和国家领导人习近平、李克强、张德江、俞正声、刘云山、王岐山、张高丽出席两会,与两会代表委员共商国是。全国政协主席俞正声代表政协第十二届全国委员会常务委员会作工作报告。国务院总理李克强代表国务院向大会作政府工作报告。3月的北京,再次进入国内外关注的“两会时间”。

2015年两会提出,GDP增速目标调整至7%;调结构、促转型是今后工作的主旋律;社会的持续发展,要更加注重法治、文化、制度等软实力的建设,新常态更是社会文化建设的新阶段。记者采访发现,深化文化体制改革、推进全民阅读建设书香社会、推动“一带一路”建设、加强产权和知识产权保护、加速传统媒体与新兴媒体融合、尽快促进文化立法等成为全国人大代表和政协委员们对文化领域共同关注的焦点,其中,又以文化立法和媒体融合堪称焦点中的焦点。

文化立法
以全民阅读立法促进

随着文化体制改革的深入推进,文化产业呈现蓬勃发展的态势,文化产业对国民经济增长的贡献率不断上升,并成为产业创新的源泉和转型升级的重要力量。为此,多位全国两会代表、委员呼吁加快推进我国文化立法进程,用法律保障文化产业健康有序发展。2014年全国两会上,“推动全民阅读”被首次写入政府工作报告,这直接促使在全民阅读上成绩突出的地区率先出台地方性阅读法规,也使得在国家层面的全面阅读立法呼之欲出。作为公共文化服务的重要组成部分,全民阅读立法的推进无疑将对文化立法起到实质性的促进作用。

3月5日下午,四川代表团全体会议结束后,全国人大代表、全国人大常委会教科文卫委员会主任委员柳斌杰在接受中国出版传媒商报记者采访时,对政府工作报告中提到的“倡导全民阅读、建立书香社会”大加点赞,认为这是中央将要求落实在出版、传媒、文化战线,并表示,中国要实现民族富强,最大的问题是文化建设问题,这是牵涉到民族精神再造的重大工程,而做好这项重大工程的基础工作就是倡导全民阅读,尽快促进全民阅读立法。记者在全国政协新闻出版界别组采访时获悉,全国政协委员、中国出版协会常务副理事长郭书林与几十位新闻出版界别全国政协委员联名提出了加大全民阅读力度、促进全民阅读立法的提案。

除与新闻出版界别全国政协委员联名提出关于全民阅读立法的提案外,全国政协委员、中国新闻文化促进会会长李东东的另外两个提案也在文化立法的大范畴中,她建议,搜索引擎有偿推广服务应明确纳入《广告法》监管,建议全国人大与国务院有关部门尽快立法,规范网络出版的准确概念,依法设立统一归口管理网络出版的机构。

“在人类文明发展史上,一个国家处于先进的行列,没有其他的因素,就是阅读”,全国政协委员、中国出版集团公司党组书记王涛认为,“全民阅读立法对推进阅读很有好处,但是推进阅读本身不能只靠法解决”,“出版企业在推进全民阅读中最重要的事情就是集中精力去发现好的出版资源,给读者提供更好的读物”。 (下转第4版)

国家战略带动新出版热点系列之一

编者按 近期,“一带一路”、海洋战略、能源发展战略等一系列国家战略重磅推出,出版传媒业如何借此东风,紧抓新热点,自身进行谋篇布局,成为业内关注热点。中国出版传媒商报特别推出“国家战略带动新出版热点”系列报道,针对各重点战略,一方面报道业界正在进行的出版规划、营销举措和人才培养等行动,另一方面进一步推动业界对新战略的关注,更好地把企业发展融入到国家发展战略之中,寻觅新商机。

“一带一路”铺开出版踏准商机

■中国出版传媒商报记者 马莹

从2013年习近平主席先后提出建设“丝绸之路经济带”和“21世纪海上丝绸之路”构想,到2014年底,这个合作倡议已得到沿线50多个国家的积极响应。种种迹象表明,2015年,将是“一带一路”建设延展开、做深做实的重要一年。

“一带一路”除了是经贸重要的纽带,也是文化交流、人文交流、文明相互交融的重要纽带。新闻出版业借此东风,也在不断寻觅拓展“走出去”的新商机。

顶层设计 项目先行

2015年,全国31个省区市均针对

“一带一路”的建设进行了破题。北京提出,立足国际交往中心定位,主动融入国家“一带一路”战略;广东提出“争当21世纪海上丝绸之路建设排头兵”;海南提出“打造成21世纪海上丝绸之路的重要战略支点”;新疆提出建设“丝绸之路经济带核心区”;宁夏提出“进一步打造丝绸之路经济带战略支点”。

在此背景下,新闻出版主管部门扶持出版“走出去”的工程越来越多,扶持力度也越来越大。去年年底,“丝路书香”工程获批立项,成为新闻出版业唯一进入国家“一带一路”战略的重大项目,由国家新闻出版广电总局组织实施。

据悉,“丝路书香”工程规划设计

到2020年,将以俄罗斯、波兰、印度等丝路国家为重点,面向中亚、东南亚、南亚、中东欧、独联体以及西亚北非地区64个丝路国家,推动双边和多边在精品翻译、教材推广、网络游戏和出版物数据库推广、重点图书展会和出版本土化等方面开展广泛、深入、务实、共赢的交流与合作。

具体来看,2015年该工程将全面实施5个重点项目:重点翻译资助项目、丝路国家图书互译项目、汉语教材推广项目、境外参展项目、出版物数据库推广项目。其中,重点翻译资助项目对丝路文化精品图书、中国主题图书、传统文化图书等的翻译推广给予重点资助。 (下转第4版)

●商报快递

中版集团与中国国学中心签约共推国学

中国出版传媒商报讯 中国出版集团与中国国学交流与研究中心(简称“中国国学中心”)日前正式签署合作备忘录,双方将共同开展包括创建中国国学书店在内的四项重要合作。系列项目将由中华书局及中版文化传播有限公司联手共同落实执行。

据悉,双方合作项目包括共同创建中国国学书店,共同开发利用青少年国学体验中心及国学图书馆区域,共同开发利用展览区域,在全国成熟

区域联合考察,推动各地以加盟形式开设中国国学书店分店。

中国国学中心新址与鸟巢、水立方为邻,总建筑面积超过8万平方米,将于2016年落成并交付使用。目前,该中心新大楼主体已基本成型,主楼采用“鼎”的造型,两边配以汉阙附楼,包含图书馆、球幕影院、讲堂、书店等功能空间。建成后的国学中心将成为大众阅读中国古代典籍,进行国学体验和文化交流的重要场所。(欣 闻)

●书业潮事

出版借“雾霾注意力”推内容静思考

中国出版传媒商报讯(记者 马莹)2月28日,春节后的第一个周六,柴静发布的雾霾纪录片《穹顶之下》引发全国几亿人的关注。2月28日~3月5日,各类媒体、自媒体在微信公众号发布大量相关的文章,标题包含“柴静”的微信文章近超过1.6万篇,包含“雾霾”的微信文章超过5.7万篇。

不难看出,在《穹顶之下》发布后,公众对雾霾的关注度达到一个新的高峰。当当首页,“柴静”成为热搜关键词的第一名,其《看见》一书在当当有近42万条评论。不少出版机构嗅觉敏锐,利用公众注意力推送图书。科学出版社接连在博客、微信、微博等自媒体发布《几张表看懂国内外PM2.5标准》、《全球PM2.5分布》等文章,其内容出自该社出版的《PM2.5与环境》一书,点击率相比以往文章有数十倍的增长。中南博集天卷文化传媒以《当我们在谈论“苍穹之下”时我们在谈论什么》为题,从其出版的老梁(梁宏达)《世道梁心》一书中,选取雾霾的危害、由来与治理的梳理与解读等内容,通过豆瓣和微博与读者分享。知识产权出版社“来出书”平台在微信推送环保童书《绿火》,称“要把这颗环保的种子种在孩子们的心里,等待它生根发芽”,并附该书

各大网上书店购买链接。

化学工业出版社和机械工业出版社则顺势发起了转发并关注的送书活动,比如机工社在微信送出20本《PM2.5时代 向呼吸要健康》,吸引网友转发微博、关注该社;化工社微博置顶#参与有礼#话题“duang~什么是雾?你对雾霾了解多少?雾霾天我们到底该怎样应对?转发并关注微博,有机会获得《雾霾与健康知识问答》”。

此外,皮卡书屋、万科西山庭院馆等非书机构也在进行环保图书的荐书活动,沪江小学部的公众微信号通过“我们的地球村多美丽”、“如果地球村被毁灭了会怎样”、“我们该怎么做”三个主题,为小读者推荐了《春神跳舞的森林》、《这片草地真美丽》等10种图书。

华东理工大学出版社副总编辑丁毅认为,事件营销就像做比萨,想卖烤饼,就得撒“料”。借热点事件,吸引公众注意力进行图书营销,反映出出版业转制后市场化的进步。但硬币的另一面,出版业与新媒体的区别在于,前者属于沉淀下来的行业,有时候也要与热点保持一点距离,更多专注于冷静、理性思考。丁毅表示,“就环保话题来说,可能一段时间看不出专业图书的价值,但对于推动环保事业会起到中流砥柱的作用。”