

读者精华7



[读者精华7_下载链接1](#)

著者:《读者》杂志社 编

[读者精华7_下载链接1](#)

标签

评论

挺好的发货速度快，儿子喜欢看。

好了，好啦，当然好了，还要说什么？

纸质不好，看着不像正品的，凑合看吧

正版，价格优惠，满意

买书送给领导的，他很喜欢读者

读者精华一本好书。。。

挺好的挺好的挺好的，可以买可以买可以买

不错，活动买的一直很喜欢

一直喜欢看读者精华！！

不错，当娱乐，打发时间，在家平时看看

读者精华 读者精华 读者精华

里边鸡汤文比较多 找点素材用用

还不错吧，先读读看。

不错不错，下次还来，好评

印刷质量不错，文章选择不理想

一直喜欢的杂志，精华一次购齐

确实是精华，许多文章需要慢慢品读。。。

读者精华7，还没看。

不错的选择，喜欢读者。

纸张质量很粗躁，不像正版

价格便宜，值得购买。

非常好，非常好，值得购买

佛商学院最受欢迎的领导课

好好的 值得你拥有

好好好好好好好好好好

经典书了，好评

还不错还不错还不错还不错还不错还不错

多看点陶冶情操

东西很好，dsfwf小孩子喜欢就好。。。。。。。。。。

内容很好，不错

很好 不错

书很好，赞一个啊啊啊啊啊啊啊啊啊啊

很好！！！！！！！！！！

。 。 。 。 。 。 。 。 。 。 。 。 。 好

读者精华值得收藏

不错的杂志

非常好。

满意

一般吧

不错

好。

超爱

好

。 。 。 。 。 。 。 。 。 。 。 。 。

十多年前出版过，选的是读者杂志早期文章。

《读者》杂志发行量从创刊时月发行量3万册到2005年4月份月发行量已达910万册，2006年月平均发行量898万册，稳居中国期刊排名第一，亚洲期刊排名第一，世界综合性期刊排名第四，同时，《读者》杂志行销世界90多个国家和地区，在美国、日本、澳大利亚、新加坡、香港等国家和地区拥有众多读者，可以说，有华人的地方就有《读者》，具有广泛的影响力。被誉为“中国人的心灵读本”、“中国期刊第一品牌”。

然而《读者文摘》的发展并非一帆风顺。1982年初，美国《读者文摘》来函指出：甘肃人民出版社使用《读者文摘》中文名是不正当的，不符合国际版权协定。中美两家《读者文摘》长达数年的版权之争从此开始。从1990年开始，中美两家《读者文摘》的版权之争再次升级。19

92年美国《读者文摘》委托律师致函中国《读者文摘》，要求停止使用中文商标《读者文摘》。后为化解与美国《读者文摘》发生的版权纠纷，1993年3月号《读者文摘》刊登征名启事，在读者中引起强烈反响，共收到应征信十万多封。信中提到新名有：读者、读友、读者之家、谈天说地、共享等等。最后使用了《读者》一名。1993年第七期，《读者文摘》正式改名为《读者》。

《读者》封面的“读者”二字是原中国佛教协会主席赵朴初先生所写。《读者》原来是四个字——《读者文摘》，因和美国的《读者文摘》弄出了版权官司，所以杂志改名为《读者》，之后就把后面两个字去掉了。赵朴初先生于1984年为此刊题字。

品牌对于《读者》杂志来说，1993年前几乎从来没有受到应有的重视。胡亚权承认

1981年1月的《读者文摘》创刊号

，一个杂志的品牌在他们那一代人眼里，仅仅只是刊名而已，从来不曾意识到杂志的品牌竟然与一本杂志的整体形象、标识相关，更不知道杂志的刊名、形象都是应当受到保护的资产。

由读者杂志社编辑出版、甘肃人民出版社主办的《读者》（半月刊）杂志是中国享有良好声誉的综合类期刊。自1981年创刊迄今，《读者》杂志沐浴着改革开放的春风，凝聚着几代出版人的心血和智慧，历经25年的发展，月发行量由最初的3万册，达到2006年月平均发行量898万册，居中国期刊排名第一，亚洲期刊排名第一，世界综合性期刊排名第四，取得了突出的社会效益和经济效益，走出了一条中国期刊发展的成功之路。

多年来，《读者》杂志以弘扬优秀文化为己任，坚持正确的舆论导向，始终不渝地坚持“博采中外、荟萃精华、启迪思想、开阔眼界”的办刊宗旨，遵循“选择《读者》，就是选择了优秀的文化”这一办刊理念，发掘人性中的真善美，体现深刻的人文

《读者》

关怀；融思想性、知识性、趣味性为一体，在刊物内容及形式方面以渐变适应不断变化的社会生活，与时俱进；追求高品位、高质量，赢得了海内外各个年龄段和不同阶层读者的喜爱，被誉为“中国人的心灵读本”。为不断满足人民群众日益增长的物质文化需要，努力构建社会主义和谐社会，创造有中国特色的社会主义新文化发挥了积极的作用。

1998~2001年连续获国家新闻出版总署颁发的第一、第二届全国百种重点社科期刊奖，1999年获首届“国家期刊奖”（中国期刊界最高奖），2001年被国家新闻出版总署认定为“双高”（高知名度、高学术水平）期刊，2003年再获第二届“国家期刊奖”，2005年又获第三届“国家期刊奖”。2004年8月27日，中央宣传部出版局、新闻出版总署报刊司、中国期刊协会在北京召开“品位·质量·效益——《读者》之路研讨会”，李东升、石峰等领导同志和部分专家、读者代表共80余人出席了会议；2005年8月，李长春同志视察读者杂志社，称赞《读者》是“大漠瑰宝”；2006年8月，在国家商务部组织开展的“商务新长征，品牌万里行”活动中，《读者》被列为知名品牌，成为“多彩甘肃、精品陇原”的重要标志。

[读者精华7_下载链接1](#)

书评

[读者精华7_下载链接1](#)