

《读者·乡土人文版》第14卷（总第175-180期）



[《读者·乡土人文版》第14卷（总第175-180期）_下载链接1](#)

著者:读者·乡土人文版编辑部 著

[《读者·乡土人文版》第14卷（总第175-180期）_下载链接1](#)

标签

评论

还是不错的可以看看应该字数了。

不错不错不错不错不错不错

这个也没有什么好评价的，你买就知道了

好，物美价廉，你我值得拥有。嘻嘻哈哈。

京东自营的产品非常满意！

品质不错，价格合理

女儿要的，对作文有帮助。

正版的书好好好好好好

快递员很给力！东西是正品！好评

好！！！！！！！！！！！！！！！！

给家里老人买的……回到青春期吗

很好的书，喜欢看。

非常好，货真价实，很喜欢

经典文章合集！，，，，，，，，，，

很好。。。。。。。。。。

还可以吧，一直在看的书

可以收获很多知识

undefined

乡土人文版读者，贴近生活，亲切质朴。会一直关注。

非常好 不

送货还很快，书是正版。

不错，当娱乐，打发时间，在家平时看看

满意，非常好。

有收藏价值的！

我非常喜欢看

还可以滴滴了

整体不错，是正品，也是包邮就好了

价廉物美，推荐购买。

不错，实惠

相当不错

书不错 不过物流相对慢了些

111

正版

不错

好！

可以

《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 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》 《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·乡土人文版》第14卷（总第175-180期）_下载链接1](#)

书评

[《读者·乡土人文版》第14卷（总第175-180期）_下载链接1](#)