

## 以内容赢读者 以品牌强服务

□《时代邮刊》主编 黄菲

当新年的阳光穿透云层，我们站在媒体深度融合的历史交汇点上。回望2024年，在主管部门指导下，《时代邮刊》以24个独家策划的重大选题、一场“奋进新时代”笔会、4场走进湖南高校的校媒合作活动、多个新媒体平台全面开花的成果交出了融合转型发展的合格答卷。2025年，我们将以“守正创新、融合发展”为主线，重点推进三大战略布局。

### 守住舆论阵地 筑牢内容根基

媒体大变局下，内容仍然是王道。好内容仍然是媒体的核心竞争力，优质的文化产品仍然是大众的刚需。作为一本社会文化类大众期刊，2025年，《时代邮刊》将坚定不移地坚持内容为王战略，倾注心力深耕内容，以内容赢得读者，赢得市场，赢得品牌影响力。

内容建设的一个重点工作是下功夫做好主题宣传。拳头产品“独家策划”栏目将以每期10个版面的篇幅，深度报道社会热点、民生难点、时代焦点，冷静地观察，理性地思考，热忱地表达，始终牢记职责使命，高举旗帜，引领导向，围绕中心、服务大局，团结人民，鼓舞士气，凝心聚力，成风化



人，澄清谬误，明辨是非。习近平文化思想、经济光明论、乡村振兴、文化自信、科技创新等，将是我们重点关注和报道的方向。《时代邮刊》文章多次获评“湖南省期刊主题宣传好文章”、中宣部“中国期刊主题宣传好文章”，2025年将再接再厉，不断推出有思想、有品质、有温度的精品文章，在行业评选活动中再创佳绩。

### 深化融合转型 构建价值传播新范式

媒体融合发展是一篇大文章，《时代邮刊》将继续躬身入局，以壮士断

腕的决心，写好这篇文章。2025年，《时代邮刊》在做好杂志出版发行的同时，将强化技术赋能，培育转型新动能，重点布局短视频和直播赛道。

目前，《时代邮刊》已入驻各个社交平台，在一些平台已经有所收获。在抖音平台已有近130万粉丝，开展短视频带货和直播带货，并有一定收入。今日头条、拼多多、百家号都频频出爆款，已产生流量收益。率先在湖南出版界打造主编IP“请问黄主编”视频号，获得业内高度认可，各项数据良好，聚集素养较高、黏性较强的精准粉丝，已形成一定品牌影响力。

2025年《时代邮刊》将试水“媒体+电商”新路径，构建“内容种草—产品销售”链路，在细分赛道如杂志、人文类图书、乡村振兴产品、文创产品等板块实施“破圈行动”，实现“跨界合作+新媒体传播”。适应读屏时代大量读者由线下转为线上的态势，打造“数字期刊+文创产品”的新型发行路径，进一步构建价值传播新范式，努力打造期刊媒体融合转型的湖南样本。

### 拓展品牌价值 构建文化服务生态圈

加强媒体品牌建设，提升品牌价

值，是《时代邮刊》2025年的一个重要战略方向。

2024年，《时代邮刊》举行了“奋进新时代”笔会，邀请核心作者和重要合作伙伴齐聚一堂，共商高质量发展，达到了很好的品牌宣传和平台建设效果。2025年，我们将继续举行品宣活动，加强与作者、学者、媒体人及社会各界的交流与合作，实现1+1>2；将继续在湖南大学、湖南师范大学、湘潭大学、长沙理工大学、湖南科技学院等高校开展大型进校园活动，做好品宣的同时，助力高校培育出版人才，扛起育新人、兴文化的使命；将12月打造为“品牌月”，评选年度作者、年度读者，颁发证书和奖品。

《时代邮刊》还将以一支高学历、高素质、高技能的年轻新媒体团队全力做好一项重要工作：构建媒体文化服务圈，以媒体品牌优势+技术优势+人才优势，为邮政行业和金融行业提供专业的新媒体服务。具体包括建立和运营大型权益平台、代运营公众号和视频号、策划执行线上线下活动等，进一步巩固“湖南省金融行业新媒体运营专家”的地位，进一步树立“湖南省邮政行业新媒体运营专家”的标杆形象，实现社会效益和经济效益双丰收。



## 增强互动性 拓展科普性

□《百科知识》杂志社社长 赵新宇



开展科普阅读不但可以不断激发公众学习科学的浓厚兴趣和求知的欲望，使公众拓宽视野、锻炼思维，还可以全面提升公众的科普阅读能力和科普文章的撰写能力，全面提高公众的科学素养。作为一本文理合编的科普期刊，创刊40多年来，《百科知识》一直致力于科学知识的普及推广工作。新年伊始，《百科知识》将以更加积极的面貌迎接新的挑战，2025年《百科知识》将全力聚焦以下几个方面的工作。

### 创新选题策划 紧跟科技前沿

智能时代，人们可以从多种渠道获取免费的信息和知识。一本杂志要想留住读者，就要了解读者的需求，知道什么样的内容最具可读性，在此基础上，为读者提供权威、准确的精神食粮。对科普杂志来说，内容是立足之本，创新则是发展动力。

目前国内读者对人工智能、芯片、新能源等领域的知识有着强烈的了解欲望，在安全保密许可的前提下，《百科知识》拟设立相关栏目，邀请知名专家学者对这些前沿技术进行解读分析并跟踪报道等。

### 变革呈现方式 创设立体可视界面

科普期刊平面化、纸质化的呈现方式难以吸引读者的关注。虽然《百科知识》此前也开设了多媒体账号（如微博账号、微信公众号、抖音短视频账号等），但这些账号推送的内容有些定位不清晰、制作水平参差不齐、缺乏营销意识，并没有形成一定的合力。

2025年，我们将把这些账号以矩阵方式呈现，将优质内容与受众及时紧密地结合起来，从而实现多形态产品的无缝衔接。比如，我们可以通过“投票”“问答”“闯关”等轻松的方式，加强刊物与读者的互动，让枯燥的科普知识更有趣、更接地气；可以在纸刊上附上二维码，通过扫描二维码，读者可以听到看到相关内容的音视频，了解文章背后更多的奇闻趣事；通过“短视频+直播”的运营方式，刊物既可以传播科普知识，又可以开辟线上销售渠道；等等。

### 加强品牌建设 开发多维度产品

品牌对于企业来说是至关重要的，它是企业参与市场竞争、建立品牌忠诚度、树立企业形象的重要保证。期刊作为特殊商品，品牌的树立同样具有重要意义，除了注重刊物的质量以外，还应承担起对公众进行科学普及的责任。

《百科知识》此前开展过“百科大讲堂”活动，为部分北京市中小学生进行科普讲座。2025年，《百科知识》拟举办科普阅读论坛活动，通过科普讲座和优秀科普图书推荐，为公众提供更加优质的科学知识，为提升公众的科学素养贡献一份力量。此外，我们计划与科普网站、科技馆等合作开展知识竞赛或专题科普活动，实现与读者的良好互动，提升刊物形象，增加期刊品牌影响力。

此外，《百科知识》杂志的文章皆为原创，多年来积累了很多优质内容，我们计划将这些内容分门别类集结成书，还计划将这些内容制作成音频产品，实现刊物资源的多元利用。

展望未来，科学知识的传播任重道远。我们愿与致力于科普传播事业的同仁携手，不忘初心，做科学知识的传播者。

## 寻新路解新题 翻阅世界找答案

□《世界知识画报》杂志社社长 张娟

创刊于1983年的《世界知识画报》（以下简称《画报》）作为老牌社科类杂志，在纸媒的生存之战中依然拥有一席之地，是幸运，也是坚持的结果。

《画报》曾经拥有自己的“黄金时代”，在社会变革中成为第一批为读者打开“世界之窗”的纸媒。进入21世纪第二个10年，随着移动互联网的发轫，纸媒在时代大潮中逐渐褪去光芒，《画报》却在变与不变中坚持走到今天。

2025年，在新形势下，《画报》依然秉持带着读者看世界的办刊理念，坚持稳中求进的发展策略，利用互联网特点推动杂志品牌提升，寻找更多新读者。《画报》坚信内容为王，将读者喜爱的品牌栏目和新创栏目做扎实，在互联网的喧嚣中为读者带来翻阅纸刊的沉浸感。

### 变化，不只是求新

2025年《画报》年度主题国是中亚五国。我们以主题国的方式策划选题始于2019年，主题国已“走过”6个欧洲国家，2025年首次“脱欧入



亚”，选定了与中国命运与共的好邻居、好朋友、好伙伴、好兄弟，在“一带一路”上有着举足轻重作用的中亚五国：哈萨克斯坦、乌兹别克斯坦、吉尔吉斯斯坦、塔吉克斯坦、土库曼斯坦。5个“斯坦”将在2025年集中、深入、精彩地呈现在读者面前。本次年度主题国得到中亚五国相关机构的关注与支持，在选题内容上将有紧密合作与沟通。正如1月刊专题《中亚，行走于“农”“牧”之间》得到多国文化部门的建

议和推荐，使内容表述上严谨且多元，为《画报》“中亚年”做了精彩的开篇。《画报》对人文地理及旅游选题的偏好，以及在异域文化、民族民俗方面的聚焦，使读者有了足不出户浏览世界的感受，而中亚虽近但也是大多数旅游者不易深入了解的国度，“中亚年”选题恰好能打开读者的阅读味蕾。

“科学探索”成为2025年固定栏目是《画报》的变化之一。《画报》是一本综合类知识画刊，科普内容一直受到编辑重视。近年，《画报》有几篇科普文章获得“期刊科普原创好作品”奖项，并得到广大读者的认可，尤其受到青少年读者的喜爱，让我们意识到其选题价值。2025年，“科学探索”栏目每期都将分享一个“身边的科学”，上到天上的云朵，下到穿搭服饰，从生活可见，到科学前沿。一个科普小栏目意味着画报求新求变的动力从未衰减。

2025年，《画报》将继续寻求在坚持中变化。变化，不只是求新，亦是通过变化寻求更多读者了解《画报》，感受阅读纸刊汲取知识的愉悦。

### 共舞，是选择更是答案

2025年是《画报》发展至关重要的一年，寻新路解新题是《画报》出版人的必然选择。

《画报》已与相关国家联合策划采编新路，让编辑记者走出去，以第一视角探寻“遥远国度”，感受异域风貌。借助《画报》的资源优势，创造更多机会，不仅让编辑记者走得更远，也争取机会和作者、读者一起行走，与世界共舞。

当下最热的话题是人工智能及由此形成社会问题的探讨。而《画报》作为纸媒闯过互联网大潮，再经历人工智能时代的冲击，选择与AI共舞，争取找到新的答案。2025年《画报》将利用AI工具完成更多优质选题筛选，提升营销活动落地效果，塑造品牌新形象；并以此提升工作效率和质量，提升新媒体“创意”的吸引力，让读者与网友参与“画报知识问答”等活动时能有更多的获得感和情绪满足感。

不管是什么时代，纸媒都有其存在的意义和被赋予新价值的可能性，《画报》作为传统纸媒将坚持寻找新路，寻找新的答案。

## 传播科学精神 提供科普服务

□河北阅读传媒有限责任公司总经理 关平

《少儿科学周刊》是一份专门为6—14岁少年儿童提供主题式阅读的科普杂志。杂志以“科学点亮童蒙”为理念，每期讲解一个科学主题。2025年，市场需求变化所带来的压力与机会并存，着眼于深耕10余年的科普阅读领域，《少儿科学周刊》将加快广的知识服务体系，在优质内容供给、内容呈现传播方式、出版融合发展等方面作出创新，构建丰富多元的内容产品与服务体系。

### 坚持特色优势 精准对接需求

在期刊出版方面，《少儿科学周刊》将在主题出版与科普传播的有效结合上争取新突破。聚焦新时代热点，创新选题角度，将视角对准中华民族现代文明与科技创新，策划推出“用科技看中国”系列选题，通过“春秋秋收”“我们的房子”“AI挑战”“气候与人”等内容，引领少年儿童观察感悟科技创新给美丽中国建设带来的巨大转变。

在“双减”背景下根据科学教育需



求，我们还积极寻找市场机遇，打造符合政策要求、满足一线教学的精品教育产品。去年以来，我们以《少儿科学周刊》杂志为基础研发了一套《知了科学课》。这套课程以少年儿童科学素质提升为目标，邀请名师倾力打造，为学校课后延时教学、科技社团、培训机构开展科普教育提供了优质选择。2025年，《少儿科学周刊》将注重与教育管理部门、教研系统、学校的合作，在科学教

育培训、定制化科普服务等领域发力，加强课程线上线下营销力度，用专业优势提升综合竞争力。

### 整合资源优势 加快创新融合

《少儿科学周刊》自创刊以来，已出版300多个科学主题，形成优质科普资源积累。

2025年将依托杂志内容资源，深度挖掘内容资源价值，开发多形态产品，重点实施《少儿科学周刊》原创文学、科普、绘本出版项目，延伸产品线；打造“实验微课堂”“科学大家说”“冷不丁的小科学”播客栏目等一批优质原创数字出版内容，培育数字出版新增长点；深化“少儿科学周刊融媒体矩阵”建设，整合新媒体力量加快提升品牌影响力。

### 创新服务内容 助力大科普格局建设

《少儿科学周刊》以营造热爱科

学、崇尚创新的社会氛围为出发点，注重与教育管理部门、社会科普部门的合作，创新科普服务内容形式，助力社会大科普格局建设。

2025年《少儿科学周刊》将继续加强“知了科普地图”的资源建设与运营管理，在省域范围内搭建为广大少年儿童提供科普赛事活动资讯、优质科普学习资源、互动学习打卡交流的一站式科普学习平台。

2025年《少儿科学周刊》与更多学校建立科普共建关系，对接学校需求开展编辑进校园、科技辅导员培训等个性化科普服务，持续扩大受众群体。

2025年《少儿科学周刊》组织青少年科学素质竞赛等赛事活动，全面了解少年儿童科学素养水平，为公民素质提升营造良好的社会氛围；联合科技文化场馆组织云游活动，用科技赋能研学，进一步扩大科普覆盖范围，主动融入社会大科普格局建设中，多形式全方位普及科学知识，传播科学精神，持续建设《少儿科学周刊》科普服务体系。