

# 由《色谱》的办刊实践看学术期刊的品牌运作

宋 鸿 王亚玲 魏桂林

(《色谱》编辑部,116023,大连)

**摘 要** 以《色谱》为例,探讨学术期刊如何通过品牌运作达到提高期刊的学术影响力和社会影响力、扩大期刊的品牌影响力、增强期刊的品牌盈利能力的目的。

**关键词** 品牌运作;学术期刊;《色谱》

**Exploration of brand operation of academic journals from the publishing practice in Chinese Journal of Chromatography //**

SONG Hong, WANG Yaling, WEI Guilin

**Abstract** By taking *Chinese Journal of Chromatography* as an example, the exploration of how to enhance the academic and social influences of academic journals, to expand brand influence, and enhance brand profitability of the journal by operating the brand of academic journals is discussed.

**Key words** brand operation; academic journals; *Chinese Journal of Chromatography*

**Author's address** Editorial Office of Chinese Journal of Chromatography, 116023, Dalian, China

品牌运作的目的是实现品牌美誉度的最大化,而期刊品牌的美誉度是期刊的社会影响力和市场营销力的综合体现。为此,中国科技精品期刊、入选中国科协精品科技期刊示范项目的《色谱》编辑部近几年重点在以下方面开展了工作。

## 1 注重选题策划,提高期刊的学术影响力

论文质量在任何时候对期刊来说都是第一位的,因此,我们在品牌运作的实践中把论文的质量放在首位:跟踪本学科的发展脉络,力求对学科生长点了然于胸;依据学科发展适时进行选题策划,以保持《色谱》长久的生命力<sup>[1]</sup>;注重与相关科研机构进行深入的交流,与活跃的科研机构建立有效的联系,邀请国内知名专家就色谱学科的前沿问题撰写专论与综述文章;统计并分析《Web of Science》和《ScienceDirect》中发表的有关“Chromatography”的热点论文;定期召开编委会,以各种形式获取编委的意见和建议;走出编辑部,积极参加学科重点学术会议,了解最新研究趋势和热点问题,密切关注色谱领域的前沿性课题;根据科技部和国家自然科学基金委重点资助的研究方向确定选题及相关的责任编委,策划组织专题专栏文章。

例如,“十一五”期间国家自然科学基金委重点资助的研究方向之一为“复杂样品系统分离与鉴定方法学研究”,而“样品预处理”是复杂样品分离分析的关

键步骤之一,样品预处理方法的富集倍数决定了分析检测的灵敏度或检测下限<sup>[2]</sup>;因此,我们借鉴国外知名学术期刊的组稿经验,聘请国内知名色谱学者作为本刊的客座主编,由客座主编邀请国内一些在样品预处理方法研究方面有突出成绩和学术造诣的专家学者于2007年组织了《样品预处理方法》专栏。

再如,色谱柱被喻为色谱分离分析的“心脏”,而其最关键的部分是填充在柱内的分离材料——固定相<sup>[3]</sup>;因此,我们在2007年邀请一些在国际知名学术期刊发表固定相研究论文并受到极大关注的知名专家学者组织了《色谱固定相》专栏。

这些有关色谱热点问题的专栏论文一刊出就得到读者的关注,每篇论文的网络浏览率和下载率均明显高于同期发表的自行投稿的论文。实践证明,特邀组织撰写的专栏或专稿,其学术质量一般高于本刊自行投稿的平均水平,因此,自然受到较多的关注,引用率相对较高,期刊的学术影响力得到提升。

## 2 关注热点问题,提高期刊的社会影响力

学术期刊的品牌运作不能忽视社会公众利益;如果不顾公众利益,不承担社会责任,学术期刊就会降低品牌影响力。《色谱》在品牌运作的过程中不仅注重学术影响力的提升,而且面对一些社会热点问题,用色谱学科优势,把履行社会责任与期刊的品牌运作紧密结合起来,从而赢得读者和作者对《色谱》品牌的认同。

在奥运会申办之初,北京奥组委就向世界郑重承诺:“要把'08奥运办成最干净的一届奥运会”。为了让世界相信中国人不仅有信心,而且有能力确保这项承诺的实现,《色谱》在2008年第4期开辟了《兴奋剂检测方法》专栏,为北京奥组委提供了一个向世界展示中国兴奋剂检测能力的平台。

面对2008年的三鹿奶粉突发事件,我们在第一时间(2008年11月)刊发了一组采用各种色谱方法测定食品和奶制品中三聚氰胺的专题论文。与同时出台的国家标准提供的色谱方法相比,所报道的色谱方法种类更多,检出限更低,操作更简单快速,很好地弥补了国家标准的一些不足,也表现了《色谱》编辑部面对突发事件的创新意识和紧急处理问题的能力<sup>[4]</sup>,体现了

《色谱》作为一种学术期刊的社会责任。

在近几年鱼腥草、刺五加、双黄连等中药注射剂引发的安全事故发生后,中药的质量和安全性备受世人瞩目。尽快建立符合国际标准的中药质量和安全性评价体系,是国家亟待解决的重大课题。为了更好地指导中药质量控制和安全评价工作,我们组织了《中药质量控制》专栏。

由于我们以敏锐的学术嗅觉及时报道了公众关心的热点问题,因此,《色谱》不仅受到色谱工作者的青睐,而且得到分析化学(测试)领域科研工作者的认可。在2006年度和2008年度中国仪器信息网发布的《分析测试类专业期刊影响力网上调查报告》<sup>[5-6]</sup>中,《色谱》的影响力排名在几十种被调查的专业期刊中居第2位。

### 3 加强宣传力度,提高期刊的品牌显示度

在品牌运作过程中,不断扩大期刊的品牌影响力、提升期刊品牌形象、提高读者的品牌忠诚度,等等,是各期刊出版单位始终如一追求的目标。随着网络时代的到来,期刊的网络化程度对期刊整体运营模式的影响深远<sup>[7]</sup>,扩大期刊的品牌影响力需要在很大程度上借助于网络平台。为此,我们在加强自身网站建设的同时,与色谱领域的门户网站——中国色谱网建立起全方位的合作关系,借助其传播平台,以《色谱》创刊25周年为契机,以“回顾《色谱》发展历程,见证中国色谱发展之路”为主题,开展了中国色谱网网站首页热点资讯推荐《色谱》25年精华合集(开放性电子文件)、《色谱》创刊25周年庆典活动图文报道、网站首页《色谱》广告宣传、《色谱》LOGO有奖设计大赛及《色谱》征订、广告合作等,开拓发行市场,寻求期刊印刷版与互联网共同发展的契合点,以开放或半开放的传播空间实现《色谱》在数字化交流体系中的自身价值,进而扩大《色谱》的学术影响力和社会影响力,以达到网络媒体和平面媒体的完美结合。

我们在利用自身网站推出“Article in press”加快科技信息流通的同时,注重自我宣传,设计制作各种宣传材料,在有分析测试领域科研项目的高等院校、科研单位的图书馆及实验室发放,到学术会议的会场发放,制作《色谱》创刊25周年宣传纪念片并将其上传到大连化学物理研究所网站及本刊网站供读者观看,借全国色谱学术报告会举行之际举行《色谱》创刊25周年庆典活动,协助组织中国色谱技术高峰论坛,组织参加中国科协期刊的优秀学术论文的评选活动,从而收到了吸引优秀稿件、扩大《色谱》品牌影响力的效果。

### 4 开展广告业务,增强期刊的品牌营利能力

在市场经济体制中,品牌的知名度与品牌的营利能力若不对等,则很难承受市场的考验;一定的盈利收入在经济上可以支撑品牌期刊的良性发展。学术期刊的主要营利手段无外乎就是广告费、版面费、发行费、会议承办费等,其中开展广告业务是期刊的一个极为诱人的收益点。广告盈利收入往往占期刊出版单位盈利收入的大头。一流学术信息与一流产品的广告投放,是投放者对于刊物品牌认可度的标志<sup>[8]</sup>。期刊的品牌响、质量高、声誉好,广告主就会感兴趣。在总体市场盘量有限、份额争夺日益激烈的情况下,广告主若在媒体做广告,只能选择他们认为能引起用户关注、质量高、声誉好的期刊来宣传他们的产品;因此,从某种意义上说,期刊广告数量的多寡也是期刊社会影响力和学术影响力高低的一个标志<sup>[9]</sup>,对广告主的争取也是期刊品牌运作不可或缺的一个环节。

《色谱》自创刊以来一直开展广告业务,这几年更是借助期刊品牌的宣传和品牌影响力的提升,以对广告主的优质服务和对广告内容的准确定位受到了众多广告主的青睐,在印刷媒体广告收入每况愈下的今天,《色谱》的广告收入仍能满足期刊良性发展的需要。色谱仪器装置和配件广告的刊登也正以特殊的方式传播着科学技术信息,拉近了《色谱》与读者的距离。

### 5 参考文献

- [1] 王卫霞.新时期科技期刊编辑的选题意识[J].编辑学报,2008,20(3):203-205
- [2] 张玉奎,关亚风.《样品预处理方法》专栏:引言[J].色谱,2007,25(5):613
- [3] 张玉奎,邹汉法.《色谱固定相》专栏:序言[J].色谱,2007,25(2):121
- [4] 刘清海,徐杰,孙慧兰,等.突发事件与科技期刊的专题策划[J].编辑学报,2009,21(2):156-158
- [5] 中国仪器信息网.分析测试类专业期刊影响力网上调查报告[R/OL].(2006-07-20)[2009-07-15].<http://www.instrument.com.cn>
- [6] 中国仪器信息网.2007年度仪器及分析测试类期刊调查报告[R/OL].(2008-05-21)[2009-07-15].[http://www.instrument.com.cn/market/detail\\_68620.htm](http://www.instrument.com.cn/market/detail_68620.htm)
- [7] 郑筱梅,杨小玲.期刊网络化趋势及科技期刊应对策略[J].编辑学报,2009,21(1):64-66
- [8] 肖宏.品牌:科技期刊学术经营的第一要务[J].科技与出版,2008(1):4-6
- [9] 宋鸿,王亚玲,魏桂林,等.《色谱》在国内分析化学类期刊中的竞争力分析[J].中国科技期刊研究,2009,20(3):449-453  
(2009-07-19 收稿;2009-09-21 修回)