

《读者文摘》破产内幕

美国时间8月17日,曾经是全美发行量最大的杂志《读者文摘》,静悄悄地宣布申请破产保护。此后一周时间,除了最初新闻之外,甚少媒体跟进报道,人们似乎已经忘记,在过去80年里,《读者文摘》曾是他们生活中多么重要的部分。

没看见杂志,先看见官司

1981年之前,中国老百姓听说过“读者文摘”这个名字的人不多,实际看到它的人更少。这里所说的《读者文摘》,是来自美国的英文杂志。

其实,美国《读者文摘》在上世纪80年代,已在全球多个国家推出了当地版。1965年,《读者文摘》推出国际中文版,清林语堂先生的次女林太乙担任主编。林太乙女士崇尚朴实的文风,才思敏捷,中英皆通,曾请三毛、梁实秋、张晓风等作家为杂志撰稿。但由于简体版繁体版均未在大陆引进,所以中国内地的人们看到的国际中文版《读者文摘》并不多。

最初创办中国《读者文摘》的是甘肃人民出版社科技室的两位编辑胡亚权和郑元绪,他们的想法一开始就瞄准了美国《读者文摘》。新杂志从文摘选题到风格把握,无一不脱胎于美国《读者文摘》,甚至名字也一般无二。

上个世纪80年代末到90年代初期,中国几乎没人不知道《读者文摘》。改革开放刚刚开始的那些年,中国人对知识和文化有强烈的渴求,创刊于1981年的《读者文摘》,正好填补了这种空缺。当时,国内几乎没有文摘类杂志,更少有媒体引进国际文化生活题材。《读者文摘》没有竞争对手,因此,它从问世起销路就一路看涨。

但美国《读者文摘》出版集团一直积极寻找机会打入中国内地,1982年,《中华人民共和国商标法》刚刚出台,美国《读者文摘》就在中国注册了“读者文摘”这个刊名,并获审批通过。此后,美国《读者文摘》多次通过各种渠道,质疑中国《读者文摘》刊名的合法性,并要求其停止转载美国《读者文摘》的文章。

中美两国《读者文摘》的版权官司在1993年以美方胜诉告终。此后直到2008年初,美国《读者文摘》中文版才正式进入中国内地。而这



美国《读者文摘》中文版《普知》

中国本地大众文化生活类杂志《读者》

中间的15年里,《读者文摘》改名为《读者》后,多年一直保持总体上升的销售业绩。

美国《读者文摘》渐趋衰落

改名后的《读者》发展顺利,一直被誉为“中国人的心灵读本”;而同一时期,美国《读者文摘》却渐趋衰落。

美国《读者文摘》由参加过一战的美国老兵德威特·华莱士在1922年创办。华莱士首创“文摘”模式,初期以几乎零采编成本创办了杂志;创刊之初,《读者文摘》的编辑工作量非常大,每人每月要阅读500份左右各类报刊,华莱士制定了轮换编辑制度以保证稿件质量,并要求编辑们选稿之前,必须自问:它是否值得读者思考和讨论?它是否值得大多数人关注?《读者文摘》走上正轨之后,他坚持给予采编人员高福利待遇以留住人才。

大部分时间里,华莱士是一个善于理解别人需求的人。上世纪20年代美国经济危机后迎来经济泡沫时代,华莱士看到了当时的美国人身上同时存在着物质享乐与精神提升两种需求。人们浮躁、空虚,没有时间阅读,华莱士为他们提供了简短精悍的缩写摘编文章;人们力图从颓靡中挣扎出来,华莱士的文章又总是洋溢着乐观、天真、向上的气氛,始终认同并鼓励人们恪守传统的美国价值观。

从上世纪20年代一直到90年代中期,《读者文摘》一直是美国家庭最爱的休闲读物。然而,从上世纪末开始,《读者文摘》的广告量、发行量和口碑不断下降。《读者文摘》现任主编Mary Berner曾这样比喻:“《读者文摘》有点像早期的搜索引擎。”然而,当世纪之交整个世界逐渐进入互联网时代时;当美国人特别是美国青少年能够利用网络获取最快捷、最新鲜的资

讯时;当美国新一代家庭主妇(中产阶级)的学历越来越高,越来越倾向于智性交流时;当美国社会越来越多元化,人群需求越来越细化时;当《读者文摘》已有87岁高龄,最初的忠实读者群逐渐流失时……纯粹而甜美的心灵鸡汤是否还能找到愿意接受它的那只碗?

2007年初,Mary Berner成为《读者文摘》的CEO,尽管也做出了版式设计等方面的改革,但Mary Berner和她的前任们似乎一样,都坚持《读者文摘》不能报道政治人物、明星以及有争议的事件,并认为转型后的《读者文摘》也应该依然是一本“能供整个家庭一起阅读”的刊物。

事实证明,坚持其“独特之处”的《读者文摘》,在美国本土终于没能独特下去。在实行了裁员,延长员工无薪休假,减少出刊期数等措施之后,它在美国的发行量依然从巅峰时期的1800万本,降到600万本以下。在负债高达22亿美元之后,它申请破产保护,并决定以股权抵债,逐渐交出控制权给债权人。

《读者文摘》中文版登陆中国内地

2008年1月8日,《读者文摘》中文版终于登陆中国内地,命名为《普知》。当时曾引发热烈猜测:《普知》是否会抢了《读者》的风头?一年半过去,这个话题再也无人提起。事实表明,一开始就定位于精英知识分子阶层,定价12元的《普知》,与提价后半月刊价仅为4元,选题多贴近中国普通百姓生活状态,并细分有原创版、乡土版等子刊的《读者》相比,其竞争力无法比拟。它的通俗和驳杂无法满足真正精英的需求,其貌似高高在上的架子又无助于拉近与普通民众的距离。

在《读者文摘》宣布申请破产保护之后第二天,《读者文摘》中国地区总经理史永强发表声明:“中国地区的业务既如往常,公司对待员工、供应商和合作伙伴的方针策略没有丝毫改变。”看起来,虽然美国本土经营情况不理想,但《读者文摘》对其海外业务仍然颇为重视。但媒体观察家们普遍抱持悲观的态度,认为《读者文摘》在经营上无法成功转型,不能在新技术时代找到切合时代需求的表达形式,出局理所当然,所谓的金融危机、投资泡沫,并非本质原因。

摘自《南都周刊》

郑州最大的消费资讯互动平台;《郑州晚报》、《通通有》消费指南、中原网互动传播,一次投入,三种发布渠道,全面提升广告投放价值;24小时广告刊登热线:63399000 67655128

大相国寺皇家佛饼 不一样的月饼

大相国寺“皇家佛饼”,新中华诞60年从国宴贡品走向民间,是中国首个皇家佛饼,中国首个祈福月饼,内含中国《吉祥经》,融收藏、美食、寓意、祈福于一体,代表了中秋大礼的最高水平,更体现了送礼和收送者的双重身份和地位

每盒均结缘赠送大相国寺精工装裱设计的吉祥经一幅,更有吉祥如意,祈福平安,招财进宝之蕴涵,有绝对收藏价值,放在家里保平安,挂在书房显吉祥!

皇家佛饼团购热线: 13783475288 13733180788

长城汽车 炫丽 CVT 无级变速版登场

6速手自一体 比手动挡还省油

炫丽 CVT 无级变速版登场

炫丽 CVT 无级变速版 VVT 动力与 CVT 无级变速完美匹配的高科技含量轿车,燃油经济性出色,驾乘更平顺舒适,排放轻松达到欧IV标准。

CVT 顺畅舒适 乐趣无穷

- 比利时进口的PUNCH无级变速器,综合性能优于同级AT、MT车型;
- 变速过程平顺,无顿挫感,驾乘提升舒适度;
- 带6速手动模式,多种驾驶模式设定,如运动、经济、雪地等;
- 获得动力与燃油经济性最佳平衡,提高燃油经济性;
- VVT 高低转速 节能环保
- 低速可变气门正时技术;
- 炫丽动力输出直道1.6L车型;
- 综合多项尖端科技,兼顾城市与高速道路性能;
- 60km/h 等速油耗仅为4.2升,排放满足欧IV标准。

2009年9月1日-9月30日期间,凡教师或从事教育事业单位工作者,凭教师资格证或单位证明购买任何一款炫丽轿车均可享受4000元优惠。

河南瑞华长城旗舰店 0371-63663888/63663999
旗舰店地址:郑州市中州大道与连霍高速交汇处向北1000米路西

北环专营店 0371-88883737/88883738
展厅地址:郑州市北环路中段江山汽车广场

中博卖场 0371-66077758
卖场地址:郑州市郑汴路中博汽车广场

网址: http://www.gwm.com.cn

合众品牌品质 自主品牌价格

真相 木桶饭

专业承接大中型会议餐、团体餐

订餐电话: 63317711 63317733 (经三店)
66661133 转1或2 (科技店)

网上订餐: www.wgzxmtf.com

客服电话: 63287199

您办公桌上的美食 健康·快捷·美味

好产品货真价实

——金门饼家真情不改 品质不变

中秋节越来越近了,金门饼家凭借货真价实的产品让消费者成为金门饼家最忠实的“粉丝”! 价实。笔者走访市场仔细观察比较发现,金门月饼价位合理,无虚头,不打折,直接让利给热爱它的消费者。金门饼家一款售价200多元的月饼,市场上有一款与其基本同样的包装、内容配置相当,零售价却标到500-600元,价格是金门的二倍。金门饼家一款售价100多元的月饼(内容基本相同),市场上标价300-500元,价格是金门的几倍。与金门饼家售价几十元月饼相比,市场上标价上百元。可以不客气地说,市场上很多定价虚高的月饼是高标价、大折扣,上市就打折,这样做对顾客很不公平。

货真。金门饼家始终坚持使用纯天然天然配料,如白莲月饼,采用纯正的一级湘莲子,湖南的灵山秀水孕育出的优质白莲,色泽红润,颗粒均匀,形状像颗颗饱满的珍珠。而金门蛋黄月饼,采用的必是洪湖地区的咸蛋黄,吃着洪湖水里天然鱼虾长大的洪湖鸭子下的鸭蛋,蛋黄大而多油,色泽金黄,咸、香、沙,口感非常地道。港式香芋豆,采用优质的小红豆,制成馅料后还能保持那种颗粒感,与一般的豆沙月饼是截然不同的感觉。还有采用天然玫瑰做成的月饼,带着浓郁的玫瑰香味,是滋补养颜的上乘之作!虽然原料成本比较高,但是他们并没有虚标高价,还是比较实在的。

由于金门饼家的名气较大,近几年临近中秋节时年年供不应求,有些月饼厂家模仿金门饼家的名称,甚至有傍金门饼家的现象,在此提醒广大消费者:购买时一定要到金门饼家专卖店。

订购电话: 0371-65831036 65831009

合作加盟 携手共赢

通通有公司业务: 一为独家总代理《郑州晚报》分类、专栏、题花、中缝、周六工商等广告; 二为投资经营《通通有》生活手册、通通有网站 www.totoyou.net、报刊高端展示网,推行跨媒体、跨区域互动经营的战略发展模式,致力于“打造中原第一实用资讯互动媒体”服务平台。

现诚邀广告公司、广告人、代办点加盟合作 诚聘: 房产、汽车、家装广告文案策划、客户主任、业务精英

招商电话: 63330283 63399000 地址: 郑州市紫荆山路与商城路交叉口金成国贸大厦1610-11室

北京祥聚斋 郑州办事处

送的有面子,吃的有品位!

北京人民大会堂(祥聚斋)国宴月饼

招地市经销商, 欢迎团购!

热线: 66291158 66291123 1393900060

诚招卖场: 超市、酒店、餐厅、休闲场所、烟酒饮料店、礼品特产店.....

地址: 裕鸿花园 D座13A 紫荆山路与东大街交叉口南30米路西

聘有人脉关系和销售渠道的人士加盟! 聘毕业大学生和下岗职工做促销工作!