

《国际出版业发展报告》

图书基本信息

书名：《国际出版业发展报告》

13位ISBN编号：9787506827911

10位ISBN编号：7506827913

出版时间：2012-7

出版社：郝振省 中国书籍出版社 (2012-07出版)

作者：郝振省 编

页数：540

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《国际出版业发展报告》

内容概要

《出版产业蓝皮书系列:国际出版业发展报告(2010版)(国际出版蓝皮书)》讲述了2012年伊始,新闻出版总署颁发了《关于加快我国新闻出版业走出去的若干意见》,强调“实现对重点国家和地区新闻出版市场情况的动态了解;强化对国际文化市场、主要国家文化政策和国际重点新闻出版企业的研究”。为此,中国新闻出版研究院对“国际出版蓝皮书”在内容、形式方面不断创新,推出了《出版产业蓝皮书系列:国际出版业发展报告(2010版)(国际出版蓝皮书)》。

书籍目录

第一篇主报告 动荡与重塑——解析2007—2010年国际出版业发展趋势 一、2007—2010年国际出版业的发展所处的环境 二、2007—2010年国际出版业的发展概况 三、后危机时代下国际出版业的重塑与价值提升 第二篇研究成果 美国出版业发展报告 一、出版业发展背景 二、图书业发展状况 三、期刊业发展状况 英国出版业发展报告 一、出版业发展背景 二、图书业发展状况 三、期刊业发展状况 法国出版业发展报告 一、出版业发展背景 二、图书业发展状况 三、期刊业发展状况 德国出版业发展报告 一、出版业发展背景 二、图书业发展状况 三、期刊业发展状况 俄罗斯出版业发展报告 一、出版业发展背景 二、图书业发展状况 三、期刊业发展状况 日本出版业发展报告 一、出版业发展背景 二、图书业发展状况 三、期刊业发展状况 韩国出版业发展报告 一、出版业发展背景 二、图书业发展状况 三、期刊业发展状况 第三篇业界观点 金融危机与经济衰退对美国图书出版业的影响 一、危机对图书出版行业的影响 二、出版商应对萧条和变化的市场 三、危机对零售企业的影响 美国期刊：挑战与机遇并存的五年 一、美国期刊概况 二、消费类期刊编辑选题趋势 三、读者概况 四、期刊的发行情况 五、广告业务的发展 六、数字出版 七、小结 美国数字内容产品分销模式研究 一、引言 二、美国数字内容分销系统结构分析 三、直接销售模式 四、一级渠道分销模式 五、多级渠道分销模式 六、结语 英美数字出版市场发展趋势及特点 一、英美数字出版基本概况 二、英美数字出版市场发展变化情况 三、数字出版发展中的几个突出特点 2010年英国图书出版业市场报告 一、国家篇 二、行业篇 三、国民阅读推广 四、消费者阅读习惯与消费行为的变化 五、未来21世纪第一个十年的法国图书 俄罗斯中国内容图书的供应状况分析 一、纸质图书：俄罗斯中国内容图书的绝对主角 二、非文学类图书：实用性图书占半壁江山 三、古旧书：比重较大，但是缺货严重 四、文学类图书：中国作品凤毛麟角 五、汉语类图书：以语言教科书、古旧书为主 六、数字图书：数量很少 七、古董图书 八、中国内容的图书受关注情况分析 九、实体书店调查 十、结论和预测 日本农村阅读调查2010 一、综合阅读率、杂志阅读率的调查结果 二、杂志、图书的阅读情况 三、正在阅读的杂志、图书的排名情况 四、阅读杂志、图书的目的或理由 五、杂志和图书的购买、借阅及获取方式 六、月平均购买书本的费用 七、读者喜爱的作家的排名情况 八、接触媒体的时间 九、网上读物的阅读情况 十、使用电子阅读器的电子图书阅读状况 日本图书出版走出去资助基金分析 一、日本图书出版资助基金体系分析 二、日本图书出版资助基金来源分析 三、日本图书出版走出去资助基金体系对我国的启示 非洲网络出版特征及其与东非饥荒、北非颜色革命关系 一、非洲网络出版之三个不同发展水平的区域及其特征 二、非洲网络出版在全球网络时代的位置 三、北非网络出版与颜色革命浪潮关系初探 国际科技期刊出版发展趋势及其启示 一、国际科技期刊出版领域的数字化趋势 二、国际科技期刊出版领域的全球化趋势 三、国际科技期刊发展趋势的启示 国际学术期刊出版之浅见 一、学会期刊出版 二、国际出版巨头是学术期刊出版的主力军 三、国际学术期刊出版空前繁荣，挑战多多 国外学术期刊出版的开放存取发展和存在的问题 一、期刊的开放存取 二、开放存取的发展历史 三、国外开放存取出版的现状 四、开放存取相关各方面观 五、有关开放存取出版的争议和问题 六、结束语 数字出版业发展态势与经营策略研究 一、数字出版产业现状 二、数字出版产业链条分析 三、数字出版业的发展态势 四、数字出版业的经营策略

章节摘录

版权页：插图：2008——2009年德国对欧洲市场的版权输出项目每年减少1000~1500项左右特别是一些传统合作伙伴从德国购进版权数量日益减少，如2009年西班牙从德国购进版权357项，同比减少12%，较2007年减少近40%，意大利从德国购进版权320项，同比减少30%，较2007年减少近50%，法国从德国购进版权253项，同比减少18%，较2007年减少超过50%。与中东欧国家的版权贸易约占德国版权贸易总量的四成左右。但是近年来德国与中东欧的重要合作伙伴版权贸易数量也有所缩减，如向乌克兰输出版权由2007年420项降至2008年359项，向捷克输出版权由2007年680项降至2008年558项，向波兰输出版权由2008年784项降至2009年524项。亚洲市场占德国版权贸易总量的两成多。2008年德国向亚洲国家输出版权1514项，同比增长74%，但与2006年1755项仍存在差距。中国是德国在亚洲最重要的版权贸易伙伴之一。2008年德国向中国输出版权599项，打破了在2003年594项的记录值，2009年较上一年减少百余项，为491项。2009年德国向韩国、日本输出版权分别由448项降至402项，由150项降至113项。美洲市场在德国版权贸易中所占份额不大，2008年仅为5.5%，德国向美洲输出版权共计419项。2008年德国向巴西输出版权178项，同比增长14%，在美洲市场排名第一，巴西大型图书馆计划是两国版权贸易持续发展的原因所在。2008年美国排名第二，德国向美国输出版权由上一年的192项降至143项，2009年数量继续下滑，降至113项。近年来，阿拉伯语市场发展较快。2009年德国向该地区输出版权由31项增至168项，所占份额由0.4%升至2.7%，阿布扎比书展促进了德国与该地区间的版权贸易。

《国际出版业发展报告》

编辑推荐

《出版产业蓝皮书系列:国际出版业发展报告(2010版)(国际出版蓝皮书)》主要涉及美国、英国、法国、德国、俄罗斯、日本、韩国等七个国家的图书与期刊出版业2007和2008两年的发展状况及相关统计数据。

章节试读

1、《国际出版业发展报告》的笔记-1

降低预算，裁员，倒闭，下滑，成为国际出版业发展的热词，文学儿童经济成为图书出版的热门主题。

在遭遇动荡、接受变革之后，无论是出于其引导社会文化思潮的公共属性，还是出于其顺应环境求得生存发展的产业属性，出版行业都需要在新的时代背景下走上重塑的进程。正如投资界名家索罗斯说的那样，“经济无法恢复到过去，这次调整，将不是正常的经济周期，而是一种根本性的系统重建。”在变更理念、革新模式、重新洗牌、适应市场的过程中，国际出版业终于进入了真正的、根本性的数字化重塑阶段。数字技术的持续创新与变革，以及阅读环境的变化，直接推动国际出版业走向产业和结构调整和发展模式更新。

环境：经济环境。政策法律。技术发展。社会环境（阅读环境，过敏阅读状况，公共文化需求，教育市场）

在全球金融危机的拷问下，传统出版业和数字出版业的命运截然不同——前者是压缩生产、销量下降、实体渠道集体唱衰，实物贸易相应萎缩；后者是产品数量激增，投送渠道多样，企业整合积极，产业融合活跃。

在美国，包括按需印刷图书在内的数字图书出版种数在2006年-2010年间增长了126倍，达到了近280万种，是传统图书的近9倍。

ipad被称为杂志业的救世主，《时代》《GQ》《名利场》《连线》《纽约客》等先后推出ipad版，但据统计，发行量是先扬后抑。

学术期刊方面买菜去数字形式出版在很多国家已经成为一种常态，国际上很多著名学术期刊都出版了优先数字出版期刊。而是开放存取的盈利模式逐渐成熟。

硬件设备生产商、内容生产商、网络运营服务商、通讯运营商、终端运营商、销售商、平台服务商等新的身份代替了传统的出版社、批发商、零售商的身份界定，既表明传统出版产业外力量对数字出版产业的渗透，也体现了传统出版身份的统合和扩展。在作为中游链条的数字内容分销领域，不同规模，不同背景的公司都在从事相关经营活动。

数字内容产品消费形式多样，仅电子版图书就有网络连载、全片下载、分章节下载、数据库捆绑销售等多种零售方式，电子期刊更是采取“内容+广告嵌入”的互动传播方式。如何在复杂的发行消费形式中实现真实有效的检测，为数字内容收入分配提供及时可信的依据是数字内容出版者面临的又一难题。

谷歌宣布搭建全球最大的数字图书馆的计划，引起出版界公愤，2005年美国作家协会与美国出版商协

《国际出版业发展报告》

会向谷歌提起集体诉讼，2008年10月，谷歌公布了其与美国作家协会和美国出版商协会达成的和解协议。

除了作者、出版商、消费者以外，美国数字内容产品分销系统的核心成员既包括出版商销售机构、批发商、代理商、零售商等传统分销机构，也包括集成商、按需印刷商和自主出版商等新型中介机构。核心之外，美国数字内容产品分销系统还包括为数众多的辅助机构，如网络服务接入商、软件开发商、电子书等设备制造商、出版物格式转换商、广告商、咨询商等，为美国数字内容产品与服务的分销乃至整个数字内容产业发展提供支撑服务。

美国数字内容分销系统各个成员机构非常突出的特点是功能的多样性和拓展性。以亚马逊为例，它是全美电子书和有声书最大的零售店，但是她的资助出版和按需印刷平台create space向内容产业的上游延伸，成为内容资源的生产者，它制造kindle阅读器成为硬件设备制造商，它的子公司Mobipocket开展移动电子书市场的批发业务……

美国许多数字内容分销商在分销系统中往往身兼数职，无论其位置还是角色都并不是固定的。此外，其交易方式也不再是简单的买进卖出，而是包括买卖、订阅、出租、授权存取等多种形式。

美国数字内容产品分销模式分为三种：直接销售模式（生产者不经过任何中间环节将数字内容产品直接销售给最终用户），一级渠道分销模式（数字内容生产者直接供货给销售中介机构）、多级渠道分销模式（生产者通过两个以上的代理商、批发商或者经销商等中介机构将数字内容产品传递至零售商直至最终消费者手中）。

美国数字内容产业的领先地位在很大程度上得益于其发达的分销系统。其中特别值得关注的是，由于减少中间环节能够减少各种成本和费用，而新型数字技术使得短渠道甚至直接渠道模式成为可能，所以一般容易认为数字出版业应该尽量缩短渠道的长度。但是，美国数字内容分销实践告诉我们，长渠道仍然有其存在的巨大价值。因为在信息过载的网络时代，产业链必须能够有效地放大出版物信息的传播范围，以便读者发现出版物产品和服务。

2、《国际出版业发展报告》的笔记-3

电子书受关注的原因

价格优势。容易找到。作为礼物。

特点：

电子出版物与实体书保持较高的相关性。

电子书和电子期刊界限趋于模糊

电子书节约对数字出版影响难料

出版商与作者、分销商关系发生深刻变化

对作者办税管理更为复杂

按需印刷为书店带来新机会

《国际出版业发展报告》

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:www.tushu000.com