

读者·乡土人文版（2014年度精选集）



[读者·乡土人文版（2014年度精选集）_下载链接1_](#)

著者:《读者·乡土人文版》杂志社 编

[读者·乡土人文版（2014年度精选集）_下载链接1_](#)

标签

评论

正常情况下，买书一般都是给满分

容量大，可以慢慢享受啦！是我喜欢的

非常不错的书，值得一看

读者，好书，坚持阅读了三十年了。

内容不错，值得购买，推荐。

挺好的一本书，不错，不错。

拿来凑单的，无聊拿来翻一翻。

看书看书看书看书看书

很好好好好好好好好好

好好好好好好好好好好

一般般啦，喜欢？

一直买读者杂志的我，看到精选集总是有购买的欲望，哎。

好看，好看好好好，为啥要那么多字

还可以，值得一看

非常不错的产品，一如既往的支持，非常满意！

值得拥有非常具有可读性

好了几篇 不错

不错，价格实惠

乡土的气息！充满味道

支持一下吧，正版，很不错！

还不错~~~~~

挺好，也挺快！

社会主义核心价值观是社会主义核心价值体系的内核，体现社会主义核心价值体系的根

本性质和基本特征，反映社会主义核心价值体系的丰富内涵和实践要求，是社会主义核心价值体系的高度凝练和集中表达。

质量不错、，，，，，，，，

一直喜欢读者乡土版，所以，买了这个系列的书。

不是彩版，也没插图，字很大，故事老套！

不错的课外书 孩子喜欢

挺好的。

热卖畅销

不错谢谢

的顶顶顶顶顶的顶顶顶顶顶顶顶顶顶顶顶的典范

精选集 还以为是合订本 不喜欢

不知道是我不容易被打动了还是故事本身不容易打动人

《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。1992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（2014年度精选集）_下载链接1](#)

书评

[读者·乡土人文版（2014年度精选集）_下载链接1](#)