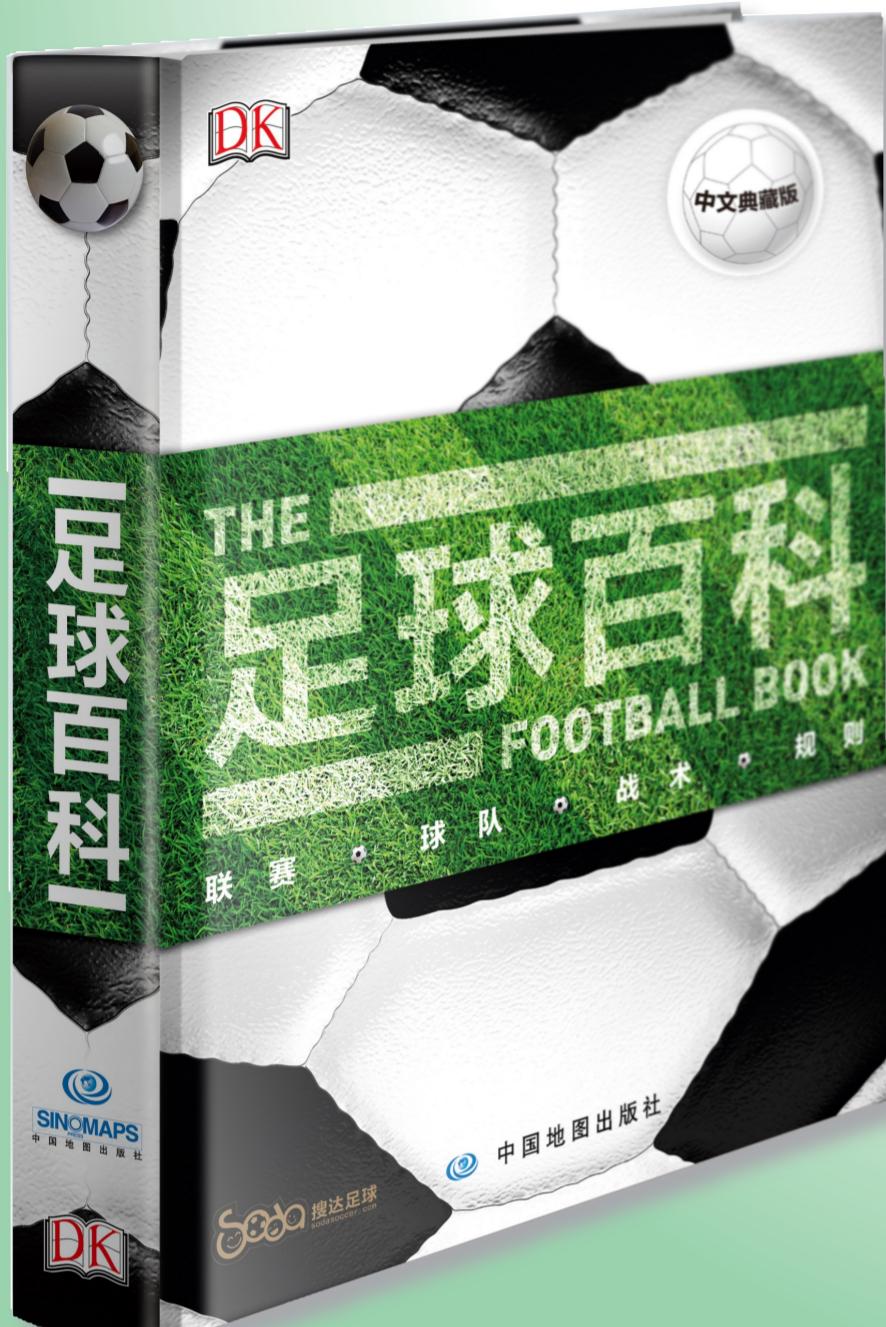


中国地图出版社精品钜献



《足球百科》

978-7-5031-9264-7

168.00元

DK《足球百科》由英国DK公司组织的从事足球报道的资深体育专栏记者团队编写,分七个板块介绍了足球的起源和发展、足球比赛的规则和术语、球队的团队协作、球员的个人技巧、世界足球中的国家队与俱乐部、世界及洲际足球赛事,以及足球比赛的数据统计等内容,图文并茂地全方位展示了足球这项被誉为世界第一运动的魅力。足球明星与足球教程的搭配、纯正的足球文化与权威的百科全书的碰撞、DK品牌与专业足球的结合,正好填补了当前国内足球类出版物的空缺。

●这是关于足球运动的一场终极视觉盛宴,图文并茂地展示了绿茵场上足球英雄们的飒爽英姿和他们充满灵感的进球,以及大到攻防策略、小至越位规则的全部内容。

●各项赛事、知名俱乐部、铁杆粉丝、足球文化、数据统计……关于足球运动,你想知道的一切,应有尽有。

●刷新对足球规则和战术的认知,提升对足球中科学与艺术的领悟。

编辑之友LOGO征集令

为塑造期刊品牌形象,提升期刊文化品位,打造一流精品期刊,深入挖掘期刊时代感与前沿性,给读者以独特的感官体验,储备活跃的读者资源,形成具有自身特色的期刊文化内涵,《编辑之友》杂志社拟定于2016年8月—12月间,在全国范围内征集“编辑之友LOGO”。

一、征集要求

凡有装帧设计经历,有独到设计理念,对于《编辑之友》期刊有一定了解的设计者,均可报名参加“编辑之友LOGO”设计。

二、设计要求

设计作品应简洁、大方,具有时代元素,能够体现文化特性和学术属性,并充分表现《编辑之友》的学术品牌特点。

三、投稿要求

(一)参选作品须存为JPG浏览格式,注明标准比例、标准色、字体和尺寸。

(二)须附带300字以内文字说明,说明设计意图、创作理念和标识释义。

(三)设计者还须提供以下资料:

1.《编辑之友LOGO标志征集活动报名表》,注明作者姓名、单位、身份证号码、详细联系方式、邮箱地址(需与投稿邮箱一致)、通讯地址等;

2.签署《编辑之友LOGO应征作品设计者承诺书》;

3.参赛设计作品需提交矢量图格式为AI或CDR的源文件。

四、评选方式

作品评选设置初评、复评和终评三个环节:

初评,由评审委员会办公室根据设计作品的综合元素进行初步遴选。

复评,微信平台和网站平台同步推送,根据票数多寡,结合评审委员会办公室复审意见,选出进入终评的设计作品。

终评,由评审委员会领导专家组对进入复评阶段的设计作品,进行终评,评选出最终选用作品。

五、选录通知及获奖公示

(一)《编辑之友》杂志社将以电子邮件形式通知被选用作品的设计者本人,设计者投稿邮箱视为设计者本人邮箱。选录时间以《编辑之友》邮件发出时间为准。

(二)获奖公示:评选结果在《编辑之友》期刊及相关网络媒体公布。

六、奖项设置、奖金及宣传推广

(一)奖项设置。此次活动设特等奖1个,为最终选用作品,奖金8000元;优秀奖2个,为编辑之友备选作品,奖金2000元;入围奖30个,赠送《编辑之友》2017年全年杂志。

(二)证书及奖金发放。对获奖者分别颁发证书和奖金。异地作者获奖证书通过顺丰快递寄出,奖金通过银行转账或者邮局汇款方式汇出。

(三)宣传推广。此次获奖名单及获奖作品将在我刊期刊、网站、微信平台推广宣传。特等奖作品将作为“编辑之友”

LOGO”,从2017年始用于《编辑之友》各类媒体平台。

七、LOGO知识产权声明

(一)所有参赛的设计作品应为原创,未在报刊、网站及其他媒体公开发表,未申请专利、商标或进行版权登记,未参加过其他比赛,未以任何形式进入商业渠道。如设计作品侵犯他人著作权、商标权等专有权利,《编辑之友》有权利设计者追偿损失。

(二)特等奖和优秀奖设计作品除作者署名权外的所有知识产权归《编辑之友》所有(包括但不限于以下列方式行使知识产权:享有对该设计作品进行再设计、使用、开发、修改、授权、许可、出版、宣传等权利)。本征集令约定的奖金即为相应知识产权转让费用。

(三)获得特等奖和优秀奖设计作品的设计者终身不得将自己的设计方案另投他处,亦不得在任何其他地方使用该设计作品,否则《编辑之友》将取消其参赛、入围与获奖资格,收回奖金、奖品并保留追究法律责任的权利。

(四)最终选用作品的设计者有义务根据评审意见,修改完善设计稿,并按要求提供完整、详细的设计方案。

(五)参赛者提交作品之前,已仔细阅读上述条款,充分理解并表示同意。

八、活动时间及征集方式

(一)活动时间

征集时间:2016年8月15日—11月15日。

评审及奖金发放时间:2016年11月16日—12月30日。

(二)征集方式

活动参与设计作品不超过2个人。作品以压缩包形式发送至指定邮箱,发送材料包括:参选作品及本征集令第三条规定的材料;并注明“编辑之友LOGO设计”字样。所有设计作品均不退还,请投稿者自留底稿和设计原图。

九、期刊地址、邮箱及联系人信息

期刊地址:山西省太原市建设南路21号出版大厦12层A1205

设计作品投稿邮箱:bianjizhiyoulogo@126.com

联系人:郭萍萍

联系人电话:0351-5281691

附件:

1.编辑之友LOGO标志征集活动报名表

2.承诺书

下载链接:

www.bianjizhiyou.com

《编辑之友》杂志社
2016年8月16日

(上接第1版)
如何赋予书店灵魂和温度?

通过向书店注入主题,丰富了书店的精神内涵,提升了书店的有效供给,从而塑造了网络世界无法提供的现实体验感,这是特色书店的生命力所在。

“特色书店的发展,是在近几年实体书店受网络冲击环境下蔚然成势的,是传统书店的升级。”在涂华看来,近年来,新华系实体书店无论是大书城的升级,中小门店改造,还是特色书店开拓,其根本是新形势下新华人对书店经营理念、模式的持续创新与探索。

“江西新华发展特色主题书店和进行门店的改造升级,打造区别于网络书店和数字阅读的差异化优势,赋予书店灵魂和温度,满足读者精神层面的需求。书店如果不进行如此的改革,很难适应互联网时代的发展形势。”涂华强调。提升社会的文化基础设施,为读者打造高品质的阅读场所和文化空间,让读者回归阅读,也是江西新华建设特色书店的主要目的。

据了解,目前江西新华的特色书店主要结合江西的实际情况进行打造,分为红色书店和旅游书店两类。红色书店目前有井冈山红色书店和瑞金红色书店,这是江西新华挖掘江西特色文化、传播红色文化而建设的主题书店。井冈山红色书店于2015年11月7日开业,融合了红色出版物销售、红色文化研讨、红色文化系列主题文创衍生品、红色旅游等多种业态和服务,开业后很快赢得读者的认可,客流较之前增长50%,销售收入增长200%。“鉴于红色书店的经验和示范效益,江西新华今后还将加强主题书店的打造,结合江西底蕴深厚的旅游文化特色,再打造一批主题化特色书店。计划在江西主要旅游景区婺源、庐山等地建设旅游书店,为游客提供高品质的阅读空间和延伸服务。”涂华介绍道。县级门店改造升级成效显著,如江西新华芦溪县中心门店升级后客流增长200%,销售收入增长58%。

系统打造区别于传统书店的多功能特色书店,正在成为实体书店努力的方向。凤凰传媒根据区域文化消费需求,布局了“猫咪书店”“麦穗书房”等一批“小而美”的特色个性书店,开设了南京不纸书店、常州青果

书房,苏州复合自在书店、徐州八斗书店等非盈利性质的24小时书店,成为当地文化标志。对此,凤凰出版传媒股份有限公司副总经理金国华表示:“特色书店的打造,标志着凤凰传媒对现代人生活方式的最新诠释,对创新实体书店经营模式的探索,必将成为推动全民阅读和多样化文化跨界合作的典范。”

河北新华不断创新实体书店建设与发展模式,特色书店也是其发展战略的重要一极。其中既利用自身卖场升级改造的体验式空间,也有合作经营的咖啡书吧,还有特色鲜明的各类主题书店,因地制宜,完全颠覆了几十年来传统书店的面孔和形象,令人耳目一新,逐渐成为当地文化体验与消费的新型场所。

特色书店作为全新的发展模式,其经营发展思路也是新华发行集团不断思考的内容。“将新华书店卖场打造成新业态、新空间、新体验的城市文化新高地和公共文化空间,实现从文化销售商向阅读服务提供商的转变。”湖北省新华书店(集团)有限公司相关负责人强调。据了解,该模式通过整合引入符合文化消费需求的系列化、专业化、多层次的品牌战略合作伙伴,形成规模化的多元经营和产业布局,提高文化消费运营能力及经营效益。根据各类店型,打造以书为媒文化相关业态融合一体的经营品类体系,为读者提供丰富的文化消费体验。

记者手记

特色书店面临的“小尴尬”

新华书店“金字招牌”的品牌优势、自有门店优势、政府政策支持、多年的资金积累等都是新华书店建设特色书店的优势所在。不可否认的是,作为不少民营书店“专利”的特色书店,多面向小众或专业读者,但对于主要面向大众读者的新华书店而言,涉足特色书店,已经感受到了在经营理念、方式上的诸多不适。目前不少门店图书销售额不高,经济效益整体不佳。对此,业内人士认为,“新华书店要敢于面对这种不适应,立足传统优势,向城市文化空间和平台的新定位靠拢,进行主题化、特色化、智能化改造升级,只有顶住过渡期的压力,真正从满足读者体验式、情景式文化消费需求出发,未来的道路才能越走越宽。”

第12届海图会推动两岸交流合作持续化

海峡图书交易会首次将展出日期调整于暑假期间,首次邀约两岸年轻作家参与活动,首次邀约南音团队进行表演,首次与台湾漫画博览会进行合作。

自2005年以来,海峡两岸图书交易会已在厦门和台湾成功举办12届,始终秉持“书香两岸·情系中华”这一主题,始终围绕两岸出版产业合作这一目标,不断开拓创新,成为两岸交流合作的重要平台。前11届海图会,两岸累计参展图书100万种、760万册,现场图书零售和订购3亿多元人民币,达成版权贸易合作1300多项,给两岸业界带来了实实在在的好处。

(晓理)