

# 学术期刊专栏策划与下载率及学术影响力的相关分析

## ——以《中国天然药物》为例

郑晓南 丁佐奇

(中国药科大学《中国天然药物》编辑部,210009,南京)

**摘要** 通过对中国知网 CNKI 数据库下载《中国天然药物》数据的分析,研究学术期刊专栏组稿策划与影响网络下载率的相关因素,分析高下载文章集中度与组稿质量的关系,探讨学术期刊专栏策划与品牌衍生的方式与途径。结果验证了重点管理法引入编辑管理的实效,同时为调整组稿策划方案提供决策依据。

**关键词** 学术期刊;专栏;组稿策划;网络下载率;学术影响力;重点管理法

**Correlation analysis of special column layout in academic journals with WEB download and academic impact —Chinese Journal of Natural Medicines as an example** // ZHENG Xiaonan, DING Zuoqi

**Abstract** Based on analyzing the download data of *Chinese Journal of Natural Medicines* in Tsinghua University CNKI, this paper discusses the importance of special column layout in the academic journals and the relative factors influencing WEB download rate, analyzes the relationship between WEB download rate and the quality of the academic papers, and explores the ways and approaches to special column layout and brand academic journals' development. The analyzing results verify the effectiveness of incorporating key management method into the editorial management, and provide decision based approaches for adjusting manuscripts organization proposals.

**Key words** academic journal; special column; manuscript organization proposal; Web download; academic impact; key management method

**Author's address** Editorial Department of Chinese Journal of Natural Medicines, China Pharmaceutical University, 210009, Nanjing, China

科学技术期刊是国家创新体系的重要组成部分,科技学术期刊更承载了传播知识创新、引导科研方向的重要功能。科技学术期刊的编辑准确定位、充分挖掘并培育刊物特色,把编辑的主动性、创造性与读者的

需求结合起来,策划名牌栏目,形成刊物特色,既能增强学术期刊的竞争力与影响力,构建期刊品牌,又是编辑创新性的体现。

本文通过对中国知网 CNKI 数据库下载《中国天然药物》的数据的分析,探讨学术期刊专栏策划与网络下载率、组稿质量及影响因素的相关关系,为编辑管理与调整组稿方案提供依据。

### 1 重点管理法与专栏策划

**1.1 重点管理法导入编辑管理** 重点管理法又称 ABC 管理法、帕累托分析法,是由意大利社会学家帕累托提出的一种区别于“关键的少数和次要的多数”的思维分析方法,其核心是在决定一个事物的众多因素中分清主次,识别出起决定作用的少数关键因素和多数次要因素。重点管理法又称 80-20 原则,即做 20% 的事可以产生 80% 的效果,其特点是既能集中精力抓住重点问题进行管理,又能兼顾一般问题,从而做到用最少的人力、物力、财力实现最好的效益。

期刊引文与网络环境下的 WEB 下载率是学术质量以及学术影响力的 2 项重要的评价指标:引用率越高,学术影响力越大;WEB 即年下载率越高,说明读者对期刊的兴趣越大,期刊的权威性越高。瑞典学者 Bo-Christer Björk 提出的“投稿净价值模型”<sup>[1]</sup>,说明了期刊的网络下载率是读者群指标的外在表现,也是作者选择投稿期刊的重要因素。

在学术期刊的编辑管理中,影响期刊质量的因素很多,以重点关注期刊的网络下载率与总被引频次为编辑管理的抓手,以读者为中心,以提升品牌影响力为目标,以提高传播效率为方向,以增加学术导向性为重点,充分挖掘期刊的优势与特色,对期刊进行专栏策划,可以收到事半功倍的效果。

[6] 陈勤,姬晓云,洪玉梅. 国内寄生虫学领域主要科技期刊 2006 至 2007 年核心作者分析[J]. 国际医学寄生虫病杂志,2009,36(2):122-124

[7] 万锦堃,党亚茹,何辛. 2001 年《编辑学报》被引情况分析[J]. 编辑学报,2003,15(1):75-77

[8] 杨彩霞.《中国科技期刊研究》1998—2007 年论文被引分析[J]. 中国科技期刊研究,2009,20(1):77-81

[9] 孙慧,汤先忻. 医学类期刊 h 指数与影响因子、总被引频次的相关性研究[J]. 中国科技期刊研究,2009,20(3):469-472

(2009-10-20 收稿;2009-11-26 修回)

## 1.2 《思路与方法》专栏策划和网络下载率的提升效果

《中国天然药物》从2003年5月创刊开始,编辑部就从组稿策划着手,立足于自身特色,分析提高影响期刊学术影响力的各项因素,在办刊理念与办刊模式上主动创新。在仔细分析国内外各大统计源数据库高下载率的文章类型后,编辑部决定从推动学科发展的前提出发,从中药与天然药物领域研究热点、重点与难点着眼,加大高质量综述、评述、论坛类文章的比例。经过2年实践,发现单篇综述获得的影响有限,从2005年9月起,编辑部借鉴新闻媒体专题策划的做法,以编委会的学术资源为依托,开设了《思路与方法》专栏,以“大师写给专家阅读的文章”定位,每期一个主题,由3篇不同角度、不同机构的约稿文章组成,一位院士对该主题进行评述,由编辑部撰写编者按作为导读,使专栏形成一种学术气势,富有权威性与震撼力。专栏文章要求兼具创新性、权威性、前瞻性和可读性,以提高刊物的学术影响力;在选题策划和组稿方面,提倡问题意识和创新意识,及时捕捉各学科各领域的发展趋势,探索研究前沿的走向,多视角组稿,这对编辑的组稿能力与专业水准也是一种考验;该专栏侧重思辨,鼓

励争鸣,创造了自由探索、相互促进的学术空气;专栏内容科学与人文交织,权威性与可读性并重:从中可以充分获得借鉴与启迪,因而深受读者欢迎<sup>[2]</sup>,文献计量数据已有质的跃升(表1和表2)。

经过5年的实践,《中国天然药物》在专业化、国际化、集约化方面成绩显著:已进入著名的17个国际检索数据库;2006年网络下载率为68.7%,位居全国987种医药期刊之首;2008年在Elsevier公司ScienceDirect数字平台上出版英文全文网络版,当年入选北大《中文核心期刊要目总览》第5版;2009年被评为中国科协精品期刊。专栏的成功策划充分体现了学术期刊的重点管理意识与学术品位。

表1 《中国天然药物》创刊5年来的主要文献计量学指标

年度	他引率	影响因子	总被引频次	WEB即年下载率
2004	0.48	0.136	78	29.2
2005	0.87	0.625	182	53.2
2006	0.90	0.929	400	68.7
2007	0.92	0.882	696	58.7

注:数据来源于清华大学中国知网CNKI数据库(扩刊版)。

表2 《中国天然药物》被CNKI下载最高的TOP20篇文章类型与下载次数关系分析

数据库	TOP20 专栏篇数	TOP20 综述篇数	TOP20 论文篇数	TOP20 下载总次数	TOP20 篇均下载次数	总下载次数	TOP20 占比/%
CNKI 下载	13	4	3	12 650	632.5	91 254	13.86

由表2可见,组稿策划对下载率贡献很大,在CNKI数据库下载最高的前20篇文章中,组稿文章17篇,占85%,其中《思路与方法》专栏文章13篇,约稿综述4篇,下载率最高的20篇文章总下载1万2650次,篇均下载高达632.5次。TOP20篇均下载次数为总篇均下载169.53次的3.73倍,说明网络传播效率高,网络环境具有更高的显示度。

## 2 期刊下载率及其相关影响因素分析

根据CNKI中国知网的数据,至2008年,《中国天然药物》总下载9万1254篇次(最高达1068次),篇均被下载149.84次,总被访问19万3315篇次(最高达2117次),篇均被访317次。2007年《中国天然药物》期刊被引率为57%,居中国药学期刊之冠。

当然,仅以WEB下载率来评价期刊的学术影响力有失偏颇,指标还须与总被引频次、影响因子等计量指标相结合,定性、定量相结合,共同构成期刊学术评价体系<sup>[3]</sup>。

**2.1 专栏策划对下载率的影响** 以各栏目篇均下载次数降序排列(表3),网络下载结果与编辑策划初衷相吻合。《思路与方法》篇均下载359.65次,综述/论坛为260.09次,论文/简报为139.42次,非统计信息30.78次。各栏目以专栏《思路与方法》文章的下载率

最高,其中又以院士评述的下载率最高,篇均下载达411次,专题组稿346.49次,综述类组稿302.74次。学术期刊的专栏成功策划,使刊物的学术影响和社会影响大幅度提升。

**2.2 高下载率论文与文章类型的关系** 高下载率的《思路与方法》专栏刊登的是特定主题的论坛类与评述类文章。将其与组稿的论坛、综述、评述文章合并统计共76篇,占517篇统计论文的14.70%,但总下载2万5797篇次,占总下载次数数的28.27%,篇均下载达339.43次,高出自由来稿的综述篇均下载次数(199.47)近70%。

目前,《中国天然药物》综述评述类文章几乎均为约稿而来,保证了刊物的权威性与导向性。在组稿策划中,编辑部承担了学术组织与学术引导的重任,充分整合期刊的信息资源,关注前沿、贴近读者,把专栏做新,做全,做深,做精,增强了期刊的亲合力与整合力,加强了学术创新性的导向作用,同时提高了读者的阅读兴趣,提高了下载率与发行量。

## 2.3 低下载率论文与文章类型的关系

1) 英文稿。由表3可见,在《中国天然药物》统计的422篇研究论文中,英文稿65篇,占15.40%;但其平均下载次数只有84.00次,低于以中文发表的研究

论文 149.51 次及统计论文 169.53 的篇均下载次数。分析认为,CNKI 数据库的网络读者主要是以中文为阅读习惯的国内读者。

目前,《中国天然药物》印刷版由科学出版社出版,中文数字出版在清华 CNKI 全文数据库进行,全英

文国际网络版由 Elsevier 公司出版。分析认为:中英文混排并不利于论文的高效传播;印刷版论文应以中文发表为主;精选进入 Elsevier 国际网络版文章应再由作者翻译成英文,可以使每篇文章在 CNKI 与 ScienceDirect 数据库中下载率最大化。

表3 CNKI 下载《中国天然药物》文章类型与下载率关系\*

文章栏目	文章类型	篇数	(篇数/统计总篇数)/%	下载总次数	(下载次数/总下载次数)/%	篇均下载次数
“思路与方法” 专栏	院士评述★	10		4 110		411
	专题组稿★	39		13 513		346.49
	小计	49	9.48	17 623	19.31	359.65
综述/论坛	组稿★	27		8 174		302.74
	自由来稿	19		3 790		199.47
	小计	46	8.90	11 964	13.11	260.09
论文/简报	中文稿	357		53 375		149.51
	英文稿	65		5 460		84.00
	小计	422	81.62	58 835	64.47	139.42
统计论文总计		517		87 648		169.53
新化合物		21		1 289		63.38
信息(补白)		71		1 543		21.73
	小计	92		2 832		30.78
总计		609		91 254		149.84
★组稿统计		76	14.70	25 797	28.27	339.43

\* 数据来源于清华大学中国知网 CNKI 文献引文数据库。

### 3 组稿质量分析

3.1 组稿与高下载文章集中度分析 由表4可见,在CNKI数据库中,《中国天然药物》组稿文章在高下载率的综述与专栏文章中有高集中度。TOP5中4篇为组

稿,专栏文章3篇,组稿综述1篇,组稿率80%;TOP10中专栏文章5篇,组稿综述3篇,研究论文2篇,组稿率80%;TOP20中专栏文章13篇,组稿综述4篇,组稿率85%。总下载1万2650次,篇均下载高达632.5次,篇均下载次数为总篇均下载149.84次的4.22倍。

表4 中国知网 CNKI 期刊源中《中国天然药物》高下载的文章集中度与文章类型及作者来源分析

栏目	文章类型	TOP5 篇数	TOP5 下载频次	TOP10 篇数	TOP10 下载频次	TOP20 篇数	TOP20 下载频次	TOP20 篇均下载次数
“思路与方法” 专栏	院士评述★	1	741	1	741	1	741	741
	专题组稿★	2	1 652	4	2 887	12	7 069	589.1
综述/论坛	组稿★	1	1 068	3	2 407	4	2 986	746.5
	自由来稿							
论文/简报	中文稿	1	706	2	1 355	3	1 854	618
	英文稿							
总计		5	4 167	10	7 390	20	12 650	632.5
作者来源	编委	5人		10人		18人		
	非编委	0		0		2人		
编委人数/占比		5人	100%	10人	100%	18人	90%	
★组稿比例/%		80	83.1	80	81.7	85	85.3	

下载率最高的《思路与方法》专栏共刊出49篇文章,总下载1万7623次。TOP20中专栏文章13篇,占专栏的26.53%,总下载7810次,占本栏目总下载的44.32%。组稿的综述、评述、论坛类文章共76篇,总下载2万5797次。TOP20中17篇,占22.37%,总下载1万796次,占41.85%。从以上结果分析,在以下下载篇数与下载次数为坐标轴的长尾曲线图中,下载最高的前20篇论文及专栏与组稿文章都有很高的集中

度,说明《中国天然药物》的组稿质量较高。结果表明,要想提高文章的下载率,应当多组织高质量、权威性的论坛、评述、综述类文章。

3.2 作者与高下载文章的关系 《中国天然药物》下载率最高的前10篇文章中8篇是组稿的论坛、综述、评述类文章,2篇研究论文,10位作者均为编委,编委撰稿率100%。下载率最高的20篇文章中18篇由编委撰写,编委占高下载文章作者的90%。结果表明,

要想提高文章的下载率,应当充分发挥编委的作用,多向编委组稿。编委是本领域的学术权威,对于保障刊物的权威性与指导性有积极作用。

#### 4 专栏策划与期刊的品牌衍生

当今传媒已从传统的内容为王向渠道为王、产品为王等多元化模式发展,以满足受众多元化的需要。如动漫产业的国际盈利模式是:在杂志上连载漫画作品→选择读者反馈好的作品制作发行单行本、出版图书→改编成动画片、进入网络→制作发行 CD-ROM、E-book→根据漫画造型生产玩具、服装、日用品等衍生产品→开发游戏等,同一内容的文化产品经过不同的媒介与产品形式使得创意文化产业的利益最大化。与快速蓬勃发展的新媒体相比,学术期刊显得有些故步自封,只强调论文的创新性,忽视了编辑在办刊过程中的创新作用。学术期刊要强调学术性,但也不排斥引导学术方向、可读性强的文章,学术期刊同样需要学习新传媒的经营理念,培育创新能力,建立期刊品牌。

以《中国天然药物》网络读者的下载量近 10 万人次与访问量近 20 万人次的影响力与印刷版发行量 2 000 册相比,说明今后网络读者将是刊物的主要读者群,新旧传媒的融合是网络出版与纸质出版共同的发展趋势,专业期刊应有网络版与印刷版多种载体,实现期刊多载体的广泛迅速传播,提高创新信息的快速传播能力,扩大期刊的影响。

目前,《思路与方法》栏目已成为《中国天然药物》的一个学术品牌,成为学术权威展示学术观点的重要窗口,专家也把在本栏目撰稿作为代表学科前沿与学术水平的标尺及学术荣誉,组稿工作已渐入良性循环。作为被网络读者证实成功的栏目,更需要多途径加以传播,以期将其社会、经济效益最大化。编辑部利用专栏的学术影响,尝试以“中国天然药物思路与方法”为主题,多形式跨媒介衍生专栏品牌<sup>[2]</sup>。创刊 2 周年时,针对高校与科研机构和企业举办了“中国天然药物思路与方法院士报告会”,校庆 70 周年、创刊 3 周年时举

办“中国天然药物创新思路与方法专场报告会”,出版《中国天然药物思路与方法专辑》,创刊 5 周年时举办“中国天然药物研究与发展论坛”大型学术会议,设立“思路与方法”专场研讨会,同时策划出版图书与同名电子产品,起到品牌衍生的作用。栏目品牌、会议品牌和刊物品牌共生共荣,相互促进,更使《中国天然药物》期刊品牌深入人心。

#### 5 结束语

对学术期刊网络下载与引证相关因素的规律性研究,将重点管理法引入编辑管理与栏目策划,对编辑策划、培育重点作者、把握学术导向,以及提高期刊的影响力具有事半功倍的效果。

由于我国期刊出版管理一直带有明显的计划经济的烙印,学术期刊一向以作者为中心,内容阳春白雪、曲高和寡,与读者需求相脱节;同时,编辑人员的知识结构趋于单一化、雷同化,已明显滞后于当前期刊文化市场对编辑的市场策划、营销与服务管理的全方位要求。我们的探索表明,培育编辑的创新意识,充分整合学术期刊的优质学术资源,同样可以将高端定位与读者需求有机地结合起来。学术期刊的品牌建立,还需要创新期刊管理制度,建立起激励编辑人员经营品牌杂志的制度保障。

#### 6 参考文献

- [1] Björk J H. 从投稿作者的观点出发定位学术期刊[M]//中国科协学会部. 数字环境下的学术出版. 北京:中国科学技术出版社,2007:3
- [2] 郑晓南,张静,程启厚,等. 以社会需求为导向的学术期刊经营策略:《中国天然药物》创刊四年的策划与运作实践[J]. 中国科技期刊研究,2008,19(5):835-838
- [3] 马敬. 马克思主义学术期刊的二次文献转载率及 web 下载率分析[J]. 西南民族大学学报:人文社会科学版,2008(8):79-83

(2009-06-08 收稿;2009-08-14 修回)

### 书脊上应印载哪些项目?

问 书脊上究竟应印载哪些项目?

答 确实现行有效的标准对期刊书脊标注项目的要求不尽相同,如 GB/T 3179—1992 说“应按照 GB/T 11668 的规定,在书脊上印载刊名、卷号、期号、起止页和出版年月”,而 GB/T 11668—1989 说“期刊及其合订本的书脊名称,应包括期刊名称、卷号、期号和出版

年份”。我们认为,对一个期刊而言,只要自身保持一致,书脊印载内容采用其中之一都是正确的:后者给出的印载项目比较简明,是最低要求;前者比后者多了“起止页”和出版“月”2 个项目,有利于使用者掌握更多的信息。

(郝 远)