

目 录

卷首语

- 重视出版业人力资源的持续开发利用

专论·特约稿

- 韬奋精神与“入世”
- 在中国韬奋出版奖颁奖大会上的发言

编辑学·编辑工作

- 编辑基本规律新探
- 还是要重视方法论的研究
- 普通编辑学理论体系的雏形
- 关于编辑活动的优化问题
- 图书出版的舆论引导
- 新闻出版类部分核心期刊 编辑格式的调查研究
- 科普图书出版的困惑与思考
- 论编辑的市场意识

出版学·出版工作

- 组建出版集团五题
- 加入WTO形势下出版行业协会职能浅析
- “入世”后我国图书市场竞争的八大特征
- 外向型出版离我们有多远
- “编辑为中心”与“发行为龙头”
- 书籍设计原则简论
- 书装设计的文化理念和艺术风格
- 第一批异形词整理表
- 出版集团的优势
- 中央部门出版社校对岗位培训班结业考试参考答案

多媒体·网络出版

- 技术进步与新时代出版

书苑掇英

- 知识经济条件下的编辑文化素质
- 有关出版集团的断想
- 考核出版企业经济效益应注重的三个指标

编辑史·出版史

- 商务印书馆与东方图书馆
- 湖北省编辑学会召开二届三次常务理事会议

域外出版

- 出版研究在欧美

编辑随笔

出版集团的优势

陈兰萍

1. 资源配置优势。资源配置就是运用有限的资源形成一定的资产结构、产业结构、技术结构和地区结构, 达到优化资源结构的目标。如何配置有限的出版资源以满足人们日益增长的精神需要, 这是出版企业必须注意解决的问题。在社会主义市场经济条件下, 出版什么图书, 取决于读者的需要。随着社会经济的发展、人们生活水平的提高, 读者对图书内容及形式的要求日益提高。在这种情况下, 要使供给与需求相适应, 出版者就必须根据市场需求的变化不断调整自己的图书出版方向和出版规模, 对图书进行增量和存量的调整, 使图书结构趋于合理, 最终实现出版资源的合理配置和有效利用。不同的出版方式就有不同的配置方式。在同等条件下, 出版集团较之单个出版社而言, 由于其资金雄厚、设备先进、人才众多、承担风险能力强, 因而适应图书市场的能力较强, 能充分有效地利用出版资源。

2. 市场竞争优势。图书市场的主体是读者, 满足读者的需要, 为市场提供适销对路的图书, 是出版者的追求。在图书市场竞争日益激烈的今天, 依靠出版社单个拼搏、小打小闹, 是难以适应图书市场需求的。组建出版集团则可使出版单位优势互补, 人力、财力、物力优化组合, 有利于提高图书市场占有率, 开拓图书市场, 增强出版企业的竞争能力。

3. 规模效益优势。出版集团把各出版单位进行合理组织, 使出版能力产生放大效应, 形成新的出版能力。这个新的出版能力不是各个出版单位能力的简单叠加, 它在内涵的有机性和外延的规模性上都产生了质的变化, 有利于降低成本, 提高经济效益, 因而具有规模效益。

4. 品牌创新优势。如果一个企业无视时代的变化, 缺乏应变能力, 在激烈的竞争环境中将无法生存。出版集团是出版业发展的客观产物, 它在市场调研、选题策划、审稿加工、校对、印刷、发行、宣传过程中采用现代化的经营管理方法, 使出版图书具有“人无我有, 人有我优”的优势, 有利于新品牌的创建和精品名牌的开拓。

(作者单位: 湖北科学技术出版社)

(ID:236)

- 难忘曾卓的编辑工作
- 毕竟是编辑

编者·作者·读者

- 填补历史研究的断层
- 关于历史小说《张居正》的对话
- 高屋建瓴 通观微至

品书录

- 为清代考据学辩护
- 地苑巨擘 为国增辉
- 评《中国货币思想史》
-

科研信息

- 首届湖北图书奖评奖揭晓

◆ 各期杂志

2000: 第3期 第4期

2001: 第2期 第3期 第4期

2002: 第1期 第2期 第3期 第4期 增刊

2003: 第1期 第2期 第3期 第4期

2004: 第1期 第2期 第3期 第4期 第5期 第6期

2005: 第1期 第2期 第3期 第4期 第5期 第6期

2006: 第1期 第2期 第3期 第4期 第5期 第6期

2007: 第1期 第2期 第3期 第4期 第5期

© 2001-2003 出版科学杂志 版权所有

报刊转载必须征得同意并支付稿酬, 网络转载必须注明作者及本刊网址

武汉大学信息管理学院4楼403室 邮政编码430072 电话: 027 68753799 传真: 68753799 E-mail: cbkx@163.com

技术支持: cgz@163.com

【您是第位访客】