

中国“白酒金三角”的核心价值及其构建

雷 蓉,胡北明

(四川理工学院经济管理学院,四川 自贡 643000)

摘 要: 中国“白酒金三角”是川黔两省联合打造的白酒产业的区域品牌,其目标是要形成中国白酒的“波尔多”。深厚的文化积淀、独特的酿造工艺、优质的生态环境、强势的品牌集群共同构建了这个区域品牌的价值基础。进一步分析了中国“白酒金三角”区域品牌的核心价值及其构建对策,指出“爱国、创新、忧患、和谐的民族精神”应成为这个区域品牌的核心价值。

关键词: 白酒金三角; 核心价值; 民族精神

中图分类号: TS26;F27

文献标识码: D

文章编号: 1001-9286(2012)09-0017-05

Research on the Core Value of China Liquor Golden Triangle and Its Construction

LEI Rong and HU Beiming

(Economics and Management Department of Sichuan University of Science & Engineering, Zigong, Sichuan 643000, China)

Abstract: China Liquor Golden Triangle is a regional brand in liquor-making industry supported by Sichuan and Guizhou. The goal is to develop the Bordeaux of Chinese liquor eventually. The profound cultural heritage, unique liquor-making technology, high-quality ecological environment, and the cluster of famous liquor brands have laid strong base of brand value in this region. In this paper, the author analyzed the core value of China Liquor Golden Triangle and its construction measures and proposed that “patriotic, innovative, vigilant, and harmonious national spirit” should be the core values of China Liquor Golden Triangle.

Key words: China Liquor Golden Triangle; core value; national spirit

四川和贵州作为我国白酒产业的龙头大省,是浓香型和酱香型世界顶级白酒的发源地及固态蒸馏白酒高端品牌的集聚区。川黔地区得天独厚的自然禀赋孕育了该区域白酒卓尔不群的神韵品格,两地别具一格的历史人文催生了白酒与众不同的酿造工艺,集中代表了中华酒文化的底蕴风采。在长江、岷江和赤水河流域三江的孕育下,诞生了“最适合酿造优质纯正蒸馏酒的生态区”——中国“白酒金三角”,五粮液、泸州老窖、茅台等一批批国酒品牌就扎根在这个盛产美酒之地。近年来,白酒产业的迅猛发展,使得这个区域具备了打造“中国白酒金三角”国际品牌、进一步提升优势产业竞争力的基础和条件。

如果说川黔白酒板块的形成是大自然的情有独钟和上天的恩赐,“中国白酒金三角”的诞生则是白酒产业经济集群发展的需求和历史的选择^[1]。四川省政府提出打造“中国白酒金三角”的发展战略就是为了顺应这一产业

发展所需,提升这一区域白酒品牌的品牌价值和国际竞争力,将白酒金三角打造成中国的“波尔多”,具有重大的战略意义和现实意义。打造“中国白酒金三角”这一区域白酒品牌,不是仅仅提出了这一响亮的名字就能做成,还需要深入挖掘这一区域白酒的品牌价值,并且要紧紧围绕这一品牌去努力构建其品牌价值。

1 “中国白酒金三角”的价值基础

“中国白酒金三角”位于经联合国粮农组织与教科文组织认证的酿造名优白酒的最佳产区,是中国最重要的美酒聚集区。在这片不足 5 平方公里的区域中,在长江、岷江、赤水河流域的孕育下,中国 3 座著名的酒城(宜宾、泸州和遵义)就诞生于此,拥有发展白酒产业的优势地理条件。

1.1 深厚的文化积淀——价值之魂

川酒历史悠久,文化积淀深厚。三星堆和金沙遗址出

基金项目 四川省社科基金项目(SC11E010),川酒发展研究中心课题(CJYB10-09)。

收稿日期:2012-05-09

作者简介:雷蓉(1972-),女,四川渠县人,讲师,管理学硕士,主要研究方向:战略管理;胡北明(1973-),男,重庆丰都人,副教授,硕士生导师、博士,主要研究方向:文化遗产与旅游开发。

优先数字出版时间 2012-07-27;地址:<http://www.cnki.net/kcms/detail/52.1051.TS.20120727.1419.003.html>。

土的各种酒器和酒具,将川酒的酿造史推向了四千多年前的蚕丛鱼凫时代;《水经·江水注》记载的先秦出现的巴人善酿之酒“巴乡清”足以证明川酒酿造技艺在先秦时期业已形成,并达到了相当高的水平;在中华文化以游牧文明向农耕文明逐渐由北向南迁移的过程中,在长江流域上游白酒金三角区域在此文化的融合过程中,白酒酿造技艺不断趋于炉火纯青。

川黔地区高度发达的酿酒业和饮酒业与饮酒习俗相结合创造了该区域深厚而绚丽的酒文化。川黔地区的酒文化如同血液一样沁透在中华文化的脉络中,在中华文化的百花园中好似一朵芳香独特的文化奇葩。在悠远的酒文化中形成了中国文学史上一道美丽的文化风景线——酒文学,酒与诗词歌赋、酒与小说、酒与历史典故或名言警句等,是这道文化风景线中最美的部分。李白“举杯邀明月”流露出“斗酒诗百篇”的激情;杜甫在秋风所破的茅屋中赞酒为“才倾一盏即醺人”;“载酒时作凌云游”的苏东坡的发出了“明月何时有,把酒问青天”的慨叹;“文君当垆,相如作赋”的美丽传说,让《凤求凰》独唱千古。

“无酒不成礼、无酒不成席”,由酒而至的酒俗文化成为了川黔地区人们品格精神、礼仪智慧的载体、成为了这一区域重要的文化符号。《四川民俗大典》载:“一年四季,不论春耕秋收,建房娶亲,无不以酒待客”;除夕夜喝“团年酒”,正月里喝“春酒”,插秧时喝“栽秧酒”,夏收时喝“开镰酒”,农事既毕,要喝“丰收酒”,建房要喝“上梁酒”;从彝家的“转转酒”到傈僳族的“早餐酒”,从羌族的“顺酒”到土家族的“咂酒”再到侗族和苗族的“姑娘酒”,清香醇厚的酒文化浸润于人们的日常生活中,融通在人们的精神世界里。

白酒金三角区域丰富的酒文化遗产是这一区域酒文化积淀深厚的最重要的历史见证。区域内的酒文化遗产和国家级重点文物占全国的三分之二。“国窖1573”窖池群、水井坊、剑南春天益老号等文物保护单位,被纳入世界遗产名录的后备名单;其酿酒技艺还被一起推荐为世界非物质文化遗产。

1.2 独特的酿造工艺——价值之基

无论是川酒还是黔酒,其酿造文化都源于《易经》中的“贵”和“持中”的思想^[2],都强调“天人合一”、“阴阳调和”,认为酿酒必须“阴阳运动,因利制动”。在工艺上,讲究“伏天踩曲,重阳下沙”,发酵时,讲求“前缓、中挺、后缓落”;开窖时,讲究“一看、二闻、三尝”^[3],一壶好酒需经“九次蒸煮、八次发酵、七次取酒,勾调窖藏”等复杂工艺。现代的川酒还采用了渗透技术,通过品酒大师的品评会审、降度、调味等程序,形成了其酿造的独特工艺。

在窖池选择上,讲究“千年古窖万年糟,酒好需得窖池老”。被科学界称为“微生物黄金”的古窖泥是关系到酿酒品质的根本。古窖泥中微生物的种类含量,随着窖龄增长而越丰富,所酿之酒品质越高,酒香就越浓。“中国白酒金三角”核心区拥有酿酒窖池34000余口,其中:100年以上窖池1600余口,20年以上窖池14400余口^[4],既有以“全兴大曲窖池群”、“泸州大曲老窖池群”为代表的世界物质文化遗产,又有以“听月楼”、“谢裕发”、“协泰祥”为代表的老糟坊,还有以“郎泉井”、“薛涛井”、“龙泉井”、“凿池流”、“安乐泉”为代表的古井佳泉。

1.3 优质的生态环境——价值之源

纬度(北纬27°50′~29°16′、东经103°36′~105°20′)的“中国白酒金三角”区域拥有集气候、水源、土壤“三位一体”的天然生态环境。白酒金三角区域地处中国水量充沛、气候温湿的亚热带,自然环境优越。区域内主要的酿酒区处于相对封闭的盆地环境,有着常年温差和昼夜温差小、湿度大、日照时间短的特点,这种气候条件最有利于酿酒时的微生物发酵。同时,周边山区古老的山地地层,富含的各种矿物质元素附着于空气之中,其与古窖池群中微生物共同构成优良的酿酒环境。

“好酒酿美酒,美酒需水优”,“中国白酒金三角”区域水系丰富,长江、岷江、赤水河的水质硬度低、酸度适中、含多种微量元素等优点,是酿酒的最佳用水。同时“中国白酒金三角”核心区内土壤种类丰富,独具特色,土质优良,非常适合种植糯、稻、玉米、小麦、高粱等酿酒原料。特别是宜宾紫色土上种植的优质糯高粱(红粮),色泽红亮、颗粒饱满、所含淀粉大多为支链淀粉,吸水性强,易于糊化等特点是白酒品质的重要保障。

1.4 强势的品牌集群——价值之名

“中国白酒金三角”拥有中国高档白酒第一集群。其中,川酒形成了以五粮液、泸州老窖、剑南春等为代表的“六朵金花”品牌。五粮液、泸州老窖是浓香型白酒的杰出典型代表,品味独特、各有千秋。五粮液“香气悠久、味醇厚、入口甘美、入喉净爽、各味协调、恰到好处、酒味全面”;泸州老窖被誉为“浓香鼻祖”、“酒中泰斗”、“中国第一窖”。黔酒茅台与川酒郎酒是“酱香典范”,茅台酒更是号称与苏格兰威士忌、法国科涅克白兰地齐名的三大蒸馏名酒之一,有国酒之名;郎酒在近年来的发展中成为了高档白酒中的新贵;剑南春早在1200年前就成为唐朝宫廷御酒;沱牌曲酒寒绿醇香特色工艺独步天下;水井坊已成为彰显典雅文化与高雅品位的第一品牌。除此之外“中国白酒金三角”区域内,还有以丰谷、江口醇、小角楼等“新六朵金花”与传统强势酒业品牌一道共同构成了区域白酒产业的整体竞争力。

2 “中国白酒金三角”的核心价值

“中国白酒金三角”区域品牌的核心价值是品牌资产的主体部分,它能让消费者明确、直观地识别并记住“中国白酒金三角”个性特点。品牌核心价值是“中国白酒金三角”区域品牌的终极追求,“中国白酒金三角”的一切价值活动都围绕其展开^[5]。

自2008年四川省提出建设“长江上游名酒经济带”,打造“白酒金三角”,建设中国白酒“波尔多”之后,打造“白酒金三角”区域品牌的发展战略被正式列入了四川省政府工作议事日程。同年四川省政府还进一步深入阐述了“中国白酒金三角”的基本内涵和发展目标:即“打造一个国际品牌——‘中国白酒金三角’,带动区域内白酒相关产业链的发展,通过对各个名酒小镇的打造,发展以酒文化为支撑,带动多种产业及酒文化旅游,要把它建成和法国的波尔多一样的小镇,从而带动城乡统筹政策的具体实施”^[6]。

根据四川省政府提出的打造“中国白酒金三角”的基本内涵及目标,结合国内外著名酒产业区域品牌建设成功经验,“中国白酒金三角”区域品牌核心价值的建设应紧紧围绕以下价值来展开。

2.1 地理标志价值

白酒产品的品质、特征与该区域的水源、气候等自然因素以及酿造技艺等人文因素是紧密相关的^[7]。地理标志价值是“中国白酒金三角”品牌价值的基础,对白酒产业尤为重要。“中国白酒金三角”为中国地理标志产品保护最密集区。2010年,四川省政府启动了“中国白酒金三角”地理标志产品保护的申报工作。其保护内容包括整体地理标志产品的保护、区域内名酒企业地理标志产品的保护以及原材料基地及原产地保护3个层次^[8]。地理标志是一种新型的知识产权,代表着这一区域白酒产品的品质及特征,是“中国白酒金三角”核心价值的根本体现。

2.2 文化价值

“中国白酒金三角”的文化价值与该区域深厚的人文历史底蕴分不开。其文化价值包括3个层次:一是深层次的酿造文化和酒俗文化。酿造文化包括原材料种植技术、独特的酿酒技艺以及酿造历史文化,酒俗文化则包含酒与健康、饮酒习俗及礼仪等诸多方面内容,以“酒都”、“酒城”等代表性文化为标志;二是中观层次区域酒文化,是深层次的酒文化与地方民族文化、民俗文化、旅游文化相结合形成的特有的川南及黔北地区次区域文化;三是宏观层次的现代酒文化产业。“中国白酒金三角”人文、历史和资源优势与“酒都”、“酒城”、“中国白酒第一镇”的品牌结合,形成“老窖封藏大典”、“酒圣节”等集旅游、文化、营销为一体的新型酒文化产业。

2.3 品牌体系

“中国白酒金三角”的品牌价值是与其区域内形成的完整的品牌体系紧密联系的。一是顶级品牌,包括“五粮液”、茅台、“国窖·1573”、“水井坊”品牌;二是区域品牌,既包括“青花郎”、舍得、丰谷、江口醇、小角楼、“东方红”等优势企业品牌和产品品牌,又包括特色鲜明的“名酒—名企—名镇—名庄”;三是潜力品牌,包括高洲、文君酒、“金潭玉液”、“梦酒”等潜力品牌。

2.4 品牌标识

以“名酒名镇”为代表的具中国特色酒文化名镇(街区)形成了该区域白酒品牌的品牌标识。主要包括:五粮液历史文化街区,以典型中国农耕文化为特色;贵州茅台之于茅台镇以国酒文化为特色;泸州老窖的黄舄镇,以老窖文化为特色;郎酒之二郎镇,以川南民居建筑风格和赤水河红军文化为特色;剑南春之剑南镇,以盛唐建筑和宫廷酒文化为特色;水井坊之水井坊街区,以川西民居风格的老街老巷、酒馆酒亭为特色;沱牌之沱牌镇,以舍得文化为特色;江口醇之江口镇,以挖掘大巴山文化、红色文化为特色;“中国白酒金三角”世界名酒博览城,世界顶级名酒博览城,是“中国白酒金三角”的区域文化特色的集中展现。

3 “中国白酒金三角”的价值构建

2010年以来,四川省委省政府围绕“中国白酒金三角”区域品牌核心价值构建,做了许多具体而详实的工作。首先是启动《中国白酒金三角品牌建设中长期规划》和《四川省名优酒保护条例》编制工作,并开始了“名酒名镇”的建设。其次积极开展“企业—城镇”、“企业—乡村”、“企业—农庄”等发展模式的实践工作,加快探索“企业+农户”的有效实现形式。最后,推动“中国白酒金三角”商标注册和原产地保护申报工作。

全面构建和实现“中国白酒金三角”核心价值,是一项艰巨而长期的任务。“中国白酒金三角”区域品牌的价值构建还需要从区域协作、酒文化产业综合开发、品牌宣传及包装等方面入手来展开。

3.1 打破区域界限,实现跨区域战略合作,统筹打造区域白酒产业集群

“白酒金三角”是一个区域品牌,涉及了宜宾、泸州和遵义两省三市,由于地区利益博弈及企业利益的博弈,多年来这三地白酒企业基本上处于“各自为政”、“相互竞争”的利益格局^[9],严重阻碍了区域整体优势的发挥,影响区域整体品牌的打造。“中国白酒金三角”发展战略的提出,就需要弱化区域行政概念,打破白酒产业“条块分割”的局面,统筹打造这块区域品牌。转变过去的“集中办

企业”产业发展思路,建立“白酒金三角”地区酒业集中发展区。通过这个平台来鼓励区域内的企业横向整合、纵向延伸,推动骨干企业、优势产品和品牌集中的集群规模效应形成,积极推进酒产业的跨区域合作,以集群规模效应做大区域品牌^[10]。这需要我们做好以下两方面的工作。

①抓好区域内白酒龙头企业的品牌核心竞争力的建设,通过核心品牌的建设带动区域品牌核心价值的提升。建设区域内白酒企业生产力促进中心、白酒企业 CIS 系统等公共平台建设,为区域内重点企业核心竞争力的提升提供辅助系统。加快建设“白酒金三角”区域白酒行业基础研究平台与成果产业化研究平台,为促进区域内重点企业核心竞争力提供技术支持与决策支持。

②积极推动区域内白酒产业集群建设,整合区域内的向上及向下产业链的分工与协作。白酒产业的向上及向下产业链是白酒产业的服务行业,包括白酒产业的原材料及辅助材料的生产、机械及工具的生产的上游服务企业以及白酒产品的包装设计、物流渠道、仓储销售等下游服务环节^[11]。产业集群的建设需要积极引导中国白酒“金三角”酒类企业和配套产业的兼并、收购、重组,以提高酒业发展集中度,加速“中国白酒金三角”集群化进程和生产服务基地集聚效应的形成,为中国白酒“金三角”区域品牌的做大提供优质驱动力。建设专业白酒产业集群服务体系基地。

3.2 建设打造好酒类综合开发区,为“中国白酒金三角”区域品牌打造搭建好平台

建设集酒类产业科、工、贸为一体的酒类产业经济开发区。在选址时需综合考虑区域内的水质、交通及气候等因素,还需要考虑区域现有的产业优势以及区域内其他地区不可复制的酿酒生态环境等因素。按照“政府主导,市场主体,整合资源,合力推进”的原则,打造世界顶级白酒生产基地和具有全球影响力的酒类产业一站式采购中心,为“中国白酒金三角”区域品牌的打造搭建一个共享平台。综合开发区,应包括基础酒存储、灌装生产、仓储物流、包装材料供应、基础酒酿等功能片区。

综合开发区的打造还需要建设白酒配套产业和专业市场,打造一批包括酒类终端商品、产业会展、酒类生产的原材料、辅助材料、酒类生产机械、工具、酒类包装等的酒类产业专业市场,建设国内唯一、世界一流的白酒期货交易区。

根据“资源进市场、工业进园区、农民进新村”联动推进新型工业化、新型城镇化“两化互动”的发展战略,按照现代城镇建设标准,高水平规划建设生产基地,同时规划建设新的名酒名镇或城镇功能区,打造诸如“波尔多”式的更多酿酒名镇。

3.3 以酒文化为核心,推进酒文化旅游产业综合开发建设,提升“白酒金三角”区域酒文化旅游品牌

“白酒金三角”将以名酒名镇为节点,以资源整合为手段,打造品牌突出、设施完善的川酒文化综合开发产业链。

开发旅游精品线路,综合“白酒金三角”的资源、区位、交通要素,设计古蔺至蜀南竹海的酒文化—竹文化生态休闲路线、“中国白酒金三角”国际旅游专线和以金沙江、赤水河、长江为轴线,以酒产业生态保护区为节点的生态体验路线。开展以酿酒遗址、酿酒工艺为主题的专线工业旅游;以泸州的“酒博会”、宜宾的“酒圣节”为代表的会展型旅游;以饮酒习俗为主题的民俗节庆游^[12]。以酒文化旅游品牌来塑造和提升“中国白酒金三角”区域品牌的文化价值。

进行多重媒介的宣传,扩大“中国白酒金三角”酒文化旅游资源的知名度,由川黔两省省级部门牵头,协调各方利益,突破行政区划带来的障碍。立足区域精品线路,塑造品牌,联合开展各种宣传活动,共建信息平台,促进信息宣传。在资源共享、产品线路规范的基础上,进行整合营销,以利益为纽带推进“中国白酒金三角”旅游产品促销一体化进程。

3.4 加大“中国白酒金三角”区域品牌宣传和塑造力度

依照国际惯例,根据我国地理标志产品保护规定,依法申请保护“中国白酒金三角”区域内企业品牌、产品品牌和原料生产基地。在国际、国内市场塑造强保障、高品质、纯正蒸馏酒原产地形象。

①申请整体地理标志产品保护。整合白酒来源地区域资源,综合区域独特的水文、地理、气候、环境因素,开创性地以“中国白酒金三角”区域整体申请国家地理标志产品保护,使其成为地理标志产品保护密集区,塑造中国白酒国际性区域品牌。

②申请原料基地保护。“中国白酒金三角”原料基地保护分为核心区保护、辅助区保护和后备区保护。在原料核心区宜宾、泸州一带建立优质原料基地,专业化、标准化种植红缨子高粱、玉米、红苕等白酒特色优质原粮。在原料后备区内蒙古和东北三省,规划建设一批万亩级白酒原料基地,降低白酒企业对本地原料的过度依赖,确保四川白酒产业的稳定发展。

③申请酿造基地保护。“中国白酒金三角”酿造基地保护分为核心区保护、协作区保护和延伸区保护。在核心区宜宾、泸州、仁怀三地打造以五粮液、泸州老窖、郎酒、国酒茅台等名酒企业酿造基地和园区,在协作区德阳、遂宁、成都、绵阳等地打造以剑南春、沱牌、水井坊(全兴)、丰谷等名酒白酒生产基地和园区。在延伸区巴中、内江、

西昌及成都邛崃等地,打造以江口醇、小角楼、火把酒等名酒企业新兴白酒生产基地和园区。

4 结束语

打造“中国白酒金三角”区域品牌的核心价值是一项艰巨而长期的任务,不同于具体企业在构建其核心价值上可以从企业内部的经营和管理入手,区域品牌核心价值的构建不仅需要区域内品牌企业集体围绕其价值来构建,更多的需要政府从宏观上作政策扶持和指引。如果说“中国波尔多”是“中国白酒金三角”区域品牌构建的最终目标,道家的“贵”和“持中”的酿造思想是其核心价值的根本灵魂,“中国白酒金三角”区域品牌的构建则是为了向世界传播中华文明、中华文化的国家符号^[13],因此“中国白酒金三角”区域品牌的核心价值应体现中华民族的民族精神,其传播的最终理念应是“爱国、创新、忧患、和谐”的民族精神。

参考文献:

- [1] 殷世群.“打造中国白酒金三角,建设长江上游白酒经济带”战略浅析[J].中国酒,2010(11):49.
- [2] 郭五林,等.五粮液与茅台酒文化的比较研究[N].华夏酒报,2011-02-28.
- [3] 冯健,陈文.川酒传统酿造中的文化遗产因素分析[J].中华文化论坛,2009(1):41-43.
- [4] 四川省经济和信息化委员会[N].四川经济日报,2010-08-13.
- [5] 于洪彦,银成铨.如何构建品牌核心价值[J].市场研究,2006(9):8-11.
- [6] 王少雄.“中国白酒金三角”的战略背景和核心价值[R/OL].中国白酒金三角网,http://www.j3jcn.com/main.html.
- [7] 杨永.中国白酒地理标志保护现状分析与建议[J].酿酒科技,2012(2):121.
- [8] 蔡世荣.“中国白酒金三角”申报地理标志产品保护川酒给知识产权上“保险”[N].华夏酒报,2011-01-12.
- [9] 陈于后.打造“中国白酒金三角”的区域合作问题研究[J].四川理下学院学报:社会科学版,2012,27(1):59.
- [10] 黄永光,刘杰.中国白酒金三角发展战略分析[J].酿酒科技,2010(8):86.
- [11] 黄元斌,樊玉然.基于产业集群的中国“白酒金三角”建设探讨[J].江苏商论,2011(3):29-30.
- [12] 康琨.基于川酒文化的“中国白酒金三角”旅游发展策略[J].四川理工学院学报:社会科学版,2012,27(1):66.
- [13] 沈才洪,等.“9”论中国白酒金三角[J].酿酒科技,2010(9):101.

中国期刊协会第五次会员代表大会在北京召开

本刊讯 2012年8月21日,中国期刊协会第五次会员代表大会在北京中国职工之家召开。新闻出版总署副署长邬书林、中宣部出版局副局长刘建生等领导出席大会并致辞,中宣部、新闻出版总署、民政部的有关领导,各省(区、市)新闻出版局的领导,中国出版协会、中国期刊协会、中国新闻文化促进会、中国印刷技术协会、中国编辑协会等主要负责人,业界专家学者,数字媒体负责人和期刊物流营销等相关单位负责人以及全国期刊社代表约400人参加了会议。

邬书林副署长首先对大会的召开表示祝贺,对中国期刊业过去5年的发展以及中国期刊协会第四届理事会成立以来取得的成绩予以肯定。他说,在过去5年,我国期刊事业、产业繁荣发展,体制改革不断深化,产业结构深刻调整,市场机制得以完善,整体规模不断扩大,产品形态日益丰富,期刊质量稳步提高,国际视野逐步开阔,对外交流不断扩展,在传播科技文化知识、满足人民精神文化需求、服务社会主义文化建设等方面发挥了积极作用。

邬书林副署长指出,5年来,中国期刊协会第四届理事会在新闻出版总署和民政部的领导和指导下,科学把握新形势下期刊业发展的新要求,积极探索新环境下行业协会开展工作的新思路,紧紧围绕协会的宗旨和业界的需求,不断优化职能定位和工作思路,大胆创新服务理念和运行模式,充分发挥了政府部门和期刊行业之间的桥梁和纽带作用。特别是在改进协会自身工作、加强行业自律、引导产业发展、助推体制改革、扩大对外交流等方面认真工作,成效显著,得到了全国期刊单位的认同和各级新闻出版部门的充分肯定。

当前我国期刊业正处在关键的转型期和改革发展的攻坚期。邬书林副署长希望中国期刊协会继续发挥功能、努力工作,作出更大贡献,尤其要在6个方面取得显著进展:在发挥桥梁纽带作用上下功夫,在分类指导下功夫,在盘活行业资源上下功夫,在促进期刊质量上下功夫,在研究新情况和新机制上下功夫,在开拓国际舞台上功夫。

会议总结回顾了中国期刊协会第四届理事会5年来的主要工作,修改了协会章程,选举产生第五届理事会领导机构,大会选举产生了第五届理事会理事、常务理事及理事会会长、常务副会长、副会长、秘书长。石峰担任中国期刊协会第五届理事会会长,侯正新担任中国期刊协会第五届理事会常务副会长并兼任秘书长。会议还研究部署了今后的工作。

2012年是中国期刊协会成立20周年。20年来,中国期刊协会以邓小平理论和“三个代表”重要思想为指导,认真贯彻落实科学发展观,在期刊业的改革和发展中发挥了应有作用。第四届理事会成立以来,中国期刊协会履行协调、服务、自律、维权的职责,深入调查研究、积极反映诉求、开展队伍培训、提高职业素养、加强对外交流、提升国际影响、倡导行业自律、维护工作秩序、完善自身建议、增强服务能力,在政府和行业之间起到了良好的桥梁和纽带作用。

晚上,在北京中国职工之家举行了中国期刊协会第五次会员代表大会暨中国期刊协会成立20周年答谢晚宴。(小小)



会议会场