

[首页](#) > [最新目录](#)

最 / 新 / 目 / 录

《出版广角》2022年14期

目录

特别策划

国家文化数字化战略下的品位阅读与品质出版李舒;宋守山;6-10

高质量出版引领高品位阅读——内容供给侧与需求侧的双向分析张红梅;张承兵;11-15+57

从“爱读书”到“读好书”“善读书”以出版品牌建设助推品位阅读孙祎萌;16-20

以中华优秀传统文化精品出版引领品位阅读邢梦莹;黄璐;21-26

新观察

童书出版坚守审美价值的策略探究谭旭东;安娜;27-30

强化生命周期风险管理，为大型少儿出版项目保驾护航——以“剑桥双语分级阅读·小说馆”出版项目为例卢明嘉;王壮;张轶蓿;31-36

童书出版如何引领儿童品位阅读——基于儿童阅读与童书出版现象的观察与思考王欢;张国龙;37-40

产业

以高品质图书加快走出去步伐，让世界读懂中国黄卫;佟萌;41-47

高品质作品的现象级传播路径：价值引领、融知发酵、辩证平衡陈实;刘晓丽;48-52

出版企业数字化转型发展探析凌卫;53-57

数字出版产业发展新趋势及高质量发展路径马少华;58-61

实务

智能出版视角下图书编辑的角色转变与能力培养胡小英;62-65

论重点学术图书的出版管理——以安徽教育出版社重大出版项目为例江舟;66-69

逻辑思维在志书编纂出版中的运用罗滔;70-73+85

报刊

地缘性耦合：地方高校学报与地方科技文化的协同发展研究张力;74-77

新传媒

碎片化阅读时代深度报道的困境与突围吴甜;78-81

多维·立体·数字：北京2022冬奥会信息传播特征研究郭美娟;82-85

学研

三螺旋理论视域下国际传播人才培养的进路曾雨菡;王海刚;86-90

基于共生理论的出版人才培养体系研究李晶晶;91-94

[点击在线投稿](#)