

<<中国书业年度报告>>

图书基本信息

书名：<<中国书业年度报告>>

13位ISBN编号：9787100090698

10位ISBN编号：7100090695

出版时间：2012-5

出版单位：商务印书馆

作者：孙月沐

页数：380

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>

<<中国书业年度报告>>

内容概要

《中国书业年度报告(2011-2012)》(作者孙月沐)包括了不能眼睁睁看着实体书店一个个倒掉；新华发行集团转折与博弈；2011实力版图三大出版产业格局；最新出版数据凸显产业大势；2011新媒体5大主力等内容。

本书适合从事相关研究工作的人员参考阅读。

<<中国书业年度报告>>

书籍目录

前言：拓展二元书业时代的现实空间

第一编 年度专题 叩问实体书店命运

第1章 沪杭可为，各地何为？

第2章 不能眼睁睁看着实体书店一个个倒掉

第3章 民营实体书店：艰难的一年

第4章 实体书店不能从数字时代开始算命

第5章 连锁书店走衰，英美独立书店再现开店潮

第6章 英美独立书店攻略

第二编 年度书业大势大事

第7章 2012高端调查披露：书业在涨声中寻找突破

第8章 2011中国书业之“最”大搜索

第9章 2011中国书业大势大事

第10章 出版集团“十二五”四大关键词

第11章 新华发行集团转折与博弈

第12章 报刊改革推高资源整合新预期

第13章 十年国际巨头悄然织网布局中国

第14章 2011民营书业观象

第15章 2011书业7大营销趋势

第三编 年度书业焦点热点

第16章 教辅出版新政“控”字当头

第17章 原创教材社坎坷维权，授权教辅理念日渐普及

第18章 新课标修订影响几何商机几何？

第19章 电子商务集结图书网购用意何在？

第20章 六问数字出版基地建设“要害”

第21章 出版传媒股想象空间还有多大？

第22章 数字分销：瓶颈与突破

第23章 电子课本：试点容易推广难

第24章 “阅读城市·城市阅读”聚焦阅读推广新平台

第四编 年度书业细分行情分析

第25章 2011实力版图三大出版产业格局

第26章 2011年出版企业行动大搜索

第27章 2011年18大出版风潮

第28章 2011年馆配市场：走势看涨与伤不起的价格战

第五编 年度书业数据

第29章 最新出版数据凸显产业大势

第30章 中国出版业“十一五”数据大盘点

第31章 中国书业五年市场大格局

第32章 全国出版集团三年零售市场分析

第33章 全国十省市城镇老年人阅读独家调查

第34章 2011年中文图书馆配市场概析

第六编 年度传媒新媒趋向

第35章 平板杂志：2011新势力

第36章 电子杂志：平台遇阻，应用趋热

第37章 回望5年期刊版权路

第38章 期刊零售亟须质变

<<中国书业年度报告>>

第39章 团购网站中国满岁

第40章 互联网进入“移动”时代

第41章 中国互联网的前10年和后10年

第42章 2011新媒体5大主力

第七编 年度华文与世界出版

第43章 2012海外及港台大腕预言国际暨华文书业走向

第44章 国际出版并购青睐新技术基因

第45章 从巴诺、瓦特斯通两个样本看连锁书店未来

第46章 香港中文图书2011年稳中微升

第47章 2011台湾图书市场风向扫描

后记

<<中国书业年度报告>>

章节摘录

易文飞认为，国内平台遇到的主要问题还是内容资源，电子书真正的价值在于它是一本或很多本“书”，内容资源是衡量一本电子书价值的最重要维度。

内容资源的挑战又来自于内容够精、数量够多、匹配够好，这几方面合在一起，对内容的要求就成为“合适的、好的、足够多的内容”。

童之磊也表示平台商发展要突破的瓶颈主要在于：一是如何找到最合适、最优秀、最广泛的内容资源；二是怎样将最合适、最优秀、最广泛的内容投入给最合适、最有需求的客户。

不同的客户有不同的内容资源需求，平台商需要不断挖掘客户更深层次的需求，这与传统书业发行渠道里“为读者找好书，为好书找读者”的理念完全一样。

在满足客户需求、寻求内容和客户的匹配上，目前国内的众多数字渠道分销商还有许多工作要做。

赵舸则举例说明了优质内容对数字出版的重要性，最近番薯网首发了安妮宝贝的电子书《春宴》，引起了业内关注，一方面在于电子书定价为19元，远高于一般电子书，事实上，对于高品质作品，其版权运营、发行推广等成本都相当高。

尽管定价高，其销量仍然很好并且保持增长。

图书网上首发电子版也预示着越来越多的优质内容开始认可数字分销渠道。

谈及该问题的解决，易文飞认为，关键在于产业链上游能以更开放的心态释放优质资源给下游，可以有独家授权，但更多的应该是多渠道分销，这样会增强上游对于回报的信心。

而就当当网电子书平台而言，将以公平的分成模式，用实际回报来说服出版商，让他们看到数字出版的前景，看到当当网作为电子商务平台的销售能力，同时为内容提供商拓展更多的渠道，使内容价值更加充分的实现，也为用户提供更完整的阅读体验。

童之磊表示要解决平台商遇到的困境，一是寻找并建立适合自己的商业模式，只有建立持续稳定成规模的商业模式，才能给内容合作伙伴足够的动力去源源不断地提供内容；二是建立强大的运营系统，面对海量用户和海量内容，只有通过精确化的运营，才能使用户和内容建立精确对应，让读者在最合适的时间，以最合适的方式获得最合适的内容。

.....

<<中国书业年度报告>>

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>