

学术期刊运营微信认证服务号的优势分析*

——以《新中医》期刊运营微信认证服务号为例

骆欢欢 刘美兰 郭桃美 郑锋玲

广州中医药大学期刊中心,510006,广州

摘要 探讨学术期刊运营微信认证服务号的优势,引发学术期刊对微信认证服务号应用的重视。通过分析学术期刊运营微信认证服务号在具体应用上的需求,指出学术期刊运营微信认证服务号的**品牌优势、信价优势及安全优势**。其中**品牌优势**在于认证期刊品牌,提高品牌到达率。**信价优势**在于用户分组,实现精准服务;客服接口,实现人工客服体验;公众平台的建设与维护,实现**兼职低成本高性价比运营**;支付接口,实现用户及运营方双方的安全便利。**安全优势**在于认证保护各方权益,授权提供更安全的信息服务。随着学术期刊微信公众平台建设的铺开,认证服务号将是学术期刊运营的优势选择。

关键词 微信认证服务号;学术期刊;运营需求;品牌优势;信价优势;安全优势

Analysis of advantages of academic journals operating authenticated WeChat service accounts: taking Journal of New Chinese Medicine for example // LUO Huanhuan, LIU Meilan, GUO Taomei, ZHENG Fengling

Abstract This paper aims to discuss the advantages of academic journals operating authenticated WeChat service accounts and draw the attention of academic journals to the application of authenticated WeChat service accounts. By analyzing the needs on specific application, it points out the brand advantage, price performance advantage as well as security advantage of academic journals operating the authenticated WeChat service accounts. The brand advantage lies in the authentication of periodical brands and the increase of brand reach. The price performance advantage rests with user group for accurate services, customer service interface for human customer service experience, construction and maintenance of public platforms for low-cost and cost-effective operation, and payment interface for the security and convenience of both users and operators. The security advantage is to authenticate and protect the rights and interests of all parties, and to authorize and provide safer information services. As the course of academic journals operating public platform unfolds, authenticated service accounts will become dominant options for the operation of academic journals.

Keywords authenticated WeChat service account; academic journal; operational needs; brand advantage; price performance advantage; security advantage

Authors' address Journal Publishing Center of Guangzhou University of Traditional Chinese Medicine, 510006, Guangzhou, China

DOI:10.16811/j.cnki.1001-4314.2017.05.021

在我国,以微信为代表的新媒体已经不可否认地给人们带来了工作、学习、生活方式的剧变。微信公众平台具有传播与阅读双向便捷、迅速,能有效利用碎片时间以及入门门槛低但认证信度较高等优势。众多学术期刊也与时俱进地努力开发和利用微信公众平台,以期更广阔地展示自己、服务受众^[1]。微信公众平台有3类:订阅号、服务号和企业号。企业号主要用于公司内部通信,不在本文讨论范围。另2类公众号中,区别于订阅号,服务号主要有以下特性:1)推送消息量少,但易于被关注;2)定位偏于服务交互;3)具有细致的自定义选单功能;4)经过认证的服务号具备微信支付功能及9大高级接口。正是微信认证服务号的这些特性使其更加与学术期刊新媒体运营需求相匹配。

1 学术期刊微信公众平台的运营需求

1.1 提升专业学界受众关注度 近年来,随着社会新科技的发展,纸媒传统意义上的运营模式逐渐不能满足读者对信息获取的需求,纸媒纷纷面临着转型发展的瓶颈。传统发行的纸质版学术期刊多数变为“藏品”,数字出版取而代之。微信公众平台作为新媒体的主流,其传播速度快,受众范围广,成本及门槛均较低,不受时间和空间的限制等优势,使其迅速成为众多纸媒继数字出版后提升受众关注度的重要工具,报纸、时政类期刊、文艺类期刊、生活类期刊、教辅类期刊、文摘类期刊,不一而同,微信公众平台的数量在2014年出现井喷^[2];但是,学术期刊本身有着较为明确的受众群体,其微信公众平台的运营目的不能等同于吸睛,而应着眼于专业学界及出版传媒、科学评价领域。有统计结果显示,学术期刊公众号中“僵尸号”高达44.28%^[3],提示相当一部分学术期刊开通微信公众号属于跟风行为,这是忽视微信公众号运营的结果,同时也是目标受众不明确、影响力评价不科学导致运营理念难于贯彻导致的。微信公众平台合理的定位相当于微信公众平台的灵魂^[4],失却合理的定位就无法确定目标受众,微信公众平台的运营就难于产生和传播精品及原创,最多只是行业动态、新闻、会议信息等,没有灵魂,

* 中国科协精品科技期刊工程协函字[2015]号——学术质量提升120

很难真正做出特色,也很难提升受众关注度与忠诚度。

1.2 构建有效专业学术圈 期刊编辑部的日常工作之一就是拓展学术圈,构建一个权威、有活力的评审专家库,培养一支有质有量的作者队伍,巩固一批忠诚度高、求知欲强的读者群体。可见,无论是作者、读者还是编辑,构建有效专业学术圈都是以人际交流为主要特征,使其找到认同及归属感。期刊的学术圈在传统管理模式,其交流平台受到极大的限制,已然不能满足各层面的要求。虽然编辑部依然按期费时费力费钱地开展编委会研讨会定稿会、征文比赛、专家讲座、优秀论文评比推荐等活动,但是宣传渠道狭窄,交流互动分裂,时间、空间因素受限明显,往往不能达到预期效果。随着“微时代”的到来,丰富的资源获取渠道、多元的交流服务形式打破了传统管理模式的局限性,使编辑部学术服务新格局的实现成为可能,对编辑部学术功能的转型、更有效构建专业学术圈具有一定的引领意义。

1.3 展示特色化的原创或精品学术内容 任何一个微信公众号是否吸引读者都取决于内容,以内容为王,公众号不仅可以提供最新目录及摘要、全文链接、过刊浏览检索,最重要的是推送具有学术特色的内容和以编辑工作特点为本的个性化内容,如以编辑、审稿专家的广角介绍学术专业进展及科学研究方式方法,抛出热点话题,引发受众关注讨论;以编辑的视角与经验介绍学术论文审读评价、论文撰写及投稿指引及心得,更好地帮助作者、读者“读论文、学论文、写论文、发论文”,同时达到良好的宣传效果。每一位学术刊物的编辑,其实都不仅仅是且也不甘于是一个小裁缝,默默无闻为学术论文裁裁剪剪制作“嫁衣”;每一名资深的学术刊物编辑都有自己的文学梦想及学术抱负,都有潜力根据自己的兴趣或学术热点追逐“时尚”,大刀阔斧、量体裁衣、原创设计。微信公众平台无疑给了编辑一个展示才华的舞台,精益求精的原创及精品也可以重新点燃编辑的工作激情;但是,编辑自身的本职工作是繁重的,所以原创及精品的推送提倡精益求精、以质取胜。

1.4 提供便捷安全的交互服务 学术刊物的传统编辑加工流程离不开作者、编辑、审稿专家、读者间的沟通交流。从作者计划撰稿投稿至最终稿件刊出,作者与编辑的直接交互、作者与审稿专家的间接联系、编辑与审稿专家的反复沟通,既往利用信件、网络、电话、邮件,周期均较长;近年来许多学术刊物运用采编系统大大节省了时间和人力,发表周期大幅度缩短;更有部分学术刊物尝试微信群、QQ群等即时通信工具,发表周期进一步缩短,但安全性、稳定性不能保证。从读者阅读期刊论文,至直接与编辑联系、间接或直接与论文通信作者联系,答疑解惑,所耗时间更不容忽视,同时还涉及

安全性、隐私性等因素,互动效率和交流效果让人望而却步。微信公众平台现仅向认证服务号免费开放9大高级技术接口,将个性化定制、精准服务的选择权交到平台运营者手上,运营者就能省时省力、安全有效地开发出自己的“智能客服”,大大提高了交互服务的便捷、安全程度。这9大技术接口包括了语音识别、客服接口、OAuth 2.0 网页授权、生成带参数二维码、获取用户地理位置、获取用户基本信息、获取关注者列表、用户分组接口以及上传下载多媒体文件。掌握了这些接口,期刊在便捷、精准服务和互动交流上无疑将锦上添花。

2 学术期刊微信认证服务号的品牌优势

2.1 认证期刊品牌,提高受众忠诚度 学术期刊一直是呈现学术权威的重要窗口,在新媒体领域,学术期刊的权威形象及品牌效应也需要权威进行认证。《新中医》期刊通过认证的服务号,在账号信息中注明账号主体为期刊主办单位(即提供资质材料的单位)——广州中医药大学,以及其事业单位的单位性质和认证时间;同时注明了《新中医》的商标名称、类型、有效期等商标保护信息及客服电话。这些信息较为权威及全面地呈现了《新中医》的名称及学术品牌,同时用户通过这些信息也一目了然该公众服务号是《新中医》的官方可信公众号,对公众号上发布的信息信赖度相应提高,并且忠诚度也较高,不会随意“取消关注”,而会作为一种资源信息长期保存。

此外,学术期刊的品牌价值有多种存在,其中影响力或知名度最大的非期刊名称莫属,因此,学术期刊的微信公众号应尽量以期刊名称命名;然而《新中医》的名称——“新中医”3个字,“短小精干”,但容易混淆,且已被一家中医医院注册,此时微信认证服务号的认证功能可以较为有效地解决这一难题。我们及时认证了“新中医杂志”这一名称并广而告之,认证功能可以帮助用户廓清视野,及时分辨“真假李逵”。

2.2 好友列表直接推送,提高品牌到达率 公众平台服务号每月(30 d)仅可以发送4条群发消息;但是这些消息会显示在用户聊天列表中,呈现消息提示音,并可根据用户需要随时设置或取消置顶。学术期刊即时性较差,所以期刊互动平台很难像新闻传媒、营销企业那样靠每日更新热点、挖掘新闻来保持用户的阅读率;同时,学术期刊的专业性较强,多是专业领域的刊物,不具备广泛吸引各层次用户的信息资源和人力物力条件及其迫切需求。《新中医》期刊微信认证服务号公众平台提倡少而精、学术原创的消息推送,切合中医学学术期刊公众平台的品牌运营需求,主要推送编辑原创的论文撰写心得、选题规划经验、论文佳作推荐、学

术新闻展读等,实实在在地想用户之所想;好友列表直接的推送形式,使好钢都用在刀刃上,期刊品牌到达率高;每周1次的推送频率可以较为合适地匹配本刊编辑的工作效率,慢工出细活,并及时配合用户冷却程度重新加温。每一次“新中医杂志”微信服务号推送论文撰写心得的内容,随之而来的用户关注程度与数量有一个刺激性上升,采编系统相关类型论文投稿数量同步提升,便是力证。《名家医话》《专家经验》从创刊以来,一直是《新中医》的名牌栏目,获得众多读者的青睐,也是占本刊4000余份的年稿件总量1/3强的热点;但是事实上,真正能挖掘经验、总结融汇的作者少之又少,多数老专家的数十年临床经验得不到继承发扬,稿件令人扼腕而退稿。针对这一情况,我们推送了专家经验撰写心得及佳作赏析,接到了大量作者的线上线下咨询,随之经验类稿件数量反比往年下降了近100份,但质量却稳步提升。这可能提示部分作者放弃了盲目的模仿行为,转而有迹可循地进行整理总结工作。2017年我们更是量体裁衣规划了《国医大师漫话》专栏,实现了良性循环,让更多的国医大师的临证所得可以更加广泛、及时、更有效地服务于临床。

3 学术期刊微信认证服务号的信价优势

3.1 用户分组,实现精准服务 微信认证服务号开放了生成带参数二维码、获取用户地理位置、获取用户基本信息、获取关注者列表、用户分组接口等高级接口,可以批量获取用户基本信息并分组。可以将期刊中的一些学术论文与当前研究热点相结合,推送给同一学科或亚学科组别用户,构建学科或亚学科学术圈,实现信息的精准推送,从而高信价比地实现了作者、读者信息管理,并进一步提高期刊的关注度^[5]。如“新中医杂志”微信认证服务号即根据期刊的专栏(临床研究、专家经验、实验研究等)及学科(内科、外科、妇科、儿科、耳鼻喉科、眼科、针灸推拿、中药药理)进行了分组,再根据分组有针对性地推送消息。之后,在上述用户信息大数据的基础上,结合期刊完善的CRM(Customer Relationship Management)管理系统,并与微信打通,实现了期刊受众的类会员模式及管理。2016年9月本刊应中华中医药学会及中国科协邀请,举办了一次期刊数字化研讨会暨中青年编辑微信公众平台沙龙,我们对参加该次会议的众多编辑推送了“新中医杂志”的微信服务号,并将他们列为一组,前期的议题、议程等信息,后续的活动集结成果均精准推送给他们,这即是一个高信价比的CRM管理平台;但是,此处值得一提的是,在此次数字化研讨会暨中青年编辑微信公众平台沙龙中,我们同时开发了“青囊(中医学的

别称)行”的微信会议公众号(第三方平台),用于会议签到、群发临时通知、现场讨论、调查统计,可谓事半功倍、得心应手,现已成为学术会议的首选及必备。

3.2 客服接口,实现人工客服体验 目前较为多见的期刊微信平台客服模式是,运营者事先在数据库中录入一些期刊的基本信息,并根据读者可能提出的问题设置关键词及答案,读者提出问题后,微信公众号利用信息检索功能,从期刊基本信息中自动提取出最符合读者查询的答案反馈给读者;但是,这样的答案时常是无效的,不准确的,可能会出现答非所问的不良用户体验。利用微信认证服务号现已开通的客服接口,“新中医杂志”微信认证服务号现已可以通过客服接口,在用户发送过消息的24h内,主动向用户回复消息,及时解决用户投稿、查稿、阅读、购刊等的疑问。这一方面提高了本刊服务号针对性发送消息的能力,另一方面,利用服务号及时服务用户,可以为经费运营并不宽裕的编辑部低成本地实现人工客服的体验,让用户体验更加精准到位。

此外,微信认证服务号还可以在备注处标明客服电话,方便用户寻求人工服务。这也是订阅号所不具备的,更直接地体现了服务号交互服务的本质特征。《新中医》的客服电话设置为办公室座机,在工作日上班时每天服务7h,由负责微信认证服务号、采编系统、App客户端的网络编辑接听,可以及时、灵活、综合、全面地解决读者、作者、用户的迫切需求,如版面费的缴纳与跟进、论文审理的进程与确认、用户账号的信息与变更等,急之所急,想之所想。

3.3 公众平台的建设与维护,实现兼职低成本高信价比运营 微信公众平台由腾讯公司开发并维护,运营者无须花费大量经费及投入大量人员进行建设和维护。“新中医杂志”微信认证服务号仅配备1名兼职网络编辑(同时还兼职编务、财务及行政事务),就可以利用腾讯成熟、稳定、兼容的现有生成模块对期刊服务号功能选单、界面、期刊公众号二维码进行生成、个性化建设等。同时,我们将微信平台的接口授权给勤云的采编系统(北京勤云科技有限公司提供了技术支持),就可进一步对接解决用户投稿、查询、退修、重传等需求。

3.4 支付接口,实现用户及运营方双方的安全便利 “微信是一种生活方式”,微信支付正是微信商业化闭环中一项重要的功能。申请微信支付接口,首先需要申请成为认证服务号,之后通过开发接口文档的指引完成开发,签订合同并缴纳保证金后,才能开通微信支付。在风险防控方面,认证服务号为支付功能提供了全方位的保障,除依托已有腾讯完善的安全防范体系外,还加强了审核、制裁、用户财产保护策略的严谨度,

假冒和钓鱼网页没有乘虚而入的机会。此外,微信支付还联合 PICC 推出 100% 全赔保障。未来期刊发展的趋势,移动互联网金融在学术期刊的应用也必须得到应有的关注和重视^[6]。微信认证服务号提供了支付接口,运营者可以申请。《新中医》一直按照国家及行业相关规定收取版面费,也按月发行少量期刊、全年合订本等。目前“新中医杂志”微信认证服务号正在筹备开通微信支付。亟待解决的问题在于主办单位的财务授权限制,解决后将来用户可在此订阅或者购买纸质版整期期刊(“新中医杂志”微信认证服务号提供电子版期刊的免费全文阅读及免费 PDF 全文下载)、全年期刊、合订本等,甚至可以缴纳版面费。作为移动生活模式成型的重要一步,开放的公众平台+全面开放的支付功能,将深刻影响移动互联网未来的发展。

4 学术期刊微信认证服务号的安全优势

4.1 认证可保护各方权益 目前虚假学术期刊网站、新媒体等屡见不鲜,相关不法活动让作者深受其害。比如 2016 年 4 月以前,在传统的互联网中,一些论文中介伪装成《新中医》学术期刊官方主页,并且操纵其在搜索引擎中的排名,使得一些作者在缺乏官方网址、投稿方式等相关可信信息源的情况下受骗,遭受财产损失^[7]。对《新中医》微信公众号“新中医杂志”进行认证,我们多渠道建议及提醒作者、读者通过微信认证服务号跳转采编系统、确认投稿信息、复核录取通知,可有效防止虚假消息的发布,保护用户及期刊的权益,增强作者对期刊的信心。

4.2 授权可提供更安全的信息 OAuth 2.0 网页授权接口也是微信认证服务号的 9 大接口之一。OAuth 是一个开放协议,允许用户让某微信认证服务号以安全且标准的方式获取该用户在某一网站、移动或桌面应用上存储的私密的资源,而无须将用户名和密码提供给该服务号。OAuth 允许用户提供一个令牌,而不是用户名和密码来访问他们存放在特定服务提供者的数据。每一个令牌授权一个在特定的时段特定的网站访问特定的资源,而不需要分享他们的访问许可或他们数据的所有内容^[8]。《新中医》通过“新中医杂志”微信认证服务号的这一接口,在用户授权后安全地访问用户特定信息,为服务号更实际、有效地对接采编系统等形成了一个闭环,提供了安全保证。

5 结束语

传统纸质期刊的发展趋势日渐明晰,期刊运营模式已由重论文向重交互转型,传统的以论文为中心的模式依然是基础模式;但是,以交流服务为主的新媒体

模式的作用也以绝对不可忽略的趋势,影响着包括科学评价、出版发行等在内的方方面面。微信公众平台在提升期刊运营效果和质量上起到了非常重要的推动作用。期刊认证服务号基本资料展示充分,期刊名片效用得以发挥,提高忠诚度和用户黏性;认证后开放的 9 大接口可以有特色地实现精准服务和人工客服体验,并提供更安全的信息服务;支付接口,则实现用户及运营方双方的安全便利;快捷准确的投稿稿件进度查询、已发表论文检索均是受作者、读者青睐的用户体验。在遵循传统模式的框架下,结合微信认证服务号,吸引各类人群关注期刊及其认证服务号,构建有效专业学术圈,提升专业学界受众关注度,已成为学术期刊充分利用新媒体,实现线上线下融合共进的优势选择。

然而,目前本刊微信认证服务号的运营仍有一些不容忽视的短板,即微信认证服务号运营的直接经济效益与投入之间的格格不入,及其相关的定位及规范。由于微信认证服务号内容、用户等的极度精准性,其直接经济效益不容乐观,且难于实现。本刊也曾尝试将期刊多年合作的广告免费套入微信认证服务号,初期几乎石沉大海地未产生任何效应,后期反而受到用户的质疑,从而不了了之。如何在新媒体的开发中,尤其是微信认证服务号的开发中,建立黏性关系,实现直接经济效益,不仅节流更能开源,既不能完全照搬订阅号广告模式,也不能全盘摒弃,是微信认证服务号发展不可回避的课题。

6 参考文献

- [1] 陈唯真. 在新媒体时代传统科技期刊如何实现跨越式发展[J]. 中国科技期刊研究, 2013, 24(3): 561
- [2] 廖丰. 微信用户数量大[EB/OL]. [2016-12-02]. http://finance.ifeng.com/a/20140815/12929169_0.shtml
- [3] 张艳萍. 科技期刊的微信公众号运营模式研究:基于 4 种核心科技期刊的量化分析[J]. 中国科技期刊研究, 2015, 26(5): 524
- [4] 裴俏. 微信公众平台与期刊发展的关系[J]. 新闻传播, 2014(7): 71
- [5] 宋锦玉, 赵杉林, 陈平, 等. 3G 时代科技期刊如何利用微信出版提高影响力[J]. 编辑学报, 2015, 27(4): 386
- [6] 谢文亮. 移动互联网时代学术期刊的微信公众号服务模式创新[J]. 中国科技期刊研究, 2015, 26(1): 65
- [7] 吴根范, 王青. 网络环境下科技期刊出版的特点、问题及发展建议[J]. 编辑学报, 2009, 21(3): 252
- [8] 恽海艳. 学术期刊微信公众平台的应用与推广[J]. 编辑学报, 2016, 28(6): 579

(2016-12-10 收稿; 2017-02-20 修回)