

引入竞争机制 提高办刊水平*

——以《中国天然药物》为例

张 静 程启厚 丁佐奇 郑晓南

《中国天然药物》编辑部, 210009, 南京

摘 要 根据《中国天然药物》的办刊实践, 分析该刊引入竞争机制和理念, 充分借助优势资源、先进的运作模式、更适合读者需求的产品和服务等来形成刊物自身的核心竞争力的过程和内容。实践证明, 引入竞争机制显著提高了办刊水平。

关键词 竞争机制; 科技期刊; 《中国天然药物》

Introducing competition mechanism to improve periodicals: taking Chinese Journal of Natural Medicines as a case //

ZHANG Jing, CHENG, Qihou, DING Zuoqi, ZHENG Xiaonan

Abstract Combining the publishing practice of *Chinese Journal of Natural Medicines*, we introduce the competition mechanism and its conception. The core competitiveness of sci-tech journals includes resources advantages, advanced operation pattern, and more suitable production and services for authors. Our practice proves that introduction of competition mechanism can improve the comprehensive quality of periodicals.

Key words competition mechanism; sci-tech journal; *Chinese Journal of Natural Medicines*

Authors' address Editorial Office of Chinese Journal of Natural Medicines, 210009, Nanjing, China

随着学科的高度分化和综合, 科技期刊出现交叉和分散重复现象, 数量的不断增加将是其发展的总趋势^[1]。在有限的资源条件下, 科技期刊之间的竞争是科技期刊生态系统中的普遍现象。完善竞争机制, 实行优胜劣汰, 成为推动我国科技期刊改革深入的一项重要内容。如何强化竞争机制, 让期刊在现有的生态环境下良性成长, 是摆在办刊人面前的重要课题。笔者根据《中国天然药物》的办刊实践, 分析刊物引入的竞争机制和理念, 充分借助优势资源、先进的运作模式、更适合读者需求的产品和服务等来形成刊物自身的核心竞争力的过程和内容。实践证明, 引入竞争机制显著提高了办刊水平。

1 内容为王: 学术质量的竞争

近年来, 科研经费的持续投入极大地提高了我国的科研创新能力, 科技产品呈现迅猛发展的态势^[2], 我国已成为仅次于美国的科技论文产出大国。一项针对编辑部及学科专家的调查结果显示, “学科发展水平制约”“优质

稿件外流”“科研评价导向”是影响我国期刊质量的 3 个主要因素^[3]。论文的学术内容和质量决定期刊的学术质量水平。在目前科研评价导向不利的情况下, 积极约稿、组稿, 通过多种手段吸引大量优质稿件和作者^[4], 提高期刊的学术质量水平, 已成为期刊编辑们的共识。

《中国天然药物》坚持内容为王, 采取多种措施, 保证刊物的学术质量, 形成了一定的竞争优势。

1) 稿件录用原则。为了保证刊物的学术水平, 经编委会讨论, 制定了《中国天然药物》稿件录用原则, 坚持高标准。在每次编委会议上都讨论这些原则, 使之不断完善。所有稿件的“三审”都以此原则为依据, 使刊物的学术质量在源头上有了保障。

2) 审稿流程。《中国天然药物》出版行为比较规范, 每期除责任编辑外, 还有专人分工负责学术、经营、宣传、服务等具体工作, 与编委联系分工到人, 效率高。稿件处理时滞适中, 平均发表周期 180 天。实行三审三校制度, 稿件审理流程科学合理, 外审比例 70%。实行栏目编委责任制。采用 CNKI 提供的查检学术不端行为软件, 严把学术质量关。

3) 语言润色。编辑部聘请专业英文教师及有海外背景的学科专家修改稿件, 提高文章的可读性。

4) 新化合物查新检索。编辑部聘请药物化学专家, 利用 SciFinder 数据库, 对稿件中的新化合物进行详细的核实, 确保刊出的新化合物在之前从未被报道过, 当已有类似结构或模棱两可的情况, 会请作者进一步核实, 或提供是新化合物的依据。

5) 注重基金论文比例。

6) 优秀稿件免收版面费, 并加速出版。

7) 注重发挥特色栏目的功能。加强组稿和约稿工作, 强化期刊的特色, 提高刊物下载率和被引用率。

这些措施, 保证了稿件的质量, 使《中国天然药物》在创刊时间较短的情况下便成为行业内知名期刊。据 2010 版《中国学术期刊影响因子年报》(中国知网) 数据, 本刊 2009 年影响因子高达 1.553, 居 117 种中医药学期刊第 2 位, 居 66 种药学期刊第 3 位。

2 扩大声誉: 品牌影响力的竞争

1) 举办品牌学术会议。举办了 2 届大型学术会议

* 中国高校科技期刊研究会基金项目 (GBJXB1118); 江苏省科技期刊研究基金项目 (JKQJX004)

“中国天然药物研究与发展论坛”,在业内赢得了良好声誉,使《中国天然药物》创刊不久便树立了自己的品牌形象,形成了竞争优势。

2)创办精品科技期刊。“精品科技期刊战略”的目标与宗旨是为了更好地促进我国的学术交流,提高我国科技期刊的学术质量和出版质量,培育一批在学科和专业领域内有较强影响力和辐射力的精品科技期刊,带动我国科技期刊整体质量和水平的提高,使我国科技期刊尽快走向世界^[3]。经严格评审,2009年《中国天然药物》进入中国科技精品期刊示范项目。

3)建立特色栏目——《思路与方法》。在栏目策划过程中,本着创新性、权威性、前瞻性、可读性的要求,着力提高关注度、下载率和引用率,打造来源于天然、兼容中西方创新药物研发思路与方法;定位为“大师写给专家阅读的文章”,每期1个主题,请1位院士对该主题进行评述,选取3篇不同角度、不同机构大师级论坛性文章,编辑部撰写“编者按”进行导读。在CNKI高下载TOP20中,17篇为品牌栏目《思路与方法》的文章。该栏目已成为《中国天然药物》的一个学术品牌栏目,使期刊品牌深入人心^[5]。

3 把握人脉:学术资源的竞争

1)加强编委会建设。《中国天然药物》编辑委员会汇集了在天然药物研究领域最有影响力的学术权威与年富力强的学术精英。2003年创刊时第1届编委共有82人,其中院士13人;2008年6月第2届编委会中印刷版编委83人,学术顾问层院士34人,编委中长江学者、杰出青年学者、百人计划成员学者超过30%,外籍编委31人。权威的编委、审稿人既可以是作者,又可能对目标读者(潜在作者)的投稿趋向产生影响,编委的实际工作带动了高质量的稿件投向本刊^[6]。

主编代表编辑部参加或组织国际性学术活动对于提高期刊的显示度和知名度,推动期刊的国际化进程有重要作用。主编充分利用专家资源,在会议上积极约稿或者组织出版与学术会议相关的专辑,取得了很好的效果^[7]。

2)强化服务理念。三流的企业做产品,二流的企业做销售,一流的企业做服务,这对科技期刊的发展同样有启示意义。《中国天然药物》以“策划创造财富,服务提升价值”的理念服务于作者、编委和客户,提升刊物的竞争力,维护刊物的学术资源。

2006年,编辑部为作者与编委提供被《国际权威检索数据库收录与引用》检索证明,学术论文被国际权威检索数据库收录篇次的多少,客观记录了作者的科研成果在国际学术领域受关注的程度。2009年8月,

编辑部利用Scopus数据库、OCLC数据库的作者身份识别系统,为每位编委建立学术档案,综合反映研究人员的学术产出、影响力及学术联系,提供被国际数据库收录文章、载文数、被引频次、h因子、合作作者数等内容。2009—2011年,与汤森路透、爱思唯尔公司举办如何撰写高水平论文公益讲座5次。2011年,编辑部为重点作者查询整理SCI引证报告,通过分析以及引文报告等快捷提示科研发展的脉络。编辑部的超值服务,有效维护了刊物的学术资源。

编辑和出版实现标准化、规范化,提供公平、公正、公开的稿件录用、审理流程,实行有效的同行评议,按约定时间向作者反馈意见。积极为作者着想,为稿件优化提供平台,采用国际学术界熟知的ScholarOne Manuscript审稿系统,加强与作者的沟通。经常征询意见,以优质服务吸引、留住作者和读者。

《中国天然药物》编委会组织优秀作者评选及颁奖活动,以期倡导科研人员弘扬科学精神,潜心于科学研究,进一步激励与引导作者将高质量的论文投向本刊。稳定的审稿专家队伍和作者队伍,成为刊物可持续发展的学术资源。

4 经营创新:社会资源的竞争

科技期刊不是孤立存在和发展的^[8],它必然要依托于各种相关的社会资源,科技期刊对社会资源的有效利用,可以使自己获得可持续发展的动力。转变观念,经营创新,社会效益与经济效益双高是科技期刊追求的最高目标。

1)办刊模式集群化,提升社会效益。《中国天然药物》由中国药科大学、中国药学会主办,科学出版社出版印刷版,爱思唯尔公司基于ScienceDirect 2000万用户出版本刊全英文网络版。

《中国天然药物》第一主办单位中国药科大学是教育部直属高等学校,是在药学界享有盛誉的国家“211工程”重点建设大学,也是世界上最大的专业药科大学。第一主办单位良好的教学和科研背景,为刊物提供了优质的办刊条件,也使刊物在创立之初便有较好的业界口碑。

第二主办中国药学会是在我国药学领域影响最大、学术声誉最高的专业学会。刊物加入中国药学会行业学术期刊群(21种),利用药学会下属的各个专业委员会积极组稿,扩大作者与读者群。通过中国药学会的统一宣传、统一征订,针对性强,降低了发行成本。中国药学会系列期刊共同参与国际交流,扩大了影响。国家一级学会主办的期刊利于被国际检索机构收录。中国药学会的年度审读、中国药学会出版工作委员会

讨论行业期刊发展策略、中国药学会期刊网的建设等都为刊物的发展提供了更为广阔的平台。

科学出版社是我国学术声誉最高的出版机构,依托中国科学院和“科学家的出版社”品牌优势,保持着“高层次、高水平、高质量”和“严肃、严密、严格”的优良作风。《中国天然药物》加入科学出版社中国学术期刊群(212种),是唯一一种非中国科学院主办的药学期刊,本刊“高质量、高层次、高品位”的办刊定位契合了科学出版社的出版方针。科学出版社协助刊物进行DOI申请及网络版制作,实现互联网“跨平台链接”,为刊物提供信息及数字服务、培训及吸纳参加相关会议与国际交流、联合征订宣传及发行服务。

荷兰爱思唯尔(Elsevier)出版集团是全球最大的科技与医学文献出版发行商之一。《中国天然药物》通过与Elsevier公司的合作,进一步增强了国际化程度,ScienceDirect下载量提高,国际来稿比例也不断提高。Elsevier公司为刊物提供国际宣传、引证数据分析、推荐进入SCI评审程序等服务。

集群化的办刊模式,为刊物的发展提供了广阔的思路和途径,用丰富的社会资源提升了刊物的竞争力,取得了显著的社会效益。

2)实行理事单位经营,提升经济效益^[9]。理事会的功能是通过学术期刊搭建产、学、研交流平台,促进期刊品牌运作,提升期刊的影响力。2005年《中国天然药物》理事会成立之初,仅有10家左右理事单位,由代理公司运作。随着理事会模式的稳步发展,到2008年理事会规模扩大,理事单位达40余家,常务理事单位逐步稳定,代理机构也发展到3家。到2010年,理事单位6年累计60余家,常务理事单位23家。理事会经过6年的经营,渐渐成熟。理事会模式的成功运作,为编辑部带来了社会效益、经济效益双丰收。

5 人才培养:办刊队伍的竞争

《中国天然药物》编辑部注重复合型人才的培养,根据每位编辑的不同特点,有针对性地分配与其相适应的工作,发挥每位编辑的潜能,为刊物的快速发展提供人才保障。

为了提高编辑人员的业务素质,从2007年起编辑部建立并实施集体业务学习制度,形成了一种浓厚的学习氛围,编辑人员特别是青年编辑养成了一种良好的主动学习的习惯^[10]。近年编辑部成员在核心期刊上发表相关领域论文40余篇;2003年至今承担基金项目10项,其中2008年编辑部承担的中国高校科技期刊研究会重点项目“中国科技期刊进入国际重大检索系统的意义与途径”(GBJXA0801),获经费10.5万

元。编辑部集体及个人获奖30余项。优秀的人才队伍为本刊的可持续发展提供了最基本的人力保障。

6 结束语

《中国天然药物》被中国科学引文数据库(CSCD)、《中文核心期刊要目总览》、中国科技论文统计源数据库收录为国内权威核心期刊;2009年,被评为“中国科协精品期刊”,2010年获教育部科技司“中国高校优秀科技期刊”称号,2011年在第2届中国学术期刊评价中被评为“RCCSE中国权威学术期刊(A+)”。这些都与刊物建设过程中多环节引入竞争理念和机制密不可分。相比于竞争对手,《中国天然药物》拥有更多可持续性优势:优势资源方面包括社会资源、人力资源、财力资源等;先进的运作模式包括理事会经营模式、创新性策划等;更适合读者需求的产品和服务包括高附加值、独特性的服务等。通过多个领域相互作用形成刊物的核心竞争力。

科技期刊引入竞争机制的实际效果是期刊质量明显提高,期刊经营走上良性发展轨道,编辑队伍稳定、快速成长,以高质量、高水平的期刊促进科学技术进步。

7 参考文献

- [1] 宋伯交. 办刊条件较差的学报如何迎接市场经济的挑战[J]. 中国医学学报研究, 1994, 11(2): 52
- [2] 庞景安, 黄军英, 徐峰, 等. 创新提高中国科技影响力[EB/OL]. [2011-01-11]. http://www.qsjournal.com.cn/kj/zxcx/201003/t20100329_25381.htm
- [3] 中国科学技术协会. 中国科协科技期刊发展报告: 2010[M]. 北京: 中国科学技术出版社, 2010
- [4] 张九庆. 科学技术期刊的质量控制[J]. 编辑学报, 2005, 17(6): 407-409
- [5] 郑晓南, 丁佐奇. 学术期刊专栏策划与下载率及学术影响力的相关分析[J]. 编辑学报, 2009, 21(6): 558-561
- [6] 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
- [7] 徐书荣, 潘静, 陈幼平. 科研院所主办的科技期刊主编的角色定位[J]. 中国科技期刊研究, 2011, 22(3): 435-436
- [8] 蒋崇玲. 略论科技期刊与社会经济发展的互动关系[J]. 出版经济, 2003(1): 14-16
- [9] 张静, 程启厚, 王明华, 等. 科技期刊理事会经营模式探析: 以《中国天然药物》为例[J]. 编辑学报, 2012, 24(1): 92-93
- [10] 陈玲, 邹栩, 郑晓南. 关于高校科技期刊青年编辑成才模式的思考[J]. 编辑学报, 2011, 23(3): 268-270

(2011-10-11 收稿; 2011-11-08 修回)