

出版广角

VIEW ON PUBLISHING

中国出版产业观察期刊



ISSN 1006-7000



万方数据

从媒体融合到四级融合发展布局：

主流媒体发展改革的新阶段 / 张英培 胡正荣

特别策划

P6

2014年8月，习近平总书记提出“推动传统媒体和新兴媒体融合发展”。在中央的部署和政策的鼓励下，从中央到地方的各级媒体均呈现加速融合态势，初步形成了技术先导、移动优先、功能多样的全媒体矩阵。随着“十四五”规划建议的发布，我国将进入向第二个百年奋斗目标进军的新发展阶段，媒体融合也将进入深化攻坚的关键时期。各级主流媒体在深化改革过程中要差异发展，协同高效，形成中央领头、省域统筹、市区联动、县域跟进的传播网络和生态体系。

“十三五”时期我国出版业亮点回顾与展望 / 白中林

特别策划

P10

2021年作为“十四五”的开局之年，对出版业而言尤为关键，开启了社会主义现代化国家文化全面建设的新征程。文化强国的新征程任重道远，以人民为中心提供内容服务，做好国内与国际文化传播的双循环，通过新技术融合发展转型为新兴产业，这些都是出版面向未来的应有之义。

特别策划

6 从媒体融合到四级融合发展布局：主流媒体发展改革的新阶段

张英培 胡正荣

10 “十三五”时期我国出版业亮点回顾与展望 白中林

14 “十三五”时期国家出版基金资助项目综述与展望 高铭坚

19 “十三五”以来我国短视频营销发展盘点与趋势前瞻

陆朦朦 范彬彬

24 “十三五”时期我国有声阅读产业发展成就及未来趋势

秦艳华 王元欣

28 “十三五”以来我国出版业“走出去”现状与品牌优化策略

曹明香 项国雄

新观察

32 脱贫攻坚语境下的出版作为与出版担当 王艳

产业

36 试论大学出版社如何借力母体大学打造品牌

——以西安交通大学出版社为例

张伟

38 突发公共卫生事件下融合出版发展之思

蔡晨露 吴杨 姜丹

42 新媒体环境下实体书店发展路径探析

——以十点书店为例

张之晔 李常庆

45 抓准文创契机，促进长效发展

——传统出版社文创产品的设计与运营浅析

任丽芬 樊竹筱

报刊

48 专业化·学术化·特色化：地方普通高校学报选题策划的
实践与思考 魏净 李仲先 付丽萍

“十三五”以来我国短视频营销发展盘点与趋势前瞻

/ 陆蒙蒙 范彬彬

特别策划

P19

“十三五”时期是我国全面建成小康社会的决胜阶段，也是短视频行业由高速发展进入高质量发展的阶段。短视频作为网络视听行业的典型代表，因其强大的社交传播力和内容表现力在“十三五”时期得到迅猛发展，成为美好生活的展示窗口和经济增长的全新引擎。对我国短视频营销行业创新发展成果、经验及规律进行盘点与总结，分析短视频营销行业存在的问题与不足，并在此基础上思考“十四五”时期我国短视频营销发展趋势，具有现实意义。

脱贫攻坚语境下的出版作为与出版担当 / 王艳

新观察

P32

出版业助力脱贫攻坚是功在当代、利在千秋的重大时代命题。作为一种使命担当，整个出版业务必要在“科学扶贫”与“精准扶贫”上点题、破题、开题，务必要在出版活动中挖掘、锻造出符合文化生产规律的生产效能，务必要在数字出版技术日新月异的迭代升级中实现重点突破、难点攻坚。在以出版促进扶贫的社会历史实践中，出版人的高度投入、出版机构的高效管理是确保扶贫见实效的关键所在。

实务

- 51 从守故到创新：四川教育出版社的改革与发展 陈 光
- 54 教育类图书选题策划要点浅析
——以《温儒敏谈读书》为例 李 杰
- 56 论新时代编辑的自我修养 韦洁琳
- 59 汉语国际教材出版品牌的构建与维护策略
——以《快乐汉语》《跟我学汉语》的出版与修订为例 杨艳庆

新传媒

- 62 出版社新媒体营销的思考
——以人民文学出版社为例 梁 燕 王 鹏
- 65 自媒体视域下图书营销中用户导向模式的实践框架 吴 红
- 68 5G时代知识类短视频的创新路径探析
——以抖音短视频平台为例 王 翠 刘宗元
- 71 新时代背景下网络文学如何做好正导向 薛泽祯

- 73 智媒体助力非物质文化遗产活态传播

李腾巍

学研

- 76 基于用户画像的高校图书馆知识推荐服务优化研究 徐 曼
- 79 欧盟创始国公共图书馆少儿分级阅读推广服务研究
吴明华 王丽帆
- 82 21世纪以来汉语国际推广教材的出版研究 刘 涛
- 85 融媒体时代大学英语影视欣赏类教材的出版研究 黄少静

阅读观察

- 88 从《文史通义·书教》看章学诚的史意 黄聿龙
- 91 女性作家间的互文架构与阐释
——评王小妮的《萧红：人鸟低飞》 王 妍
- 93 音乐出版应与时合辙、与民共振、与世同频
——论《中国声乐艺术史》的出版价值 张晓娜 张 燕