

新媒体在科技期刊广告经营中的运用

——以《暖通空调》为例

姜燕梅 郭晓芳 王曙明 刘承军 陈鑫

亚太建设科技信息研究院《暖通空调》编辑部,100120,北京

摘要 以《暖通空调》为例,结合广告经营实践经验,介绍手机短信、网站、微博等新媒体形式在科技期刊广告经营中的运用。

关键词 科技期刊;广告经营;新媒体运用

Application of new media in the advertising operation of sci-tech journals: taking *Journal of HV & AC* as a case//JIANG Yanmei, GUO Xiaofang, WANG Shuming, LIU Chengjun, CHEN Xin

Abstract Based on the advertising operation experience of *Journal of HV & AC*, this paper presents in detail the application of new media such as mobile phone messages, websites, microblogs and so on in the advertising operation of sci-tech journals.

Key words sci-tech journal; advertising operation; new media application

Authors' address Editorial Department of Journal of HV & AC, Asia Pacific Institute of Construction Sci-tech Information, 100120, Beijing, China

在信息时代的市场经济条件下,科技期刊已不仅仅是传播科技知识和科研成果的载体,还是期刊社从事经营活动的重要手段^[1]。大多数自负盈亏的期刊社,其广告收入占到总收入的很大比例,广告经营的好坏直接关系到期刊的生存与发展^[2]。加强科技期刊广告经营,是拓展期刊资金来源、提升期刊竞争力和影响力、实现期刊可持续发展的重要手段^[3]。新媒体是新的技术支撑体系下出现的媒体形态,相对于报刊、户外、广播、电视等4大传统意义上的媒体,被形象地称为“第五媒体”^[4]。

《暖通空调》杂志作为已有41年历史的老刊,自2003年广告收入突破1000万元以来,进入缓慢上升状态,亟待突破增长瓶颈。由于广告客户数量众多,面对激烈的市场竞争,如何充分发挥自身的品牌优势,在保证内容质量的同时,提升客户服务品质,加强与客户沟通,一直是广告经营工作中不断探索和发掘的重要问题^[5]。这里,笔者根据工作实践,介绍一些新媒体形式在科技期刊广告经营中的一些运用和尝试。

1 短信平台

暖通空调行业的广告客户大多是制造型企业,负责媒体推广的是公司市场部,而市场部人员经常出差,往往不能及时查收杂志。

2010年,《暖通空调》杂志开通手机短信平台业务,在每期杂志出版后,以快递的方式发给广告客户,同时以群发短信的方式通知其注意查收杂志,从而避免了杂志丢失,也使得市场部人员能及时看到杂志。

此外,逢年过节,通过短信平台给广告客户群发祝福短信,寄一份精美的小礼品,拉近彼此的距离,保持良好的客户关系。利用短信平台的方式,使得杂志社对广告客户的服务进入了全天候的实时状态,更细致,也更人性化,从而有效地提升了广告经营中客服工作的效率和质量。

2 手机报

第3代移动通信技术(3G网络技术)的迅猛发展,使手机的移动通信速度达到数十万乃至数兆字节每秒,为手机承载多媒体和大容量的内容提供了坚实的技术平台。相对于传统媒体而言,手机报所提供的信息,不再是简单的文字新闻,而是一个包含了图片、文字、声音、动画等内容多媒体数据包。

2011年,《暖通空调》杂志创办《暖通空调手机报》,这是暖通空调行业第一种面向业界高端人士、设计院工程师、广告客户等定向发送的手机彩信产品,内容为收集整理近期行业内重大新闻、相关会议活动、本刊动态等,每周发送一期,已出版34期。

目前,手机报作为增值服务的方式,每期免费给广告客户发送。历经半年多,其形式和内容受到越来越多的广告客户的认可,已有企业有意向以冠名的形式,赞助手机报的发送。这就可以进一步扩大手机报的发送对象群,每一位杂志订阅读者都可以免费收到,使其成为一种增值服务。而手机报本身作为一种“富媒体”,随着通信技术和多媒体技术的发展,预期在未来还将可以承载比纸媒体更多的内容和信息,具有较大的广告经营潜在价值。

3 “杂志+网站”整合营销

2008年,《暖通空调》收购了暖通空调在线网站(www.ehvacr.com),经过4年多的经营整合,该网站目前已成为暖通空调制冷领域的门户网站,2011年的

网站广告收入突破130万元。

在加强暖通空调在线网站内容完善与创新的基础上,将网站主动介绍给杂志的广告客户,提供免费服务。这不仅是帮助网站推广的有效手段,也是帮助杂志提升客户服务的新途径,达到杂志和网站广告经营利益的共赢。譬如,已在《暖通空调》杂志刊登广告的客户,网站可以提供的免费服务包括企业新闻发布、发布产品信息、招聘信息等,同时可以享受优惠在网站发布广告。

2012年,全面推行“杂志+网站”的整合营销方式,有的放矢地引导杂志广告客户参与到网站的使用中来,倡导 $1+1>2$ 的理念。史丹佛商学院经济学教授保罗·洛玛(Paul Romer)曾提出:“很多产品是互补的。某一产品单独存在,价值不会太高,但当另一产品出现时,彼此的价值会同时提升。”针对《暖通空调》杂志广告客户,赠送网站商务频道和人才频道VIP会员资格,让广告客户真正来使用和体会网站的功能,而不再是由编辑来帮助发布产品和招聘信息。在广告客户积极参与网站功能使用的过程中,一是可以使广告客户及时发现网站的问题并提出改进意见,二是可以使广告客户对网站有了细致、全面的了解,再有,通过一对一的沟通,可以了解到广告客户对于网络推广的需求情况,有针对性地推荐适合其特点的网络宣传模式,这对于广告经营是一种潜在的推进。

4 微博营销

作为Web 2.0的产物,微博属于博客的一种形式,具有内容碎片化、使用方式便捷、传播迅速、交互性强等特点^[6]。微博的火热催生了有关的营销方式。微博营销模式至少有活动营销、植入式广告、客户服务新平台、品牌宣传等4种形式。微博可以帮助企业迅速接触到消费者心理、了解消费者对产品的感受,获取市场动态。一些商业嗅觉敏锐的公司或机构都已经在第一时间注册了微博。

2011年,《暖通空调》杂志已经在新浪微博注册,并通过实名认证。利用微博平台,随时随地与读者和广告客户分享杂志社消息、行业资讯,增强互动性和交流性。同时,利用微博平台帮助广告客户发布企业新闻,提供免费的增值服务。此外,在行业内各大学术会议中,《暖通空调》杂志作为专业传媒人,一直都进行会议网络直播,2010年更是采用了“微博上墙”的直播方式,方便了未能到现场参会的业内人士,同步与现场专家和嘉宾交流,实现了会场内外实时进行在线互动,形成了“杂志+网站+微博”三位一体的新报道模式。通过微博这种群聚的方式,逐渐形成《暖通空调》杂志的微博群落,使之成为新的传播媒介,并衍生出新的经营增长点。

5 论文网上下载

2008年以前,《暖通空调》每年年底出版杂志合订本,附带光盘。一方面,购买者大多是高校阅览室等机构,作为存档收藏和供个人查阅用,个人读者很少有人问津;另一方面,合订本的印制成本比较高,光盘的编辑制作需要花大量的时间,还需申请光盘序列号,而销量却很有限,给杂志社增加了经济负担。

经过综合考量,《暖通空调》杂志决定减少合订本的印数,取消附带光盘,全面推行杂志论文网上下载。当期出版的杂志,读者可以在第2个月从杂志网站上下载阅读,每篇论文收取很低的费用。截至2011年底,从网站上下载杂志的论文达到5000余篇次。这种方式既满足了读者按需索取的需求,帮助读者节省费用,也为杂志社减少了成本,同时又带来一定的经济效益。

6 结束语

通过近2年的摸索,《暖通空调》杂志利用新媒体技术为广告客户提供更多的增值服务,使单一的纸媒广告变得生动鲜活,拉近读者、作者、广告客户之间的距离,给广告投放效果带来了极大的提升和附加值。

新媒体具有传统媒体无法比拟的优势。在新媒体时代,无论是借助移动、互联网实现媒介形态、发行、销售模式的创新,还是借助新媒体实现期刊品质、品牌的提升,期刊社都应当进行改革和创新,将新媒体引入期刊经营中,在与新媒体融合的过程中,科技期刊也终将找到适合自身健康发展之路^[7-8]。

7 参考文献

- [1] 杨庆华,冯英凯.论科技期刊广告经营策略[J].编辑学报,2009,21(1):57-58
- [2] 刘承军.科技期刊实行广告代理制的问题与措施[J].编辑学报,2008,20(3):247-248
- [3] 朱小艳,邓国用.对我国科技期刊广告经营的思考[J].企业技术开发,2009,28(2):103-104
- [4] 王焯.新媒体冲击下传统期刊的发展对策研究[J].传媒,2010(6):237-238
- [5] 董利波,马爱芳,修薇薇,等.我国科技核心期刊广告经营的现状分析[J].编辑学报,2008,20(5):426-428
- [6] 谢耘耕,徐颖.微博的历史、现状与发展趋势[J].现代传播,2011(4):75-80
- [7] 路艳艳.新媒体环境下期刊的创新之道[J].传媒,2011(3):53-54
- [8] 段雅婷.谈新媒体对传统文摘期刊的影响与变革[J].新闻传播,2010(9):67

(2011-11-23收稿;2012-02-03修回)