

中国期刊协会通讯

(内部资料, 免费交流, 注意保存)

2020 年第 6 期

(总第 131 期)

中国期刊协会秘书处编

2020 年 7 月 1 日

CPCA 刊协讲堂 (第九期) 专题报道

战疫背景下重庆党刊的转型与发展

主讲人: 杨树弘

主持人: 吴尚之

主办单位: 中国期刊协会

时 间: 2020 年 7 月 1 日

吴尚之: 大家好! 欢迎大家来到第九期刊协讲堂! 最近一段时间, 刊协讲堂连续聚焦“疫情冲击下的期刊发展之路”, 期刊界同仁对这一问题的讨论更加热烈, 思考更加深入, 提出的对策和建议更具有针对性。

新冠肺炎疫情对期刊业的发展带来了前所未有的挑战和冲击。如何把挑战化为机遇, 有力推动期刊发展的战略转型? 在后疫情时代如何实现期刊高质量发展? 在 7 月 1 日这个特殊的日子, 我们请来了

本期演讲嘉宾中共重庆市委当代党员杂志社总编辑杨树弘同志。请他与大家分享他们的经验做法和对未来的思考。

杨树弘同志是中共重庆市委当代党员杂志社总编辑, 研究员、编审、高级经济师, 中国期刊协会副会长、中国期刊协会党刊分会主任委员、重庆市新闻工作者协会副主席。杨树弘同志历任乡镇、县直部门和新城开发区领导, 从事新闻出版工作 20 多年, 是享受国务院政府特殊津贴专家, 全国新闻出版(第二批)领军人才, 中华优

秀出版物(论文)奖获得者。在《新华文摘》《中国出版》等权威媒体发表研究论文 80 余篇。

下面请杨树弘同志就“战疫背景下重庆党刊的转型与发展”等话题开讲。

杨树弘：尊敬的尚之会长，各位嘉宾、各位同仁，大家好！

新冠肺炎疫情，对包括党刊在内的全球期刊业带来了前所未有的冲击和挑战。尚之会长希望围绕“疫情冲击下的期刊发展之路”这一行业热点，谈谈在战疫背景下重庆党刊是如何实现转型与发展的，并给了很多很有价值的宝贵指导。

感谢尚之同志的鼓励。

今天的汇报是对尚之同志“出题”的“作答”。

分享交流中不妥之处，请大家批评指正。

一、重庆党刊发展概况

说到中共重庆市委当代党员杂志社（以下简称“重庆市委党刊社”）的发展历程，我想先同大家分享一个故事。今年 99 岁的老人刘本祥，是全国百强社科期刊《党员文摘》的忠实粉丝。老人想将自己的人生体验与感悟说给后辈听，但又怕后辈嫌啰嗦。怎么办？

睿智的老人想了一个妙招。一个新年到来之际，老人给子女和孙辈们各自寄去一封家书，同时附上《党员文摘》的一篇文章：《成功秘诀》。果不其然，晚辈们都说，文章真精彩，让他们知道了成功的秘诀在于坚持。

老人惊喜地发现这种方式有着“润物无声”的效果后，把精心收藏的《党员文摘》杂志的“卷首篇”汇集起来，精心挑选出 38 篇文章，装订成册，取名《怎样做人》，

自费印制 100 多本，送给晚辈和亲朋好友。获赠的人都说，这是老人送给他们最有价值和意义的人生礼物。

在人们的印象中，党刊的严肃性与可读性似乎是“鱼与熊掌不可兼得”的一对矛盾体。但《党员文摘》究竟有什么样的魅力，能得到许许多多像刘本祥这样的读者垂青？

这是因为，《党员文摘》从创刊的第一天起，就勇于冲破传统办刊思维方式的束缚，以满足读者的阅读需求为追求，以高雅的品位、丰富的内容和赏心悦目的形式，不断提升政治品格、人民品质、文化品位，探索出“党性鲜明、可读性强”的品质党刊发展路径，有效破解了党刊“严肃有余、活泼不足”的通病，并荣获了全国百种重点社科期刊、“新中国 60 年有影响力的期刊”、中国“百强报刊”、“全国期刊数字影响力 100 强”、“中国最美期刊”等荣誉。《党员文摘》能赢得广泛认可、经受市场检验，离不开重庆市委党刊社敢于打破常规、突破思维定势和与时俱进的改革创新。

这，也是重庆市委党刊全媒体不断发展壮大的“密码”所在。

重庆市委党刊社，前身是中共重庆市委支部生活杂志社。重庆《支部生活》杂志创刊于 1958 年。1992 年，《支部生活》杂志更名《当代党员》杂志，逐步由党建刊物发展为中共重庆市委综合性机关刊物。

重庆市委党刊社为重庆市委正局级公益性事业单位。

1997 年重庆直辖，重庆市委在“三定”时，将重庆市委党刊社确定为重庆市委所属正局级公益性新闻出版事业机构，归口重庆市委组织部管理。

为了探索更加生动、有效、实用的党

建工作方式及党员教育形式，同时扩大经营规模，拓展以副刊养主刊的经营思路，我们先后创办了面向全党的党员干部修养读物《党员文摘》、社会主义核心价值观暨“三会一课”专业党刊《党课参考》，受到全国基层党组织的欢迎和中组部、中宣部等有关部委的肯定。

面对信息化带来的挑战，我们于1999年建立并开通了计算机局域网，成为期刊界最早实现编辑工作现代化的媒体单位之一。并正式开通了党刊媒体时政新闻类综合网站，开启了走好网上群众路线的新征程。

处于社会转型和传媒大变革时代，重庆市委党刊社坚持不懈与时俱进、深化改革，坚定不移守正创新、凝心聚力，不断提升党刊主流舆论的传播力、引导力、影响力、公信力，深化党刊全媒体战略布局，成功打造了以重庆市委党建门户七一客户端为支点的“3+3+N”党刊全媒体格局。

“3”，即中共重庆市委党建门户七一客户端、七一网、党建头条微信公众号。目前七一客户端下载安装量60万+、注册用户30万+，被国家新闻出版署评为全国数字出版精品项目。七一网已成为全国地方党建网站中的领跑者。党建头条微信公众号关注量33万+，传播力居全国党建类微信公众号前列。

“3”，即中共重庆市委机关刊物《当代党员》、党员干部修养读物《党员文摘》、社会主义核心价值观暨“三会一课”专业党刊《党课参考》。

“N”，即“重庆党建”学习强国号、CQDK全媒体微博、抖音、快手、人民号、知乎、喜马拉雅、今日头条号等新媒体平台。其中，“重庆党建”强国号于今年3月19日在“学习强国”学习平台正式上线，成为全国地方党刊和重庆地区在“学习强

国”学习平台上开通的首个强国号。

目前，《当代党员》《党课参考》《党员文摘》三刊期邮发征订量稳定在120万册左右。

重庆市委党刊社先后获得全国新闻出版行业文明单位、第二届中国出版政府奖先进出版单位、国家数字出版转型示范单位等各类荣誉2000余项（次），社会效益、经济效益稳步提升。

二、战疫背景下重庆党刊如何转型与发展

面对来势汹汹的新冠肺炎疫情，既需要坚决打赢疫情防控阻击战，也需要打响、打好舆论引导战。考验当前、重压之下，更是检验党刊责任和担当作为的一块“试金石”。

（一）强信心 暖人心 聚民心——重庆市委党刊全媒体唱响战疫最强音

战疫当前，从2020年正月初三开始，社总编会班子成员全部靠前指挥、坚守岗位，第一时间成立疫情防控工作领导小组，及时组织开展各项疫情防控和舆论引导工作。

1. 全媒体开设战疫专题、专栏，加强疫情防控舆论引导

重庆市委党刊全媒体及时开设“全民防控 众志成城——重庆在行动”、“庚子战‘疫’”等专题、专栏，策划开展“我在抗疫第一线”全国征稿活动，征集并推出了援助湖北一线医务人员撰写的《外科医生王小文的抗疫日记》等一大批鲜活而感人的稿件。同时加大权威信息发布力度，约请医护专家和党员领导干部就疫情防控政策措施进行宣传解读，反响热烈。截至目前，重庆市委党刊全媒体发布各类稿件17000余篇（条），总阅读量超过5000万人次。

2. 精心制作抗疫特刊、特辑，主题宣传扎实有效

重庆党刊人闻令而动、同心战疫，充分发挥重庆市委党刊全媒体的采编优势、内容资源优势 and 平台优势，通过在线采编系统进行线上办刊、移动办公，《当代党员》《党员文摘》《党课参考》三本党刊及新媒体分别于今年3月份推出《中国力量：庚子年战疫全景报道》《这50个故事告诉你，中国共产党为什么能》抗疫特刊和“学习贯彻习近平总书记关于疫情防控重要讲话精神”党课特辑，累计30余万字，为打赢疫情防控阻击战提供有力的舆论支持。

3. “七一时评”旗帜鲜明，持续提振社会精神力量

时事评论是党媒观点的旗帜，是引导舆论的有效利器。在疫情防控非常时期，我们跨部门组建以年轻编辑、记者为主体的30人“七一时评”队伍，推出《让党旗在防疫一线高高飘扬》等“硬核”原创评论26组66篇，在刊上和网上产生了积极效果，多篇时评作品被“学习强国”学习平台和全国各新媒体平台广泛转载，竖起了主流舆论场鲜明的“风向标”，极大振奋了民众精神，凝聚了社会力量。

4. 寓教于乐坚定信心，科学防疫疏导公众情绪

以群众喜闻乐见的形式引导科学防疫，重庆市委党刊全媒体创制《提高你的免疫力，专业教练陪你宅9天》系列居家科学健身小视频，以室内健身等活动倡导群众文明“宅家”。发动重庆市中医院、重庆市疾病预防控制中心等单位的专家入驻七一客户端，开通抗疫科普专栏，多层次、高密度发布《注意！不同人群，需选择使用的口罩不同！》等系列科学防护知识，引导广大群众坚定必胜信心，正确理性看待疫情，增强自我防范意识和防护能

力。

（二）重庆党刊是这样转型与发展的——坚持创新驱动发展战略、主流媒体“品战略”，构建可持续发展“大经营”格局

随着社会转型和媒体格局深刻变化，特别是疫情带来的巨大冲击和挑战，推动媒体融合向纵深发展、做大做强主流思想舆论成为包括党刊在内的主流媒体面临的一项紧迫课题。

我们在探索中思考，在实践中回答——一以贯之坚持创新驱动发展战略、主流媒体“品战略”，深化构建可持续发展“大经营”格局。如今，“两战略一格局”相互支撑、融为一体，有力助推重庆党刊乘风破浪、行稳致远。

1. “新动能”——坚持创新驱动发展战略

重庆党刊走过了一个甲子有余的岁月，崇尚创新、拥抱变革、勇于开拓已经融入了血液、内化为基因。

（1）抓住内容创新这个核心。毋庸置疑，内容建设始终是党刊安身立命、发展壮大根本。在内容创新方面，我们坚持做到：一是突出内容深度，凝聚思想的力量。坚决克服“流量焦虑”，为用户和读者提供源源不断的思想深刻、见解独到、具有典藏性价值的党刊优质作品。二是突出内容温度，彰显人民至上。我们坚持以小切口折射大主题、小故事反映大时代，用人民群众耳熟能详的语言、喜闻乐见的表现形式、普遍认可的道理、有目共睹的事实，让生产的内容可亲可感、直抵受众心灵。三是突出内容力度，打好系列产品“组合拳”。找准舆论引导的合适角度和切入点，以项目组制的形式推出组合式、系列化的“拳头产品”。正是因为我们抓住了内容创新这个核心，近年来，重庆党

刊涌现出了《“不忘初心、牢记使命”主题教育微视频100讲》、《中国故事100部》等一大批叫好又叫座的党刊全媒体精品力作。

(2) 抓实技术创新这个支撑。立足自身发展实际，时刻保持技术敏感，持续加强传播手段、传播技术建设，把中共重庆市委党刊全媒体融媒小厨（中央厨房）、演播中心作为资源互联互通、媒体融合发展的技术支撑和重要载体，探索将“5G+4K+AI”等先进技术嵌入党刊全媒体生产全过程，让技术创新更好地赋能党刊全媒体发展。

(3) 抓牢体制机制创新这个关键。着力变革传统的用人体制和分配机制，在全国党刊界率先实行全员劳动聘用合同制和处级干部聘任、一般岗位聘用的管理机制，推进党刊事业发展与市场经济接轨。进入全媒体时代后，我们积极推进管理体制、组织架构、激励手段创新，及时建立完善适应媒体融合发展的人事制度、薪酬制度，深化以全媒体生产、新媒体传播力指数为主的月度绩效考核机制，鼓励干部职工积极投入原创全媒体作品生产，加快推进采编流程重构，以持续深化改革激活党刊全媒体发展的源动能。

2. “主导力”——坚持主流媒体“品战略”

在“两战略一格局”中，堪称重庆党刊发展主导力的就是主流媒体“品战略”。

(1) 强劲“政治品格”砥柱。不管形势如何变化，重庆党刊始终坚持“党刊姓党”、“政治家办刊”，把党性原则融入到党刊全媒体事业发展的全过程、各环节。这么多年来，没有发生意识形态安全问题，重庆党刊在期刊质量考核等各类考核评比中均名列前茅。

(2) 筑牢“人民品质”基石。践行党

的宗旨，坚持以人民为中心的工作导向，是党刊立刊之基。依托权威的信息渠道、规范的采编流程、立体化的传播体系、高素质的采编干部职工队伍，持续为受众提供有思想、有温度、有品质的优质内容。《当代党员》《党课参考》《党员文摘》三刊以及七一客户端、七一网、党建头条微信公众号等党刊新媒体之所以能经受住受众的检验、不断提升舆论引导力，一靠主流价值引领，这是决定党刊全媒体“可成长性”的战略要冲；二靠有吸引力的故事化表达，这是保持党刊鲜活度的软性情感路径；三靠植根于受众的意志和情怀，这是党刊涵养受众的肥沃土壤。

(3) 高扬“文化品位”风帆。介于互联网碎片化信息和书籍出版之间的期刊，长期以来为人民群众提供了一种方便获取各种权威信息和知识的资源通道。重庆党刊的一大突出特点，就是依靠厚重高雅的文化品味和文化涵养，彰显“可典藏性”价值——使这一“资源通道”具有无可替代性，从而牢牢占据舆论引导制高点。

3. “冲锋号”——深化构建可持续发展“大经营”格局

我们深知，党刊的主流媒体地位不是与生俱来的，也不是一劳永逸的。正是如此，我们主动适应媒体融合发展大趋势，深化构建可持续发展“大经营”格局，积极拓展经营范围和新的经济增长点，不断增强重庆市委党刊社的抗风险能力和可持续发展能力。

(1) 精耕传统党刊市场。在如何看待传统媒体和新媒体的关系时，不少媒体人曾打趣说，“新媒体负责貌美如花，传统媒体负责挣钱养家。”在今后的一段时间内，这样的局面还将持续存在。我们坚持立足重庆、多渠道拓展全国市场，深化与中国邮政集团报刊发行局的合作，扩大重

庆党刊在全国的发行量和覆盖面，三刊发行量持续居于全国地方党刊社前列。

(2) 多种经营齐头并进。按照稳中求进工作总基调，积极开发、销售融媒体产品等文创业务，开发、销售《“不忘初心、牢记使命”主题教育微视频党课100讲》以及衍生融媒体产品业务，盘活用好物业、资金等资源，拓展地产、房产等资产的运营，实现国有资产保值增值。

(3) 前瞻布局数字出版与知识服务新业务。结合党刊全媒体和党员干部教育培训、文化旅游发展等业态，积极谋划和推进“数字出版、印刷物流和第三产业基地”项目后续工程建设，为重庆党刊可持续发展打下坚实基础。

(4) 持续提升“七一智库”品牌影响力和美誉度。我们以重庆市委党刊全媒体资源为基础，依托超过300名以中央部委和中央党校、中国社科院以及清华大学、北京大学、国防大学等单位 and 机构的专家、学者为主体的“党建专家(学者)库”，着力建设基层党建研究基地、推出系列研究成果和“订单式”“套餐式”服务产品，深度开发七一客户端、党建头条微信公众号等移动端党建服务功能，打造党建传播、党建研究、党建服务“三位一体”高品质党建智库。比如，重庆党刊组织开展的2019年度重庆市基层党建创新案例征集评选活动，得到重庆市基层党组织的高度重视和热烈响应，网上累计访问量、投票量达到4500余万次。

三、后疫情时代党刊转型与发展的思考

新冠肺炎疫情发生后，全国地方党刊社主动承担起主流媒体的抗疫使命，统筹网上网下力量，把握好“时度效”，推出一大批有思想、有温度、有品质的作品。

据不完全统计，目前全国地方党刊全媒体推出各类稿件超过5万篇，总阅读量超过3.5亿，有效凝聚起众志成城抗击疫情的强大力量。但不容忽视的是，疫情对党刊全媒体事业也产生了不同程度的影响，一定程度上，地方党刊还暴露出办刊思维传统、内容供给同质、经营模式陈旧、创新动能不足等问题，党刊品牌化、数字化、智能化、集团化、多元化发展迫在眉睫。

科学研判“时”与“势”，辩证把握“危”与“机”。大危机中往往孕育着大机遇，后疫情时代不仅不会改变受众对高品质党刊产品的渴求，反而会成为党刊全媒体走向高质量发展的一次重大机遇。结合近年来重庆党刊的转型和发展实践，我们有以下几点思考：

(一) 内容创制精品化

在纷繁复杂的舆论场中，有各种事实真相、观点见解、情绪诉求的碰撞，特别是疫情期间各类谣言和不实信息加剧了公众恐慌和焦虑情绪，受众更需要在有限时间内和海量信息中获取更多有思想、有温度、有品质的以及与自身息息相关的客观权威的内容。后疫情时代恰恰也是“信息消费升级”时代，这就更加坚定了党刊人守正、创新、做好全媒体内容的信心。具体来说，第一，进一步强化产品意识。在以专业化的精神提升内容品质的同时，更加注重内容价值的厚度和形式的包装，做到产品“内涵”“颜值”两手抓、两手硬。第二，进一步强化用户意识，在写出党员干部工作所需、说出人民群众所想、创作受众用户所爱的党刊全媒体产品上持续用力。第三，进一步强化品牌意识。结合重要宣传主题和重要宣传节点，持续创制系列化的原创党刊全媒体精品，不断提升党刊全媒体影响力。

(二) 项目管理扁平化

在推动媒体深度融合的过程中，探索“兴趣化组合，小组制实施”的全媒体项目组生产创制模式，已成为优化全媒体生产机制、实现管理扁平化的有效路径和趋势。即根据党刊全媒体发展和主流舆论引导需要，打破部门分割、跨领域协作，抓住重要时间节点和重大事件，组建若干个项目组，在融媒体产品策划和创新上下狠功夫，重点孵化和打造现象级“拳头产品”，进而不断提升党刊全媒体影响力。实践证明，项目组制的探索是成功的。

比如，在2019年“不忘初心、牢记使命”主题教育即将开展之际，我们跨部门组建包含采编、技术、运营力量在内的精干团队，联动各方力量，依托《党课参考》专家（学者）资源，策划推出《“不忘初心、牢记使命”主题教育微视频党课100讲》以及相关PPT、U盘等衍生产品后，被《人民日报》肯定，国内数百家网站转发，全网传播量突破2000万，并创收50万元。

全媒体生产“项目组”，已成为发挥党刊主流舆论引导作用的“轻骑兵”机制。接下来，我们将在这方面加大探索力度，适时组建更多具有党刊全媒体特色的项目组，并充分发挥好项目组机制的创造力、战斗力。

（三）流程再造数字化

进入后疫情时代，特别是随着大数据、人工智能、5G等前沿技术的推广应用，云阅读、数字内容等消费需求将大幅度增加。可以肯定地预判，有了数字化赋能，党刊全媒体的核心竞争力也会随之实现质的飞跃。一方面，要大力推进党刊内容出版数字化。党刊全媒体要积极引进、运用在线云排版、智能编校系统等新一代数字化技术，以实现协同编校、全采编流程过程管理，进一步改造传统出版方式，优化内容产品定位和经营策略，丰富融媒体数字出

版产品形态，着力打造数字内容产品、在线知识服务付费产品矩阵，实现内容产品从可读到可视、从静态到动态、从一维到多维的升级融合。

另一方面，要积极推进党刊全媒体传播平台数字化。依托党刊内容、平台和人才优质资源，紧密结合党员干部教育培训、前沿知识服务等新业态，稳妥有序推进重庆党刊的“数字出版、印刷物流和第三产业基地”后续工程建设，构建集在线采编平台、产品设计平台、移动传播平台、运营拓展平台于一体的现代化期刊数字传播平台，支持“生产即发布”实时出版和AR出版、全媒体出版等模式，着力打造面向未来的党刊全媒体出版服务生态体系。

（四）服务功能智慧化

疫情催生了直播带货、线上教育、云办公、智慧服务、公共管理等应用的新业态、新模式。这给了我们深刻启示，就是党刊全媒体必须要清晰自己的定位和存在价值，将“提升服务能力”贯穿党刊转型和发展全过程。面对后疫情时代催化出更多个性化、多样化的用户需求，我们要立足自身优势，在加快推进媒体融合的同时，积极应用“5G+4K+AI”等新技术，重点在服务功能智慧化上打开突破口，不断提升“七一智库”的智慧化、专业化、品牌化水平。针对行业和领域发展的空白点，对用户行为、运营数据进行全面采集和深入分析，将用户画像、算法推荐等新技术转化为生产力，让个性化定制、精准化生产、智能化推送更好地服务受众，实现从内容产品提供者向数字知识服务提供者的转型升级，不断提升党刊的社会效益和经济效益。

（五）人才队伍多元化

媒体竞争关键是人才竞争，媒体优势核心是人才优势。后疫情时代下，对党刊

全媒体工作者提出了更高要求，比如需要扎实的信息化素养、掌握过硬的新媒体综合技能等。首先，要高标准集聚人才。围绕培养和造就一批“全媒型、专家型骨干人才”这个目标，加强与重点高校等单位联动，引进一批适应党刊全媒体事业发展需要的全媒体技术人才、全媒体运营人才等急需人才，同时通过吸引“特约专家”“特约作家”入驻党刊全媒体平台、联合培养“区县融媒体骨干队伍”、组建“项目(课题)组”等形式，达到优化人才结构、凝聚最大人才合力的效果。其次，要全过程培养锻炼人才。坚持把对干部职工的思想政治教育和业务培训摆在重要位置，积极组织采编人员参加各类重大主题采访活动，注重在常态化的思想政治教育和一线实战过程中增强党刊工作者的脚力、眼力、脑力、笔力，让“党刊姓党”“政治家办刊”的要求，体现在每一个党刊全媒体人身上，体现在每一篇文章、每一个融媒体产品上。第三，要多维度激励关怀人才。树立鲜明的干事创业导向，深化绩效考核改革，完善绩效奖励机制，在薪酬待遇、职称评定、职务晋升等方面真情关怀干部职工，大力营造近悦远来的良好环境氛围，不断增强干部职工的事业心和归属感。

强大的国家要有强大的期刊。

强国路上需要党刊全媒体做出更加突出的贡献。

在期刊强国的道路上，在后疫情背景下，还有不少“娄山关”、“腊子口”需要我们党刊人、期刊人去征服和跨越，但我们有理由相信，在党中央的坚强领导和有关部门的关怀、支持下、在中国期刊协会的悉心指导下，党刊界、期刊界同仁共同努力，迎难而上、共克时艰，推动党刊全媒体高质量发展迈上新台阶，前景可待，未来可期。

我的汇报到此结束。

请各位领导和同行批评指正！

谢谢大家！

吴尚之：今天，杨树弘同志为我们做了一次精彩的演讲。近年来，重庆党刊坚持与时俱进、深化改革，守正创新，勇于突破传统办刊模式和思维定势，努力探索一条适合自身特点的发展之路。党刊主流舆论的传播力、引导力、影响力、公信力得到较大提升，党刊全媒体传播格局逐步形成，社会效益和经济效益实现有机统一。面对突如其来的新冠肺炎疫情，重庆党刊积极担当作为，推出了一大批强信心、暖人心、聚民心的主题宣传好栏目、好文章。重庆党刊不断发展的“密码”何在？后疫情时代如何实现期刊的高质量发展？我们从重庆党刊的经验做法中得到以下借鉴和启示：

第一，深化内容创新是转型发展的根本。后疫情时代是知识和信息消费升级的时代，对期刊内容创新提出了更高要求。克服“流量焦虑”，守好办刊宗旨，坚持内容为王，弘扬工匠精神，提供优质内容，始终是期刊转型发展的根本。重庆党刊在内容创新方面，拓展“三个维度”：突出内容的深度，聚焦思想的力量；突出内容的温度，彰显人民至上；突出内容的力度，打好系列产品“组合拳”。

第二，加强技术创新是转型发展的支撑。后疫情时代，大数据、人工智能、5G等技术的应用更加广泛，数字阅读需求将大幅增加。重庆党刊将“5G+4K+AI”等先进技术嵌入党刊全媒体生产过程，推进党刊全媒体传播平台数字化，让技术创新推动党刊全媒体发展。

第三，推进体制机制创新是期刊转型发展的关键。新的发展方式需要有新的体

制机制相适应。重庆党刊着力变革传统的用人体制和分配机制，推进管理体制、组织架构、激励手段创新，建立完善了适应新媒体融合发展的人事制度、薪酬制度和考核机制。

第四，坚持经营管理创新是转型发展的重要手段。期刊转型发展的成效有赖于市场的检验。重庆党刊实施主流媒体“品战略”，构建可持续发展“大经营”格局。既坚守党刊的“政治品格”，又筑牢“人民品质”根基，精耕传统党刊市场，重视新业务开发，不断提升品牌影响力。

第五，推动人才队伍建设是转型发展的保障。转型发展，关键在人。后疫情时代，对期刊人才要求更高了。不仅要有过硬的政治素质、专业素质，还要有过硬的新媒体综合技术素质。重庆党刊着力培养“全媒型、专家型骨干人才”，吸引“特约专家”、“特约作家”入住党刊全媒体平台。这些经验和做法值得我们学习和借鉴。

最后，让我代表中国期刊协会，再次感谢杨树弘同志的精彩演讲！感谢大家支持刊协讲堂！

报：中宣部出版局、传媒监管局、进出口管理局、干部局

民政部社团管理局

送：协会会长、副会长，常务理事、理事单位，会员单位，分会

中宣部主管的新闻出版社团

各省市自治区新闻出版局、期刊协会

特聘专家

中国期刊协会秘书处

地址：北京市西城区宣武门东河沿街 69 号
正弘大厦 2 楼

邮编：100052

电话：010-51321728

传真：010-51321727

E-mail: zhanghong2009_cpa@163. com

网址: www. cpa-online. org. cn

准印证号：京内资准字 2012—L0073 号

联系人：章 红

