责编：曾西雅　E-mail:zengxiya6225@163.com　Tel:010—62806245

# 旅游产业升级对策

## ——以江苏镇江为例

区域旅游产业升级主要是指区域旅游在形成产业基础后，由外延粗放式向内涵集约式发展转变，由注重单一功能型转变成注重综合功能型。通过不断优化旅游产业结构和改进发展模式，来提升旅游的综合品质，提高旅游产业的综合效益，从而增强区域旅游市场的核心竞争力。

近年来，江苏镇江市的旅游业已取得较大发展。如2011年，镇江实现国内旅游收入345.63亿元，比上年增长9.4%，国际旅游外汇收入5.22亿美元，比上年增长4.6%。全年，镇江共接待国内旅游者人数3100.83万人次，入境旅游者人数65.01万人次。总体而言，增长平衡。就旅游人数方面而言，总体呈增长趋势，增长速度较为稳定。但就区域旅游产业发展的整体而言，存在着诸如旅游产品品质较低、强大影响力的核心产品缺乏，旅游产业链不够完善，文化产业潜力发掘不足，产业定位不鲜明，整体品牌的竞争力不强等现实问题。镇江旅游产业现状也代表着国内同类城市发展的困境。因而，理性探讨镇江实现区域旅游产业升级的思路与对策，具有重要的实践意义和示范的效应。

镇江旅游产业升级的总体思路

以党的十八大精神为指导，以科学发展观为统领，结合全市经济社会发展实际，按照“大旅游、大产业、大市场”的发展理念，强化合力兴旅战略，创新旅游发展举措，完善旅游发展服务体系，做大旅游产业规模，加快旅游业转型升级，推动旅游业在创业中发展，在创新中提升，使旅游业居于第三产业的主要地位，发展成为全市国民经济的支柱产业。努力把镇江建设成为旅游产业繁荣、特色鲜明、环境和谐，在沪宁与长三角交互辐射中极具影响力的旅游目的地。

旅游产业升级的路径分析

流程升级：建立紧密合作机制。镇江市旅游主管部门应坚持“政府主导”战略，运用政府手段宏观调控的优势，建立旅游产业紧密型合作机制，协调旅游价值链的各环节协同、有序发展。创新“大旅游、大产业、大市场”的“大管理”体制，强化领导协调能力和权威，建立有效的部门联席会议制度，将与旅游密切相连的行业组织起来，形成综合的产业调控能力，协调各行业、企业的有机合作。同时，建立合理的利益分配机制和协调机制，以协调价值链各环节关系，防止内部利益分配不均导致无序恶性竞争。在充分市场调研的基础上，运用经济学方法科学测算旅游产业各环节合理的数量比例、各行业合理的产业规模和层次结构、旅游价值链各环节对价值创造的贡献率等指标，以此作为旅游产业科学规划和管理的依据，推动旅游价值链向效率化、高级化方向发展。

产品升级：打造创新产品体系。在当今国际国内旅游业激烈的市场竞争中，镇江市只有不断创新旅游产品，打造特色旅游产品体系，满足旅游市场不断变化的需求，才可获得可持续发展的比较竞争优势。

一方面，镇江市应对现有产品体系进行改造升级，以延长产品的生命周期。镇江市已经形成以“三山”品牌为重点，多元专项旅游产品组合为补充的旅游产品体系。在此基础上，对现有旅游产品体系进行深度开发和升级改造，具体措施包括升级旅游设备设施、提高旅游服务水平、增加旅游娱乐项目的数量和提高其质量、原有旅游产品与其他产品捆绑销售等。同时，对旅游产品表现形式进行创新，综合运用现代声、光、电等多种形式的高科技设施和技术包装旅游产品，以达到在形式上给旅游者“耳目一新”的体验，满足其“求新、求奇”的消费需求。

另一方面，镇江市应以市场需求为导向，结合各地的资源特色优势，不断推出全新旅游产品。随着旅游者的需求层次日益提高，应开发高端休闲旅游产品，增加产品的互动性、体验性，满足游客的娱乐需求、交际需求、自我发展等高层次需求。在打造旅游产品特色方面，应充分利用丹阳、句容、扬中各地旅游资源的地域特色，按照先环境后产品的开发方式，将当地独特的自然资源、人文资源融入旅游产品开发之中，以塑造独一无二的旅游体验。

功能升级：强化产业核心环节。镇江市应加快打造一批具有国际竞争力的大型旅行社，以强化旅游价值链核心环节，提升旅游产业整体竞争力。旅游主管部门应在推动旅行社规模化、集团化进程中发挥引导作用，利用政策引导、优惠措施扶持等多种措施引导各类所有制的旅行社通过兼并收购、合资合作等方式进行强强联合；特别是推动国有旅行社股份制改革和联合重组，形成产权主体多元、法人治理结构完善、运行机制灵活、管理手段先进、竞争力不断增强的一批大型旅行社集团。

随着计算机和现代信息技术的飞速发展，电子商务广泛应用于旅游业，信息管理成为旅行社竞争优势的主导因素之一。镇江市应推动全市旅行社信息化工程，创新旅行社电子商务经营模式，充分利用计算机技术和互联网技术打破传统的空间概念，将“食、住、行、游、购、娱”各旅游要素进行优化整合，组建竞争与合作相结合的动态网络经营联盟，为旅游者提供一条龙的高效服务；开展网上物流管理、网络客户服务、网上库存管理、网络营销、网上业务外包等业务，以强化旅游价值链的优势环节，剥离弱势环节，以增强产业整体竞争力。

跨产业升级：全面扩张价值链。镇江市应循序渐进全面推进旅游产业扩张的范围和规模，协调旅游业与关联行业融合发展，以获得范围经济效应。选择一批实力雄厚的旅游企业集团开展多元化经营试点，由政府旅游主管部门和行业协会对其给予必要的政策扶持和业务指导，通过典型成功案例的示范效应来推进全市旅游业多元化进程。20世纪80年代，上海市政府为了促进地区企业集团发展出台了系列优惠政策，并采取行政措施以资产划拨的形式将上海华亭集团并入锦江集团；2003年上海市政府促成了锦江集团与新亚集团合并组建锦江国际集团，推动其走上规模化、多元化的发展道路，一跃成为中国最大的旅游企业集团之一。由于多元化经营具有较高的市场风险，旅游企业可以根据行业相关程度循序渐进地逐步进入新行业、新市场，即在培育核心能力的基础上先进入与旅游业相关程度较高的行业，如休闲娱乐业、旅游会展业、旅游房地产业等。经过一段时间的市场积累，旅游企业在产品开发、市场运营等方面有了充足市场经验以后再逐步向无关多元化产业拓展。

旅游产业升级的对策与建议

近年来，从纵向发展看，镇江市旅游业的发展取得了比较可喜的成绩，但从横向发展比较，与省内外及周边发达地区相比仍有较大差距，旅游产品问题不能适应渡假休闲的需要、旅游产业总量偏小、文化与旅游结合不够紧密、中心城区与所辖城市旅游缺少联动、旅游形象不够鲜明，这些都制约了镇江市旅游业品牌的整体提升和发展。笔者认为，推进镇江旅游产业跨越式发展是一项系统工程，必须以科学的理念、科学的布局、科学的方法、科学的机制作保障。

以科学的理念指导发展。牢固树立市域旅游化这一科学理念，把镇江市3847平方公里作为一个大景区来打造，让一产业围绕旅游调结构，二产业围绕旅游出产品、出装备，三产业围绕旅游抓服务，各行各业围绕旅游出力量，形成全市上下齐抓旅游、三次产业融入旅游，共谋发展、共促跨越的旅游产业发展格局。

以科学的布局促进发展。切实创新思维，优化镇江市旅游产业布局，加快把旅游资源优势转化为产业优势。始终坚持走特色开发、差异发展、绿色繁荣之路，科学调整旅游产业发展布局。

一是依托自然景观优势，大力发展山水观光旅游。以市城为中心，利用立体交通网络和旅游要素相对集中的优势，把市城建成旅游目的地和集散中心。二是依托山林景观优势，大力发展生态旅游。加大宣传推介，有意识举行“生态家园、乡村旅游”为主题的各项活动，吸引游客体验生态游、乡村游、农家游，做大做强生态休闲游、乡村休闲游，为全市提供示范导向，切实推进生态旅游又好又快发展，促成镇江市旅游新景观、新特色的形成。三是依托人文景观优势，大力发展文化旅游。深层次挖掘和塑造旅游文化，把国家重点景区名胜区、全国重点文保单位等“硬”文化和民俗文化、历史文化、宗教戏剧等“软”文化有机融合到一个景区、一处文物、一个游览点中去，借助文化内涵弘扬魅力，彰显特色，吸引广大旅游者增强认同感和吸引力，产生旅游消费和经济活动，从而带动其他资源开发，形成整体合力。

以科学的方法抓好发展。重点抓好围绕要素配套强基础。一是交通围绕旅游先行。建设连通各核心景区的旅游公路，形成内畅外联的立体交通网络。二是城市围绕旅游规划。营造“天蓝、草绿、水清、云白、花红、景美”的良好旅游城市环境。三是商贸围绕旅游搞活。大力开发具有地方特色的旅游系列商品和旅游娱乐业等配套产业，逐步形成较完整的旅游产业体系。

以科学的机制保障发展。大力发展镇江市旅游业，首先应该创新旅游业发展的体制和机制，建立全市旅游发展良性循环的渠道，全面提高旅游产业竞争力。

一是建立健全旅游业发展决策机构，加强旅游业发展宏观决策管理。旅游业是关联性很强的一项产业，涉及面广、带动性强，因此，旅游业的发展绝不仅是旅游部门和景区，或文化或建设等几家部门的事情。它是涉及众多部门的一项关联产业，如乡村旅游涉及农业、畜牧业等部门，工业旅游涉及工业部门，旅游交通、住宿、娱乐、餐饮等凡是游客消费所涉及的任何一项无不与旅游各个部门相关。因此，建议强化旅游城市发展委员会职能的发挥，旅游城市发展委员的职责主要是对全市旅游业的发展进行调查研究，对旅游城市的建设及旅游业的发展进行科学规划与决策，对全市旅游业的发展规划执行情况进行监督检查和奖励惩处。二是创新旅游发展的资源整合机制，推动旅游资源优势转变为旅游资本优势。旅游业的结构要素按传统的分类有吃、住、行、游、购、娱等六大类。在我国改革开放发展旅游接待事业之初，担当以上六个方面的主体单位性质都是国营，而现在，除了“游”中的旅游景区点的经营管理单位性质大多数仍然为国营外，其他五要素的经营主体的性质基本都是私营或民营。由于在经营主体上还存在国营和私营（民营）之分，因而在旅游经营的环境和待遇上就不同程度地存在差异，在经营的手段“死”“活”上存在差别，因此导致旅游经营主体内部发展不平衡、不公正，旅游业发展的活力不够，旅游业发展的真实水平和效益未充分体现。因此，市委、市政府应按照市场经济和旅游业自身发展的规律性，在国家有关法律法规和政策允许的前提下，强化行业引导、宏观调控的职能，彻底改变旅游经营性建设项目由政府包、政府投、政府管的做法，建立“政府引导、行业自律、企业管理、市场运作”的新机制，对个别国营旅游景区景点的经营管理体制进行改革试点，逐步整合现有国营旅游景区景点的经营管理体制，不断给国营旅游景区景点注入发展的活力，减轻国家的负担，加大旅游产业要素的集聚，推进旅游景区景点所有权与经营权分离的改革，推动旅游资源优势向旅游资本和经济优势的转变，不断提高国营旅游景区景点的市场竞争力，例如：对由文化部门管理经营的文物景点，可以采取股份制的经营方式来解决文物古迹景点，长期缺乏保护维修经费和面向市场缺乏吸引力的问题；对由林业部门管理经营的森林公园、由城建或园林部门管理经营的城市公园等性质的旅游景点，可采取国家和民营资本合作经营的方式来解决保护、开发和建设不力的问题。同时，按照“政府引导、企业为主、行业促进、社会推动”新模式，强化企业市场主体的作用，推进旅游企业积极借鉴国际先进管理经验，不断提高经营管理水平。大力培育和壮大旅游行业协会和与旅游相关的各种中介组织，充分发挥旅游行业协会的桥梁和纽带作用，为企业提供优质服务，成为加强行业自律的主体。积极引导和整合社会力量，共同开发和建设旅游发展的新机制。

简而言之，大旅游、大产业趋势下的区域旅游产业升级应作为一种综合性创新工程，关于其协调发展的研究理应从不同的角度、广泛吸取各类学科的理论养分，并不断寻求实现其升级的具体对策和路径，才能积极推动类似镇江这样的区域旅游产业持续发展、科学发展。

（江苏镇江市委党校　彭智勇　张欣平）


中国人民大学 书报资料中心 INFORMATION CENTER FOR SOCIAL SCIENCES RUC 1958

# 欢迎订阅2014年人大“复印报刊资料”等系列期刊

中国人民大学书报资料中心成立于1958年，是新中国最早从事人文社会科学文献搜集、整理、编辑、集成、发布的信息资料提供机构。经过55年的发展，书报资料中心现已成为兼营期刊出版、数字出版、学术成果评价研究、信息咨询、广告、教育培训等业务的综合性、跨媒体现代出版机构和信息资源服务机构。期刊出版是书报资料中心的核心业务，现出版148种期刊，其中“复印报刊资料”期刊115种，“人文社科文摘”系列期刊14种，“报刊资料索引”系列期刊7种，原发期刊12种。

**哲学、政法类刊**

| 代号 | 期刊名称 | 刊期 | 全年定价 | 合订本定价 |
|---|---|---|---|---|
| A1 | 马克思列宁主义研究 | 月刊 | 120.00 | 145.00 |
| WA1 | 马克思主义文摘 | 月刊 | 144.00 | 169.00 |
| A2 | 毛泽东思想 | 双月 | 60.00 | 85.00 |
| A3 | 中国特色社会主义理论 | 月刊 | 144.00 | 169.00 |
| B1 | 哲学原理 | 月刊 | 204.00 | 254.00 |
| WB1 | 哲学文摘 | 季刊 | 72.00 | 97.00 |
| B2 | 科学技术哲学 | 月刊 | 120.00 | 145.00 |
| B3 | 逻辑 | 季刊 | 40.00 | 65.00 |
| B4 | 心理学 | 月刊 | 204.00 | 254.00 |
| B5 | 中国哲学 | 月刊 | 180.00 | 230.00 |
| B6 | 外国哲学 | 月刊 | 144.00 | 169.00 |
| B7 | 美学 | 月刊 | 108.00 | 133.00 |
| B8 | 伦理学 | 月刊 | 144.00 | 169.00 |
| B9 | 宗教 | 双月 | 120.00 | 145.00 |
| C1 | 社会科学总论 | 季刊 | 48.00 | 73.00 |
| C3 | 管理科学 | 月刊 | 288.00 | 338.00 |
| WC3 | 管理学文摘 | 双月 | 90.00 | 115.00 |
| C31 | 创新政策与管理 | 月刊 | 156.00 | 206.00 |
| C4 | 社会学 | 月刊 | 204.00 | 254.00 |
| LC2 | 社会学评论[原发刊] | 双月 | 210.00 | 235.00 |
| WC4 | 社会学文摘 | 季刊 | 72.00 | 97.00 |
| C41 | 社会保障制度 | 月刊 | 204.00 | 254.00 |
| C42 | 社会工作 | 月刊 | 96.00 | 121.00 |
| C5 | 人口学 | 双月 | 84.00 | 109.00 |
| D0 | 政治学 | 月刊 | 144.00 | 169.00 |
| WD1 | 政治学文摘 | 季刊 | 72.00 | 97.00 |
| D01 | 公共行政 | 月刊 | 168.00 | 218.00 |
| LD2 | 公共管理与政策评论[原发刊] | 季刊 | 140.00 | 165.00 |
| D2 | 中国共产党 | 月刊 | 216.00 | 266.00 |
| D3 | 世界社会主义运动 | 双月 | 60.00 | 85.00 |
| D4 | 中国政治 | 月刊 | 144.00 | 169.00 |
| WD41 | 法学文摘 | 季刊 | 72.00 | 97.00 |
| D410 | 法理学、法史学 | 月刊 | 168.00 | 218.00 |
| D411 | 宪法学、行政法学 | 月刊 | 168.00 | 218.00 |
| D412 | 民商法学 | 月刊 | 240.00 | 290.00 |
| D413 | 经济法学、劳动法学 | 月刊 | 144.00 | 169.00 |
| D414 | 刑事法学 | 月刊 | 240.00 | 290.00 |
| D415 | 诉讼法学、司法制度 | 月刊 | 240.00 | 290.00 |
| D416 | 国际法学 | 月刊 | 144.00 | 169.00 |
| D421 | 青少年导刊 | 月刊 | 96.00 | 121.00 |
| D422 | 工会工作 | 双月 | 72.00 | 97.00 |
| D423 | 妇女研究 | 双月 | 72.00 | 97.00 |
| D424 | 台、港、澳研究 | 双月 | 72.00 | 97.00 |
| D5 | 民族问题研究 | 月刊 | 120.00 | 145.00 |
| D6 | 中国外交 | 月刊 | 120.00 | 145.00 |
| D7 | 国际政治 | 月刊 | 240.00 | 290.00 |
| V6 | 精神文明导刊 | 月刊 | 132.00 | 157.00 |

**经济、管理类刊**

| 代号 | 期刊名称 | 刊期 | 全年定价 | 合订本定价 |
|---|---|---|---|---|
| WF1 | 经济学文摘 | 季刊 | 72.00 | 97.00 |
| F10 | 国民经济管理 | 月刊 | 168.00 | 218.00 |
| F1011 | 财务与会计导刊(实务版) | 月刊 | 144.00 | 169.00 |
| F101 | 财务与会计导刊(理论版) | 月刊 | 144.00 | 169.00 |
| WF101 | 财会文摘 | 双月 | 90.00 | 115.00 |
| F102 | 人力资源开发与管理 | 月刊 | 216.00 | 266.00 |
| F103 | 劳动经济与劳动关系 | 月刊 | 216.00 | 241.00 |
| F104 | 统计与精算 | 双月 | 108.00 | 133.00 |
| F107 | 区域与城市经济 | 月刊 | 192.00 | 242.00 |
| F11 | 理论经济学 | 月刊 | 156.00 | 181.00 |
| F13 | 社会主义经济理论与实践 | 月刊 | 240.00 | 290.00 |
| F14 | 物流管理 | 月刊 | 144.00 | 169.00 |
| F2 | 农业经济研究 | 月刊 | 240.00 | 290.00 |
| F3 | 产业经济 | 月刊 | 180.00 | 230.00 |
| F31 | 企业管理研究 | 月刊 | 240.00 | 290.00 |
| F51 | 贸易经济 | 月刊 | 96.00 | 121.00 |
| F511 | 商界导刊 | 月刊 | 120.00 | 145.00 |
| F512 | 商界导刊(实务版) | 月刊 | 144.00 | 169.00 |
| F513 | 市场营销(理论版) | 月刊 | 144.00 | 169.00 |
| WF512 | 市场营销文摘 | 双月 | 90.00 | 115.00 |
| F52 | 国际贸易研究 | 月刊 | 144.00 | 169.00 |
| WF6 | 财政金融文摘 | 双月 | 90.00 | 115.00 |
| F61 | 财政与税务 | 月刊 | 144.00 | 169.00 |
| F62 | 金融与保险 | 月刊 | 240.00 | 290.00 |
| F63 | 投资与证券 | 月刊 | 180.00 | 230.00 |
| F7 | 经济史 | 双月 | 96.00 | 121.00 |
| F8 | 世界经济导刊 | 月刊 | 156.00 | 181.00 |
| WF8 | 国际经济文摘 | 季刊 | 72.00 | 97.00 |
| F9 | 旅游管理 | 月刊 | 144.00 | 169.00 |
| LD1 | 政治经济学评论[原发刊] | 季刊 | 160.00 | 185.00 |
| MF1 | 体制改革 | 月刊 | 216.00 | 266.00 |
| N2 | 生态环境与保护 | 月刊 | 144.00 | 169.00 |
| V3 | 审计文摘 | 月刊 | 228.00 | 278.00 |
| X2 | 投资与理财[原发刊] | 半月 | 360.00 | —— |
| X3 | 种植与养殖 | 半月 | 144.00 | 194.00 |
| X6 | 证券导刊 | 周刊 | 520.00 | —— |
| X8 | 企业家信息 | 月刊 | 240.00 | —— |
| X91 | 创业家[原发刊] | 月刊 | 240.00 | —— |
| X92 | 烹饪艺术家[原发刊] | 月刊 | 252.00 | —— |
| X93 | 餐饮经理人[原发刊] | 月刊 | 252.00 | —— |

**文史类刊**

| 代号 | 期刊名称 | 刊期 | 全年定价 | 合订本定价 |
|---|---|---|---|---|
| G0 | 文化研究 | 月刊 | 144.00 | 169.00 |
| G01 | 文化创意产业 | 双月 | 60.00 | 85.00 |
| G6 | 新闻与传播 | 月刊 | 120.00 | 145.00 |
| LG1 | 新闻春秋[原发刊] | 季刊 | 100.00 | 125.00 |
| G7 | 档案学 | 双月 | 60.00 | 85.00 |
| G9 | 图书馆学情报学 | 月刊 | 240.00 | 290.00 |
| H1 | 语言文字学 | 月刊 | 216.00 | 266.00 |
| J1 | 文艺理论 | 月刊 | 204.00 | 254.00 |
| WJ1 | 文学研究文摘 | 季刊 | 72.00 | 97.00 |
| J2 | 中国古代、近代文学研究 | 月刊 | 264.00 | 314.00 |
| J3 | 中国现代、当代文学研究 | 月刊 | 264.00 | 314.00 |
| J4 | 外国文学研究 | 月刊 | 144.00 | 169.00 |
| J51 | 舞台艺术（戏曲、戏剧） | 双月 | 72.00 | 97.00 |
| J52 | 舞台艺术（音乐、舞蹈） | 双月 | 72.00 | 97.00 |
| J7 | 造型艺术 | 双月 | 90.00 | 115.00 |
| J8 | 影视艺术 | 月刊 | 144.00 | 169.00 |
| K1 | 历史学 | 月刊 | 144.00 | 169.00 |
| WK1 | 历史学文摘 | 季刊 | 72.00 | 97.00 |
| K21 | 先秦、秦汉史 | 双月 | 84.00 | 109.00 |
| K22 | 魏晋南北朝隋唐史 | 双月 | 78.00 | 103.00 |
| K23 | 宋辽金元史 | 双月 | 102.00 | 127.00 |
| K24 | 明清史 | 月刊 | 168.00 | 193.00 |
| K3 | 中国近代史 | 月刊 | 204.00 | 254.00 |
| K4 | 中国现代史 | 月刊 | 240.00 | 290.00 |
| K5 | 世界史 | 月刊 | 156.00 | 181.00 |
| K9 | 地理 | 双月 | 90.00 | 115.00 |
| L1 | 情报资料工作[原发刊] | 双月 | 288.00 | 313.00 |
| LC1 | 国学学刊[原发刊] | 季刊 | 100.00 | 125.00 |
| LF1 | 文化产业导刊[原发刊] | 月刊 | 180.00 | 205.00 |
| Z1 | 出版业 | 月刊 | 108.00 | 133.00 |
| V1 | 当代文萃 | 月刊 | 60.00 | 85.00 |

**教育类刊**

| 代号 | 期刊名称 | 刊期 | 全年定价 | 合订本定价 |
|---|---|---|---|---|
| G1 | 教育学 | 月刊 | 264.00 | 314.00 |
| WG1 | 教育学文摘 | 季刊 | 72.00 | 97.00 |
| G2 | 思想政治教育 | 月刊 | 168.00 | 193.00 |
| LG2 | 创新人才教育[原发刊] | 季刊 | 140.00 | 165.00 |
| G3 | 中小学教育 | 月刊 | 144.00 | 169.00 |
| G30 | 中小学学校管理 | 月刊 | 144.00 | 169.00 |
| G311 | 高中语文教与学 | 月刊 | 96.00 | 121.00 |
| G312 | 高中数学教与学 | 月刊 | 96.00 | 121.00 |
| G32 | 中学历史、地理教与学 | 月刊 | 96.00 | 121.00 |
| G351 | 初中语文教与学 | 月刊 | 96.00 | 121.00 |
| G352 | 初中数学教与学 | 月刊 | 96.00 | 121.00 |
| G36 | 中学物理教与学 | 月刊 | 96.00 | 121.00 |
| G37 | 中学化学教与学 | 月刊 | 96.00 | 121.00 |
| G381 | 中学外语教与学 | 月刊 | 96.00 | 121.00 |
| G382 | 中学政治及其他各科教与学 | 月刊 | 96.00 | 121.00 |
| G391 | 小学语文教与学 | 月刊 | 72.00 | 97.00 |
| G392 | 小学数学教与学 | 月刊 | 72.00 | 97.00 |
| G393 | 小学英语教与学 | 月刊 | 72.00 | 97.00 |
| G4 | 高等教育 | 月刊 | 204.00 | 254.00 |
| G5 | 成人教育学刊 | 月刊 | 132.00 | 157.00 |
| G51 | 幼儿教育导读(家教版) | 月刊 | 120.00 | 145.00 |
| G511 | 幼儿教育导读(幼教版) | 月刊 | 96.00 | 121.00 |
| G53 | 职业技术教育 | 月刊 | 144.00 | 169.00 |
| G8 | 体育 | 月刊 | 144.00 | 169.00 |
| V2 | 家庭教育导读 | 月刊 | 72.00 | 97.00 |
| V4 | 成长读本 | 月刊 | 72.00 | 97.00 |
| V7 | 素质教育 | 月刊 | 72.00 | 97.00 |

**报刊资料索引**

| 期刊名称 | 刊期 | 全年定价 |
|---|---|---|
| 第一分册（马列主义、哲学、社科总论） | 年刊 | 118.00 |
| 第二分册（政治、法律） | 年刊 | 198.00 |
| 第三分册（经济、管理） | 年刊 | 200.00 |
| 第四分册（文化、出版、教育、体育） | 年刊 | 198.00 |
| 第五分册（语言文字、文学艺术） | 年刊 | 125.00 |
| 第六分册（历史、地理） | 年刊 | 55.00 |
| 第八分册（著者索引） | 年刊 | 228.00 |

**银行汇款**

收款人全称：中国人民大学书报资料中心　汇入地点：北京市
1. 汇入银行名称：中国银行北京人大支行
账号：3441 5603 1742
2. 汇入银行名称：华夏银行北京知春支行
账号：81941031

**网上订阅**

中心已开通了网上快速订阅通道，您只需登录中心官方网址 http://www.zlzx.org，进入“产品征订”页面，准确填写有关信息后，点击确定键即可。
网上订购可选择邮政汇款、银行汇款、网上支付等方式付款。若通过邮政汇款，须在汇款单上注明“网上订阅”字样及网上订阅生成的订单号。

**邮汇**

收款人地址：北京9666信箱　收款人姓名：市场部
邮政编码：100086　电话：010-62512171/82503412/38/40

精选千家报刊　荟萃中华学术　更多内容请登录中心官方网址：www.zlzx.org