

# 期刊角色再变迁

## ——亚洲期刊多元商业模式探索

中国出版传媒商报记者 张馨宇



面对数字浪潮的冲击,全球期刊市场面临销量下滑、媒介形态变革的共同挑战。以日本和印度为代表的亚洲期刊出版商们却走出了一条独特的转型之路:他们不再将期刊局限于“内容载体”的单一角色,而是以印刷媒体与内容生态为根基,拓展出活动策划、电子商务、金融服务等多元业务,让传统期刊品牌在新时代焕发新活力。

### 以印刷为基的多元拓展成趋势

日本杂志出版商协会(JMPA)的中越秋子(Akiko Nakakoshi)介绍,目前,日本杂志市场面临的最大挑战是杂志销量下滑。自1997年达到峰值以来,目前的销量已降至峰值的一半。过去一年,印刷杂志的销售额约为4120亿日元(合198.9亿元)。与此同时,数字出版增长至约5660亿日元(合273.3亿元),但其中90%是数字漫画,数字杂志仅占86亿日元(合4.2亿元),尚未实现显著增长。

中越秋子说,日本印刷出版物比重占出版总收入(包括印刷和数字)的64%,仍是出版商的主要收入来源。印刷媒体得到了读者的大力支持,但在漫画出版领域,从2018年开始数字版销量超过印刷版销量。

过去10年里,日本出版商对杂志的看法也发生了变化。如今,许多出版商将杂志视为内容品牌的象征,并努力创作能体现这些品牌的内容。杂志曾经仅被视为发表文章和话题的平台,现在却成为多元化商业模式的起点,包括书籍、电子商务、咨询、活动和授权等。从这个意义上说,拥有高质量内容输出能力的出版商将继续拥有竞争优势。

根据2022年的统计数据,目前日本市场上约有2400种杂志,涵盖60多个类别。其中,老年女性杂志近年来非常火爆,最畅销的一种杂志月发行量约为50万册。新一代老年读者已然出现,他们年轻时就习惯从杂志中获取最新信息。这类出版商在以纸质杂志为切入点的同时,还拓展到了电商、电商服务、活动策划以及健康体检服务等多种业务领域。

印度期刊市场上也有同样的实践。

### 从杂志专栏到盈利性活动的蜕变

印度的维卡丹集团(Vikatan Group)董事总经理斯里尼·巴拉苏布拉马尼亚(Srini Balasubramanian)分享了该集团在快速变革的时代保持影响力的秘诀。

“我最近常开玩笑说,我们是一家伪装成杂志出版商的活动管理公司。”斯里尼说。在上一财年,维卡丹定期举办颁奖典礼、周末聚会(线上线下结合),以及数十场由读者主导的活动。例如,“现实生活中的英雄(Real Life Heroes)”活动,旨在表彰那些为社会作出非凡贡献的普通

中国出版传媒商报讯 日前,第五届全国出版学博士学术论坛在河南大学举行,闭幕式上发布了“中国高校科技期刊研究会—《数字出版研究》青年学者扶持基金”2025年度科研项目立项名单。《数字出版研究》编委、河南大学出版学院院长王鹏飞宣读立项名单,《数字出版研究》编委、四川大学出版学院院长王炎龙为获得立项的青年学者代表颁发项目证书。本次项目申报活动共收到83份申报书。经过评审委员会综合评选,最终3项入选A类项目,8项入选B类项目,11项入选C类项目,13项入选D类项目。

本次申报课题研究内容不仅涵盖数字内容产业回顾与展望、数字出版助力乡村振兴、数字阅读创新等方向,更前瞻性地聚焦预印本平台发展、开放获取模式实践、开放科学政策影响等数字出版领域涌现的新兴热点与关键问题,充分展现了青年学者敏锐的学术触角和探索前沿的活力。

为发掘青年学者群体中蕴藏的优秀学术成果,激发其学术潜力,进而营造包容开放的学术氛围,中国高校科技期刊研究会携手《数字出版研究》期刊,共同设立“中国高校科技期刊研究会—《数字出版研究》青年学者扶持基金”。该基金A类项目资助金额为3000元/项,B类为2000元/项,C类为1000元/项,D类经费自筹,项目周期为1年(2025年7月1日~2026年6月30日)。(张馨宇)

数字出版研究青年学者扶持基金项目公布

印度人,比如开办免费医疗营的医生、为部落土地权利抗争的律师等。

这个活动最初只是杂志上的一个专栏,如今已发展成为一个全面的颁奖项目,该活动不仅有电视转播、流媒体直播,还得到了广告商的支持。“我们过去只是在杂志上展示他们,现在我们为他们举办庆典,因为我们相信这样的故事能激励其他人行动起来,这就是影响力。关键是这项活动在商业上也很有成功。这些奖项是盈利的,而这些利润有助于让我们的印刷业务与纸质出版更具活力与生命力。”斯里尼表示。

尽管维卡丹仍在不断尝试新的形式,但斯里尼表示,印刷媒体永远是品牌的基石。“我把印刷媒体比作肥沃的土壤,而故事是我们播下的种子。”他说,“这些种子长成的‘植物’——比如活动、奖项、社交媒体、音频内容等,需要浇水和培育,才能成长为更有价值的东西。”

维卡丹不仅是一个杂志品牌,更是一系列品牌的集合。除了旗舰出版物社会政治类杂志,它还出版关于女性问题、农业、汽车零部件和个人理财的杂志。其中,个人理财类杂志催生了一项新业务——这也是维卡丹将强大的品牌价值与商业成功相结合的又一个例子。

斯里尼解释说:“过去20年里,我们一直在强调投资的重要性。现在我们成立了一家新的姊妹公司,帮助读者通过共同基金进行实际投资。”这项业务完全合规运营,重点关注财务健康。“我们会了解用户的风险偏好、收入、家庭背景、目标,比如用户想送孩子出国留学,或者在15年后买房子,我们会提供量身定制的投资产品帮助。”

### 百年品牌的“长青之术”

维卡丹的影响力不止于活动、奖项或金融知识普及。该集团将于2026年2月迎来百年华诞,但他们仍坚定地着眼于未来,包括培养下一代新闻工作者。仅靠传统并不能保证与时俱进,维卡丹已制定内部计划,旨在发掘、培养和留住年轻人才。

“过去42年里,我们每年都会招收约75名学生参加我们的学生记者项目,目前我们的200名记者中,至少有120~130人来自这个项目。”斯里尼说,培养和聘用下一代新闻工作者能为业务和公司带来新视角。“这些年轻人会质疑我们、挑战我们。我相信,他们能帮助我们更贴近读者,更好地发展。”

“每当可能面临颠覆性变革时,维卡丹都会问自己三个问题:第一,我们是否仍然具有存在的意义?第二,有没有办法证明我们存在的意义?第三,我们能否从中学学习到生存的关键?”斯里尼说。这种自我审视推动着维卡丹从一家印刷杂志转型为一个多平台、目标导向的媒体生态系统。

(上接第1版)

### 2025年7月上半月文化教育类图书销售排行榜

排序	书名	版别	出版时间	定价(元)
1	小学英语一本通 趣味学语法	东南大学出版社	2024年7月	39.80
2	2026考研政治知识点精讲精练	国家开放大学出版社	2025年4月	79.80
3	2026考研英语 66篇搞定考研英语长难句	中国人民大学出版社	2025年1月	58.00
4	2026管理类联考数学高分指南MBA MPA MPAcc MEM	华龄出版社	2024年12月	109.00
5	小学语文一本通 语文考点难点精讲	东南大学出版社	2024年7月	39.80
6	新东方 100个句子记完5500个考研单词	浙江教育出版社	2023年6月	55.00
7	2026考研数学精讲精练880题(数学二)	北京航空航天大学出版社	2025年3月	99.80
8	2026考研政治通关真题库	中国政法大学出版社	2025年2月	99.80
9	2026高等数学辅导讲义	中国农业出版社	2025年3月	99.80
10	2026管理类与经济类考研 综合能力 逻辑72技	中国政法大学出版社	2025年2月	99.80

### 2025年7月上半月少儿读物销售排行榜

排序	书名	版别	出版时间	定价(元)
1	夏洛的网	上海译文出版社	2014年8月	37.00
2	窗边的小豆豆	南海出版公司	2018年5月	39.50
3	长袜子皮皮(美绘版)	中国少年儿童新闻出版总社	2009年10月	35.00
4	稻草人	人民教育出版社	2019年3月	25.00
5	少年游学 跟着诗词去旅行	北方妇女儿童出版社	2024年1月	34.00
6	大中华寻宝系列 宁夏寻宝记	二十一世纪出版社	2025年5月	39.80
7	狼王梦	浙江少年儿童出版社	2018年12月	26.00
8	安徒生童话	人民教育出版社	2019年3月	25.00
9	没头脑和不高兴(注音版)	浙江少年儿童出版社	2018年4月	25.00
10	青铜葵花	江苏凤凰少年儿童出版社	2016年4月	22.00

为了及时反映市场行情,为出版社、书店营销、选品提供参考,为读者阅读、购书提供指南,本报每半月刊出一次图书销售排行榜,以服务业界与读者。半月图书销售排行榜基于“国家出版发行信息公共服务平台”的销售数据和商报·奥示“中国出版业市

政务新媒体是移动互联网时代党和政府联系群众、服务群众、凝聚群众的重要渠道。近年来,“浙江农业农村”系列政务新媒体平台(官方微信、视频号、抖音号等)探索出一条具有“三农”特色、以服务力提升推进传播力增强的政务新媒体高质量发展新路径。

### 找准“切入点” 提升服务力有潜力

中国互联网信息中心发布的第55次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至2024年12月,我国网民规模达11.08亿人,互联网普及率升至78.6%。作为引导舆论的重要力量,政务新媒体服务力提升的重要性也更加凸显。

在浙江,一个暖心故事让浙江省农业农村厅的微信公众号“浙江农业农村”迅速冲上热搜。2024年3月25日上午8时许,90后姑娘小王得知父母辛苦养殖的沼虾大量死亡,情急之下通过浙江省农业农村厅官微留言求助;11时许,负责该官微运维的农村信息报社值班编辑,迅速回复小王并联系专家;14时许,浙江省农业农村厅直属单位、省淡水水产研究所专家主动联系小王父亲,分析沼虾死亡原因,提出解决办法。小王父亲“照方抓药”,两天内就解决了沼虾死亡问题。在小红书上只有53名粉丝的小王发帖实名感谢,称赞这种务实助农的作风,没想到迅速得到2000多名网友点赞和大量正能量评论。《都市快报》率先报道,该事件迅速登上热搜,人民日报、新华社、央视、光明日报、农民日报等央媒及浙江日报、浙江卫视等省级媒体争相报道,相关话题登上热搜,10天内有关报道和信息总传播量超1.76亿次,“浙江农业农村”微信公众号迅速“出圈”,成为“新闻+政务+服务”的现象级案例。5月,随着小王父亲养殖的沼虾顺利上市,相关媒体和“浙江农业农村”官方微信推进跟踪报道,相关话题再次冲上热搜。

一次次及时回应、暖心服务、正能量传播带来的乘数效应,彰显了提升服务力、扩大传播力的潜力和张力。作为政务服务的重要窗口,政务新媒体要善于和受众交朋友,重视留言互动,及时回应受众诉求,解决他们的急难愁盼,走好新时代网上群众路线,架起政府与公众有效沟通的桥梁。

### 锚定“发力点” 拓宽服务圈有张力

面向“三农”进一步拓宽服务圈,是农业农村领域政务新媒体高质量发展的必然要求。

暖心服务一事广受关注后,我们积极谋划做好服务增量,打造“线上互动+线下服务”深度融合的政务新媒体服务模式,构建“四个一”的服务体系,提升“浙江农业农村”政务新媒体的活力。一是组建一个服务团队。借助暖心服务的轰动效应,我们加强策划,牵头集聚省市县三级农业农村部门百名专家力量,组建“浙农帮帮团”,为农户提供“手把手、面对面”的精准指导服务。二是建好一批服务智库。针对群众需求,建立服务所需的政策库、专家库、资源库等,把服务信息及时、精准传递给农民群众。三是健全一套服务机制。集现场报道、民意收集、专家联动、现场服务于一体,构建起“农户咨询—平台分派—专家接单—跟踪回访”快速响应、闭环落实机制。当农户遇到实际问题时,只需通过新媒体平台提交咨询内容,团队会迅速与农户取得联系,并提供专业的解决方案。同时,还会不定期进行回访,跟踪问题解决情况,确保圆

## 以“浙江农业农村”系列传播平台为例 政务新媒体提升服务力的潜力与张力

孙燕勤

满落地。如,2024年春茶生产关键期,杭州西湖区茶山出现茶叶叶片枯萎的情况,接到求助后,“浙农帮帮团”负责人立即组织团队成员、省茶叶领域首席专家等奔赴茶山,现场诊断给出解决方案,帮助茶农挽回损失,确保春茶顺利生产。截至目前,“浙农帮帮团”已精准开展线下服务600余次,帮助农民解决难题千余个。精准及时的服务也赋能新闻生产,《浙农帮帮团|联系上啦!100多亩地插秧的活,他们帮助干……》《浙农帮帮团|钟阿姨的枇杷树出现这些情况,很着急!专家现场查原因》等一批有温度冒热气的新闻作品应运而生。四是打响一个宣传品牌。在“浙江农业农村”政务新媒体平台开设“浙农帮帮团”助农服务专栏,以“现场服务+融媒报道”推进,将农民需求和助农服务通过“视频+图片+文字”等融媒方式传播,让农户能够生动直观地了解解决方案,实现“一地帮扶、多地共享”的服务效果,也为全社会关注农业、支持农村、帮助农民营造了良好的舆论氛围。同时,服务团队紧扣农时农事,定期推送政策解读、技术指导、品种推介、乡村建设等实用信息,实现省域全覆盖。该做法广受好评,成为浙江政务服务增值化改革、机关效能建设的典型案例,并入选中央广播电视总台《CMG乡村振兴观察报告》2023—2024典型案例。“浙江农业农村”微信公众号的粉丝数也持续攀升,截至今年6月底,已有57.4万粉丝。

### 聚力“创新点” 延伸服务链有竞争力

随着政务新媒体服务链条不断延伸,服务的思维、手段、方法也面临转型升级,既需要有快速响应能力,还要有议题设置、资源整合、服务供给、融合传播等方面能力,推进“信息共享、资源对接、服务提效、问题解决”。

为此,我们创新打造五条链条。一是信息链,通过构建快速响应、闭环落实、跟踪复盘机制,搭建起政府部门与农民群众之间有效沟通的桥梁。二是资源链,全力整合农业农村领域专家资源,聚焦农民急难愁盼,精准、专业、高效地开展“零距离”服务。三是数据链,将农民需求和助农服务通过全媒体传播,结合大数据、AI等数字化手段,为更多有同类型需求的农民带去便捷有效的解决方案。四是价值链,构建“服务—结果—价值”的评价体系,有利于不断优化服务手段,提高服务效果。五是人才链,“新闻+政务+服务”不断深化、扩展,对复合型人才的需求急剧增加,也成为锻炼融媒体记者脚力、眼力、脑力、笔力的重要载体,推动年轻记者深入一线,不仅推出了优秀作品,也为年轻记者提供了创新实践的广阔舞台。

同时,我们还强化与省级农事服务中心、乡村农创中心联动,建立“浙农帮帮团”基层服务站点,通过“即时响应—即时处理—即时反馈”闭环管理机制,构建起“省级统筹、市级协同、县级联动”的服务体系,服务站点配备联络员,及时回应农户、返乡青年创业者等的需求,缩短服务周期,提高服务时效,服务也从大众向分众深化。

以优质服务汇聚正能量,以正能量澎湃大流量,“浙江农业农村”系列传播平台正致力于打造为农服务“金名片”,持续唱响“三农”好声音。

(作者系浙江省农业农村宣传中心主任、农村信息报社社长)

### 2025年7月上半月文学艺术类图书销售排行榜

排序	书名	版别	出版时间	定价(元)
1	红岩	中国青年出版社	2024年8月	48.00
2	红星照耀中国	人民文学出版社	2016年6月	43.00
3	我的阿勒泰	花城出版社	2021年8月	45.00
4	我与地坛(纪念版)	人民文学出版社	2011年1月	29.00
5	独自生活	太白文艺出版社	2025年5月	49.80
6	你当像鸟飞往你的山	南海出版公司	2019年11月	59.00
7	在峡江的转弯处 陈行甲人生笔记	人民日报出版社	2022年1月	48.00
8	病隙碎笔(纪念版)	湖南文艺出版社	2021年10月	48.00
9	一间只属于自己的房间	天津人民出版社	2024年3月	39.80
10	听风八百里,才知是人间	华中科技大学出版社	2023年9月	49.80

### 2025年7月上半月科技生活类图书销售排行榜

排序	书名	版别	出版时间	定价(元)
1	百病食疗 看这本就够了	中国科学技术出版社	2024年9月	58.00
2	国医特效方治百病(第2版)	化学工业出版社	2015年6月	48.00
3	人体经络穴位按摩大全	科学普及出版社	2022年7月	39.80
4	我的身体很重要	广东新世纪出版社	2023年6月	49.00
5	2025国家临床执业及助理医师资格考试核心考点	北京航空航天大学出版社	2025年1月	120.00
6	系统集成项目管理工程师教程(第3版)	清华大学出版社	2024年1月	139.00
7	系统规划与管理师章节习题与考点特训(第2版)	中国水利水电出版社	2025年6月	48.00
8	护肤全书(全新修订版)	江苏凤凰文艺出版社	2022年8月	69.00
9	风格穿搭魔法书 穿搭不是天赋,而是一种可以掌握的能力	江苏人民出版社	2025年4月	69.80
10	瑜伽之光	当代中国出版社	2024年6月	128.00

场监测系统”线下ERP数据、线上监测数据,由全品类总榜和社会科学、文化教育、文学艺术、少儿读物、科技生活5个分类榜组成,均按销量降序排列。(转载各榜TOP10;各榜TOP20见商报官微、官网)