

新时期科技期刊创新发展的探索实践

张洪成

中华纸业杂志社, 250100, 济南

摘要 网络媒体、电子媒体的快速发展,对传统印刷版科技期刊形成冲击并使其发展面临严峻考验。《中华纸业》杂志的做法与经验是:创新发展思路,抓内涵,树品牌,扩外延,延伸出版产业链,寻求新的发展引擎。

关键词 科技期刊;转型定位;创新发展;特色化;国际化;多种经营

Exploratory practice of innovative development for sci-tech periodicals in new period//ZHANG Hongcheng

Abstract The rapid development of network and electronic media has brought great impact on the traditional journal publishing, which makes the development of sci-tech periodicals face a serious challenge. The measures and experiences of *China Pulp and Paper Industry* are: innovating the development ideas, grasping the connotation, setting up the brand service, enlarging the extension service, extending publishing industrial chain, looking for the new development engine, and so on.

Key words sci-tech periodical; transformational position; innovative development; feature; internationalization; diversified management

Author's address China Pulp and Paper Industry Publishing House, Jinan, 250100, China

随着互联网技术的迅速发展与普及和多种数字出版媒体的出现,期刊读者获取信息的方式和渠道已发生了重大变化,传统的印刷版期刊受到严重的冲击和影响。据报道,创刊于1922年的《读者文摘》2009年8月申请破产保护,《The Christian Science Monitor》自2009年4月停止出纸质版,美国地球物理学学会自2010年起不再出版纸质期刊。据《中国科协科技期刊发展报告(2010)》介绍,中国科协所属的954种科技期刊,与前几年相比,2008—2009年度,发行量继续下降,年度收支基本平衡^[1]。我们出版的《中华纸业》,1998—2008年,发行量、期刊总收入每年均以30%以上的速度增长,近2年增长速度降为10%左右,由以前的快速发展变化到目前基本趋于稳定发展。

在后金融危机时期,除了网络媒体、电子媒体的影响外,国外期刊凭借其集团优势和品牌优势,强势进入中国市场,加剧了国内出版业的竞争。传统的国内科技期刊怎么办?如何进一步发展壮大?值得我们认真思考。我们应当居安思危,创新发展思路,抓内涵,树品牌,扩外延,延伸出版产业链,寻求新的发展引擎^[2-4]。

本文以《中华纸业》的发展为例,探讨在市场经济条件下,尤其是后金融危机时期期刊的策划、调整,技术类科技期刊转型为综合指导类期刊的做法、经验,以及期刊社走多种经营、国际化发展路子的探索与实践。

1 调整定位,强化印刷版期刊的内涵

1.1 特色定位

1.1.1 从细分市场找准定位 “知己知彼,扬长避短”,是期刊定位时必须考虑的问题之一。创刊初期,《中华纸业》定位为技术类科技期刊。当时我国造纸行业有国内统一刊号的20多种期刊中,绝大部分是应用技术类刊物,内容雷同,同质化现象非常严重。学术类、科普类、文摘类期刊各1种,但没有指导类期刊。另外,《中华纸业》的第一主办单位是中国造纸协会,其职能是协调、指导行业的发展。随着改革的深入,协会的职能加强,影响力突显。经报主管单位和新闻出版管理部门批准,调整定位,由技术类科技期刊转型为综合指导类科技期刊。同时,逐步缩短刊期,由双月刊到月刊,再到半月刊,出版频率加快,发表周期缩短,信息容量增加。这样,就吸引了更多的优质稿件。

1.1.2 从行业分析找准定位 随着行业集中度的提高和国家节能减排力度的加大,作为传统行业的造纸产业,是国家产业升级、结构调整的重点行业,企业规模越来越大、自动化程度越来越高,从业人员会越来越,导致行业期刊读者越来越少,因而期刊间的竞争更加激烈。相对于化工、机械、电子等行业,造纸行业是一个小行业,根本不需要这么多的刊物,尤其是技术刊物。定位于综合指导类,内容选材宽广,选择余地增大。

1.1.3 从读者分析找准定位 造纸行业已有的技术类刊物都是面向高校师生和企业工程技术人员。对于企业管理人员,尤其是决策层,尚无行业刊物面向这个层面,况且面向决策层,能够拉动行业上游的原料供应商和设备供货商、下游的包装和印刷企业的广告,有利于论文报道成果的转让与推广,吸引更多的广告和优质的文章。

因此,我们将读者对象定位于:造纸及与造纸相关行业的决策层,以及企业管理、经营及工程技术人员;行业协会组织、政府有关部门及产业经济研究人员;科研与设计院所技术人员和大专院校师生。

1.2 调整内容结构 确定读者对象后,接着调整了栏目设置和内容结构。企业的发展离不开科学管理和技术创新,这是企业发展的引擎。企业管理决策层最关心的是企业的发展战略和竞争战略;所以我们将办刊宗旨确定为:研讨发展战略,促进科学管理,推动技术进步,服务产业经济。其中的技术内容与行业一般的造纸技术刊物所刊载的内容也不同,以报道国内技术创新和国外先进、适用技术为主导内容,以研讨技术发展概况(综述)和技术发展方向(专论)为导向内容。

期刊的主要内容包括国家产业政策、行业发展规划、市场分析预测、企业发展战略、行业技术进步、企业技术创新、国内外动态信息。其中前4项内容都是改为综合指导类期刊后新增加的。

1.3 紧扣时代脉搏,突出热点问题 集中优势编辑力量,打“专题”战,是我们提升核心竞争力的手段之一。聚焦行业热点问题,邀请业内专家、学者、企业家进行专题讨论。

对于专题稿件来源,由于半月刊出版周期较短,稿件以约稿和自己采编人员撰写为主。在约稿过程中强调“约名家稿,约系列稿”,注意培养专家作者群和特色作者群,在读者中产生凝聚效应。

1.4 重视编辑记者队伍建设 强化编辑记者队伍建设,注意培养高水平的办刊人才。

一是加强编辑队伍建设,配有符合出版要求的专职主编和专职编辑,克服“一人多岗”现象。

二是调整编辑队伍的知识结构,增加高水平的编辑人才,增强其对行业热点焦点问题的分析能力和对科技创新成果的鉴别能力。

三是重视继续教育,适应不断变化的出版法律法规和行业政策规划,熟悉现代编辑技术,提高编辑能力和编辑效率。

四是引进和培养一专多能的复合型管理人才,搞好市场运作和营销策划^[5]。

在由技术类刊物转为综合指导类刊物的过程中,首先是办刊人员思想的转变。以前办技术类刊物,主要工作是编辑加工,以等稿、上门来稿为主;办综合指导类刊物,重点是选题、策划和组稿。其次是综合能力的提高,注重培养超前意识和策划能力、沟通能力、社会交往能力,培养“名”编辑、“名”记者是我们多年努力的方向,是特色期刊可持续发展的关键要素。第三是编辑人员构成的变化,由编辑向记者转变。

1.5 处理好定位与量化评价指标的关系 作为行业综合指导类期刊,其中的政策性和管理性内容以及企业技术人员的生产经验总结论文,参考文献列出较少,甚至于相当一部分文章没有参考文献,故被引、被索、

被摘的概率较低。在核心期刊评比中,又与行业内的学术类、技术类刊物执行同一标准,使得综合指导类期刊进入核心期刊的难度增大。我们的做法是期刊的定位不变,通过缩短刊期增加技术文章的数量,提高文章的内容质量,增加专家型作者的文章,出版平面纸质媒体的同时发行网络版,以此来提升量化评价指标。《中华纸业》已连续3次入选北京大学图书馆编制的《中文核心期刊要目总览》。

1.6 谋求形式与内容的完美结合 外在形式也是期刊树形象、创品牌的要素之一。我们采取的措施主要有:内文改用铜版纸彩色印刷,开放式版式设计,信息采用“刊中报”设计风格,创意性广告设计,增加照片适应“读图时代”要求等。

1.7 切忌办成“小而全” 社会上有管理类的专业期刊,行业又有技术类特色期刊,这些刊物均以“专”著称。综合指导类刊物内容较杂,有时是“面面俱到”,既要做到每期都有适应不同层次读者需求口味的文章,又要切忌办成“小而全、小而散”;因此,我们做到期有重点、季有中心,内容要求“精”,严格选材。

2 由印刷版期刊向网络媒体电子媒体转变

传统的印刷版期刊的编辑出版正面临着向网络化数字化转型的深刻变化。在这一变化过程中,传统印刷版期刊和网络媒体、电子媒体将呈现分工合作的趋势,即:网络出版在一段时间内将是传统印刷出版扩大影响力、提升服务的重要手段,网络期刊的重要使命在于对具有原创内容的印刷版期刊作再次传播;在印刷版期刊读者群市场日益细分的趋势下,网络出版将进一步试探个性化的出版方式,以弥补印刷版期刊在出版周期和信息容量限制等方面的弱点^[6]。科技期刊的网络化数字化是信息传播和文化交流的发展趋势,互联网信息传播具有速度快、范围广、时效性强、交互性好等特点。

我们在创刊初期就自筹资金建设网站,独立域名,定位于行业综合信息网。内容包括信息发布、采编系统、网刊发布、供求商情、综合服务。以公益性为主,免费浏览一部分内容。《统计数据》《行业标准》等部分特色栏目收费,还设有网上广告、网上招聘等增值服务。

为了提高工作效率和工作质量,更好地为读者和作者服务,我们采用远程编辑出版系统,购买北京勤云科技发展有限公司的软件,实现网上办公、在线投稿、在线审稿、在线查稿、远程编辑,以及网上征订与发行、网上广告预订与管理等功能。此外,编辑办公实现了网络化,出版印刷实现了数字化。

借助出版商网络平台,在CNKI、万方、维普、台湾

华艺等数据库全文上网,目的之一是提高印刷版期刊被引、被摘、被索等指标的概率。网络版已实现在线发布,电子版期刊的开发已列入计划。

3 延伸出版产业链,探索多种经营

在发展过程中,按照现代企业运行机制的要求,实施整合,集中人、财、物的优势,对编辑、出版、发行、广告、经营、服务进行统一管理,做到人尽其才,物尽其用,增强期刊发展的后劲。把作者群、读者群、客户群有机地联系起来,向着形成以期刊为龙头、多种服务于一体的“一条龙”产业努力。经营范围以期刊编辑出版为主体,开展多种经营,增强期刊社抗风险的能力。主要开展了如下一些活动。

1) 创办“中华纸业浆纸技术论坛”,组织开展不同层次的培训、研讨、讲座等,培训的精华文章在期刊发表,丰富期刊内容,受训人员争取发展成为忠实的读者。

2) 借助“中华纸业网”,开展信息咨询服务。

3) 成立行业摄影俱乐部,举办摄影作品展,优秀的作品选登在期刊上,彩色印刷,图文并茂,以提高期刊的视觉冲击力。

4) 承接全国造纸产业报刊协会秘书处工作,每年组织1次企业宣传、企业文化工作者年会,以把这部分参会人员培养成忠实的作者和与企业联系的桥梁。

5) 参与大型展览会、交流会的组织工作,提高在行业中的影响力。

4 走出去,探索国际合作之路

国际化既是期刊的现实选择,也是未来的发展战略。国际化包括论文稿源的国际化、编审队伍的国际化、读者与发行的国际化等。在目前尚不具备国际化条件的情况下,探索走国际合作之路,为下步期刊全面国际化打下基础。我们已初步开展的工作如下。

1) 利用自身行业媒体优势,及时捕捉信息并根据市场需求,多次策划、组织国内企业参加国际纸展和组团参加国际交流活动,为国内企业提升国际知名度、开拓国际市场搭建了良好的国际商务活动平台。参加国际交流活动,提升了期刊的国际知名度和影响力,获得最新的行业发展动态和科研成果信息,提高记者与编辑的国际沟通能力和语言交流能力。

2) 为尽快走向国际,缩短与国际大刊名刊的差距,我们选择了与国外期刊合作的模式。例如,与印度《Paper Mart》杂志在征订发行、国际广告、组团出国、咨询服务等方面进行全方位的合作,与法国 ENP 公司在期刊国外广告代理方面进行合作,取得了良好效果。

3) 连续4年出版英文版资料《CPPI》(印刷版和光盘版),向世界介绍中国纸业的现状和未来发展趋势,展示中国的优秀企业业绩,使其成为世界了解中国纸业的窗口和中国纸业走向世界的桥梁。同时,从另一个侧面宣传了中文版《中华纸业》杂志。

4) 在国际化合作过程中,遇到过一些制度方面的障碍,有待出版管理部门和出版单位研究与探讨。如兼并、收购、重组的国外期刊,其刊号不能继续使用,在中国大陆不能注册、登记。变更法规细则待制订与完善。

发达国家科技期刊的管理实施的是以市场运作和法律管理为主,行业协会自律自治为辅,政府干预和社会监督并举。而我国实行的是政府审批和主管主办制度,尤其是在网络化和数字化环境新形势下,对于科技期刊来说,这一管理体制和运行机制暴露出一些不适应发展的问题,呼唤宽松的科技期刊行政审批制度,加快科技期刊改革的步伐^[1]。

5 结束语

虽然目前印刷版的《中华纸业》已发展成为国内造纸行业中发行量最大、覆盖面最广、最有影响的权威性期刊,已进入轻工系统的主流期刊行列,其办刊经验多次在全国轻工传媒出版系统中进行示范和推广,但与国际知名品牌期刊相比尚有较大差距,仍有较大的发展空间。我们拟借助国家文化出版单位转企改制这一契机,尽快实现电子版的出版,同时制作印刷版、网络版、电子版3种形式的期刊,拓展咨询服务、多种经营的范围,尝试进入电子书、手机报领域,尽快建立以出版为主业、多种经营并举的集团化传媒服务公司。

6 参考文献

- [1] 中国科学技术协会. 中国科协科技期刊发展报告:2010 [R]. 北京:中国科学技术出版社,2010:1-4
- [2] 方卿. 科技出版国际竞争力研究[M]. 武汉:武汉大学出版社,2008:12-20
- [3] 朱晓东,宋培元. 关于我国科技期刊管理政策创新的思考[J]. 编辑学报,2006,18(2):83-86
- [4] 王应宽. 中国科技期刊的品牌化发展与经营策略[J]. 中国科技期刊研究,2005,16(3):285-290
- [5] 万玉云. 传统品牌期刊永续发展之路[G]//第五届全国核心期刊与期刊国际化、网络化研讨会会议录,2007:39-42
- [6] 李博. 创出期刊品牌 探索未来发展之路[G]//第五届全国核心期刊与期刊国际化、网络化研讨会会议录,2007:153-155

(2010-07-20 收稿;2010-09-01 修回)