

中国期刊协会通讯

(内部资料，免费交流，注意保存)

2024 年第 3 期

(总第 180 期)

中国期刊协会秘书处编

2024 年 4 月 10 日

CPCA 刊协讲堂 (第四十八期) 专题报道

弘扬先进文化，服务引导青年 ——《青年文摘》的常青之道

主 讲 人：皮 钧

主 持 人：吴尚之

主办单位：中国期刊协会

时 间：2024 年 4 月 10 日

吴尚之：大家好！欢迎大家来到第四十八期“刊协讲堂”！创刊于 1981 年的《青年文摘》杂志，始终坚持“弘扬先进文化，服务引导青年”的办刊宗旨，为广大青年读者健康成长，提供了丰富的精神食粮。他们在强内容、建队伍、促发展等方面，不断探索创新，办出了鲜明特色，积累了丰富经验，得到了读者的好评，月发行量在 100 万册以上。《青年文摘》杂

志曾获“首届国家期刊奖”，三次获得“百强期刊”，连续入选“读者最喜爱的十种杂志”。他们有哪些办刊经验值得我们学习和借鉴？

今天，我们请来了本期演讲嘉宾皮钧同志，请他与大家分享《青年文摘》杂志的办刊经验。皮钧同志是中国青年出版总社有限公司党委书记、董事长，中国期刊协会副会长，中国编辑学会副会长，法学

博士，副编审。曾任团中央青年志愿者工作部副部长、中国青年企业家协会党组书记。下面，请皮钧同志就“弘扬先进文化，服务引导青年——《青年文摘》的常青之道”这一话题开讲。

皮钧：各位期刊界同仁，大家好！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“弘扬先进文化，服务引导青年”为题，从五个方面与大家分享《青年文摘》的办刊经验和体会，请大家批评指正。

《青年文摘》杂志创刊43年来，始终坚持“弘扬先进文化，服务引导青年”的办刊宗旨，为广大青年读者健康成长提供了丰富的精神食粮。特别是党的十八大以来，《青年文摘》将习近平总书记提出的“把青年一代培养造就成德智体美劳全面发展的社会主义建设者和接班人”作为办刊指针，依靠强大组织，立足自身品牌与资源，以纸质期刊为主体，以融合出版和校园活动为两翼，从“德智心美”四个方面向新时代青年全面赋能，团结并引领广大青年“努力成为堪当民族复兴重任的时代新人，让青春在为祖国、为民族、为人民、为人类的不懈奋斗中绽放绚丽之花”。

《青年文摘》曾荣获“首届国家期刊奖”“首批数字出版转型示范单位”“青年文明号”“工人先锋号”等国家级荣誉。2013—2017年连续三届被国家新闻出版广电总局评为“百强报刊”。在历次全国国民阅读情况调查中，连续多年入选“读者最喜爱的十种杂志”之列。作为“读者喜欢、老师叫好、家长放心”的优质读物，《青

年文摘》继续保持全国期刊影响力前十的地位。

一、坚持内容为先

43年前，一位天津青年对前去调研的中国青年出版社负责同志说了这样一句话：“我们这一代青年被‘十年动乱’耽误了，迫切要求知识补课。如果你们办一个刊物，把各种好文章汇集在一起，让青年花很少的钱和时间，获得最多的知识，一定会受到青年的欢迎。”于是，中国青年出版社决定创办《青年文摘》。从1981年创刊起，《青年文摘》就与青年的需要丝丝相扣，与时代的步伐紧紧相随。

1. 与青年人同心，为青年成才成长正向聚能

创刊宗旨明确提出“《青年文摘》首先是党团结教育青年的工具”“坚持党性原则，办出青年特色”，并在创刊词中开宗明义：“凡对培养一代社会主义新人有所裨益者，都在选材之列。”要办“读者喜欢、老师叫好、家长放心”的杂志。

20世纪80年代，“努力学习科学文化知识”成为那个时代党和国家对青年的有力号召。在这样的背景下，1983～1987年，《青年文摘》与共青团中央宣传部、中央电视台联合举办五届“五四青年智力竞赛”，激励青年继承五四传统，学习科学，掌握知识，增长能力。活动取得空前成功，参与答题的青年达到数百万。竞赛活动还得到老一辈革命家王震、何长工、张爱萍，以及著名科学家钱三强、茅以升、王元的高度肯定。

进入新时代，广大青年要成为德智

体美劳全面发展的社会主义建设者和接班人。《青年文摘》通过故事、讲义、美文、美图等青少年易于接受的形式，坚持弘扬社会主义核心价值观，倡导真善美的优秀品格，引导青少年树立正确的世界观、人生观、价值观，培养他们热爱党、热爱祖国、热爱人民、热爱中华民族的高尚情操，激励他们砥砺奋斗、练就过硬本领、锤炼品德修为。

2. 与新时代同步,为青少年“德智心美”多维赋能

曾有读者来信讲了这样一个故事：他打工的奶茶店有个年轻女孩付账时发现钱包丢了，老板居然同意她下次来时再把钱补上，因为老板发现女孩在店里阅读《青年文摘》。“《青年文摘》是本品位高雅的好刊物，人品如书品，我相信女孩会回来的。”女孩果然很快就拿着钱回来了。

读《青年文摘》的孩子不会变坏。作家梁晓声曾用“光明正大”四个字概括《青年文摘》的品格，更多人则将《青年文摘》当作青少年成长、成才、成功的“心灵读本”。有位基层军官闫序给编辑部来信说：“在执行任务的少许闲暇时间，我会将带在身边的《青年文摘》捧在手中，细细品读。从高中到大学，从入伍到提干，《青年文摘》一路伴随着我，在迷茫的时候给我指引，在枯燥的时候给我色彩，真的很感谢你们！”

建党百年之际，《青年文摘》推出“星辰大海，百年征途”党史专栏，刻画最生动、最感人、最催人奋进的党史人物，展现重大事件背后鲜为人知的精彩故事，角度新颖，语言生动，获得了读者的大量好评。

一位大学生说：“《青年文摘》党史专栏是我了解党史的主要渠道，其中刊登的很多故事都是我以前学历史时不曾知道的。这些文章让我们青年人增强了民族自信，愿意为党为国家的发展奉献出自己的一份力量。”一名高二学生说：“这些文章并非枯燥地讲历史，而是运用了生动的故事，轻松好读，为我平常的爱国题材写作提供了丰富的素材。”

《青年文摘》以其独特的思想引领性成为基层团组织工作者的有力帮手，被称为“不见面的团干部”。20世纪90年代，许多连队和基层团组织把《青年文摘》作为有线广播和黑板报的材料。新世纪的基层团组织为先进团支部订阅《青年文摘》作为奖励。当下很多中学班主任把《青年文摘》刊登的文章作为对学生进行思想教育的生动素材。

3. 与中国梦同飞,打造中国故事最具可读性的青年读本

在中国日益走向世界舞台中心的进程中，《青年文摘》深入挖掘最具影响力和代表性的中国故事，用有温度、有血肉的文章和生动形象的语言，弘扬中国精神、中国智慧和中国力量。

“嫦娥家族此前的几位‘姐姐’为了科学探索再也不能回到‘娘家’，要么留在月球，要么去了更远的深空。相比之下，‘五姑娘’就幸福多了：她从‘月宫’潇洒走一回后，还能捎点‘土特产’——月壤，再次回到地球母亲的怀抱。”《青年文摘》以这样“萌萌哒”的方式帮助青少年读者了解探月工程，使他们就在这种有趣的故事语境中触碰到了中国火星登陆、宇宙空

间站、载人深潜、射电望远镜等令世界瞩目的高科技成就。《青年文摘》还用生动的细节、有温度的笔触展现袁隆平、钟南山、屠呦呦、张桂梅等时代楷模的崇高精神。在汶川地震救援、也门撤侨、抗击新冠肺炎疫情等巨大困难和挑战中，以感染人、激励人的故事展示中国形象和中国精神。《青年文摘》一直坚持研究青年人的语言风格和阅读特点，打造“中国故事”最具可读性的青年读本，在潜移默化中厚植青年爱党、爱国情感。

二、坚持人才为本

1. 吸引高校优秀毕业生，多名状元加盟《青年文摘》

很长一段时间里，《青年文摘》编辑部都是中青总社的人才高地，大批编辑从这里起步成为业务骨干、杰出编辑。《青年文摘》面向重点高校定向招录。目前，有将近三分之二的编辑出身于名校，其中更有高考状元5人。近年来每年向《青年文摘》投送简历的毕业生都在六七千人。因此，《青年文摘》积累了雄厚的人才基础。

我们招收的学生都需要具有良好的学习习惯、读书习惯和思考习惯，相比起考试分数来说，这些素质更能使青年人走的远、走的高。这些学生有很好的前沿信息意识和独立判断能力。中国文坛扛鼎作家很多都是《青年文摘》较早介绍给读者的。这些编辑持续学习的能力可以传递给一代代青年。《青年文摘》特别看重编辑的语言能力，我们认为这是现代化社会中最重要支撑青年持续学习的能力之一。在AI时代给我们最大的启示就是，只有你具备

足够的语言能力，才有可能不断地学会新知识。这一点在《青年文摘》的编辑身上体现的极为明显。

2. 给予青年编辑充分施展的舞台，为编辑创造始终在现场的机会

当代期刊编辑，只在屋中摘摘编编，是无法持久成长的。因此，我们特别强调编辑不能离开青年的“现场”，要让他们始终和青年在一起。青年文摘杂志社2014年开始举办大型校园活动“最好的时光，最真的陪伴”青春分享会，至今在10多个省市的大、中学校园举行了400多场分享会，单场最多达到4000人，覆盖人数超过几十万，获得了非常好的反响。

青春分享会通过青年文摘杂志社的年轻编辑以青春经历者的身份和中学生分享自己真实的成长故事、青春感悟，让中学生从中获得关于学业、成长、人生的启发和思考。青春分享会的另一个重要作用是，通过和学生的互动，编辑对杂志的目标读者有了更真切更真实的了解，从而使编刊更有放矢。

青春分享会是《青年文摘》大规模进校园活动的典范，树立了品牌形象，扩大了期刊宣传，锻炼了青年队伍。

3. 培养具有全球眼光、现代意识、人文素养和科技感知的编辑素质

过去都讲编辑是“为他人做嫁衣裳”，我们认为这里包含两层含义：一层含义是幕后英雄，默默付出，另一层含义是认为编辑有设计师、装修师的作用。衣服可能不用你来剪裁，但你可以出设计图；盖楼可能不需要你搬砖，但你可以负责装修得更好。这就提出了现代编辑的几个基本素

养问题。一是政治意识和价值观的坚守，二是前沿知识的获取能力，三是架构知识谱系的能力，四是现代审美能力。

首先，提升政治素养。我们在工作中坚持学以致用，知行合一。编辑们要做到理论学习与掌握世界观方法论相衔接，做到理论学习与认识成就和变革相衔接，理论学习与丰富知识结构相衔接，理论学习与岗位职责相衔接，提高了政治水平、业务水准。

其次，拓宽编辑视野。《青年文摘》每年要订阅数百种期刊和数据库，涵盖了政治、经济、文化、科技、艺术、文学等等诸多领域。每年中青总社都会邀请诸多顶级专家、学者大家为全体编辑专题授课，掌握前沿信息，深入各种圈子，形成专家矩阵。同时，继续保持《青年文摘》在美术编辑、插画插图方面的优势，让编辑的审美始终处于专业区域。2024年我们还专门出版了“青年文摘四十年插画集”的台历，获得普遍好评。

最后，注重日常培养。围绕“大编辑”的岗位内涵，实行以发稿量为主体，品牌宣传和建设等其他相关工作作为重要补充的考核体系。把主编鼓励奖、好标题奖、深度加工、编校质量纳入绩效考核，以此鼓励编辑精选精编，提升杂志的内容质量。重视员工的思想工作，定期和编辑谈心，了解他们在思想、工作和生活中的问题、困难，并及时给与指导和帮助。《青年文摘》特别重视对年轻员工的培养。骨干编辑发挥传帮带作用，既让新人从基本的发稿、编稿工作做起，又大胆使用，把他们放到重要栏目和项目历练，积极听取他们的

意见和建议，充分发挥新鲜血液的作用。

三、坚持全向度营销

杂志营销是一个复杂的系统工程，特别是在今天传统报刊杂志遇到严峻挑战的情况下，尤其突出。以《青年文摘》为例，疫情来袭之前，《青年文摘》月发行量平均200万册左右，现在虽然仍有100万册的发行量，但受到的冲击还是很大的。疫情爆发以来，零售及机场高铁特殊渠道的发行数量同比下降95%左右。几年来，《青年文摘》已经形成了以国航、南航为主的航空高铁矩阵，以工商银行、交通银行、民生银行、中信银行、渣打银行为主的银行矩阵，以3000多家星巴克、COSTA为主的青年快消品类矩阵，有效带动了期刊的发行量。疫情期间航空公司和高铁站等特殊渠道，均处于客流停滞状态，独家合作的星巴克和COSTA等快消品门店的恢复并没有想象中的那么好，对《青年文摘》的零售板块冲击也很大。

我们要从深层次来理解杂志的营销。从功能上来看，杂志营销的功能是三个：扩大影响、整合资源、内容变现。扩大影响是比较好理解的，就是让别人知道你的杂志，并且愿意购买。这主要是品牌推广、口碑宣传，大家都有很多经验，也是传统营销中的核心工作，我在这里就不展开讲了。整合资源就是指把编印发及宣传推广、物流运输、终端销售、活动参与等全链条通盘考虑，让所有的环节构成一个整体，避免顾此失彼，提升系统效率。

我想强调的是最后一点：内容变现——所有的营销活动都必须围绕这一点

展开。之所以这么讲，是因为这是杂志生存的核心环节——如果这个环节丧失了，杂志就根本生存不下去。所以传统杂志虽然处境艰难，但偏偏有一个核心竞争力：内容变现——卖出杂志，获得收入。发行量越大，收入越稳定。《青年文摘》月发行量保持百万以上，一年发行收入就是数千万元以上。近十年来，文摘营销收入持续增长，且在2017年开始突破亿元大关，逆势上扬，主要是围绕这一思路展开的。

正是基于这一点，我们在与各类机构合作的时候，就要牢牢把握内容变现这个核心环节。现在很多机构与传统媒体合作，其实要的不是你的内容，而是内容变现这个核心。一些杂志忽略了这个根本问题，在合作中往往陷于被动，甚至得了芝麻，丢了西瓜。

因此，《青年文摘》的营销提出了五个并重：线上、线下并重，发行、活动并重，邮发、特渠并重，主营、生态并重，基本盘、新业态并重。

四十年深耕，营销团队积累了大量渠道客户，广告客户。我们在保持发行和广告业收入等传统业务稳定的同时，近几年，《青年文摘》积极布局跨界青少年健康板块，实施跨界营销策略，精准对接目标客户群（青少年群体），几年来医疗板块经营良好。目前，医疗板块营收总额的占比以将近每年10%的速度增长，已经超过整个营销收入的40%。

四、坚持融媒体发展

对于《青年文摘》的融媒体发展，我们没有简单地进行数字化融合，而是采取了“抢半拍”的做法，在跟上数字化潮流

的同时，提出“转场升维”战略，在2017年开始布局大数据、人工智能和现代纸书项目。主要是立足优质内容，以版权为立足点融合发展；立足品牌优势，以资源为立足点融合发展；立足群体优势，以偶像为立足点融合发展；立足文本优势，以技术为立足点融合发展。

1. 以《青年文摘》杂志为突破口，进行数字出版的多样化尝试

在传统期刊中，《青年文摘》数字化起步较早，2002年即开始和期刊数字平台合作，迈出了数字化的第一步。杂志社从2007年开始，组建《青年文摘》网络传媒部，布局数字出版，以杂志的出版资源为核心，发挥传统品牌的影响力，推出了一系列优秀、健康、可持续发展的数字内容：手机报、手机杂志、电子杂志、有声杂志。纸电融合致力于传统期刊与新兴媒体融合共赢，将自身打造为形态多样、手段先进、深具影响力的新型主流媒体。近几年，伴随互联网技术的发展、社交媒体的繁荣，《青年文摘》主动进驻微博、微信、抖音、喜马拉雅、小红书等热门应用，在内容的二次创作、原创方面进行了各种各样的尝试，包括热点话题撰写、青年人物访谈、条漫创作、短视频制作等，通过新的“语言”，积极构建和当代年轻人的日常沟通，在年轻人关心的社会、情感、人生、求学、职场、生活等领域积极发声，推动青年一代的价值观塑造与知识养成。《青年文摘》微信公众号，订阅用户310万，新榜总榜排名第39位，文化类月榜排名上升到第6位。全年有183篇文章阅读量突破10万+。抖音+今日头条，粉丝总数194.7万，喜马拉雅

雅账号，订阅量 41.4 万，完播率 71.19%。

2. 建设数字资源库与版权管理系统，为跨平台出版做好基础保障工作

从 2010 年起，中青总社即开始启动数字资源库建设，对出版的图书与期刊进行结构化数据加工，通过扫描识别、格式转化、素材拆分、分类存储等步骤，对内容资源进行科学管理，为跨平台出版做好基础保障工作。同时建立了版权管理系统、电子书店系统，为数字产品授权、开发、按需印刷和优势资源再利用奠定基础。目前中青总社已积累了超过 100T 的内容资源数据，并以每年 15% 的速率增长。

规模化的数字出版需要持续、丰富的内容作支撑，版权是内容合法使用的保障，规范和管理数字版权流程十分重要。为此，我们建立了版权管理系统，从版权内容、版权类型，到版权起始、截至日期，均可进行数据查询。对即将到期内容设置了自动提醒，以确保内容合法使用。同时，明确与作者之间的委托关系，保证作者的数字版权收益，以推动数字出版的良性发展。

3. 探索出版深度融合，强化新技术支撑

中青总社始终把科技创新作为未来发展的重要战略支撑，面向科技前沿、面向经济主战场、面向国家重大需求，以技术创新赋能文化出版，实施全版权、多维度、跨界域创新发展战略，加强场景应用开发，提升文化出版能力，全媒体融合、新技术应用取得突破，很多创新都是从《青年文摘》率先突破的。

中国青年阅读指数应用价值日益凸显。中青总社与成都数联铭品科技有限公

司（BBD）联合开发中国青年阅读指数，通过抓取中国青年群体在各类阅读渠道的阅读行为数据进行分析，从中发现青年人阅读偏好的变化趋势，开创了大数据技术追踪阅读行为的先河，是互联网+在内容生产和消费领域的深层次应用。这是全国第一个出版领域的大数据产品，从 2017 年开始，每两个月发布一次，目前已发布 41 期。阅读专家通过阅读指数数据分析当代青年阅读行为新特征，为出版机构提供深耕全民阅读、厚植书香底蕴的战略方向调整策略，对促进青年阅读内容供给侧优化发挥了积极作用。

人工智能“狮小青”应用场景不断拓展。中青总社与微软亚洲研究院联合开发人工智能“狮小青”，在阅读主题交互、趣味诗歌创作、正向情绪引导功能方面，进一步强化风格化和品牌化，不断丰富知识内涵，促进青年在知识框架上更新迭代。现在 openAI 技术不断迭代，越来越强大，证明我们当初的选择是正确的。

进军元宇宙，引领青年数字消费新风尚。2022 年 6 月，中青总社联合 30 多家国内知名企业组建“数字文化产业（元宇宙）青年文化研发联盟”并发出“品质行动倡议”，倡导行业致力研发推广高品质数字文化产品，守牢青少年思想健康的“源头”，坚决支持强化版权全链条保护，积极引领数字文化正确消费理念，共同建设数字藏品及文创行业的良好生态。

4. 立足文本优势，以技术为立足点融合发展

《青年文摘》融合出版方面的另一个重点项目是“青年文摘·好课”现代纸书

项目。2018年4月,《青年文摘》与国家新闻出版署出版融合发展(武汉)重点实验室 RAYS 平台合作,启动了“青年文摘·好课”现代纸书项目。RAYS 现代纸书平台是国家新闻出版广电总局出版融合发展(武汉)重点实验室与武汉理工数字传播工程有限公司共同研发的出版融合解决方案,落地10年来已累计助力全国390余家出版单位,超40亿册纸书实现转型,服务读者过3亿。

该项目立足于知识付费风口,基于融合出版模式,定位于杂志核心读者群,沿着大语文方向,用精准、细分的产品,服务于青少年的成才与成长。依托纸刊构建的线下阅读场景,把为纸刊读者量身定制的新媒体数字阅读产品和知识服务,通过二维码同步推送到读者的智能手机终端,用融合型出版模式,为传统纸媒的发展探索了一种全新的产品逻辑和出版生态。

项目历经公众号、社群书、小程序数次迭代,现已拥有名师直播课、作家写作课、高分作文课、精品美文课、文摘读书课、成长心理课6种课程,线上读书会和未来Q主播2项活动,以及聆听经典、文摘电台2类听书产品。截至目前,共推出近200位作家、30余位名师,视频直播超过2000分钟,线上音频及图文产品1000余项。“青年文摘·好课”目前注册会员数超过51.4万,总扫码浏览量超过340万人次。作为融合出版优秀典型案例,“青年文摘·好课”在历届出版运营基金投资决策委员会项目路演中获得与会专家的高度关注,作为“现代纸书”的优秀案例在武汉刊博会和北京数博会多次亮相,收获

业界多方好评。

近年来,青年文摘杂志社入选由中国期刊交易博览会、DCCI互联网数据中心发布的“期刊数字影响力100强”。2019年至2024年,《青年文摘》融合出版产品先后6次在武汉知识产权交易所及北方国家版权交易中心挂牌成交,总金额逾500万元。实现了社会效益和经济效益的双赢。

五、坚持书刊互动

2021年是中国共产党建党百年,中青总社以《青年文摘》为基础,与喜马拉雅达成合作,开展红色经典IP有声运营,将“三红一创”红色经典图书在出版60年后首度进行有声化,以新的技术与方式激活红色经典,让其走入当下,深入青年,推动红色文艺经典与时代精神相融合。其中,《红岩》采用了广播剧的表达方式,邀请了《觉醒年代》中饰演李大钊夫妇的演员张桐及刘琳,为主要角色许云峰及江姐配音。在近半年的策划与制作过程中,编剧、配音、剪辑等各环节不断打磨、通力合作,以其高度的专业性,为读者打造了一部高标准的广播剧。专辑上线后,获得了读者的欢迎与认可,读者在喜马拉雅平台上给专辑打出了9.8的高分。该项目是中青总社对红色经典IP在内容呈现和传播方式上的创新尝试,项目入选国家新闻出版署2022年全国有声读物精品出版工程,取得了良好的社会效益与经济效益。全年合作图书100本(套),合作方式包括书摘、推荐、短视频等。图书类型丰富,可读性强,通过“夜读”“成长书单”等

栏目多层次输出，营造了公号良好的阅读氛围，书刊之间的“双赢”合作逐渐形成了良好的循环。

40多年来《青年文摘》一贯集萃来自图书、期刊、报纸、互联网等各路媒体的名篇佳作，旨在为青少年提供最有“营养”的阅读素材。编选的绝大部分文章具有“经典性”和“励志性”，被称为“语文阅读的风向标”“高考作文的素材库”；甚至被誉为“青少年学好母语、写好作文的典范文本”。《青年文摘》的读者主要是初中、高中阶段学生，尤其是喜欢阅读和写作，对文学、文艺和新知感兴趣的人群。因此，“青年文摘·好课”从大语文和小文艺两个方面切入，针对青少年的成才与成长，结合杂志中“好学有方”“心理视窗”“文苑漫步”等栏目，以名师直播课、作家写作课、高分作文课、精品美文课、成长心理课、文摘读书课、杂志原貌版等线上资源，充分对接青少年群体在阅读、写作、心理成长方面的刚性需求，并直接转化成了重要的语文、作文垂直类图书。2024年我们推出的《〈青年文摘〉高分作文名师详解与素材大全》，截至目前已经销售10余万册。

正是以技术平台为基础，开创了全新的内容生产方式和内容运营模式，最终促成《青年文摘》由一本传统品牌期刊向数字内容和服务提供商转型，在做大做强新型主流媒体之路上迈出了坚实的一步。

吴尚之：今天皮钧同志与我们分享了“弘扬先进文化，服务引导青年——《青年文摘》的常青之道”。他们办刊的经验

和做法主要体现在“五个坚持”。

一是坚持内容为先。《青年文摘》重视内容建设，关注读者需求，做到与青年人同心，为青年成才成长正向聚能；与时代同步，为青年“德智心美”多维赋能；与中国梦同飞，打造讲好中国故事青年读本。

二是坚持人才为本。人才强则期刊强。《青年文摘》吸引和选拔优秀人才加入编辑队伍，重视编辑人才学习能力、语言能力的提升，培养具有全球眼光、现代意识、人文素养和科技感知的编辑素质；为青年编辑搭建施展才华的舞台，创造编辑与青年读者交流互动的“现场”机会，更真切更真实地了解读者，有的放矢办好期刊。

三是坚持全向度营销。《青年文摘》不断创新营销模式，做到五个并重：线上与线下并重，发行与活动并重，邮发与特殊渠道并重，主营与生态并重，基本盘与新业态并重。

四是坚持融媒体发展。《青年文摘》采取“抢半拍”的做法，提出“转场升维”战略，进行数字出版多样化尝试，建设数字资源与版权管理系统，立足文本优势，强化新技术支撑。

五是坚持书刊互动。《青年文摘》为中国青年出版总社主办，充分发挥图书出版与期刊出版资源的双重优势，开展红色经典IP有声运营，策划“青年文摘·好课”，出版满足市场需要的图书，形成了书刊互动的双赢格局。

最后，让我代表中国期刊协会，感谢皮钧同志的精彩演讲！感谢大家对“刊协讲堂”的关注支持！

报：中宣部出版局、传媒监管局、进出口管理局、干部局、机关党委
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

