

中国期刊协会通讯

(内部资料, 免费交流, 注意保存)

2021 年第 6 期

(总第 142 期)

中国期刊协会秘书处编

2021 年 6 月 1 日

CJPA 刊协讲堂 (第十八期) 专题报道

优化出版资源配置, 促进书刊协同发展 ——少年儿童出版社办刊模式的探索

主讲人: 冯 杰

主持人: 吴尚之

主办单位: 中国期刊协会

时 间: 2021 年 6 月 1 日

吴尚之: 大家好! 欢迎大家来到第十八期刊协讲堂! 上海是中国近代少年儿童报刊的重要发源地之一。创刊于 1922 年的《小朋友》杂志, 走过了近百年发展历程, 有着深厚的历史和文化积淀, 在一代又一代读者的心中留下了难忘而又美好的印象。近年来, 少年儿童出版社主办的《小朋友》《少年文艺》等八刊两报, 呈现良好发展态势, 探索出一种期刊发展的新模

式。他们有哪些做法值得我们学习借鉴? 今天, 我们请来了本期演讲嘉宾冯杰同志, 请他与大家分享少年儿童出版社的办刊经验。

冯杰同志是上海少年儿童出版社有限公司党委书记、社长, 中国期刊协会副会长, 上海市出版协会常务理事。1985 年 7 月毕业于复旦大学中文系, 同年进入上海文艺出版社, 先后担任书刊编辑、广告运

营总监、新媒体总监和《旅游天地》《漫画会》等杂志社社长。2012年担任上海故事会文化传媒有限公司董事长兼总经理，2015年兼任上海文化出版社社长，2018年任上海少年儿童出版社有限公司党委书记、社长。下面请冯杰同志就“优化出版资源配置，促进书刊协同发展——少年儿童出版社办刊模式的探索”这一话题开讲。

冯杰：各位同仁、各位朋友，大家好！非常高兴来到刊协讲堂！今天，我就“优化出版资源配置，促进书刊协同发展——少年儿童出版社办刊模式的探索”，与大家交流近年来我们的办刊探索与体会。

一、少年儿童出版社期刊发展概况

少年儿童出版社（以下简称少儿社）成立于1952年12月28日，是新中国第一家以少年儿童为读者对象的大型综合性专业少儿读物出版社，隶属于上海世纪出版（集团）有限公司。少儿社成立以来，出版了一大批脍炙人口、影响广泛的书刊品牌。如《十万个为什么》《365夜故事》《上下五千年》和《三毛》系列等一批经典图书。与此同时，少儿社十分重视期刊的出版，出版有文学类期刊《少年文艺》《儿童文学选刊》《故事大王》《小福尔摩斯》，科普类报刊《十万个为什么》《青少年科技报》，教育类期刊《语文新读写》，幼童报刊《娃娃画报》《小朋友》《小青蛙报》共八刊两报。

上海是中国近代少年儿童报刊的发源地，作为少儿经典期刊品牌，少儿社出版的《小朋友》《少年文艺》等期刊在中国

少儿期刊史上有着深厚的历史积淀，像一条条金色的纽带，串联起了一大批闪光的名字。

1.《小朋友》

《小朋友》创刊于1922年4月，由著名文化人黎锦晖创办，中华书局出版，1953年1月始由少儿社出版，读者对象为幼儿园至小学低年级学生。《小朋友》曾经创造过许多为人瞩目的“中国第一”：我国文学史上的第一个低幼文学刊物，我国幼儿期刊中创办时间最长而且至今仍在出版的刊物，最早用横排排版印刷的刊物。

将《小朋友》近百年来的封面排开就是一次美轮美奂的美术展，一大批画家为这本杂志留下了墨宝：如丰子恺的《柳荫温课》《喂马》，徐悲鸿的《猫》，林风眠的《水鸟》，程十发的《哪吒闹海》，关良的《活捉史文恭》，张乐平的《新春快乐》《祖国的花朵》，江寒汀的《妈妈喂孩子》，黄胄的《维吾尔族小朋友》，田世光的《牡丹》，田园的《金鱼姑娘》，林曦明的《捉蜻蜓》，还有来楚生、黄永玉、李平凡等人的作品。

一分耕耘，一分收获。多年来，《小朋友》先后获得“全国百种重点社科期刊”“华东地区优秀期刊提名奖”“上海市十佳期刊”“上海市优秀期刊奖”“新中国60年有影响力期刊”荣誉称号；被新闻出版总署列为向全国少年儿童推荐优秀少儿报刊；荣获“致敬创刊70年”荣誉称号……

2.《少年文艺》

《少年文艺》于1953年7月创刊，由国家名誉主席宋庆龄先生亲笔题写刊名并

撰写发刊词。历经近70年,《少年文艺》杂志成为中国儿童文学领域当之无愧的经典,成为一代又一代作者最初的出发地和一生最重要的舞台,也是一季又一季小读者最痴迷和最暖心的阅读园地,它曾创造了期发行106万册的辉煌纪录。

《少年文艺》是新中国第一本原创儿童文学期刊,担负着中国当代儿童文学拓荒者的使命。二十世纪五六十年代,《少年文艺》成为新中国第一批儿童文学作家发表作品的最主要阵地。八十年代,《少年文艺》为诞生在襁褓里的新时期儿童文学提供专业呵护并与其共同成长。它不仅是中国当代儿童文学的拓荒者,更是当代儿童文学的领跑者,形成了自己独特的办刊风格,一大批儿童文学的主力作家和重点作家在这里逐渐走向成熟。

3.《十万个为什么》

创刊于1976年的《十万个为什么》杂志(原名《少年科学》),是一本面向少年儿童的综合性和科普期刊。多年来,这本以“传播科学,推动创新”为宗旨的杂志赢得了全国各地读者的喜爱,在国内颇具影响力。许多读者因它而进入了科学的殿堂,许多著名的科学家也是其热诚的作者或读者。中科院院士池志强坦言:它差不多是所有中青年科学家的启蒙读物。

二、坚守功能定位,加强内容建设,推动出版创新

随着现代信息传播技术的快速发展,读者阅读需求和阅读习惯发生了深刻变化,传统期刊运营模式面临巨大挑战。

一是阅读市场需求的变化和同质化竞

争。相比传统期刊,新媒体阅读具有更便捷、内容广、形式多、分类细、互动性强等特点。文字、图片、音频、视频等多媒体呈现方式也给孩子带来丰富而独特的阅读体验,为此改变了当代少年儿童的阅读方式和阅读习惯,对传统期刊形成极大挑战。另一大挑战来自市场上同质化竞争。2019年,全国出版初中及以下少年儿童图书4.4万种共计9.5亿册,出版初中及以下少年儿童期刊206种共计3.8亿册[数据来源于2019年《中国儿童发展纲要(2011-2020)》统计监测报告]。市场上同类少儿刊物繁多,竞争激烈。

二是经营模式、营销手段的变化。数字时代,各行各业的经营模式发生了改变,营销手段也更趋于数字化和多样化,内容价值的传播不再局限于传统书刊发行,经营模式、营销手段的变化层出不穷,日新月异。面对阅读方式和市场环境的变化,传统期刊表现出应对不足。

面对新挑战,如何推动期刊的发展,成为我们思考的重要课题。近年来,少儿社在期刊发展方面,坚持守正创新,重新确立期刊在内容建设和价值传播中的功能定位。我们的思路 and 做法主要有以下几点:

1.坚持“立德树人”

我社少儿期刊出版围绕“立德树人”,以培养担当民族复兴大任的时代新人为己任,始终坚持正确的政治方向和价值导向,自觉培育和践行社会主义核心价值观。2020年,少儿社启动了《小朋友》历史资料数字化项目,精选《小朋友》杂志中刊登过的红色故事、革命英雄连环画,制作成一个全新的可供展出的数字展品系列,

可在全市乃至全国范围内进行数字版播放，开展爱国主义教育。

2. 坚守期刊定位

《少年文艺》始终坚守培育儿童文学作家的文学园地定位。新中国成立之初至二十世纪六七十年代，《少年文艺》积极为有潜力的年轻作者举办研讨会。进入二十一世纪，《少年文艺》采取推头条、配评论、开专栏等多种形式，同时利用少儿社和杂志自身的社会影响力，为培养年轻的原创儿童文学作家架构进更多的社会资源。2011年以来举办的“周庄杯”全国儿童文学短篇小说大赛，已延续至今；2011年举办“韬奋杯”全国中小学生创意作文大赛；2015年举办“《少年文艺》青年作者改稿会”以及2016年举办“板桥杯”全国少年儿童话大赛等。

3. 推动出版创新

少儿社始终坚持质量第一，把内容建设摆在突出位置，推动出版创新，促进融合发展，不断满足广大少年儿童文化获得感。《少年文艺》开设了“两微一端”，方便与作者和小读者之间的沟通交流。2020年，《少年文艺》在微信公众号上推出“小作家秀”栏目，每期推出若干篇小作家优秀作品，并配有专业点评。借助“小作家秀”新媒体栏目，《少年文艺》品牌建设延伸进入新媒体渠道，在发现并培育更多具有潜力的小作者的同时，还为杂志收获了高质量的“新芽”栏目稿件。《十万个为什么》则尝试AR技术在传统期刊的应用，用沉浸式体验增强小读者的代入感。视频、图片、探究项目的问答、互动小游戏等，拓展了杂志内容空间，提升了杂志表现力。《小朋友》开设的“聪明绘本馆”“古

诗小讲堂”等栏目，在营造一种愉快阅读方式的同时让小朋友掌握到语文知识。“创意手工”“亲子厨房”等栏目，注重对小朋友动手能力的培养和思维智能的开发。

《少年文艺》注重栏目常办常新，保留经典栏目的同时不断推出新栏目，目前平均1~2年推出一个全新栏目。装帧设计方面，为符合当下读者阅读习惯和审美需求，将32开本改为国际大32开，同时增加半个彩色印张。2019年，《少年文艺》优化杂志UI设计。2020年，与上海美术学院合作，插图和装帧设计的整体水平有了很大提升。

随着少年儿童期刊阅读资源的丰富和读者阅读习惯的改变，少儿期刊从栏目设置、选题策划和内容编排上，需要更加注重细分市场的需求，精准读者定位。在注重知识型、趣味性的前提下，更加注重好的表现形式和交互式阅读体验。例如《十万个为什么》从2015年起就在纸质杂志上增加了AR内容。《十万个为什么》坚持以“传播科学，推动创新”为宗旨，近年来不断推陈出新。一方面继续秉承书刊互动的传统出版优势，另一方面探索实践少儿科普全产业链发展新理念。以《十万个为什么》全媒体出版为核心基础，创新一条《十万个为什么》少儿科普全产业链开发的发展新路。《十万个为什么》成为一本在内容、出版形式及新媒体方面大胆创新、别具一格的高品质期刊。

三、优化资源配置，推动书刊互动，促进协同发展

2018年少儿社启动三年综合改革，成

立了原创儿童文学出版中心、幼童读物出版事业部、少儿科普出版事业部和教育培训出版事业部，期刊分别隶属各出版中心（事业部），从组织架构和制度设计上为优化出版资源配置、提升书刊互动能效以及创新发展模式提供了有力保障。我们在推动书刊互动方面的思路和做法主要有以下五点：

1. 在发展目标上，书籍与期刊相互契合

首先，期刊与所在出版中心（事业部）的出版宗旨、作者群体和读者对象一致。《少年文艺》致力于出版面向9~15岁中小学生的质量原创儿童文学作品。

其次，书刊作者属于同一群体，主力作者均为一线儿童文学作家。几十年来的耕耘，使得《少年文艺》拥有成熟而稳定的作者团队，为出版中心图书原创能力建设提供了重要保障。

再次，书刊互动有着很好的传统基础，产生了很好的效果。二十世纪八十年代，秦文君在《少年文艺》上刊发了《少女罗薇》《告别裔凡》等多篇小说；1993年1月，《贾梅的故事》开始在《少年文艺》上连载；1999年1~2月的《少年文艺》上又连载了两期《小丫林晓梅》；小鬼鲁智胜和刘格诗的故事也均在《少年文艺》上刊发过。这些故事深受小读者的欢迎，它们的单行本随后由少儿社出版，市场反响热烈。二十世纪八十年代中叶至二十一世纪初，沈石溪频频在《少年文艺》发表小说，其中的多数作品获得了当时“少年文艺年度好作品奖”，这为他若干年后在少儿图书创作上的成功奠定了坚实的基础。少儿社出版沈石溪长篇小说《狼王梦》《残狼

灰满》《疯羊血顶儿》等，均受到市场好评。作为儿童文学界的中坚力量，中青年作家更是书刊互动中最活跃、最能出成绩的一批人。青年作家刘虎在《少年文艺》发表过多篇短篇作品，他的长篇儿童文学《遗孤》，经由《少年文艺》执行主编谢倩霓推荐给图书编辑，2017年作品以《风雪那年》为书名出版，获得了陈伯吹国际儿童文学奖和桂冠童书奖。第二年，出版中心出版了刘虎的长篇作品《飞越喜马拉雅》，连续多次荣登《中国新闻出版广电报》优秀童书畅销榜，入围年度“中国好书”和京东文学奖终评目录，并于2020年年初获得中宣部首届“优秀青少年读物出版工程”，得到上海市文创资金的扶持。2020年，出版中心又出版了刘虎最新长篇作品《你好，珠穆朗玛》。

《小朋友》百年来积累了相当丰富的品牌资源和影响力，有着深厚的作者人脉，其中不乏老一辈的知名作家，比如老舍、冰心、秦文君等，也不乏新生力量，比如肖定丽、二米、陈琪敬、两色风景等。很多作家都是在《小朋友》上发表作品之后，走上了童书创作之路。《小朋友》作为少儿社联系和维护童书作者的纽带作用不容小觑。

《十万个为什么》长期培养优秀的少儿科普作者，并将期刊内容和作者资源充分整合，转化成众多优秀的科普图书。例如，《共享未来——走可持续发展之路》被评选为“1997年上海市科普优秀作品”；“探索未知”丛书获“2008年上海市优秀科普作品”，并入选“2010年新闻出版总署向全国少年儿童推荐的百种优秀图书”；

“科学小达人”丛书入选“2012年新闻出版总署向全国少年儿童推荐的百种优秀图书”；《深海探索》和《智慧精灵》获得2019年全国优秀科普作品；《追踪中国恐龙》入选“2020爱阅童书100”；《我的野生动物朋友》获得“2020年上海市优秀科普图书”……更为典型的是，《十万个为什么》第六版的很多作者，尤其是年轻作者，都来源于《十万个为什么》杂志。

2. 在选题规划上，书籍与期刊相互转化

2013年，《少年文艺》推出“《少年文艺》60周年金品典藏”书系，汇集60年来名家名作，年销量30万册。2017年，少儿社策划推出“《少年文艺》名家精品文丛”图书系列。小河丁丁是近年来儿童文学创作领域中的一名后起之秀，他的短篇作品先后发表于《少年文艺》杂志，其中，《爱喝糊粮酒的倔老头》获得陈伯吹国际儿童文学奖单篇作品奖、“周庄杯”全国儿童文学短篇小说大赛特等奖。《白公山的刺莓》获陈伯吹儿童文学奖单篇作品奖、“周庄杯”全国儿童文学短篇小说大赛一等奖。因短篇作品质量高，出版中心出版了他的《老街书店的书虫》《米线棋王》《从夏到夏》三本短篇合集，均收录在“《少年文艺》金榜名家书系”。其中，《老街书店的书虫》荣获“2016中国好书”年度提名，并被国家新闻出版广电总局列为2017年向全国青少年推荐的百种优秀出版物。

《小朋友》现隶属幼童读物出版事业部。一直以来，《小朋友》都有连载栏目，其中“故事王中王”栏目大多选用少儿社已经出版的图书内容。2020年1月至今，

该栏目刊载的是谢倩霓的《家有谢天谢地》系列图书，深受小读者们的喜欢。科普栏目更是与少儿科普出版事业部的图书长期互动，近年来选用书籍包括了《关于猫的一切》《关于马的一切》《关于蜜蜂的一切》《关于狼的一切》等。

为迎接《小朋友》创刊100周年，2020年幼童读物出版事业部推出的百年纪念丛书《你好，小朋友》（全4册），包括有童话故事、散文、诗歌等题材。这套丛书不仅是对《小朋友》创刊百年的纪念，更是对我国童话创作百年精品的梳理，为小读者们奉献了一部历久弥新、可读性很强的经典作品选集，其出版意义绝不仅限于期刊领域。

3. 在发行推广上，书籍与期刊相互贯通

书刊并轨发行，有利于书刊品牌的相互宣传，相互成就，既节约了发行成本、提高了宣发效率，也叠加了品牌效应。《少年文艺》为出版中心的图书出版不间断地提供丰富的内容资源、作者资源以及杂志的品牌效应支撑，而在对作者的深度开掘以及在内容建设的过程中，优秀的图书同样会积极作用于杂志，使其品牌更加丰满，影响更为深远。期刊承担并发挥内容品牌建设的基础作用，品牌建设则需要图书的有力贡献。市场方面，《少年文艺》拥有很高的知名度和读者基础，可以与优秀的图书相互引流。2019年，朱洪海在《少年文艺》上刊发了第一篇短篇童话《下雨我就回来了》。之后，他给《少年文艺》编辑投稿长篇童话《瓦当的庄园》。《少年文艺》编辑审读后认为作品具有极高质量，随即申报图书选题，并专门开发“《少年

文艺》新书架”系列，旨在收录新生代的儿童文学作家佳作。同时，利用《少年文艺》的品牌影响力帮助图书更顺利地打入市场。果不其然，《瓦当的庄园》出版后获得了来自各方面的好评，被《中国出版传媒商报》《北京晚报》《山西晚报》《作家文摘》《文汇网》等多家媒体重磅推荐，上市一个月，重印三次。《瓦当的庄园》有了《少年文艺》这一经典品牌的背书，影响力和知名度大幅提升。“《少年文艺》新书架”系列的推出，也丰富了《少年文艺》的产品线。

近两年，少儿社成立了拼多多旗舰店、天猫旗舰店，并积极拓展社群渠道。各刊微信推送页下方都会附上书刊购买的链接，直通网上商城。除此之外，《少年文艺》《十万个为什么》等还积极探索直播带货、短视频宣传、开发品牌周边等多种宣发营销模式。

4. 在资源配置上，书籍和期刊相互协同

书刊出版资源的合理化配置，赋予了期刊在内容建设和价值传播中不可或缺的功能效用。《少年文艺》举办的各类活动会邀请出版中心的图书编辑参加。活动中，图书编辑与期刊作者面对面沟通，相互碰撞，很多好的图书选题由此而来。

郭姜燕于2010年开始在《少年文艺》上发表短篇作品，其中，《幸运数字3》获第三届“周庄杯”全国儿童文学短篇小说大赛优秀奖。作为大赛承办单位之一，《少年文艺》邀请图书编辑参加颁奖活动。图书编辑在读到了郭姜燕另外几个短篇后，立刻被她鲜活的写作风格和充满阳光的作品内涵所吸引，把她列为重点培养对

象。2014年少儿社首先出版了她的两本短篇合集，2015年郭姜燕捧出了一部长篇儿童小说《我们的秘密》，出手不凡，奠定了其创作长篇作品的实力。不久后，当时的文学中心主任（现少儿社总编助理、原创儿童文学出版中心主任）朱艳琴读到了郭姜燕的短篇童话《特沃先生的手表》，欣喜非常，立刻打电话给郭姜燕，鼓励她在此基础上创作一部长篇童话。接下来就是半年多的不断沟通磨合、提修改意见，2016年7月，朱艳琴将郭姜燕的新作长篇童话《布罗镇的邮递员》付诸出版。作品先后获得第十四届中宣部“五个一工程”奖、中宣部“优秀儿童文学出版工程”、第十届全国优秀儿童文学奖、中国好书、陈伯吹国际儿童文学奖等诸多大奖。出版中心还出版了《季悠然和她的猫》《太阳村的孩子》《离别之后》《啾啾和呀呀的故事》等郭姜燕的长篇作品。

原创儿童文学出版中心在书刊互动实践中获益匪浅，近年来出版中心一直是少儿社社会效益获得之集大成者，也是少儿社原创能力建设的主力军。

5. 在人才管理上，书籍与期刊相互流动

各出版中心（事业部）的组织架构促使书刊编辑横向流动，少儿社由此培养了一批兼具书刊编辑经验的复合型人才。出版中心的刘婧曾是《少年文艺》编辑，2017年11月，她刊发了85后作家丙等星的首部作品《星球收割者》，由此与丙等星保持了良好的合作关系。之后她出版了丙等星的长篇科幻小说《神空驱动》系列，该系列具有奇幻的文学构思和扎实的科学理论，获得了上海市文化发展基金会文化

艺术项目资助。成为图书编辑后，刘婧策划出版了“科学家带你读科幻”系列，该系列选编了刘慈欣、冉浩、赵海虹等几十名科幻作家的中短篇作品，每篇配有责编向科普作家们约写的解析，丙等星的《星球收割者》以及他撰写的解析《另一个地球》《机器人的狂想与现实》等也被收录其中。“科学家带你读科幻”的出版离不开她此前在《少年文艺》编辑工作中的专业积累。

在各出版中心（事业部）现有考核机制安排下，期刊编辑同样可以做书，图书成绩可追加计入其KPI，纳入绩效考核，这大大调动了期刊编辑做书的积极性。为了方便编辑交流沟通，所属期刊都与图书编辑部采取合署办公。

2018年，少儿社整合《十万个为什么》期刊、少儿科普图书编辑部和新媒体部门，组建“少儿科普出版事业部”，旨在打造涵盖图书、期刊、电子出版物、网络平台、微视频、动漫、主题会馆（展）的少儿知识类项目平台。事业部的编辑团队打破了图书、期刊，纸媒、新媒体的形式壁垒，编辑根据自己的特长分类跟进相关的科学领域，深耕细作，开发作者和选题，整合出版资源，适应出版形式的需要，分别投放在期刊和图书，以及有可能与少儿科普产业相关的其他环节。书刊编辑真正做到了分工不分家。

通过以上五个方面的探索，我社期刊出版取得了丰硕成果。期刊为图书出版发现和培养新人新作，为少儿社原创能力建设发挥了重要作用。对期刊来说，书刊互动丰富了杂志品牌的产品线，提高了品牌

知名度。所谓各美其美，美美与共。同一出版内容，不同载体表达，书刊互动或成为推动期刊未来发展的有效模式，少儿社在这方面的积极探索已取得了重要阶段性成果。

实践证明，出版社办刊的优势，也在于其体制上具备打通两种资源的条件，做到书刊两类产品的相互赋能。书刊互动真正带来的是，扩大出版社的选题范围，开阔出版眼界，培育作者队伍，深化期刊内容建设，延伸期刊产业链，从而推动出版社实现更高质量的发展。

吴尚之：今天，冯杰同志与我们分享了少年儿童出版社“优化出版资源配置，促进书刊协同发展”的办刊经验和做法。他们的经验概括起来主要有以下四个方面：

一是坚守期刊定位。面对现代信息技术的迅速发展、读者阅读需求的急剧变化和经营模式改变的多重挑战，如何坚守期刊定位，推动期刊业的新发展，这是期刊业面临的新课题。少年儿童出版社坚持守正创新，重新确立期刊在内容建设和价值传播中的功能定位，始终坚持立德树人，以培养担当民族复兴大任的时代新人为己任，把社会主义核心价值观贯穿办刊各个环节。坚持质量第一、内容为本，加强内容建设，为少年儿童提供优秀的精神食粮。

二是推动出版创新。创新是出版的本质，也是出版发展的源泉和动力。少年儿童出版社一方面注重期刊的内容创新，不断推出好文章，培育精品栏目，推出新的栏目，适应阅读习惯和审美需求的变化。另一方面，也注重出版形式和出版方式的

创新，优化杂志设计，提高装帧水平。在推动融合发展方面，少年儿童出版社充分运用AR等新技术，积极开发“两微一端”，借助新媒体栏目，将传统纸媒的优质内容和品牌建设，融入新媒体渠道，拓展了内容传播空间，探索实践期刊全产业要素发展新理念、新模式。

三是优化资源配置。在我国，许多图书出版单位办有期刊。如何配置和发挥好图书出版与期刊出版两种资源的优势，把期刊办得更好？少年儿童出版社从2018年开始，启动三年综合改革，将图书出版与期刊出版资源打通、机构整合，成立原创儿童文学出版中心、幼童读物出版事业部、少儿科普出版事业部和教育培训出版事业部，期刊分别隶属各出版中心（事业部），从组织架构和制度设计上为优化出版资源

配置，提升书刊互动能效以及创新发展模式提供了有力保障。

四是实现书刊互动。近年来，少年儿童出版社积极探索书刊互动、协同发展的模式，形成了可供借鉴的经验和做法：在发展目标上，书籍与期刊相互契合；在选题规划上，书籍与期刊相互转化；在发行推广上，书籍与期刊相互贯通；在资源配置上，书籍和期刊相互协同；在人才管理上，书籍与期刊相互流动。这五个方面的举措，实现了同一出版内容不同载体表达，同一出版资源发挥更大效益的目的。资源优化、书刊互动，协同发展的探索和经验，为期刊界提供了有益的启示。

最后，让我代表中国期刊协会，感谢冯杰同志的精彩演讲！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](http://www.cpa-online.org.cn)

准印证号：京内资准字 2012—L0073 号

联系人：章 红

