

出版广角

VIEW ON PUBLISHING

中国出版产业观察期刊



第二届全国期刊奖百种重点期刊

2016中国最美期刊

中文核心期刊

中国知网 (CNKI) 来源期刊

中文社会科学引文索引 (CSSCI) 来源期刊



P10 特别策划

打造童书品牌，引导儿童阅读

P19 新观察

出版业出资人制度与主管主办制度衔接的创新性策略探讨

P38 产业

VR技术：传媒数字化发展的新路径

6—2017年
月下总第294期

邮发代号：48-84

ISSN 1006-7000



品质：打造少儿图书品牌的核心要素

——以接力出版社的品牌塑造为例 / 郭玉婷 唐玲

特别策划

P06

品牌打造的核心是对品质孜孜不倦地追求，这是企业立于不败之地的法宝。但品牌的建设不是一蹴而就的，它需要长期的积累与积淀，需要出版企业树立理念、凝聚力量、创新机制、规范管理、打磨细节和塑造情感，需要管理者和员工的共同努力。

如何占领消费者心智

——童书品牌定位的形成机制分析 / 赵朝峰 陈苗苗

特别策划

P13

品牌定位形成过程是多种因素共同作用的结果，如果童书出版者能更多汲取营销学、消费行为学的理论指导，将注意力在选题酝酿之初就转移到家长消费者的心智模式中，同时广泛调研现实资源、市场容量和竞争对手，就更有机会打造出品牌。当然，这种转变其实是脱胎换骨的。

特别策划

- 06 品质：打造少儿图书品牌的核心要素
——以接力出版社的品牌塑造为例 郭玉婷 唐玲
- 10 打造童书品牌，引导儿童阅读 秦文剑
- 13 如何占领消费者心智
——童书品牌定位的形成机制分析 赵朝峰 陈苗苗
- 16 童书品牌的平台化建设 周亚丽

新观察

- 19 出版业出资人制度与主管主办制度衔接的创新性策略探讨 刘干桂
- 22 论如何使用创新语言讲好中国故事
——以“漫画中国”项目为例 魏诺
- 25 网络搜索服务的竞价排名模式与付费搜索信息管理 张龙

产业

- 28 纸质教材的数字化未来探析 张培华

- 32 《著作权法》修订视角下 3D 打印技术的版权障碍及立法探讨

万灵娟

- 35 图书馆数字出版转型困境及前景展望

王瑞存

- 38 VR 技术：传媒数字化发展的新路径

马立军 朱恺丽

报刊

- 41 融媒体下，报纸如何生存突围 胡雪飞 胡澜

- 44 抗战时期《新华日报》在桂发行的媒体功能初探

尹力 梁颖涛

实务

[编辑实务]

- 46 浅谈《毛泽东读书笔记精讲》的出版意义与价值 唐柳娜

- 48 文化创新背景下如何提升艺术出版物的原创力 李伯娟

- 51 “互联网+”时代青少年数字化读物发展的策略研究 丛荣华

[营销实战]

- 54 民营书店非书经营模式探索 支磊

论如何使用创新语言讲好中国故事

——以“漫画中国”项目为例 / 魏诺

新观察

P22

在“一带一路”的远大构想中，深挖我国对沿线国家的文化输出潜力，充分利用当地阅读习惯及文化氛围，推动文化“走出去”，是国家战略下出版行业迎来的新机遇。在这个前所未有的良好环境下，如何讲好中国故事，如何在策划工作中努力实现创新，是出版人应当思考与探索的课题。

网络搜索服务的竞价排名模式与付费搜索

信息管理 / 张龙

新观察

P25

加强网络用户权益保障是我国互联网产业健康发展的必要条件。新颁布的《广告法》与《互联网广告管理暂行办法》已经从法律层面对网络用户权益保护提出明确要求，对搜索引擎服务的竞价排名模式也进行了规范，这为未来我国搜索引擎服务企业的发展提供了法律保障，也使网络用户的权益保护真正落到实处。

57 基于云数据资源驱动下图书馆信息化管理模式的升级

邢士民

60 多模态儿童绘本的读者阅读认知调查研究 陈俊 刘玉君

新传媒

63 “5W”传播模式视角下导购类APP网络传播策略研究

——以楚楚街为例

干喆

66 电视剧IP生态链：品牌借势营销的新思维 张岩

69 《中国诗词大会》的主流文化传播模式与价值实现 陈硕

学研

72 论全媒体环境下新闻人才的培养及路径 金琛

75 1949年以来澳大利亚重要作家作品的汉译与出版回顾 程珊珊

78 国内MOOC研究的回顾与展望

——2012—2016年CSSCI与中文核心期刊文献数据分析

李静 李新房

全民阅读

[专栏]

81 不可思

半夏

[阅读观察]

84 朱雀城中的生命意识

——读黄永玉《无愁河的浪荡汉子·朱雀城》

王玉凝

85 一部启发出版人互联网思维的力作

——评《如何提高编辑力》

刘好

88 图书史学研究价值与出版的现实意义

——评《丝绸之路：一部全新的世界史》

陈浞利

91 《薛定谔之猫》的译介与出版价值评析

焦君怡

[书架]

95 书架

资讯

96 资讯