

# 论铁路科技期刊的核心竞争力

侯敬<sup>1)</sup> 胡建明<sup>2)</sup>

(1)中国铁道科学研究院运输及经济研究所;2)中国铁道科学研究院党群工作部;100081,北京)

**摘要** 通过对铁路科技期刊现状、创新发展的现实意义和核心竞争力表现层面的分析,提出了增强其核心竞争力的主要措施和途径。

**关键词** 铁路科技期刊;核心竞争力;期刊定位;期刊特色

**On core competitiveness of railway sci-tech periodicals**// HOU Jing, HU Jianming

**Abstract** By analyzing the current situation, the practical significance of innovative development, and the various aspects of core competition among the railway sci-tech periodicals, the authors present some main measures and concrete steps to increase the core competitiveness.

**Key words** railway sci-tech periodicals; core competitiveness; periodicals' positioning; periodicals' characteristics

**Author's address** Scientific & Technological Information Institute, CARS, 100081, Beijing, China

铁路科技期刊作为铁路科技舆论宣传的重要阵地和传播铁路先进科学技术的重要载体,在全面贯彻落实科学发展观、推进和谐铁路建设、实现“十一五”宏伟目标的新形势下,只有提高全面质量,才能发挥自己应有的重要作用。

## 1 铁路科技期刊现状

2005年以前,铁道部科技司主管的科技期刊达38种。随着铁路体制的改革,其中19种划归各有关公司主管。目前,铁道部科技司主管的期刊有19种,涵盖了铁路运输、机车车辆、通信信号、经济管理、信息化等各专业领域,在宣传报道和谐铁路建设及创新方面发挥着重要的作用;但是,铁路科技期刊还存在着如下一些问题。

1)缺乏准确的定位。有的铁路期刊刊名与报道内容不相吻合。铁路期刊在传媒市场中面临着市场竞争和经营的双重压力,有的编辑部受市场利益的驱动,不得不将更多的精力投入期刊的市场运作和经营上,尤其是与一些单位联合办专刊或出增刊时,对文章质量未能严格把关,忽视了期刊定位,极大地影响了期刊的质量。

2)主编职业素质需要优化。要办好期刊,最重要的是主编要成为领军人物。铁路科技期刊的主编必须具备一定的职业素质:一是了解并掌握铁路建设和发展方向、铁路专业领域的政策法规,以及行业动态、热

点话题和市场需求,把握专业领域的理论研究、技术研究的状况和进展,熟知专业领域的专家,具有策划和选题的能力,能够组织具有创新性、前瞻性或应用性的优秀论文,从而保证期刊内容的先进性;二是明确期刊定位,贯彻编辑方针,履行办刊宗旨,负责刊发内容的审定,对期刊的内容质量负有直接责任;三是熟知有关的国家的标准和规范,并能监督编辑人员认真贯彻执行,保证期刊编排实现标准化、规范化。从目前铁路科技期刊的现状看,有些主编的职业素质离这些要求还相距甚远,需要优化。

3)编辑人员水平亟须提高。铁路科技期刊编辑一般具有一定的铁路专业领域的知识,但知识面不广,更缺乏编辑出版方面的知识和技能。在加快铁路发展的过程中,自主创新、集成创新、引进消化吸收再创新,要求编辑人员具有更加广泛而深厚的知识结构;因此,编辑人员只有不断提高知识水平和能力,才能胜任当前和今后的编辑工作。

4)编辑出版质量有待提高。目前部分铁路科技期刊对文稿的审理有失公正,一些“人情稿”“关系稿”容易通过评审,使有的低质量的文章得到采用,降低了期刊的内容质量;由于审稿把关不严,使得有的文章缺乏学术或技术的先进性;有些期刊文章结构混乱,逻辑性差,编排不规范,可读性不好,在很大程度上降低了刊发文章的学术和技术价值;因此,铁路科技期刊的编辑出版质量有待提高。

## 2 铁路科技期刊创新发展的现实意义

党的十六大以来,党中央和国务院从落实科学发展观、实现国民经济又好又快发展的战略全局出发,作出了加快发展铁路的重要决策。铁路作为国家重要的基础设施、国民经济大动脉和大众化交通方式,在我国经济社会发展中具有重要作用,因此,铁路科技期刊要有所作为,应充分发挥科学理论对铁路技术创新、体制创新和管理创新的指导和推动作用。铁路科技期刊的创新发展,一要认清形势,深刻认识到我国科技期刊的地位和作用,以及铁路科技期刊在传播铁路体制创新、技术创新、管理创新,推动科学技术转化为先进生产力等方面的重要责任和关键作用;二要应对新任务、新问题、新挑战提出的要求,分析问题,找准期刊定位,明确

宣传报道思想,确定差异化的竞争优势,发挥铁路科技期刊应有的作用;三要全面贯彻落实科学发展观,针对期刊存在的主要问题,采取相应措施予以解决,通过精心选题,做好期刊亮点策划,强化铁路科技期刊的核心竞争力,使期刊在专业领域独具特质,真正成为铁路行业科技宣传媒介的一支生力军。

**2.1 重要责任** 面对铁路日益繁重的扩能增量任务,面对铁路管理体制改革的不断深化,铁路科技期刊必须深刻认识肩负的重要责任,充分发挥铁路各专业领域科技期刊的舆论引导作用,形成有利于推动铁路体制创新、技术创新和管理创新,促进铁路科学发展、推进和谐铁路建设的社会氛围。

**2.2 难得机遇** “十一五”以来,机车车辆装备现代化取得重大进展,既有线提速技术跻身世界先进行列,高原铁路技术创世界一流水平,重载运输技术达到世界先进水平,通信信号技术和信息化跨上新台阶,安全技术装备水平大幅度提升,为加快铁路发展增添了新的活力;但是,铁路系统仍然面临极其严峻的考验,需要在运输组织、设备质量、安全管理等方面解决一系列特殊的难题。铁路科技期刊应充分把握这难得的机遇,通过利用专业优势,掌握读者需求,优化选题,积极组稿,及时推出反映最新科技成果和发展动向的信息,牢牢掌握宣传报道的主动权,提高内容的时效性和可读性,以满足专业领域和目标读者群体的需求。

**2.3 积极作用** 铁路科技期刊在科技宣传的阵地上要切实并充分地发挥自己的重要作用。一要加强加快铁路建设重大问题理论研究的宣传,为铁路运输、机车车辆、通信信号、工务工程、经营管理等各专业领域提供理论指导;二要围绕和谐铁路建设中的线路基础、通信信号、牵引供电等技术创新难题,加强报道学术研究成果和新技术、新产品、新成果的推广应用;三要充分利用铁路科技期刊的宣传资源,面向机车车辆、工务工程、通信信号、运输组织、经济管理等专业领域的技术难题和创新,找准亮点,发挥整体宣传铁路科学技术水平的优势;四要追踪报道铁路的重大活动、重大事件和重大项目,站在铁路科学技术发展的前沿,及时、准确地报道科学技术研究的最新成果,使之尽快转化为现实生产力。

### 3 铁路科技期刊核心竞争力的主要表现层面

提高铁路科技期刊的核心竞争力,应着重把握以下几个层面<sup>[1]</sup>。

**3.1 办刊理念是核心竞争力的基础层面** 办刊理念是科技期刊核心竞争力不可或缺的基础层面,它一经“内化”,必然会产生一种持久的推动力,而这种推动

力是构建核心竞争力必不可少的内在动因,是一种精神动力和智力支持。铁路科技期刊的办刊理念主要体现在:一是独特性,其办刊理念应充分体现出报道内容在该专业领域的特质,并很难被替代或模仿,实现受众和广告商所看重的核心价值;二是相对性,一种铁路专业期刊可能只是相对于其他科技期刊具有更宽泛的专业资源优势,在竞争中形成独特的相对优势;三是延展性,即铁路科技期刊可以凭借自己特有的资源,根据市场竞争的变化及时调整宣传报道思想,迅速形成竞争优势,并进入相关领域参与竞争。

**3.2 品牌是核心竞争力的载体层面** 铁路科技期刊在铁路专业领域具有不可替代的差异化功能,可以使其具有构建竞争壁垒的能力。由于其品牌效应已经从它们所代表的实体中分离出来,产生了潜在的市场效应,因此,成为核心竞争力可持续利用的资源。

**3.3 选题策划是核心竞争力的内容层面** 创办科技期刊的最终目的是最大限度地满足读者的需求,选题策划是其中至关重要的一环,是核心竞争力在内容层面的体现<sup>[2]</sup>。不同的铁路期刊有不同的特点和要求,需要针对具体情况做好选题策划。《中国铁道科学》等学术性期刊,要对科技的发展起导向作用,充分反映科技新理论、新方法,突出强调先进性、独创性和科学性;《铁路通信信号》《铁道经济研究》等专业性期刊,要对科技成果的应用起导向作用,着重介绍新技术、新经验,突出强调新颖性和实用性;《中国铁路》作为铁路行业唯一的综合性科技期刊,具有更广泛的传播科技信息的功能,可以采用政策性、学术性、技术性、新闻性等多种报道形式突出综合性期刊的特点。

**3.4 人才是核心竞争力的主体层面** 科技期刊核心竞争力的形成,必须以人才为基础,人才是构建核心竞争力的主体层面。一方面,主编要具备较高的政治素质和文化修养,具有较强的创新意识和独特的人格魅力,这对增强和提升科技期刊的核心竞争力至关重要;另一方面,编辑人员要有丰富的专业知识、超前的创新意识、较强的捕捉信息的能力、高度的责任心和扎实的文字功底,等等。无论什么时代,这些素质要求都是共性的、不变的,变化的只是素质的内涵,这些素质内涵需要与时俱进,不断地充实与更新。

### 4 培育铁路科技期刊核心竞争力的途径

根据对科技期刊竞争力的分析,我们可以通过以下方式培育铁路科技期刊的核心竞争能力<sup>[3]</sup>。

**4.1 彰显办刊定位** 科技期刊定位主要包括市场定位、读者定位和风格定位。一是铁路科技期刊的市场定位。主要包括:作者定位——确定期刊的主要作者

群,保证稿源;读者定位——确定期刊的目标市场,实现效益最大化;需求定位——明确市场需求,满足消费欲望;优势定位——展示市场竞争力;编印定位——保证编校和印制质量,提高期刊形象。二是铁路科技期刊的读者定位。由于不同的铁路期刊其服务的目标读者群不同,这就需要把相似需求的读者划分成不同的目标读者群,找准主要服务对象,以赢得读者;并倾听读者的呼声,把期刊办成技术人员获取知识的源泉,从而稳定和扩大读者队伍。三是铁路科技期刊的风格定位。根据读者的需求和阅读口味,不同的铁路期刊应相对地保持内容和形式的独特性,充分体现出他刊无法替代的风格特征。

**4.2 指导性与可读性相结合** 指导性是行业期刊的一项基本功能,这种功能是通过读者的阅读来实现的,只有将二者结合起来,寓指导性于可读性当中,才能更好地发挥期刊的指导作用<sup>[4]</sup>。铁路科技期刊要发挥其指导功能,应以丰富的内容和多样化的形式吸引读者。一是对事关全局和读者关心的重要会议,要以全方位、深层次的宣传报道来弥补期刊时效性较差的弱点,采用背景资料、讲话摘要、文件精选、记者访谈、专家点评、本刊评论等各种组合形式,为读者提供集指导性、服务性、知识性、可读性于一体的文章。二是贴近读者,充分挖掘本行业的新闻资源,关注读者普遍关心的热点、难点问题,在贴近基层、贴近读者、贴近时代上下工夫。三是充分发挥科技期刊多元化的功能,注重报道铁路行业的新做法、新技术、新成果,满足读者多元化的需求,使其成为读者的良师益友。

**4.3 增强内容特色** 一是做好选题策划,以特色栏目引导特色内容。如对于《综述与评述》栏目,突出综合性,即既反映铁路某一专业领域的发展,还可以针对国内外铁路的比较研究进行专题报道;突出评述性,即比较全面、深入、系统地论述某一方面的问题,反映作者新的观点和见解;突出前沿性,通过作者收集的最新资讯,将最新的科研动向及时传递给读者。二是增加铁路科技信息的容量并增强其时效性<sup>[5]</sup>。三是体现专题报道的创新理念。从《中国铁路》的办刊经验来看,要办出高质量的期刊,必须时刻跟随科技发展的脉搏,掌握重大的热点、难点问题进行专题报道<sup>[6]</sup>。

**4.4 创新栏目设计** 栏目设计是科技期刊品位、特色与风格的重要体现<sup>[7]</sup>;因此,铁路科技期刊的栏目设计,要体现办刊理念、内容特色和专业特点,以激起读者强烈的阅读欲望。一是体现办刊宗旨。如果说办刊宗旨是期刊的灵魂,那么栏目就是期刊的骨架,是办刊宗旨的体现,它对期刊策划的成功与否起着举足轻重

的作用。二是栏目策划反映期刊的质量。读者评价一种期刊质量的好坏,一般不是从整本期刊来衡量的,而是看期刊的相关栏目是否能给他带来阅读期待。三是做好品牌栏目策划是创建品牌期刊的前提。要想创建品牌期刊,必须首先创建自己的品牌栏目。一种期刊要做到每篇文章都精彩,每个栏目都是品牌,是不现实的;因此,对于重点栏目,要配备最强的编辑力量,提供最突出的版面,刊登最优秀的文章,使之成为品牌栏目,最终带动整本期刊质量的迅速提高,将期刊办成品牌期刊。

**4.5 制订营销策略** 发行和广告是铁路科技期刊营销的2个主要方面。在发行方面,铁路期刊可以采取效益型发行策略,实现有针对性地面向目标读者。主要做法是:一是实行大客户发行战略,哪些大客户能带来高额的回报,就把发行重点安排到哪些大客户上;二是通过广告置换实现有效发行,这实际上是一种对发行有效性的前端控制方法;三是通过改变读者群的结构来增加“有效发行”并减少“无效发行”,或者是瞄准目标读者的直接发行。在广告方面,科技期刊的专业性强,针对性强,广告也不同于一般的商业广告,其信息的科技含量很高,而且是一种常换常新的信息源<sup>[8]</sup>。所以,一要深入现场,聆听厂商的心声;二要在办刊过程中加强与厂商的互动,树立良好形象;三是精心策划各种相关活动,真心为厂商服务;四是给读者提供与广告商交流的平台。

## 5 参考文献

- [1] 陈晓梅. 科技期刊核心竞争力的不同层面. 传媒, 2005(9): 55
- [2] 姜新奇. 选题策划的系统解析. 编辑之友, 2003(3): 27-29
- [3] 庄严. 试论期刊核心竞争力的培育. 出版科学, 2005(5): 52-55
- [4] 李旗纲. 行业期刊应做好“五个结合”. 中国科技期刊研究, 2006, 17(3): 489-491
- [5] 钟紫红, 张虹. 科技期刊要加强科技新闻报道. 中国科技期刊研究, 1993, 4(4): 27-28
- [6] 王新利. 科技期刊的专题策划. 武汉科技大学学报: 社会科学版, 2006, 8(5): 85-87
- [7] 李梅. 期刊栏目策划的重要性与原则. 出版发行研究, 2008(4): 64-65
- [8] 戴永红. 科技期刊的广告效应及其广告经营策略. 重庆交通学院学报: 社会科学版, 2005, 5(1): 142-144

(2008-06-04 收稿; 2008-06-15 修回)