

科技学术期刊微信公众号的选择策略分析*

武晓耕¹⁾ 韩俊²⁾ 樊云飞¹⁾ 刘碧颖¹⁾

1)西北工业大学期刊编辑部,710072,西安;2)《节能技术》编辑部,150001,哈尔滨

摘要 微信公众号已经成为当前最重要的媒介之一,但人们对它的类型区分并不十分了解,这对科技学术期刊在选择和申请微信公众号的过程中造成一定的困难;因此,文章介绍不同微信公众号类型的优缺点以及适合的期刊种类,以期能为科技学术期刊申请和开通适合自己的微信公众号提供参考。

关键词 科技学术期刊;微信;微信公众号

Choice strategy of WeChat official accounts in scientific academic journals // WU Xiaogeng, HAN Jun, FAN Yunfei, LIU Biying

Abstract The WeChat official account has become one of the most important media, however, its classification is not clear for many people, which make it difficult for many scientific academic journals to choose and apply appropriate WeChat official account. Therefore, in this paper, several different types of Wechat official accounts are introduced and their advantages and disadvantages are analyzed, to provide reference for scientific academic journals which need to apply and develop their own WeChat official accounts.

Keywords scientific academic journal; WeChat; WeChat official accounts

First-author's address Editorial Board of Journal of Northwestern Polytechnical University, 710072, Xi'an, China

DOI:10.16811/j.cnki.1001-4314.2017.04.024

微信自2011年诞生以来,在短短的几年里,已成为人们不可或缺的社交工具和信息来源渠道。在微信“大潮”之下,很多期刊也开始将微信公众号应用在期刊编辑部的日常工作之中,而且部分期刊确实通过微信公众号的运营,有效地提升了自身的学术影响力和社会影响力;所以,微信公众号的运营和管理也成为期刊界的研究热点。

笔者在CNKI(中国知网)中进行搜索后发现,截至2016年12月31日,题名包含“期刊”和“微信”的文章共计146篇。有对微信公众号运营管理的思考,如王明华等论述了期刊微信公众号的运营策略^[1],程琴娟等总结了目前期刊微信公众号存在的问题并给出了自己的解决方案^[2]。还有以某一期刊为例,介绍微信公众号的运营经验,如余溢文等^[3]和吕冬梅等^[4]就分别以《同济大学学报》和《中国中药杂志》的微信公众号为例,结合自己的亲身经历和感触,探讨微信公

号的管理方法和运营策略。还有借助调查问卷和统计模型对科技学术期刊微信公众号的统计与分析,发现科技学术期刊开通微信公众号的总体比例并不如想象中的那样高。根据冀芳等^[5]的统计,截至2016年,533种CSSCI(中国社会科学引文索引)期刊中,仅有164种开通了微信公众号,开通率仅为30.77%。科技学术期刊开通微信公众号的比例甚至更低。王宝英^[6]调查了1200种CSCD(中国科学引文数据库)期刊,开通微信公众号的仅有283种,占全部CSCD期刊的23.6%。

所以,我们可以认为,微信公众号对于科技学术期刊而言仍是一个“新事物”,虽然大家都在使用微信,每天都要关注和浏览很多微信公众号,但对于微信公众号的类型和功能的区别,绝大多数人并不了解。什么是订阅号?什么是服务号?“认证”对微信公众号有什么意义?很多编辑部并没有一个清晰的概念。虽然马勇等对订阅号和服务号的功能也有简要概述^[7],但并未对认证订阅号、普通订阅号、认证服务号和普通服务号做进一步的区分和说明,其文章重点仍然是对既有微信公众号的统计和分析。

总之,目前关于科技学术期刊如何选择微信公众号的研究与微信公众号的热度明显不成比例;所以,本文将重点介绍微信公众号的类型及功能,以期能为期刊编辑部选择和申请微信公众号提供参考。

1 微信公众号的类型及功能区分

微信公众号分为订阅号、服务号和企业号。企业号在期刊领域暂时尚无应用,所以本文对企业号也不进行论述,订阅号和服务号是本文的研究重点。

订阅号和服务号都有认证和未认证之分。按照通常的表述方式,未进行认证的订阅号和服务号分别称为普通订阅号和普通认证号。本文后面也将沿用这种表述方式。这样,可供学术期刊出版单位选择的微信公众号共有4种,即普通订阅号、认证订阅号、普通服务号和认证服务号。

这4种类型的微信公众号可以归纳为2组比较对象,一组是订阅号和服务号,另一组是认证号和普通号。与服务号相比,订阅号侧重于主动推送,用户被动获取信息。服务号虽然也有部分推送功能,但它还是

*西北工业大学政策与战略研究基金项目(2017ZC:Y32)

更倾向于微信选单功能的开发,强调引导用户主动查询,并根据用户需求反馈相应信息。

认证号与普通号之间除了公信力不同之外,认证号在图文链接、微信支付等深度功能开放方面具有一

定优势;但普通号也能实现一些基本功能,这些功能对于大部分期刊编辑部而言已经足够了。

这4种类型的微信公众号的详细区别可参见表1。

表1 微信公众号功能区分一览表

功能特点	普通订阅号	认证订阅号	普通服务号	认证服务号
消息显示方式	“订阅号”文件夹内	“订阅号”文件夹内	好友列表内	好友列表内
认证费用	免费	300元/a	免费	300元/a
信息推送频度/数量	1条/d	1条/d	4条/月	4条/月
每条信息可包含的图文数量	8条	8条	8条	8条
图文编辑是否可插入超链接	无法实现	可实现	无法实现	可实现
申请微信支付	无法实现	可实现	无法实现	可实现
高级接口能力	不支持	部分支持	不支持	支持

2 科技学术期刊对于微信公众号的选择

2.1 认证订阅号

优点:公信力相对更强;可以实现超链接,即期刊论文的摘要或全文可以通过链接的形式由微信推广;可以实现微信支付,编辑部可以尝试相关费用的网上支付。

缺点:如果要保持每天推送,可能需要较高的人力成本,这对于大多数编辑部而言有一定的压力。

适合的期刊:认证订阅号对于那些在行业中具有较高影响力的期刊比较适合。这类期刊由于在行业内的影响力较高,微信订阅号开通后可以在短时间内获得相当大的关注度。编辑部也可以借助微信号,更好地宣传期刊,进一步提升期刊的学术影响力,从而在期刊和微信公众号之间形成良性互动。另一类适合开通认证订阅号的期刊是那些可以与大众生活衔接的学术期刊,如医学类期刊,健康和养生知识是每一个人都渴望了解的信息,现在各类健康养生信息鱼龙混杂、真假难辨,而医学期刊开通的微信公众号以其传统的严谨性、科学性和权威性往往更容易获得社会大众的认可和信任。

例如,《中国中药杂志》的微信用户已经超过9万人,平均每日增加150~200用户,平均周阅读次数超过10万人次^[4],不仅收获了很好的社会效益,而且通过微信广告等形式获得了一定的经济回报。《机械工程学报》《西北工业大学学报》《中国激光》《中国实用内科杂志》《同济大学学报(自然科学版)》《探索与争鸣》等刊物均采用的是认证订阅号。

2.2 普通订阅号

优点:以个人身份即可开通,不需要认证费,申请程序相对比较简便,开通速度相对较快。

缺点:无法申请微信支付;无法加入超链接;没有

认证也会对公众号的公信力有一定影响;虽然以个人身份就可以申请,但如果出现人员流动的情况,可能会对微信公众号的后续管理带来一些问题。

适合的期刊:普通订阅号对于高校和研究所下属的期刊还是比较适合的。由于体制所限,这些编辑部不具备独立法人资格,无法独立申请认证。同时,腾讯规定每个事业单位只能申请50个认证号。在当前的微信“浪潮”之下,这个数量对于一些体量较大的研究所和高校来说只能是“杯水车薪”。学术期刊在本单位一般也都不是核心机构,获得“认证”的难度较大;而普通订阅号的申请和管理简单灵活,虽然在功能上有一定限制,但也能保证“天天发消息”,实现宣传期刊、推广文章以及“粘合”读者的目的。此外,这些体制内的编辑部人员相对稳定,大多也都有本单位的经费支持,所以“微信支付”一类的延伸功能对它们而言并不是十分重要,这样,普通订阅号对于这类期刊就是最佳的选择了。

例如《机械科学与技术》的普通订阅号就嵌入了“当期目录”“过刊浏览”“稿件查询”等模块,方便作者查询相关信息;同时,每天发布1~2条与机械行业相关的信息,有效提升了期刊的行业影响力。此外,《工程力学》《力学进展》《化学进展》《机械设计》等期刊也都采用的是普通订阅号。

2.3 认证服务号

优点:可以直接将消息推送到用户列表中,相比订阅号显示度较高;高级接口能力比较丰富,后续发展潜力较大;由于每月只推送4次,人力成本的投入相对较少。

缺点:服务号只对企事业单位等机构开放,个人无法申请服务号,所以申请流程相对复杂;推送频次较少,可能会影响“粉丝”的黏性;虽然认证服务号每月只推送4条消息,但其功能开发的要求较高,一般需要

有专业人才和专业机构才能实现,这也在无形中加大了运营成本。

适合的期刊:认证服务号适合于那些在主办单位或管理机构中一般都有较高认可度的期刊。由于认证服务号的申请流程比较复杂,且需要上级单位的积极配合,所以没有上级单位的全力支持很难申请到;同时,采用认证服务号的学术期刊对于微信的功能开发往往也有更多的需求和思考。总之,申请认证服务号是需要一定的实力基础的。

例如,《航空学报》就采用了认证服务号。该刊在航空航天类期刊中一直处于领跑地位,行业影响力较大,其公众号对于业内人士具有较强的吸引力;同时,它隶属于北航传媒集团,已经完成了企业化改制,在机制上比较灵活;此外,微信公众号的深度开发和日常工作还可依托北航传媒集团的新媒体团队:所以,期刊编辑部在申请认证服务号前,需要对期刊的行业地位、社会影响力及自身的实力和可用资源进行认真评估。此外,《应用数学和力学》《计算数学》《爆炸与冲击》等刊也都申请了认证服务号。

2.4 普通服务号

优点:每月只需推送4条消息,且没有进一步开发功能的需要,所以人力投入相对较少。

缺点:虽然不需认证,但依然需要依托单位申请,所以申请流程较复杂;推送频次较少,且缺乏丰富的功能,所以“增粉”难度较大,且对粉丝的“黏性”较低。

适合的期刊:普通服务号适合那些希望借助微信提高期刊的传播力和影响力,却又缺乏足够的人力经营微信公众号的编辑部。普通服务号虽然没有认证服务号那样丰富的功能,但是一些常规的选单设置功能还是具备的,通过普通服务号可以实现论文进度查询,也可以链接到期刊网站,还可以开通期刊“微站”。

总之,普通服务号类似于一个基于手机移动端的期刊网站。例如,《光学精密工程》几乎不主动推送信息,但其微站的信息十分完备,完全可以满足读者和作者的各项需求。此外,《强激光与粒子束》《力学与实践》等刊也都选用的是普通服务号。

3 结束语

科技学术期刊应该尽早、尽快地开通适合自己的微信公众号。

首先,开通微信公众号可以在一定程度上抵制虚

假网站。当前几乎所有的科技学术期刊都或多或少地遭受着虚假网站的困扰,而截至目前尚未发现虚假微信公众号,编辑部可以引导作者通过微信公众号链接到编辑部的官网,尽可能避免虚假网站的侵害。

其次,尽早开通微信公众号是对科技学术期刊自身权利的维护。近些年来,关于网络域名、博客署名以及商标权利被他人抢先申请,甚至恶意注册的事件时有发生。微信公众号作为一种面向社会开放的公共资源,也不能排除会发生类似情况;所以,科技学术期刊更要在目前微信环境尚处健康的时期,尽快开通以自己期刊命名的微信公众号,从而避免将来可能产生的麻烦和争端。

最后,微信公众号可能会成为科技学术期刊市场化的重要手段。2012年,当时的新闻出版总署颁布了《关于报刊编辑部体制改革的实施办法》,明确提出了科技学术期刊市场化的发展方向。虽然后来因为种种原因该文件并未真正落实,但却也并未废止,“市场化”仍然是时刻悬在每一个期刊人头上的一把利刃:微信公众号则为学术期刊提供了一条由小众走向大众的入口,为未来可能产生的知识变现提供了技术上的支持,如果策略和方式得当,我们相信微信将在科技学术期刊市场化的过程中发挥十分重要的作用。

4 参考文献

- [1] 王明华,沙勤,郑晓南.微信公众平台在期刊运营中的作用[J].编辑学报,2014,26(3):272
- [2] 程琴娟,闫琼.学术期刊微信公众号存在的问题与改进策略[J].中国科技期刊研究,2015,26(4):380
- [3] 余溢文,陈爱萍,白林雪.学术期刊微信公众平台的传播策略及案例研究:以《同济大学学报》微信公众号为例[J].编辑学报,2015,27(8):388
- [4] 吕冬梅,杨驰,陈玲,等.科技期刊的微信创新定位与公众号运营:以《中国中药杂志》微信公众号为例[J].科技与出版,2016(6):16
- [5] 冀芳,王召露,张夏恒.人文社科类学术期刊微信公众平台的发展:基于533种CSSCI(2014—2015)来源期刊与607份问卷的调研数据[J].科技与出版,2016(11):75
- [6] 王宝英.中国科学引文数据库来源期刊微信公众号现状调查与分析[J].中国科技期刊研究,2016,27(1):85
- [7] 马勇,赵文义,孙守增.学术期刊对微信公众平台的功能选择分析[J].科技与出版,2014(9):77

(2017-01-03 收稿;2017-02-09 修回)