第一图书网, tushu007.com

<<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

出版时间：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

第一图书网, tushu007.com

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。

<<品牌之道>>

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.汉译名着重振馆威二、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.“ 有千年的着作，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.承前启後的里程碑式人物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.关於错误率为零的误解5.关於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.有客自牛津来，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：AFalseSurprise(虚惊一场)2.你

“ 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中国出版的大半壁江山。
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。
　　……

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》、《汉译世界学术名着丛书》、《新华字典》、《现代汉语词典》和《牛津高阶英汉双解词典》等中国着名图书品牌的实例，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。

第一图书网, tushu007.com

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