

中国出版传媒商报

(原《中国图书商报》)

2015年4月14日 星期二 第2130期 国内统一刊号CN11-0282 邮发代号1-217 国外代号D-4584

徐统英语考研精品红皮书系列

外研社联合考研英语 辅导界金牌专家徐统共同打造



外研社 外研社综合英语出版分社
新浪微博: http://weibo.com/yys2z 电话: 010-88819026

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)
获评影响中国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)
获评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

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
获评2011-2012中国行业报品牌十强
获评2013中国十大行业报
获评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)
获评2011中国最具影响力行业媒体品牌
与《第一财经》等3家媒体从全国众多报业中脱颖而出
荣获2011中国传媒和思想界的全新华价值榜单
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、中国报业协会共同主办
2009中国广告精准投放奖
中国出版传媒商报(原中国图书商报)
获评最受广告主广告青睐的行业报
与《中国汽车报》从中国百家部委行业报
千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:010-88810715/27/29/31

出版传媒如何应势而上?

自十八届三中全会确定文化领域改革任务以来,中央审议通过《深化文化体制改革实施方案》为文化领域的改革定下基调和纲要,全国各省市则根据本地实际情况发布自己的《方案》,把握大势、加强谋划、加紧落实文化改革发展任务。迄今为止,31个省市区均制定了文化体制改革实施方案并全部获批,在推进文化体制机制创新、构建现代公共文化服务体系、构建现代文化市场体系、提高文化开放水平及加强文化政策法规建设五个方面,针对本地具体情况,部署了详细的改革任务。

在出版传媒改革领域,与“现代文化市场体系”相关的出版发行企业上市,与“体制机制创新”相关的国有文化企业管理层股权激励,与“现代公共文化服务体系”相关的图书馆理事会制度以及农家书屋升级改造亮点频频,势必给出版业深化发展带来质的影响。

中国出版传媒报记者 龚牟利

看点1 社会效益考核权重加大
对策1 书企推全民阅读和主题出版热情提升

“培育和弘扬社会主义核心价值观”是深化文化体制改革的核心目标,因此在对各级文化行政管理及执行单位的考核中,实现文化服务与产品的社会价值更加重要。

记者注意到,《辽宁省深化文化体制改革实施方案》特别要求,“省委宣传部、省文体厅、省财政厅、省人社厅在新一轮改革过程中,要建立健全省属经营性国有文化企业综合效益考核体系,加大社会效益考核权重”。《湖南省深化文化体制改革实施方案》提出“探索建立文化企业国有资产监督管理办法,建立健全国有文化企业综合效益考核体系,加大社会效益考核权重”,湖南省还将就此专门制订《湖南省省管国有文化企业国有资产监督管理办法》,《湖南省省管国有文化企业“双效”业绩考核及薪酬管理办法》强调“综合效益考核”。《重庆市深化国有文化资产改革实施方案》亦强调“深化国有文化资产改革,必须坚持社会主义先进文化前进方向,坚持把社会效益放在首位、社会效益和经济效益相统一”。

在重视社会效益方面,出版企业一方面进一步落实全民阅读,另一方面加大主题出版力度——前不久发布的《2015年度全国图书选题分析报告》中,主题出版同比增长达40.8%;学习宣传贯彻习近平总书记系列重要讲话精神、“四个全面”战略布局、中国特色社会主义和中国梦、社会主义核心价值观、纪念中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利70周年等成为选题的热点。

看点2 构建现代文化市场体系
对策2 半数以上省级集团已上市或谋划上市

绝大多数出版发行企业已经迈过转企改制的门槛,部分有条件的省级出版发行集团通过上市与资本市场对接并倒逼自身法人治理结构的完善,相应省份也将其纳入此轮深化文化体制改革的重要项目。

(下转第4版)

本期关注	2015,出版集团做什么怎么做?	P2、3
	发行集团剑指何方	P5
	2015原创动漫产业格局面面观	P6
	古籍出版:喧嚣中的机遇?	P13

中国出版集团成立内容建设委员会 “根”是内容 “本”在编辑

中国出版传媒报记者 田丽丽

4月7日~10日,中国出版集团公司在京召开内容建设委员会成立暨首届编辑大会,聘请社会各界专家学者组成高级智囊团,为中版集团内容创新、主业发展建言献策、添智助力。首届编辑大会上组织了多场专题报告会和经验交流会,200余位来自集团成员单位的骨干编辑,在四天的会议中认真学习、总结,分享经验与体会。中版集团以打造一场高品质编辑学堂的方式度过了13周岁生日。

国家新闻出版广电总局副局长吴尚之,中宣部出版局局长郭义强出席会议并讲话。中国出版集团公司总裁谭跃致辞,集团党组书记王涛主持会议并作总结。中国出版集团公司副总裁刘伯根、李岩、潘凯雄,中国出版传媒股份有限公司副总经理樊希安,以及集团所属各单位领导班子成员参加会议。

谭跃在致辞中表示,企业化的“本”在编辑,集团化的“根”是内容。内容建设关乎中版集团的命

运,必须坚定不移地走出出版专业化发展道路,要更加专注内容,更加专注出版,更加专注文化影响力,要学会以企业的方式做文化,以资本的方式做内容,以市场的方式做影响。

基于此,中版集团决定成立内容建设委员会,聘请各界的领导和专家作为良师益友,更好地把中央精神和政策的指导力转化为集团内容生产的生产力,将集团内外专家的真知灼见转化为集团内容生产的持续创新能力。

谭跃指出,培养一大批好编辑,造就新一代名编辑,成就一批中国出版业的大编辑,是推进中版集团“三六构想”的应有之义,是集团建成国际著名出版

集团的重要标志,是走开、走好、最终走成集团特色发展道路的根本所在。中版集团的编辑要有当代作为,必须从四个方面努力:第一,要知天时,善于把握经济、文化、政治、社会、发展的主旋律;第二,要懂天命,要有文化担当和出版使命,抓住时代意义的大话题,成就里程碑式的大作品;第三,要建事功,善于运用企业化的方式、市场化的手段、数字化的途径和国际化的方法来出版,使中国思想、中国文化、中国实践、中国故事传播得更远,影响更大。第四,要弘扬匠人精神,一生专注,精益求精,视专业为根本,惜品牌如生命。他强调,编辑要培养终生的学习能力、职业的专注能力、深刻的思考能力、时代的洞察能力、发现聚合优秀作者资源的能力、市场的竞争能力、文以载道,商以传道,创新弘道,使出版的思想导向力、内容生产力、媒体融合力和文化传播力转化为积极健康向上的社会正能量。

(下转第4版)

第二届“中国读友读品节” 迎春再绽

期待更多出版发行业界、图书馆界朋友加盟与支持。期待读者热忱参与和分享。



主题:为春天播撒书香

中国出版传媒商报2014年“4·23世界阅读日”期间推出的首届“中国读友读品节”,为上游出版、下游渠道、终端读者点燃阅读热情,引发巨大反响后,第二届“中国读友读品节”(拟列入国家级项目“北京阅读季”重点活动)即将于4月21日迎春再绽!

首届代言人:任志强、杨红樱、麦家、雷军、张泽群

◆将有更多名人明星代言人倾情支持,将有更多名家签名本等您分享。(首届代言人:任志强、杨红樱、麦家、雷军、张泽群。今年新增:蒋勋、吴晓波、张德芬、蒋方舟、刘同、李健)

◆将有上千家书店参与——卖场张贴代言人海报,摆放专刊,开展码垛及营销大赛。

◆推送书单将更加精彩——面向京东等知名电商专题推送指定书目,专题促销。

◆推送机构将更加广泛——面向百家公共图书馆、高校图书馆、阅读推广机构推送专刊,中国教育学会相关委员会协助推送。

◆联合新华网、中新网、新浪读书、搜狐读书共同推广。

◆读者参与互动将获得更多惊喜。

活动时间:4月21日-6月9日
出版机构联系人:毛继宁 13641115719
发行机构联系人:倪成 15901244316
阅读推广联系人:任志茜 13466719907

出版信标委升格为国家级

中国出版传媒报(记者 穆宏志)国家标准委于2014年12月批复成立的国家级标准化技术委员会——全国新闻出版信息标准化技术委员会(以下简称出版信标委),于4月10日在京召开成立大会,实现了由行业级标委会向国家级标委会的升格。

作为国家级标准化技术委员会,出版信标委主要负责出版专业领域信息化国家标准制修订工作。第一届全国新闻出版信息标准化技术委员会由67名委员和1名顾问组成,国家新闻出版广电总局副局长孙寿山任主任委员,国家新闻出版广电总局数字出版司司长张毅君、新闻出版总署信息中心主任刘晓凯任副主任委员,新闻出版总署信息中心副主任刘成勇任副主任委员兼秘书长。

孙寿山在会上指出,出版信标委要深入思考和研究经济发展新常态下新闻出版信息化工作的新特点新要求,今后一个时期,出版信标委的主要任务是加快与国际惯例接轨,促进新闻出版业转型升级和融合发展,为从源头提高我国新闻出版业的生产 and 产品质量水平,发挥出应有的基础性作用。

会议由张毅君主持。国家标准委服务业标准部主任杨泽世、副主任段炼出席会议。

传统书业遭遇电商冲击怎么办?
书店如何调整店面布局,增加经营品种?
出版社开发非书业务布局几何?
大书城构建文化商业MALL,怎样有效招商? 如何高效管理?

全国书业非书品展订研讨会 启幕在即

主办:中国出版传媒报社 协办:河北省新华书店有限责任公司
非书品供应商对接书业渠道商,就在5月14日-17日的石家庄!

书业第一媒体,立足新华渠道60年,倾力打造书业非书品经营对接平台!

> 听,王府井百货购物中心、百新文具等相关负责人谈在互联网+大时代如何经营创新;
> 看,北京上元环艺创始人、设计总监、文化空间设计专家倪祥策讲述新型文化卖场设计秘诀。

诚邀社·店·供应商三方同台分享!

> 各省新华发行集团、大书城、民营书企负责人,非书品采购、营销、策划、设计者;
> 非书品生产商、代理商、联营商等;
> 出版集团、出版社发行、编辑室主任及相关非书品设计人员。

凡参会者均可提交1000字信息资料,以备会议交流

报名截止日期:2015年5月5日
资料截止日期:2015年5月7日

联系人 倪成:15901244316
113363923@qq.com
张攀:15120055969
546245242@qq.com

美数字公司签约小米电子书

中国出版传媒报(记者 龚牟利/编译)继1个月前与腾讯文学达成电子书协议后,美国数字发行公司Trajectory近日与小米公司签订了一系列协议,以期建立新的合作关系。

协议签约单位还包括麦克米伦出版社、麻省理工出版社和英国图书批发商加德纳斯(Gardners Books)。Trajectory CEO詹姆斯·布莱恩特说,“这是一份从分销商到分销商的生意”。上述出版商之所以选择与Trajectory和小米的合作,除了Trajectory先进的自然语言处理技术,还有小米庞大的用户与读者——预计2015年售出8000万到1亿部智能手机。

通过与麦克米伦出版社的协议可以了解Trajectory的整个处理过程。詹姆斯·布莱恩特解释,“我们会得到麦克米伦的产品目录,并通过自然语言处理‘算法分析’产生元数据,并提供给麦克米伦选择的分销合作伙伴——从小米开始”。詹姆斯·布莱恩特表示,“我们关注于比中国更加广阔的国际市场,但是从关注中国市场开始”。

中国出版传媒商报 官方微信二维码

本编辑部:金马刘殿益