

中国期刊协会通讯

(内部资料, 免费交流, 注意保存)

2021 年第 2 期

(总第 138 期)

中国期刊协会秘书处编

2021 年 1 月 18 日

CJPA 刊协讲堂 (第十四期) 专题报道

为少年儿童提供优秀精神食粮 ——中少期刊方阵的探索与实践

主讲人: 张晓楠

主持人: 吴尚之

主办单位: 中国期刊协会

时 间: 2021 年 1 月 18 日

吴尚之: 大家好! 欢迎大家来到第十四期刊协讲堂! 从《幼儿画报》到《儿童文学》, 从《我们爱科学》到《知心姐姐》, 这些少年儿童期刊, 陪伴了一代又一代小读者的成长, 给许多读者留下了童年之美, 读书之乐。近年来, 中国少年儿童出版总社主办的 13 种少儿类期刊, 越来越受到孩子们的欢迎和社会的好评, 多种期刊获得国家级奖项, 发展走在少儿期刊

的前列, 被业界称之为“中少期刊方阵”。他们有哪些经验和做法值得我们学习? 今天, 我们请来了本期演讲嘉宾张晓楠同志, 请她与大家分享中少期刊方阵的探索实践和对未来的思考。

张晓楠同志是中国少年儿童新闻出版总社总编辑、编审, 中国期刊协会副会长。她用近 30 年的时间专注少儿出版事业。曾获得全国宣传文化系统“四个一批”人才

称号，全国“三八红旗手称号”，“有突出贡献的中青年专家”称号，被国家新闻出版总署评为全国新闻出版行业领军人才，入选人力资源社会保障部等七部委联合组织实施的“2013年国家百千万人才工程”，获得第十二届韬奋出版奖，享受国务院政府特殊津贴。下面请张晓楠同志就“为少年儿童提供优秀精神食粮——中少期刊方阵的探索与实践”的话题开讲。

张晓楠：各位同仁，大家好！很高兴来到“刊协讲堂”！非常感谢中国期刊协会为我提供了一个与大家交流学习的机会。下面，我以“为少年儿童提供优秀精神食粮”为题，从四个方面向大家做个汇报。

一、中少期刊的发展概况

共青团中央主管的中国少年儿童新闻出版总社，是由原中国少年报社（成立于1951年）和中国少年儿童出版社（成立于1956年）于2000年联合组建，2019年未来网并入，2020年注册成立为中国少年儿童新闻出版总社有限公司，总体经济规模居全国少儿类出版单位前列。

中少总社自成立以来，曾荣获全国文化体制改革先进单位、中国出版政府奖·先进出版单位、首批数字出版转型示范单位、全国未成年人思想道德建设先进单位、首都文明单位、国家文化出口重点企业等重要奖项。此外，还是中国少年儿童报刊工作者协会、中国出版协会少儿读物工作委员会、国际儿童读物联盟中国分会的牵头单位。总社出版的多种书报刊多次荣获中国政府出版奖、全国百强报刊、中国好

书等权威奖项。

中少总社主办的少儿类期刊包括：《婴儿画报》《幼儿画报》《嘟嘟熊画报》《中国少年儿童》《我们爱科学》《儿童文学》《中国卡通》《少先队小干部》《中国少年文摘》《知心姐姐》《智力课堂》《中学生》《辅导员》13种，其中，《幼儿画报》《我们爱科学》《儿童文学》三种刊物月发行量逾百万。中少总社期刊以其年龄分层清晰、内容类别全面等优势成为总社出版业务板块中的一支重要力量，被业界称之为“中少期刊方阵”。

中少期刊伴随了一代代小读者的成长，是许多人的童年阅读记忆。其中，国内第一本以中学生读者为对象的《中学生》杂志于1930年创刊，其创始人是知名教育家夏丏尊和叶圣陶；《儿童文学》创刊于1963年，是新中国一代代儿童文学作家成长的摇篮；《幼儿画报》2005年被教育部评为“全国优秀幼儿读物”；2007年获得“第一届中国出版政府奖”；2013年再次获得“第三届中国出版政府奖”；《嘟嘟熊画报》是国内第一本婴幼儿玩具刊；《中国卡通》入选中宣部和新闻出版署联合实施的中国儿童动画出版“5155工程”。

二、坚持价值引领，提供优秀的精神食粮

中少总社期刊自创刊以来，坚持“立德树人”为根本宗旨，坚持“导向正确，价值引领，文化引导，立功立德”的办刊方向，为孩子办放心刊、办良心刊。围绕小读者的阅读需求，以向读者提供优秀的精神食粮为宗旨，像重视自己孩子的食物

质量一样重视期刊的内容质量，像重视自己的身体健康一样重视期刊的品相质量。经过一代代期刊出版人的精心打磨和细心呵护，中少期刊赢得了期刊出版界和读者的广泛好评。

1. 构建精准定位的期刊方阵

中少总社的13种期刊，读者群覆盖0-18岁少年儿童，内容涵盖文学、科普、幼儿、教育、动漫等多个领域，各刊做到定位准确，相互衔接，形成了品种齐全、内容丰富的中少期刊方阵。

从目标读者年龄段上看，中少总社的期刊有适合0-3岁婴幼儿读者的《婴儿画报》，以3-7岁幼儿读者为对象的《幼儿画报》《嘟嘟熊画报》，直至以初高中学生为读者对象的《儿童文学》《中学生》杂志，可以实现0-18岁少年儿童读者全年龄段覆盖；从阅读功能上看，既有适合婴幼儿读者动手玩的玩具刊《嘟嘟熊画报》、从婴幼儿开始培养阅读兴趣的《婴儿画报》《幼儿画报》，又有启发小学生智力、学习知识的《智力课堂》；从题材上看，有纯净文学刊物《儿童文学》、又纯又美的轻阅读刊物《中国卡通》、对读者进行科学普及的《我们爱科学》、滋养读者心灵的《中国少年文摘》《知心姐姐》，还有聚焦共青团中央主责主业、服务于少先队工作的《辅导员》和《少先队小干部》《中国少年儿童》。

2. 坚持价值引领、立德树人的办刊宗旨

中少期刊在出版中始终坚持“立德树人”的根本宗旨，自觉承担起教育引导广大少年儿童树立远大志向、培育美好心灵的社会责任。在工作实践中，各刊积极探

索，以不同的形式和内容引导少年儿童树立正确的价值观。

从婴儿开始，培养好习惯好品德。《婴儿画报》以培养聪明健康的宝宝为目的，以快乐教育和游戏教育为手段，着力于宝宝的好品质、好习惯培养、认知能力、行为能力培养、想像力培养；将教育元素通俗化，让家长更容易接受。《嘟嘟熊画报》根据幼儿的发展特点和接受能力，用有趣的故事、好玩的手工、奇妙的玩具书等各种好玩的形式，吸引小朋友爱上阅读。2020年10月玩具书《欢度国庆》，用立体工艺展现了升国旗、国庆花篮、国庆联欢会、放烟花等热闹的场景。用好玩的立体形式带小朋友进入国庆的氛围，在玩中潜移默化培养爱国情感。

《幼儿画报》创刊于1982年，以“为了今天的幼儿，为了祖国的明天”为办刊宗旨，把对幼儿的教育作为一项面向未来的塑造工程。在充分尊重幼儿认知能力和身心发展规律的基础上，通过故事、儿歌、游戏等配大幅彩色画面的形式，在重大节点、重要月份，刊登“科学家的故事”以及其他爱国类主题内容，对幼儿进行道德品质教育和爱国主义教育。比如，2018年6月绿版图画书《神奇的小草》讲述了诺贝尔奖获得者屠呦呦的故事；2020年10月《最想做的事》讲述了杂交水稻育种专家袁隆平的故事。让孩子从小了解科学家们的成长故事和人生经历，他们为祖国奉献的传奇故事，他们的科学精神和伟大成就，有助于帮助小读者扣好人生的第一粒扣子，成长为对国家有用的人。

《儿童文学》创刊于1963年。创刊伊

始，在茅盾、冰心、叶圣陶等前辈作家的关怀和支持下，定下了办刊宗旨：刊发优秀的儿童文学作品，陶冶少年儿童的品格情操，培养儿童文学作家，繁荣我国的儿童文学事业。在办刊过程中，将政治性、思想性、文学性、儿童性相结合，从栏目策划到内容筛选，都突出强调用文学作品来加强青少年理想信念教育，加强青少年价值观引导，传承中华优秀传统文化，弘扬以爱国主义为核心的民族精神和以改革创新为核心的时代精神。2019年第10期《儿童文学》封面以“我和我的中国”为主题设计，彩页“画梦录”栏目设计，以国庆为主题，配上一首孩子创作的诗歌，展现童心拥抱中国梦的主题。

中少总社出版的《中国少年儿童》《少先队小干部》和《辅导员》是共青团中央和全国少工委认定的全国性少先队队刊，肩负着教育培养少年儿童的神圣职责。《中国少年儿童》编辑部2019年策划开设了专题栏目“时光机——我们的小学时代”，以家庭为单位，征集作文、照片和手抄报，通过对小读者家庭老、中、少三代人小学生活6个典型方面的呈现，反映新中国成立70年来国家的发展和社会的进步。同时增设榜样教育栏目“大人物档案”，选取时代楷模、改革先锋等人物的故事，加强榜样教育，让小读者在阅读的过程中潜移默化地接受正确的价值观。

2020年上半年，广大少年儿童受新冠肺炎疫情的影响，不得不中断了正常的校园生活和社会交往，中少总社以“疫情”为课，对广大少年儿童加强思想引领，向他们传递党和国家的关怀，讲述好中国战

“疫”故事，传播科学知识，倡导健康文明生活方式，维护好少年儿童的身心健康。《知心姐姐》杂志“牛人堂”栏目以“寻找国之重器、侠之大者”为主题，推出系列特稿，报道钟南山等榜样人物故事，为孩子们树立人生楷模，弘扬正气，帮助孩子从小学做人。在“知心姐姐信箱”“大树洞”“魔法智囊团”栏目中，聚焦疫情下孩子突出的成长问题进行回复。《我们爱科学》期刊编辑部组织专家撰写了“病毒来袭，你的身体在干吗”“大自然中移动的病毒库”“红外测温仪显神威”等文章，并参与组织“我们在一起——抗击新冠病毒创意设计活动”。

3. 秉持“名家育名刊”的办刊理念

中少期刊的发展史是期刊发现作者、信任作者，并强力推出优秀作者的历史，也是作者信任期刊、倾力扶助并尽力创作优秀作品的历史。品牌期刊对应品牌作家，品牌作家塑造品牌形象，进而引领少年儿童阅读，丰富孩子们的童年生活，把“金杯”“银杯”置换成小读者及家长们充满信任的口碑，把品质、质量的不断提升视为期刊的第一要素，是作者与期刊最重要的合作目标。

《幼儿画报》一直秉承“名家养育名刊”的办刊理念，刊载的所有故事都是作家、画家原创作品。作家包括金波、高洪波、白冰、曹文轩、葛冰、刘丙钧、秦文君、徐鲁、安武林、汤素兰、萧袤等；画家团队不仅包括国内著名插画家朱成梁、徐开云、李红专、安宏、魏永恒等，还包括国际安徒生奖得主、巴西插画家罗杰·米罗，布拉迪斯拉发国际插画双年展奖、金苹果

奖得主、南非画家皮亚特·格罗布勒，英籍华人插画家郁蓉，西班牙画家阿方索，俄罗斯功勋画家安娜斯塔西娅，德国著名插画家索尼娅·达诺夫斯基，西班牙著名插画家、2012年国际安徒生奖短名单入围画家哈维尔·萨巴拉等等。作家高洪波曾经说过，他们为《幼儿画报》创作始终保持“三心二意”。“三心”是指一颗童心，能和孩子们心贴心；一颗诗心，诗意的追求是人类最高的追求；一颗爱心，爱心是创作之源，文学之母。“二意”是指感恩意识，即感恩时代、感恩民族，感恩我们所处的良好的环境；敬畏意识，即敬畏历史、敬畏传统、敬畏文字，甚至敬畏我们所描写的小朋友们。

《儿童文学》杂志先后举办了《儿童文学》十大青年金作家评选、校园文学大奖赛、全国大学生儿童文学创作征文比赛、挑战作家征文比赛、少年作家讲习班，2012年以来和浙江省绍兴市上虞区人民政府合作设立“《儿童文学》金近奖”，每两年评奖一次，奖励在《儿童文学》上发表的原创文学作品、美术作品和优秀小作家。这些活动不仅调动了广大青少年的积极参与，还发现和培养了一大批文学新人，使《儿童文学》保持着源源不断的创作活力。

4. 提升期刊的品质品味

习近平总书记多次强调，要着力培养担当民族复兴大任的时代新人。一直以来，中少期刊从编辑出版业务管理入手，全面加强内容建设，坚持把社会效益放在首位。在办刊过程中，坚持“三高”即高品位、高格调、高质量，“四精”即精品、精短、精致、精彩。中少总社根据期刊出版主管

部门和行业有关工作要求，制定了总社《期刊社会效益评价考核实施细则》《期刊编辑工作规程》《期刊出版质量管理规定》等系列管理制度和规范。多年来，中少总社一直坚持质量立社的出版宗旨，坚持多年的内部期刊质量合格认定标准严于2020年最新修订颁布的《报刊质量管理规定》。为保证少年儿童读者的身体健康，体现中少总社的社会责任，中少总社所属期刊全部按照“北京市绿色印刷工程”要求，选用环保纸张、油墨，采用绿色印刷标准印制。下面介绍一下我们的做法。

《幼儿画报》在编辑出版工作中，对栏目策划、稿件质量、装帧设计以高品位、高质量严格要求。2007年，《幼儿画报》成为唯一获得“首届中国出版政府奖”先进出版单位奖的幼儿期刊。《幼儿画报》以教育部颁布的《幼儿园教育指导纲要（试行）》《3~6岁儿童学习与发展指南》为指导，创设适合中国幼儿身心发展的栏目及内容。如编辑部通过读者调研，创设了“红袋鼠的自我保护故事”这个经典栏目，重点关注孩子的安全，增强儿童自我保护能力。每年总结出12个最受爸爸妈妈关注的儿童安全问题，自护点涉及用电安全、出行安全、游玩安全、家居安全等方方面面，以生动的童话故事对孩子进行安全自护教育，潜移默化地让孩子增强自我保护意识。

对细节的关注成就了《幼儿画报》的品质。从读者中来、到读者中去，为切实保证寓教于乐，《幼儿画报》出版前都要拿到幼儿园试读。保证刊物的内容适合幼儿阅读，并受到幼儿的喜欢。《幼儿画报》

《婴儿画报》还与北京师范大学霍力岩教授合作开展“《幼儿园教师胜任力发展研究》项目之基于中国原创图画书的综合主题活动”课程，与全国几百家优秀示范幼儿园合作，拍摄用于指导幼儿园教学和亲子互动阅读的活动；与幼儿文学研究专家、幼儿教育专家、幼儿阅读推广专家等展开合作，开设用于帮助父母指导孩子阅读的微课堂，以指导幼儿园教师的课堂教育实践和幼儿的正确阅读习惯培养。

《儿童文学》坚持高品位、高格调、高质量的纯文学宗旨，坚持贴近生活、贴近时代、贴近读者办刊方向。不仅刊出一大批有持续影响力的儿童文学作品，而且还大力培养儿童文学作家队伍，搭建坚实的创作梯队。2006年初，《儿童文学》经过充分的市场调研和精心的前期准备，当年7月由月刊改成了半月刊，以高雅轻灵、内容丰富的文学作品，引领少年儿童的阅读。《儿童文学》半月刊期发行超过80多万册，带来了社会效益与经济效益的双丰收。基于《儿童文学》半月刊的办刊经验，以及新的市场需求和刊物潜力，《儿童文学》杂志社在2008年7月由半月刊发展成了旬刊。《儿童文学》旬刊以健康、纯净、清新的纯文学品性和鲜明的时代特色，适应了当代少年的成长需求和文学欣赏趣味，构成了经典与时尚结合、主流与新锐相交，成人与少年互映的精品文学刊群。《儿童文学》已成为我国儿童学期刊中品质好、影响大的一份刊物，被称为中国儿童文学的一面旗帜、与世界儿童文学对话的一个窗口。2014年1月，《儿童文学》由旬刊变更为周刊，在精品、精短、精致、

精彩上下功夫，尽力满足当代少年儿童的成长需求、精神需求和欣赏趣味，既能让孩子读到当前精彩的文学佳作，又能使孩子享受丰富多样的阅读趣味。

5. 满足少儿读者的阅读需求

中少总社在中国期刊协会的指导下，承办“少儿报刊阅读季”活动。五年来，“少儿报刊阅读季”通过开展征文、绘画、演讲、亲子阅读、师生共读、团队共读、社会实践、趣味游戏、公益讲座、精品书报刊捐赠等活动，加强对少年儿童的思想引领、提升少年儿童阅读素养，积极开拓少年儿童感知时代脉搏，厚植文化根基，自觉践行社会主义核心价值观，争当时代新人的生动局面。2019年，活动吸引到全国249家少儿报刊社参与，累计9948.3万少年儿童通过直接参与活动感受到新中国成立70年来在政治、经济、文化、科技、民生等方面取得的伟大成就，85家少儿报刊社向老少边穷地区少年儿童、农村留守儿童、城市流动儿童较为集中的乡村小学、中小城市图书馆、农家书屋等捐献优秀少儿书报刊1200多万码洋，惠及5500多万中小學生。

2020年“少儿报刊阅读季”活动的主题是：手拉手、读中国、看世界。其中“五彩斑斓绘世界，希望就在大爱中”主题活动，通过“有爱，就有希望”抗疫绘画的征集，让孩子们勇敢面对灾难、战胜恐惧、不怕困难、珍爱生命、崇尚自然、敬畏科学、乐观向上。征集到抗疫绘画作品近2000幅，多幅作品入选联合国教科文信使组织的“我眼中的未来世界”少儿绘画征集活动优秀作品。

三、推动融合发展，培育少儿出版新业态

近年来，新闻出版业转型升级步伐加快，媒体融合发展已成为业内的新常态和新引擎。少儿期刊出版必须遵循互联网时代信息传播的特点和规律，对接在这个时代成长起来的少年儿童的阅读习惯和行为模式。

1. 书刊互动，实现资源整合

中少总社于新世纪之初按照读者对象年龄段和出版内容分类成立了不同的出版中心，打破书报刊出版界限，实现出版资源的优化整合，以《幼儿画报》为基础组建了低幼读物出版中心，以《儿童文学》为基础组建了儿童文学读物出版中心，以《我们爱科学》为龙头组建了期刊中心，以《知心姐姐》为基础组建了教育服务中心。

低幼读物出版中心潜心挖掘优质文本和优秀作家，全力打造本土原创图画书故事，先在刊物上登载，再出版精装图画书，书刊资源充分利用，扩大市场影响力。同时打造以中国原创图画书为基础的“中少阳光图书馆”品牌，其先后出版了百余种图画书，其中“我的日记”系列发行量已超过200万册，得到社会各界的广泛认可。《我是花木兰》荣获第二届图画书时代奖金奖，《香香甜甜腊八粥》《柠檬蝶》《红色油纸伞》等作品也屡获国内外大奖；以《婴儿画报》《幼儿画报》品牌衍生出版的图画书大多实现版权输出。

儿童文学读物出版中心“书刊互动”建设特征和效果明显：一是极大地开发了作家资源，有力地补充了中少总社原创儿

童文学的出版品种和图书品质。二是充分运用好读者资源。《儿童文学》根据读者的阅读需求，开发了《儿童文学》金牌作家书系、《儿童文学》典藏书系、《儿童文学》陶乐酷书系等，以满足不同年龄和阅读趣味的读者需求。三是升级少儿出版产业链。除了丰富儿童文学板块的书刊互动成果之外，2012年，《中国卡通》杂志并入儿童文学出版中心，搭建图文结合、原创儿童文学作品与动漫产品并举的发展平台。目前，《中国卡通》杂志实现了50多万的月发行量，每年出版近百种图书，不仅弥补了动漫板块原创故事匮乏的短板，还延伸了“书刊互动”广度，实现“文字与漫画的互动”。

2. 介质创新，提高少儿报刊传播力影响力

《我们爱科学》紧随时代步伐，及时将新媒体新技术引入到刊物的编辑出版呈现，丰富刊物的外延性内容。在刊物中引入二维码、语音码、AR等多媒体技术。读者通过杂志上的二维码、语音码和图片，能在手机、iPad等数码设备上看到与杂志内容相关的视频、动画，能用语音笔听到音频内容。《婴儿画报》《嘟嘟熊画报》和《幼儿画报》在产品的开拓方面，于新世纪之初就首创启动了纸刊动画版工程。每月有专业的动画部门将纸刊内容制作成动画片随刊发行，编辑部配合动画部从脚本、视频结构、配音、点评等方面投入了大量时间和精力，使得中少低幼期刊实现了可读可看可听可学，对于婴幼儿读者开发多元智能提供了有力支撑。

3. 强化服务，利用新媒体新技术打通

刊物与读者的“最后一公里”

读者在哪里，服务就应该在哪里。我社各刊纷纷开通服务号、订阅号等打通和读者的实时互动。如《《知心姐姐》杂志建立了“小知心”微信公众号，2019年全年共推送228篇文章；粉丝在公众号页面对话总次数为123301次，平均每月对话为10275次；与干货帮音频微课平台合作，研发出《非常安全特工队》少儿安全科普音频产品，并在2019年底上线于互联网平台分发宣传。有着百余万粉丝的《幼儿画报》微信公众号由著名主持人金龟子为孩子们每天讲睡前故事，邀请专家用先进的育儿理念、独到见解和全新的视角面对面讲解家庭教育，并通过公众号定期上线读者互动活动。《中国卡通》微信公众号自2016年1月正式运营，持续推送原创漫画内容及举办多届漫画大赛，目前粉丝100多万。

4. 塑造品牌，推动少儿报刊服务社会

《中学生》承办的叶圣陶杯全国中学生新作文大赛被国家教育部正式批准为每年面向高中生举办的全国性竞赛活动之一。大赛以“弘扬叶圣陶教育思想，配合促进新课程改革，引领中学生健康写作，发现与培养文学新苗”为宗旨，坚持公益性、学生自愿参加的原则，选拔成就了一大批文学特长生，推举出了数百位文学新秀，赢得了广大师生的信赖和良好的社会声誉，为提高中学生语文核心素养、推动素质教育发展做出了贡献。

《知心姐姐》杂志充分发挥其特色品牌“知心调查”的功能，开展了“孩子期待什么样的教育”“关注孩子的精神成

长”“中小学生传统文化教育现状”“中小学生阅读需求调查”“父母学习现状与需求”等有分量的调查。其中《孩子们期待有情感的教育》调查报告转载高达百万次，受到了社会的一致好评。“知心姐姐信箱”始终倾听孩子的心声，解决孩子的烦恼。杂志编辑部2019年制作了音频产品《知心姐姐为你写的99封信》，让内容通过更丰富的形式加以传播，扩大了品牌的影响力。

四、对少儿期刊未来的思考

少儿期刊内容丰富、覆盖广泛，为孩子们开启一扇又一扇知识之门、心灵之窗，对于培养广大少年儿童的阅读兴趣、阅读习惯、阅读能力具有特殊意义。中少期刊要始终坚持正确的出版方向和价值导向，坚持“内容为王，编辑为本”，数字时代也依然是内容为王。未来少儿出版的业态是以纸质读物为基础的全媒体出版，技术进步和中国全面建成小康社会的进程会给少儿出版带来巨大的发展机会。我们要把握住这个机会，实现以纸质读物为基础的全媒体出版的转型，继续做好以下几方面的工作。

一是坚守原创，努力打造原创出版高地。中少期刊方阵将继续以原创作为核心出版能力，坚决抵制同质化出版，以少年儿童的阅读需求为出发点策划选题。二是注重人才培养，统筹加强编辑队伍建设，切实加强马克思主义新闻出版观教育，引导编辑们牢固树立精品意识。三是注重培育中青年作家，打造结构合理、实力雄厚的作家队伍，为原创出版蓄力赋能。四是

加强媒体融合，运用新技术对内容再开发、再运营，加快传统出版业在移动化、知识化、视频化、有声化、智能化等方面的改造升级，更好地服务于少年儿童的阅读需求。

吴尚之：今天，张晓楠同志与我们分享了中少期刊“为少年儿童提供优秀精神食粮”的办刊经验和做法。这些经验和做法带给我们许多有益的启示，概括起来主要有以下四个方面。

一是始终坚持“立德树人”的办刊宗旨。中少期刊在出版中始终坚持“立德树人”的根本宗旨，自觉承担起教育引导广大少年儿童树立远大志向、培育美好心灵的社会责任，将弘扬社会主义核心价值观的要求，融入到各类作品之中，贯穿到各个出版环节，以生动的形式、丰富的内容，引导少年儿童树立正确的价值观，为少年儿童办放心刊、办良心刊，为少年儿童健康成长提供优秀的精神食粮。

二是努力秉持“名家育名刊”的办刊理念。办好优秀的期刊需要建立两支优秀的办刊队伍，即优秀的作者队伍与优秀的编辑队伍。中少期刊重视作者队伍建设，坚持名家办刊，培养了一批海内外知名的作家和画家，保持了源源不断的创作活力。

中少期刊的发展历史，既是一部不断推出名家的历史，也是一部名家创作优秀作品、培育名牌期刊的历史。

三是着力提升期刊的品质品位。中少期刊提出，要像重视自己孩子的食物质量一样，重视期刊的内容质量，用心打磨，细心呵护。中少期刊从编辑出版业务管理入手，全面加强内容建设，在办刊过程中，坚持“三高”即高品位、高格调、高质量，强调“四精”即精品、精短、精致、精彩。有的期刊在出版前都要拿到幼儿园试读，以保证刊物的内容适合幼儿阅读，并受到幼儿的喜欢。

四是积极培育少儿出版新业态。近年来，中少期刊加快了转型升级和媒体融合发展，在推动期刊发展的同时，加强书刊互动，极大地开发了作家资源，充分运用了读者资源，升级拓展了少儿出版产业链。与此同时，中少期刊不断推动出版融合创新，及时将新媒体新技术引入到刊物的编辑出版，丰富刊物的传播方式，提高少儿期刊的传播力影响力。强化服务，利用新媒体新技术打通刊物与读者的“最后一公里”。

最后，让我代表中国期刊协会，感谢张晓楠同志的精彩演讲！感谢大家对刊协讲堂的热情支持！

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

