

论培育新型农业经营主体背景下 农业科普期刊的发展策略*

余开 赵永锋 刘柱军

中国水产科学研究院淡水渔业研究中心,中国水产学会《科学养鱼》杂志社,214081,江苏无锡

摘要 分析目前农业科普期刊所面临的发展困境,探讨在中央提出“大力培育新型农业经营主体”契机下农业科普期刊的发展策略,以应对农业经营主体格局变化带来的挑战与机遇。

关键词 新型农业经营主体;农业科普期刊;困境;发展策略

Development of agricultural popular science journals in the background of cultivating agricultural business entities // YU Kai,ZHAO Yongfeng,LIU Zhujun

Abstract This paper analyzes the current development plight of the agricultural popular science periodicals, then discusses development strategies in the background of “energetically fostering new agricultural business entities” which is advocated by the central government, in order to meet the challenge and opportunity brought by the changes in the pattern of agricultural business entities.

Keywords new agricultural business entity; agricultural popular science periodical; dilemma; development strategy

Authors' address Publishing House of Scientific Fish Farming, China Society of Fisheries, 214081, Wuxi, Jiangsu, China

DOI:10.16811/j.cnki.1001-4314.2017.02.27

近年来,家庭农场、种养大户、农民专业合作社、农业产业化龙头企业和经营性农业服务组织等新型农业经营主体成为建设现代农业的重要力量,预计2020年达到136万个^[1];但这种巨大变化并没有引起农业科普类期刊社更多的注意,大多数刊社仍然把目光主要

投向了数字化出版^[2-6],导致期刊的市场增量不多。基于此,笔者拟在已有研究的基础上,探讨在培育新型农业经营主体背景下如何办好农业科普期刊,希望能以此拓展农业科普期刊的发展路径和研究视野。

1 农业科普期刊发展面临的问题

1.1 内容的综合性成为刊物发行的瓶颈 当下,农业科普期刊所面对的是规模经营的农业和专业化细分的新型农业经营主体,这就要求农业科普期刊必须进行市场细分,提高内容的针对性,锁定自己的目标读者群;然而,很多农业科普期刊仍然以服务全体农民的大众化读者定位,实际上这种做法不但无法拓宽读者面,还伤害了既有读者群的利益。

近些年农业科普期刊特别是综合性农业科普期刊因内容针对性差,期刊发行量逐年下滑。如水产类期刊普遍将发行对象定位为不限地域、天南地北的渔业从业人员,但大多数水产类期刊平均期发行量在1万份以下,期刊平均期发行量不到渔业从业人员的0.1%(据全国渔业经济统计公报,2014年我国渔业从业人员达到1429万人)。究其原因,水产类期刊虽然是专业性期刊,但对于从事某品种养殖的渔业从业人员来说,期刊内容还是无法满足其个性化的需求。如鳊

[5] 刘结玲. 媒体融合研究新进展综述[J]. 中国传媒科技, 2013(4):1
[6] 中国传媒大学党报党刊研究中心课题组. 党报:探索和实践媒体融合发展之路:“人民共和国党报论坛”第11届(2014)年会综述[EB/OL]. [2016-10-20]. [http://media. people. com. cn/n/2015/0203/c40628 - 26500112. html](http://media.people.com.cn/n/2015/0203/c40628-26500112.html)
[7] 叶玲. 全媒体出版时代地方高校学报编辑的发展路径[J]. 南京晓庄学院学报,2013(5):86
[8] 赵金文,钱锋,颜帅,等. 中国高校医学期刊网融合实践探索:以中国高校医学期刊网为例[J]. 编辑学报,2015,27(6):579
[9] 周华清. 科技期刊微信公众平台运营指标与模式研究

[J]. 中国科技期刊研究,2015,26(12):1289
[10] 魏艳君,彭熙,朱德东. 学术期刊的碎片化传播[J]. 编辑学报,2016,28(4):378
[11] 胡懿. 全媒体冲击下传统出版生存模式探寻[J]. 出版广角,2014(11):71
[12] 张海东,孙继华. 科技期刊微内容传播的思考[J]. 中国科技期刊研究,2015,26(9):925
[13] 谢誉元,冯炜. “互联网+”对出版行业发展的影响及对策[J]. 编辑之友,2015(10):26
[14] 潘秀慧. 新时期地方党报的“卖点”研究[J]. 中国传媒科技,2014(4):76
[15] 林婕,华小波. 用互联网思维改造传统媒体:以《瑞安日报》为例[J]. 传媒,2015(11):20

*2015年度江苏省期刊协会立项课题“农业科普期刊如何在培育新型农业经营主体背景下实现差异化发展”(2015JSQKB023)

(2016-10-25 收稿;2016-11-20 修回)

鱼养殖专业户更需要关于鳊鱼养殖方面的报道,但水产专业期刊关于鳊鱼养殖技术与市场信息的内容报道每年只有一两篇文章。久而久之,鳊鱼养殖专业户对水产专业期刊信息的需求就达不到饥渴的程度,连续订阅者也越来越少;因此,农业科普期刊如何及时调整内容,在宽泛和针对性中做一定取舍,以适应多数读者需求,是一个迫切需要解决的问题。

1.2 营收途径单一,导致盈利能力低下 在营收途径方面,我国农业科普期刊一直在进行积极探索,大体上经历了发行收入为主、版面费收入为辅,发行收入和广告收入并重,广告收入(包括多媒体平台营销收入)为主、发行收入为辅等3个阶段。目前,市场化的农业科普期刊收入偏重于纸质媒体广告收入,但纸质媒体广告收入年均份额很不稳定。即使采用多媒体平台营销方式,从表面上看,也只是为传统纸质媒体提供了新的广告营销推广道路,开发的大都是人有我有的同质化竞争产品(如微信公众号),并没有形成一体化发展的组织结构。从总体上看,我国农业科普期刊收入仍以纸质媒体广告收入为主,多媒体平台营销仍处于探索阶段,还有很大的商业开发潜力。

1.3 复合型人才紧缺,亟待引进或培养 新型农业经营主体对农业技术和信息的需求相比传统农户的同质化和单一化表现为综合化和立体化,对农业科普期刊出版人员提出了更高的要求,需要既具有扎实的农业知识和编辑出版知识,又能熟练操作和运用各种新媒体,既善于分析农业政策,又通晓市场化策略的复合型人才。当前,大部分农业科普期刊社或编辑部的人员结构存在很大的不合理性,往往懂农业技术的人不擅长文字,擅长文字的人又不懂农业技术,能将采编、技术、管理、营销多方面整合在一起的复合型人才更是一将难求。笔者认为,如果想更好地为新型农业经营主体率先实现农业现代化服务,必须尽快从多途径引进或培养复合型人才。

2 农业科普期刊的发展对策

2.1 转变观念,适应新常态 随着我国经济发展步入“新常态”,农业经济发展也呈现新趋势性常态化特点,我国农业经营主体已从传统统一的家庭经营形式占主导的格局转向新型的多元化经营主体^[7]。面对农村经济发展进入新常态,农业科普期刊必须积极适应新常态,传统期刊编辑人员要以前瞻性的眼光迎接农业经营主体格局变化的历史机遇,重新定位,自我调整,转变传统的编辑出版观念。

首先,编辑要明确农业科普期刊在新常态下所肩负的现实责任和历史使命,不仅要刊载农业科技成果,

而且要强化农业科技新闻报道功能,加大报道正能量的农业科技新闻的力度,引起社会公众对农业科技发展的强烈关注。其次,从选题策划开始,编辑在稿件的取舍和栏目的策划上要做到统筹兼顾,选题策划内容既要照顾传统农户对“种”“养”技术的需求,又要兼顾新型农业经营主体对农业技术和信息更加“专业化”和“碎片化”的需求。也就是说,农业科普期刊不仅发布农业技术和信息,还要提供专业化和针对性更强的内容。第三,编辑出版的流程中,编辑要适应数字化时代工作方式的转变,针对新型农业经营主体从业人员年轻化、文化水平相对较高的特点,加强数字化出版,利用新媒体技术实现期刊内容的多样化、立体化出版。

2.2 坚持内容至上,以内容优势实现发展

2.2.1 发挥传统媒体优势,为新型农业经营主体提供优质的内容服务 现阶段,小规模、半自给“小农”在向新型农业经营主体转变的过程中,经营规模不断扩大和市场化程度不断提高,对农业科技信息服务需求也越来越强烈,这为农业科普期刊提供了良好的发展条件。据对1077户种稻大户获取农业技术信息途径的调查,在集中介绍农业科技相关的信息方面,杂志相对于其他大众传播媒介,如电视、报纸更有优势^[8]。特别是在信息资源共享迅速的今天,信息量变得越来越大,真伪难辨,农业科普期刊为缺少专业知识的农民提供了所需的准确、科学、针对性强的技术;因此,传统农业科普期刊不必妄自菲薄,应进一步明确和坚持办刊定位,坚持“专业主义”导向,贴近新型职业农民——新型农业经营主体,为他们提供有深度、权威性、实用性的内容,努力达到内容的多样化,同时不断提升报道内容的质量,让传统期刊的内容发挥出更大作用,将固有的阵地做大做强,谋求更大的发展空间。

2.2.2 借鉴新媒体传播的方式,快速传播优质内容 国内期刊的成功经验告诉我们,要获得良好的传播效果,应充分考虑媒介特点以及读者的年龄、知识结构等因素,以满足读者的不同需求^[9]。

如今,新型农业经营主体中的年轻经营者和涉农产业链各环节的企业人员,已全面熟练使用基于移动客户端的新闻产品,这是非常难得的“后发发展红利”。农业科普期刊应顺应这一趋势,充分利用新媒体的快速、大量传播的优点,建立“大数据”支持下的出版运行机制,综合运用文字、图片、音视频等多种形式,满足多数新型农业经营主体经营者的媒介诉求,增强报道的感染力和吸引力;同时,可以开通以手机为媒介的短信服务、微博平台、微信公众平台、App等,以方便新型农业经营主体利用农闲时间对内容进行深度阅读。例如报刊媒体报道了小龙虾被检出致癌药物,供

货渠道尚未查明,《科学养鱼》微信次日就跟踪报道了部分地区的小龙虾药残检测结果。这条信息2 d点击量超过1.2万人次。还可进行网络优先出版,使刊物承载的受季节和地域等条件限制的农业生产技术和信息快捷地得以普及并转化为现实生产力。

2.2.3 以特色栏目吸引作者和读者 期刊的特色栏目要突出的是“特色”^[10]。如《科学养鱼》根据行业受众群体的特点,优化栏目设置,将栏目细分成鱼、虾、蟹、贝、藻等,可以方便地引导作者和读者了解办刊原则和所刊论文的内容及范围,以更好地服务于受众群体,吸引作者和读者群体。依托行业智力资源,在中国水产业整体升级的背景下开设了《特别策划》特色栏目,依托栏目优势,由编辑部策划专题,采访专家、经销商以及从事水产行业的新型农业经营主体等,充分保证报道内容的原创性和真实性。此外,《科学养鱼》还借鉴兄弟期刊的经验,开设了微话题、微调查等全新栏目,虽然只是最初级的简单尝试,但强化了作者和读者的参与意识,期刊也得到了业内人士的认可,他们从《科学养鱼》中获取最新的水产资讯、行业新闻、科研成果等,是《科学养鱼》最忠实的阅读群体。

《科学养鱼》最近2年网站、微信的访问结果已经充分证实了上述情况。不仅如此,《科学养鱼》还设想对栏目主持人负责制做更大的调整,吸纳新型农业经营主体成为《科学养鱼》的特约栏目编辑、特约栏目审稿人,让《科学养鱼》真正成为行业人的《科学养鱼》。

3 咬定“农”字,向“产业期刊”方向发展

迈入国家“十三五”规划的开局之年时,作为服务农民的期刊编辑,我们愈加感受到在经济形势不甚明朗甚至严峻的背景下,农业期刊又步入“攻坚期”(竞争加剧、创收困难等),而“攻坚期”的竞争与突破,更是综合实力的比拼和体现。这就需要农业科普期刊实现从单纯出版期刊到为“三农”(即农村、农民、农业)提供全方位服务的“三农”期刊的跨越,也就是说不但要做好“纸质期刊”“数字期刊”,还要向“产业期刊”方向(向农业产业经济要效益)发展,坚持发展成为集期刊出版和其他多种经营为产业链的农业科普期刊品牌。

新型农业经营主体主要从事新兴农业和高效农业,更加注重自身形象和产品的宣传,这为农业科普期刊的产业化发展提供了充足的市场空间。正是在这种新的背景下,一些农业科普期刊已开始构建产业链模式的积极探索。如《农村百事通》为了深度开发

长期办刊积累的知识资源,开办了电子商务网站,把优质农副产品送到千家万户,兴建了江西百事通招宝农业科技示范园,有农业企业主动与其进行洽谈,愿意将在当地开办的农业科技示范园以《农村百事通》作为冠名。又如《农财宝典》采取与经销商合作,在通过审核的金牌经销商和服务商店面外悬挂授予《农财宝典》金牌经销商、服务商的牌匾,它们可免费参加期刊主办的招商活动,邀请新型农业经营主体经营者(具有一定规模的养殖场或合作社)加入期刊创办的华南水产健康养殖互助会,走资源共享的合作化办刊的路子。

由此可见:通过产业化经营,使得农业科普期刊成为一支集创新和服务于一体的重要科技力量,更好地服务于农业,将期刊的作用发挥到极致;而期刊产业化的成功,则必定带来社会效益和经济效益的双丰收。

4 结束语

总之,农业经营主体的变迁,虽然给农业科普期刊的传统生存带来巨大的冲击,但也为其改革与发展提供了有利条件。农业科普期刊要充分发挥自身的传播优势,以前瞻性的眼光迎接一般农户向新型农业经营主体转变的历史机遇,通过调查研究新型农业经营主体对于农业产业链上下游相关信息需求,从而更好地为他们服务,而非局限于一本期刊的售卖,才能在新形势下生存并获得新的发展空间。

5 参考文献

- [1] 钟永玲,李楠.我国新型农业经营主体功能定位及结构演变研究[J].农业现代化研究,2015,36(1):41
- [2] 张玥,李明德,仇天聪,等.利用新型社交媒体变革农业科普期刊出版[J].西部学刊,2016(1):22
- [3] 覃圣云.移动互联网时代农业期刊发展策略研究[J].学术论坛,2015,38(12):162
- [4] 陈焰.电子媒体冲击下农业科普期刊的生存与发展[J].农村经济与科技,2013,24(12):169
- [5] 罗亚军.移动互联网时代农业科普期刊出路浅析[J].科技创业月刊,2013,26(12):23
- [6] 侯健.探讨农业科普期刊如何应对新媒体的冲击[J].北京农业:下旬刊,2013(2):60
- [7] 王国敏,杨永清,王元聪.新型农业经营主体培育:战略审视、逻辑辨识与制度保障[J].西南民族大学学报(人文社会科学版),2014(10):203

(2016-10-19 收稿;2017-01-04 修回)