

国家新闻出版广电总局主管 中国新闻出版研究院主办

中文核心期刊 CSCI (扩展版) 来源期刊

邮发代号: 2-970 国内统一刊号: CN11-4574/G2 国际标准刊号: ISSN1009-9263 定价: 18.00元 (人民币)



服务传媒 引领传媒

- P09 “百强报刊”：向读者奉献精品
——专访国家新闻出版广电总局新闻报刊司司长李军
- P30 固本强基 融合发展 介入产业
——新形势下行业报刊发展战略思考
- P38 打造中国广播 V2.0
- P72 浅议互联网时代的媒介信任
——基于“网民互联网信息信任度调查”的分析



精品报刊看百强

ISSN 1009-9263



2015年10月下 20 总第217期

精品报刊看百强

“百强报纸”“百强社科期刊”“百强科技期刊”（简称“百强报刊”）是国家新闻出版广电总局实施精品报刊工程，重点培育和推出的一批具有较强舆论引导能力、传播能力和核心竞争力的优秀品牌报刊。

9月18日，国家新闻出版广电总局在2015中国（武汉）期刊交易博览会举办新闻发布会，公布2015年中国“百强报刊”入选名单。

《人民日报》《参考消息》等99种报纸入选“百强报纸”推荐名单，《求是》《读者》等100种期刊入选“百强社科期刊”推荐名单，《细胞研究》《中国国家地理》等100种期刊入选“百强科技期刊”推荐名单。

为此，本期特别推出专题《精品报刊看百强》，就榜单的产生及意义等问题，本刊记者专访了国家新闻出版广电总局新闻报刊司司长李军；并约请解放日报报业集团原党委书记、社长尹明华讲述了在资深媒体人眼中，榜单究竟有着怎样的分量与意义；就榜单评审工作的细节等问题，编辑部向中国期刊协会数字期刊分会常务副会长钱鹏宇约稿。另外，编辑部还分别向此次入选榜单的《光明日报》《读者》以及《光：科学与应用》约稿，请他们谈谈自己办报（刊）的心得体会以及获选的感受。

本期专题多角度多侧面地展现了此次评选活动的重要意义和深远影响，也充分体现出在新媒体时代，我国报刊业坚守内容优势、勇于开拓创新的决心和勇气。



特别策划

精品报刊看百强

- 008 2015年中国“百强报刊”名单公布 / 高方
- 009 “百强报刊”：向读者奉献精品
——专访国家新闻出版广电总局新闻报刊司司长李军 / 高方
- 012 《光明日报》：办有见识有情怀有担当的报纸 / 李春林
- 015 向真向善 精神净土
——《读者》的成功之路 / 富康年
- 018 向国际一流光学期刊努力
——《光：科学与应用》的办刊实践与体会 / 白雨虹 刘文武
- 021 没有终点的起跑
——评比归来话“百强” / 尹明华
- 022 2015百强报刊评审后记 / 钱鹏宇

传媒评论

- 024 传统媒体转型的三个前提 / 郭全中
- 027 面对新媒体，传统电视节目要做什么？ / 何昕

报刊观察

- 030 固本强基 融合发展 介入产业
——新形势下行业报刊发展战略思考 / 邱振邦
- 033 优势的融合才是真正的媒体融合
——“一点资讯”对传统媒体融合发展的启示 / 贾岳 王静超
- 036 浅析《青年文摘》的成功因素 / 崔智勇

广电聚焦

- 038 打造中国广播V2.0 / 钱岳林
- 040 从戏曲真人秀看电视戏曲节目的创新 / 韩岳
- 044 新生代主持人的培养与塑造研究
——以凤凰卫视“80后”主持群为例 / 邓葳
- 046 新媒体环境下电视新闻生产及流程的转变与坚守 / 葛艳奇

新兴传媒

- 048 国内网媒可视化数据新闻探析 / 史历峰
- 051 音乐广播官方微博营销的优化策略
——以河北音乐广播官方微博为例 / 吴珊

海外传媒

- 053 英国纸媒如何成功拥抱数字技术
——以《卫报》为例 / 吉丹丹
- 055 日本《读卖新闻》的品牌制胜之道 / 龙臻

媒体实战

- 057 “真人秀”思维的理解与实践
——以央视真人秀节目为例 / 王晓萌
- 059 从《财富中国》看财经节目品牌的塑造与持续发展 / 杜方伟

传媒广角

- 062 移动互联网时代广告文案表达方式的嬗变与思考 / 丁洁
- 065 社交网络情境中的个人表演与个体文明进程影响 / 陈凌 李儒俊
- 068 浅议网络视频产业的运营及发展 / 赵敏
- 070 论媒介融合大背景下体育信息传播模式 / 范祖荣 周建辉

理论探索

- 072 浅议互联网时代的媒介信任
——基于“网民互联网信息信任度调查”的分析 / 杨维东
- 075 微博话语权平衡策略研究 / 周玫 梁芷铭
- 078 大数据背景下的法制媒体转型与发展 / 巢立明

“百强报刊”：向读者奉献精品

——专访国家新闻出版广电总局新闻出版刊司司长李军

报刊是文化传播的重要载体，报刊阅读是倡导全民阅读、建设书香中国的重要内容。报刊界向广大读者奉献阅读精品，是出版工作题中应有之义，责无旁贷、使命光荣。

P9

没有终点的起跑

——评比归来话“百强”

从未来发展趋势看，评委们较为一致的看法是，大报将好于小报，党报将好于市场报，分析性强的报纸将好于纯新闻报纸，专业特色类报纸将好于一般综合类报纸。当然，一切都在无法预见的变化之中，好的结果最终将取决于对互联网时代新媒体环境下社会变化的深刻认识和妥善应对。

P21

2015百强报刊评审后记

传统的刊号管理，由于刊号资质的要求和管理，民间资本和技术无法顺利进入杂志业，在传统时代是很好的保护，但是在互联网时代却成为了发展的障碍。新媒体的设立不需要各种审批，对于资金、技术的进入更是欢迎备至。微信公众号短短两年就达到了几百万的数量，微博、豆列、微淘等等新媒体形式数不胜数。

P22

行业的

学术的

美丽的

庆祝《传媒》荣获 2015年度中国最美期刊

中国最美期刊评定单位：中国（武汉）期刊交易博览会组委会、中国期刊协会

