

<<品牌之道>>

图书基本信息

书名：<<品牌之道>>

13位ISBN编号：9787100061902

10位ISBN编号：7100061903

出版时间：2009

出版机构：商务印书馆

作者：于殿利 等

页数：410

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<品牌之道>>

内容概要

《品牌之道：商务印书馆》主要内容：商务印书馆为什么能够跨越三个世纪、历经百余年而品牌常新？

为什么说《辞源》是由圣人编纂的，它又为什么历经百年而不衰？

小小的《新华字典》为什么能够拥有四亿多读者？

《现代汉语词典》为什么成为莘莘学子的必备工具书？

收书400余种的《汉译世界学术名著丛书》为什么能够获得学术界、文化界、出版界等社会各界的普遍称赞，而被誉为学界丰碑？

为什么说《牛津高阶英汉双解词典》是通向英语王国的桥梁？

《品牌之道：商务印书馆》不仅讲述了这些著名图书的品牌故事，而且能让读者从中窥见商务印书馆的品牌经营之道。

书籍目录

第一章 文化的品格一、奇迹源自信念1.筚路蓝缕，木铎启路2.矢志不渝，终成大器3.“为国难而牺牲，为文化而奋斗”4.“历史名字要保存”5.守得云开见日出二、文化人共主文化事1.创业奠基之元老2.守业改革之将才3.新时代之当家人4.栖凤引凰之育才馆5.藏龙卧虎之群英会三、中国现代出版的品牌标杆1.品质铸就品牌2.创新保证领先3.使命决定未来第二章 用生命谱写的世纪传奇一、东方的新曙光1.历史翻开新的一页2.科学技术日新月异3.新的思想文化二、“国无辞书，无文化之可言”1.文化使命，《辞源》传承2.钻研旧学，博采新知三、出版大家张元济与《辞源》1.老翰林、名出版2.难解的“源”分四、创新缔造品牌1.新瓶装旧酒的《文科大辞典》2.创新铸就百年品牌五、树立图书营销典范1.“得此一书，胜他万卷”2.浓缩亦是精华——《新字典》六、痛并快乐着1.三足鼎立，《辞源》居首2.一片痴心修《辞源》——吴泽炎的30万张卡片3.一群饱学之士七、《辞源》和“八”的不解之缘1.千淘万漉虽辛苦，吹尽狂沙始到金2.十年方得磨一剑八、伐山嘉惠，代代相传1.国家领导人与《辞源》的故事2.知名学者与《辞源》的故事3.普通老百姓与《辞源》的故事4.时尚生活离不开《辞源》九、向着新目标启航第三章 遍地盛开蒲公英一、不变的文化担当——传统与奠基1.传“天演”，奠根基2.顺潮流，启民智3.“一名之立，旬月踟蹰”4.文化荒漠中的一片绿洲5.“翰伯同志”的眼光和胆识6.汉译名著重振馆威二、不变的文化担当——光荣与挑战1.一个新时代的开始2.不慕流行求传世三、聚英才以成事1.“开门办社”结书缘2.以书聚人，以诚留人3.“既出书，也要出人”四、传世藏书，传世品质1.捧得真经奉国人2.以“译经”之虔诚对待每一个字3.为学术翻译“立圭臬”五、基业长青1.“有千年的著作，没有千年的译作”2.持重但不保守，守成更重开拓3.尊重权利方显尊重知识4.“高端产品也有大众需求”5.众星拱月，相得益彰第四章 小字典，大文化一、向“圣人”们致敬1.《新华字典》的“教父”2.《新华字典》之父3.编者中的常青树4.众多无名英雄5.初版的首席学术顾问6.王力先生和《新华字典》的两次缘分7.承前启后的里程碑式人物8.以“戴罪”之身参与修订9.为解“焗油”去焗油10.“非典”期间的“地下工作者”二、周总理亲订《新华字典》1.心急如焚为字典2.亲定原则挽救小字典3.亲笔订正显功力4.关心定价，情系民生5.两次接见修订小组代表三、引领规范，超越规范1.超前规范显识见2.遵守规范树榜样3.引领规范建功绩4.超越规范见胆识四、封面题字和附录中的文化1.书名题字的故事2.附录的演变五、《新华字典》之最1.发行量最大的辞书2.版本众多的辞书3.修订次数之最4.层层把关之最5.周总理亲自指导修订6.全国出版工作座谈会集体审阅修订稿7.众多学术权威担任校对工作8.出版总署副署长亲自终审9.文革期间一次特殊的全国辞书品质评比六、有“上帝”就更有品质保障1.母鹅的“冤屈”2.种莲人的疑惑3.登门访谈献真情4.关于错误率为零的误解5.关于标点符号用法的争论6.《新华字典》与环保7.以人为本的“多开门”检索方法七、“凡有中国书籍的地方都有《新华字典》”1.走出国门的《新华字典》2.少数民族兄弟热爱《新华字典》3.沟通世界的桥梁八、商务印书馆最亮的名片1.“天下谁人不识君”2.从读者到出版者3.编辑——隐藏在背後的故事九、小字典影响大社会1.小字典，大外交2.班禅副委员长的艰难岁月3.文学艺术家的好伴侣4.语言学家也爱《新华字典》5.文革期间学者们的精神慰藉6.博士生通读《新华字典》7.《新华字典》征服红卫兵8.命运从这里拐弯9.文学作品的真人真事第五章 圣人的苦役一、探寻《现代汉语词典》的品牌之路1.前无古人，後无来者2.险遭灭顶之灾3.“开门编词典”4.“新生”与遗憾5.一边修词典，一边打官司6.做梦都在解词7.大红衣裳穿起来8.“体认”、“愿景”一夜走红的背後9.从《现汉》触摸历史10.《现汉》的读者缘二、平凡的故事，非凡的境界1.成个“家”哪有这麽容易2.躲进小楼成一统3.“编词典，我吃过苦头”4.被训哭了的资深编辑5.“我是来写封信的”6.卡片一族7.“我就是资料员出身”8.开“中药舖”的编者9.编词典，“要强调学习”10.三人行，必有我师11.《现汉》加了一个音节12.一名之立，论之再三13.为辞书受难的“圣人”们14.词典背後的“助产士”三、《现汉》精神——不能忘却的书之魂第六章 梧桐引凤，居高声远一、从“辞书荒”到“工具书王国”1.入学订书，毕业到手2.“七年规划”奠定基础3.“工具书王国”百花盛开二、沟通中外，努力书林1.历史回眸2.有秋收获仗群才3.矫矫兮云中之龙三、开路先锋，屡创第一1.首次法兰克福之旅2.版权卖给美国人3.开放潮涌机缘来四、绅士与儒商的化学反应1.有客自津来，不亦乐乎2.英语学习词典王冠上的明珠3.疑义相与析，携手谱华章4.投之以木桃，报之以琼瑶5.战略合作，志存高远五、珠联璧合的“异类”词典1.开创辞书新形式2.行政命令“压迫”出来的不菲收入3.异型渐成标准本4.投石问出新路六、中国书模走进蓝登书屋1.机场迎宾：A False Surprise(虚惊一场)2.你

<<品牌之道>>

“故伎重演”，我将计就计3. “全军出击”——24位教授齐“参战”4. 从“牡丹之乡”押运回京数十箱卡片5. “孤军奋战”——一个人五年的日日夜夜6. “百年”巨献七、从日商手中引进英语词典八、将地道英语进行到底九、“小语种”大合作1. 日语词典，“双名”政策得以实践2. 法兰西的热情3. 德国的“红宝书”现象4. 获俄罗斯专家好评的《俄汉大辞典》5. 西班牙语学者的人格魅力十、以点带面，实施“走出去”战略第七章 时代商务，时代脚步一、从计划走向市场二、为了维护品牌——收回《新华字典》租型1. 为了维护一个民族品牌2. “四个统一”3. 首创独家代理制4. 精选印厂，遍寻纸张5. 赤膊上阵，奋战三天三、自办发行——起步晚，起点高1. 从商务人的市场意识谈起2. 自办发行，时不我待3. 在关键的转型期4. 首秀订货会5. 成效源於改革四、每一次改变都面向市场1. 机构调整和创建——掌握市场的脉动2. 涵芬楼书店——为读者建造气质独特的精神家园3. 营销策划部——为市场而生4. 教育图书——放弃也是一种坚守5. 经济管理图书——开创我们的蓝海6. 教全世界说中国话7. 汇集最顶尖的辞书专家8. 从“人手一台电脑”到构建“四化商务”9. 从建设者到维护者的全方位角色10. 源於时代的每一次改变

章节摘录

第一章 文化的品格 一、奇迹源自信念 1.筚路蓝缕，木铎启路 甲午战争后国外资本陆续大规模进入中国，外国传教士纷纷在中国建立印刷机构。

1843年，英国传教士麦都士在上海建立了墨海书馆。

1860年，美国传教士姜别利在上海建立美华书馆。

外国传教士控制着中国的印刷出版业，直到1897年2月11日几名怀有一腔报国之志的排字工人集资创建商务印书馆，才结束外国传教士一手遮天的局面。

商务印书馆的创立标志着中国现代出版业的开端。

商务印书馆创办之初，不仅面临严重的资金压力，还处于外国传教士所创建的出版印刷机构的层层包围之中。

据不完全统计，到20世纪初，外国传教士在华建立的印刷出版机构达70余处。

传教士出版机构占据了出版的大半壁江山。

其中生产规模较大的印刷出版机构，如美华书馆、广学会、修文馆、墨海书馆、申报馆、捷报馆等，均集中于上海一地，上海成为近代出版业的中心。

商务先贤们的创业真可谓筚路蓝缕，木铎启路。

商务印书馆的创立和早期发展，除时代所赋予的机遇外，完全得益于创业者自身的条件和素养，他们齐心协力、艰苦卓绝的奋斗精神，以及“昌明教育，开启民智”的民族责任感和使命感。

这几名排字工人名叫夏瑞芳、鲍咸恩、鲍咸昌和高风池，他们白手起家，所以资金问题成为创业的首要困难。

最初的集资过程也颇为曲折，最大的股东也就认购了两股，计洋1000元；其他股东出资500元（一股）或250元（半股）不等，数目虽小，都是向亲朋好友处东借西凑而成，筹集实属不易；最后终于筹得3750元作为创业资金。

为了购置所需设备，所有3750元的资金几乎全部用完。

.....

<<品牌之道>>

编辑推荐

商务印书馆是迄今为止中国出版业唯一的百年品牌，被称为中国近现代文化史上的奇迹。《品牌之道:商务印书馆》透过《辞源》、《汉译世界学术名著丛书》、《新华字典》、《现代汉语词典》和《牛津高阶英汉双解词典》等中国著名图书品牌的实例，以及商务印书馆顺应时代潮流，在改革开放的新形势下，从计划走向市场的进程，生动地讲述了许多鲜为人知的感人的品牌的故事，从某一视角深刻地揭示出商务印书馆百余年尤其是改革开放30年来的品牌经营之道。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>