

# 科技期刊需重视基于事件营销的资源再开发

张建军 任延刚

《中国实用内科杂志》编辑部,110001,沈阳

**摘要** 阐述《中国实用内科杂志》一期成功的选题策划,即不断开发学科资源,拓展合作方式。认为在追求科技期刊事件营销成功的同时更要重视资源的再开发。

**关键词** 科技期刊;科技期刊经营;营销策略;事件营销

**Sci-tech journals should pay attention to resource re-development based on event marketing // ZHANG Jianjun, REN Yangang**

**Abstract** In this paper, we discuss the exploration of subject resources and cooperation styles based on a successful issue designed and edited by *Chinese Journal of Practical Internal Medicine*. We consider that it is important for us to re-develop subject resources while performing successful event marketing in managing scientific journals.

**Keywords** sci-tech journals; management of sci-tech periodicals; marketing strategy; event marketing

**Authors' address** Editorial Board of Chinese Journal of Practical Internal Medicine, 110001, Shenyang, China

科技期刊的经营一直是科技期刊同人关注和探讨的问题。党的十八届三中全会明确指出:无论科技期刊属性最终被定义为科技产品还是文化产品,两个决议的方向都是明确的而且是一致的——面向社会,走向市场<sup>[1]</sup>。可见,目前用新思想、新媒体去引领科技期刊的经营活动又成为一个热点问题。

笔者认为,在成功策划事件营销的基础上,编辑应该继续跟踪专家和厂商的相关讯息,不断开发资源,从单一的项目营销转变成多角度、多层次、多种形式的合作,以最终取得良好的社会效益和经济效益。

## 1 科技期刊的事件营销和资源开发

事件营销是一个专业的营销学名词,是企业的一种产品或服务销售的手段和方式,通过策划事件来吸引媒体的关注,从而实现宣传和营销的目的<sup>[2]</sup>。事件营销已经是一个很经典的营销手段,我们较为熟知的就是“王老吉”的事件营销。加多宝集团通过论坛炒作、玉树捐款和流行的广告语等事件,一举奠定了“王老吉”的市场地位,深入人心<sup>[3]</sup>。

科技期刊也应该学习这种模式。科技期刊若想实现事件营销,就必须主动出击,成为策划的主体。主要途径就是借杂志的品牌效应,策划组织有价值的选题或者召开学术会议,吸引读者和医药公司,最终实现合作。

目前,对于医学期刊来说,很多医药公司已经不只将宣传的方式局限在平面广告上,因为平面广告覆盖的局限性和宣传效果的不确定性使各医药公司对向科技期刊投放平面广告这种宣传形式越来越谨慎<sup>[4]</sup>,不少科技期刊已经开始转变营销策略,利用专栏、专家讲座等形式进行事件营销,并取得了一定的效果<sup>[5-6]</sup>。这是科技期刊成功地向事件营销迈出的第一步;下一步,就是资源的再开发。

俗话说“良好的开端是成功的一半”,科技期刊与专家、医药公司通过合作,相互间已经有较全面的了解,在此良好的基础上可推动再次合作。科技期刊应该对合作的领域进行深入调研,根据读者需求、客户需求、医药厂商需求、阅读需求等情况,将资源重新整合或者开发,推出有针对性、个性化的产品,进而再次开展多角度、多层次、多种形式的营销活动。

## 2 《肺功能检查的临床应用》专栏的选题过程

2011年中华医学会呼吸病学分会呼吸病治疗学组成立,肺功能相关技术和理论的普及方兴未艾。肺功能检查虽然早在临床上应用,但专门成立学组似乎尚待考证。肺功能检查正逐渐成为临床医生不可或缺的辅助检查,学组的成立也需要相关学术内容的推广。

《中国实用内科杂志》(以下简称本刊)根据这一情况,首先联系中华医学会呼吸病学分会呼吸病治疗学组广州医学院第一附属医院广州呼吸疾病研究所郑劲平教授,请他帮助策划选题、组织稿件、联系厂家同时配合后期宣传。郑教授肯定了本刊能抓住学术热点的洞察力。中华医学会呼吸病学分会呼吸治疗与肺功能学组的成立、临床医生对肺功能知识的欠缺、医疗器械厂家对学术推广的需求都决定了急需这样一期笔谈的出现。经过郑教授组稿、编辑部和编委会专家讨论,共组织12篇文章。根据文章特点和读者需求分成《专题笔谈》(9篇)和《技术讲座》(3篇)2个栏目。

专题笔谈的题目是《肺功能检查的临床应用》,内容包括肺功能检查的思路、发展趋势、实用方法、各指标及其意义以及在限制性通气功能障碍、阻塞性通气功能障碍状态时肺功能的特点、弥散功能测定和支气管激发试验以及舒张试验的结果评估,着重于临床应用,主要对象是临床医务人员。

《肺功能技术检查讲座》栏目针对肺功能检查的基础知识,由3篇文章组成,分别从肺功能检查感染的质控、仪器的选用及保养检查和肺功能检查的培训工作中选择,主要对象是肺功能室的工作人员。

希望通过这期专题笔谈,能使众多临床医师及肺功能检查实际操作人员充分认识到肺功能检查对于临床工作的重要性及技术特点。合理、规范地使用肺功能检查,可更好地协助临床工作的开展<sup>[7-8]</sup>。

### 3 基于此选题的后续开发

**3.1 抽印本制作与发行** 康尔福盛(上海)商贸有限公司(简称“康尔福盛”)是一家专做肺功能仪器的医疗器械公司,在国内肺功能仪器市场占有率超过90%。选题之前本刊编辑部、郑教授就与康尔福盛做了深入细致的沟通,康尔福盛方面表示十分需要这样的学术材料,一是可推动学术发展,二是这类学术材料较少见,可作为赠送给临床医生的一份礼物。双方很快就达成了合作意向,康尔福盛与本刊编辑部签订了购买5000册杂志的合同,所购杂志一部分赠送给该公司的目标医生,一部分会在中华医学会呼吸病学分会召开的年会上赠送给与会代表。大会上这期杂志受到广大医生的好评,5000册杂志很快就分发一空。

**3.2 全国学组会汇编制作** 由于这次专题笔谈的成功,本刊在全国肺功能临床医生中有了很大的知名度,得到了众多肺功能医生的关注。2013年6月5日“中国肺功能联盟”成立大会在广州举行,本刊承担了会议信息的全程发布及宣传工作。包括此前会议的召开及论文征集信息、会议论文审稿整理工作,以及后续的会议论文发表。论文集共收集大会报告、发言交流、壁报交流、书面交流的138篇文章,同时发表在《中国实用内科杂志》2013年6月的增刊中,共计100页。

**3.3 区域会议召开** 随着全国会议的推广、肺功能仪器的普及,区域性的理论讲座和培训的需求不断提高。本刊于2012年8月在沈阳成功主办了“第1届东北3省肺功能测定与临床应用研修班”,与会100余人。本次会议内容专业性极强且贴近临床应用,邀请了全国知名肺功能领域专家进行专题讲座,还有实用的“手把手”操作实习。为期2d的会议会场座无虚席。

让笔者留下深刻印象的是参会医生们对专业知识的渴求——甚至牺牲午饭时间,专注听课,并做详尽的笔记。这反映了从事肺功能检测的临床医生对相关知识普及的强烈需求,更加坚定了本刊推广肺功能学术内容的信心。这也让我们更加明确选题组稿的方向,从而实现“面向临床,突出实用,一切以广大临床医生的需求出发”的办刊宗旨。

**3.4 微信平台的开发与使用** 微信平台是网络新兴事物,近年发展迅猛,已经成为一种信息交流和发布的有效平台。开发一种肺功能资讯的专业平台借势而生。这个想法得到了中华医学会呼吸病学分会肺功能学组和康尔福盛公司的赞许和支持。自2013年11月16日《实用肺功能》(微信号 syfgn 1)成功申请以来,已经得到672人的关注,成功推送肺功能专业资讯70条,解答问题40余个,虽然还在起步阶段,但已经逐渐成为一种为相关领域医生所熟悉的肺功能资讯发布和交流的平台。随着2014年肺功能全国会议和各地学习班的举办,这个微信平台定会发挥更大的作用。

### 4 参考文献

- [1] 刘全稳. 十八届三中全会与科技期刊体制改革[DB/OL]. (2013-11-17) [2014-02-28]. <http://bbs.sciencenet.cn/blog-630142-742527.html>
- [2] 李彪,张舒媛. 社会化媒体背景下事件营销的传播策略研究[J]. 编辑之友, 2013(8):48-50
- [3] 杨荔姣. 浅析网络事件营销原则[J]. 新闻世界, 2013(1):86-87
- [4] 张扬,朱拴成. 基于事件营销的科技期刊多元素融合营销策略[J]. 编辑学报, 2012, 24(4): 358-360
- [5] 张建军,高森,任延刚. 科技期刊经营的一种新模式:《中国实用内科杂志》主办媒体见面会的经验[J]. 编辑学报, 2011, 23(3):261-262
- [6] 刘岭. “学术地图”为科技期刊栏目经营导航[J]. 编辑学报, 2013, 25(4):318-320
- [7] 郑劲平. 肺功能检查临床意义和诊断思路[J]. 中国实用内科杂志, 2012, 32(8):569-574
- [8] 郑劲平. 肺功能检查研究进展[J]. 中国实用内科杂志, 2012, 32(8):591-593

(2014-03-06 收稿;2014-03-31 修回)

## 敬告本刊作者:不要在校对时添加新的作者署名

文章作者的署名是一件严肃的事,它是文责自负和拥有著作权的标志;然而,我们发现一些《编辑学报》作者在发回的校样上随意添加新的作者署名,有的还加两三位。我们不赞成这种做法。为了杜绝署名的不正之风,再次郑重敬告作者:务必不要在校样上添加新的作者署名! 无论何人执意添加,本刊一概不予承认。