

# 面向科技成果转化的林业科技期刊 微信公众号运营策略研究\*

劳万里<sup>1,2)</sup> 陈怡<sup>2)</sup> 徐佳鹤<sup>1,2)</sup> 唐召群<sup>2)</sup>†

1) 中国林业科学研究院林业新技术研究所; 2) 中国林业科学研究院木材工业研究所; 100091, 北京

**摘要** 为进一步促进林业科技成果的转移转化,进而助推生态文明建设,通过访问期刊官方网站、微信搜索结合实地走访调研的方法,总结林业科技核心期刊微信公众号的运营现状,并利用文献研究和对比研究的方法对其进行系统分析。发现林业科技核心期刊微信公众号定位过于局限,整体建设水平低,对科技成果宣传力度小。在此基础上,以加强林业科技成果的宣传推介为着力点,从人才培养、平台构建和内容推送3个层面,提出了林业科技期刊微信公众号的运营策略体系。

**关键词** 林业; 科技成果; 转移转化; 科技期刊; 微信公众号

**Research on WeChat official account operation strategy of forestry journals for the transformation of scientific achievements//** LAO Wanli, CHEN Yi, XU Jiahe, TANG Zhaoqun

**Abstract** In order to promote the forestry research achievements transformation and help to improve ecological civilization construction, we investigated the operation status of WeChat official account for forestry core journals by visiting journal websites, WeChat searching and field researching, and analyzed the application status by the literature review and comparative analysis. Our results show that the positioning of WeChat official account was limited, the construction level was low, and the forestry scientific achievements cannot be well spread. Based on increasing publicity efforts as the focus, we put forward the operation strategy system of WeChat official account for forestry scientific journals from the perspectives of talents cultivation, platform construction and content construction.

**Keywords** forestry; scientific and technological achievements; transformation; scientific journals; WeChat official account

**First-author's address** Research Institute of Wood Industry, Chinese Academy of Forestry (CAF), 100091, Beijing, China

**DOI:**10.16811/j.cnki.1001-4314.2020.01.020

党的十八大以来,生态文明建设放在了国家全局工作的突出地位<sup>[1]</sup>。作为生态文明建设的主体,林业唯有通过科技创新,并将取得的科技成果转化为现实的生产力,才能抓住机遇,实现高质量发展,进而助推生态文明建设。据统计,“十二五”以来,我国取得了4 768项林业科技成果,22项国家科技奖,其中,2 200多项成果得到了转化,转化率为55%。与发达国家

78%的林业科技成果转化率相比,我国林业科技成果转化率不高,仍有较大提升空间<sup>[2]</sup>。林业科技成果转化是一项复杂的系统工程,制约我国林业科技成果转化的因素很多,其中,对林业科技成果的宣传力度不足是关键因素之一<sup>[3]</sup>。一方面是林业科技成果的供给方找不到合适的单位进行转化,另一方面是林业科技成果的需求方找不到所需的科技成果<sup>[4]</sup>;因此,为进一步促进林业科技成果的转化,加大对成果的宣传力度和创新宣传方式尤为重要。

林业科技期刊是林业科技成果发布、展示与传播的重要平台。随着移动互联网技术的发展与普及,信息传递的方式不断变革,读者的阅读需求和阅读习惯也发生了很大变化,林业科技期刊亟待引入互联网思维和技术,充分利用移动新媒体的特点,建立林业科技成果宣传展示的信息化平台,拓宽传播途径,对提高林业科技成果转化率具有积极的推动作用。

微信公众号是当下最具代表性的移动新媒体之一,也是国内科技期刊应用最为普遍的新媒体。目前关于科技期刊微信公众号的研究内容主要涉及平台设计与构建<sup>[5]</sup>、应用现状与对策<sup>[6]</sup>、服务期刊出版与内容建设<sup>[7]</sup>、运营评价体系<sup>[8]</sup>、运营人才培养<sup>[9]</sup>、内容策划<sup>[10]</sup>、版权保护等7个方面<sup>[11]</sup>。然而,从促进科技成果转化的视角探讨科技期刊微信公众号运营策略的研究尚未有报道。

鉴于此,本文以国内林业核心科技期刊为研究对象,系统分析其微信公众号的运营现状,并从促进科技成果转化的视角提出了发展建议。

## 1 林业科技期刊微信公众号的运营现状

### 1.1 人才建设

为调研微信公众号运营团队建设情况,我们走访了大部分主流林业科技期刊编辑部,经了解发现林业科技期刊编辑部尚未建立微信公众号运营团队,大部分林业科技期刊的微信公众号由杂志编辑兼职运营,没有系统规律的运营计划,只是在纸版期刊出版之余,简单发布一下编辑部的动态和论文目录。需要指出的是,《木材工业》《林产工业》《南京林业大学学报(自

\* 中央级公益性科研院所基本科研业务费专项资金项目(CAFYBB2019SY047)

† 通信作者

然科学版)》和《林业工程学报》4家编辑部均安排了1名编辑负责微信公众号的运营,初步形成了系统规律的运营状态;但是由于专业局限,传统编辑并不擅长美编、设计、文案撰写、商务推广等新媒体工作内容,且还需要完成杂志社安排的其他日常工作,精力有限,并不

能全力开展微信公众号的运营探索。

## 1.2 平台构建

通过逐一关注林业核心科技期刊微信公众号,对其建设现状及运营情况进行了调研,结果见表1。

表1 林业核心科技期刊微信公众号建设及推送内容概况(调研日期:2019年9月)

期刊名称	开通日期	类型	认证情况	自定义选单	关键词回复	推送频次/(条/月)	主要推送内容
林业科学	2015-06	服务号	是	网刊/稿件查询、网站链接	无	2	编辑部动态、期刊目次
林业科学研究	2019-04	服务号	是	网刊/稿件查询、期刊信息	无	0	无
北京林业大学学报	2016-09	服务号	是	网刊/稿件查询、期刊信息	无	0.5	编辑部动态、期刊目次
中南林业科技大学学报	2016-11	服务号	是	网刊/稿件查询、期刊信息	无	1	编辑部动态、期刊目次
南京林业大学学报(自然科学版)	2017-05	服务号	是	网刊/稿件查询、期刊信息	无	16	论文、期刊目次、编辑部动态
经济林研究	2016-11	服务号	是	网刊/稿件查询、期刊信息	无	0.8	期刊目次
东北林业大学学报	2017-07	订阅号	否	无	无	0	无
西北林学院学报	2016-10	订阅号	是	无	无	0.4	期刊目次、编辑部动态
浙江农林大学学报	2014-12	服务号	是	网刊/稿件查询、期刊信息	无	0.8	期刊目次、编辑部动态
森林与环境学报	2017-11	服务号	否	网刊/稿件查询、期刊信息	无	0.3	编辑部动态
世界林业研究	2019-01	服务号	是	网刊/稿件查询、期刊信息	无	2.4	论文、编辑部动态
林业资源管理	2016-03	订阅号	是	论文导读、期刊信息	无	1.6	期刊目次、编辑部动态
西南林业大学学报(自然科学版)	2018-07	订阅号	是	投稿系统、稿件查询、期刊信息	无	0.3	期刊目次
林业工程学报	2016-03	订阅号	是	网刊/稿件查询、期刊信息	无	20.2	论文、编辑部动态
林产化学与工业	2019-03	订阅号	是	网刊/稿件查询、期刊信息	无	1	期刊目次、编辑部动态
生物质化学工程	2019-03	订阅号	是	网刊/稿件查询、期刊信息	无	0	无
木材工业	2015-08	订阅号	是	主办单位简介、期刊信息、广告征订	无	13.4	期刊目次、行业资讯、会议通知、技术进展、人物专访、政策标准
林产工业	2013-11	订阅号	是	主办单位简介、期刊信息、历史推送信息	无	21.7	期刊目次、编辑部动态、会议通知、人物访谈、政策专利
Journal of Forestry Research	2016-04	订阅号	否	网刊/稿件查询、期刊信息	无	0.5	期刊目次、编辑部动态

由表1可知,林业核心科技期刊开通公众号的时间较晚,新媒体意识觉醒缓慢,绝大部分期刊是在2016年以后陆续申请注册微信公众号的。其中,服务号和订阅号分别占47.4%和52.6%,认证比率为84.2%。目前绝大部分林业核心科技期刊微信公众号均设置了自定义选单,内容主要是网络期刊的在线浏览、稿件的在线查询,以及编辑部动态、期刊简介、联系方式等期刊信息。只有《东北林业大学学报》和《西北林学院学报》的公号未设置自定义选单。尚未有林业核心科技期刊公号利用平台的关键词自动回复功能。

综上所述,目前林业核心科技期刊微信公众号的建设水平较低,平台的定位尚停留在服务纸版期刊的层面,以论文发布、文章投稿和稿件查询为主。

## 1.3 推送内容

对林业核心科技期刊微信公众号2018年9月1日至2019年8月31日的推文情况进行了统计(表1)。

由表1可知,从推送频次来看,绝大多数林业核心

科技期刊微信公众号的推文频次过低,每周尚不能保证发布1篇文章。《南京林业大学学报(自然科学版)》和《木材工业》每2天发布1篇文章,《林业工程学报》和《林产工业》的发文频次较高,基本上每天都有更新。

从推送内容来看,目前林业核心科技期刊微信公众号的发布内容以纸版期刊的目次及编辑部的日常动态为主,部分期刊还挑选了科技论文进行推介;但都基本上是将原文照搬至微信公众号上发布,并未根据移动端微信平台的特点和读者的阅读习惯进行深度二次加工。因此,大部分林业核心科技期刊的微信公众号文章的阅读数偏低,少则几十,多则三五百,篇均阅读数尚处于较低水平。《木材工业》和《林产工业》微信公众号报道内容范围已扩展至行业新闻、行业政策、标准、专利以及行业人士的专访等,初步具备了一定的影响力。

总体来看,目前我国绝大部分林业核心科技期刊微信公众号的选题和策划能力较弱,基本上是以转发

纸版期刊的论文或编辑部日常动态为主,林业科技成果的宣传推介力度很小,尚未充分发挥林业科技期刊在传播科技成果,进而促进其转化为实际生产力的桥梁纽带作用。

## 2 利用微信公众号促进成果转化的策略

### 2.1 加强人才建设

1) 设立专职运营人员。大部分林业科技期刊编辑部较弱小,且由于体制机制原因,人才引进方面受限制;因此,可以在编辑部内部安排1名青年编辑专职负责微信公众号的运营,并利用自身便利条件,在所在高校或科研机构聘任1~2名思维活跃、具有一定美术功底及文案撰写经验的学生兼职,利用业余时间配合微信公众号的运营。如此初步形成了1个小型运营团队,且综合人力成本较低。由青年编辑牵头,负责制定团队管理考评机制及运营计划,并分配任务,培训兼职学生。

2) 加强运营人才培养。林业科技期刊管理人员应给青年编辑更大空间和更多的机会,加强对微信公众号运营负责人的培养。具体可从以下几方面着手:一是鼓励积极参加期刊行业新媒体方面的培训会,同时还可选择参加其他行业新媒体运营经验交流会,借鉴不同行业的运营理念,以此提升新媒体运营经验和技巧;二是鼓励持续学习国家最新的科技成果转化政策、法规、方案以及通知等,密切关注最新变化,用以作为公号运营的准绳,及时调整运营方向和策略;三是鼓励定期参加学术研讨会和行业会议等产学研用的交流活动,掌握前沿学术研究和最新行业需求,并与相关领域的专家和企业家建立稳定的联系。

### 2.2 优化平台功能

1) 总体原则。打破纸版期刊的局限,以“互联网+”科技成果转移转化为核心,以需求为导向,连接科研院所、高校、企业和中介机构等各类成果转移转化要素,打造线上与线下相结合的技术交易服务平台。

2) 功能设计。依托微信公众号的自定义菜单功能,应针对科技成果的供方、需方的不同需求,对林业科技期刊微信公众号进行模块化设计,总体结构如图1所示。

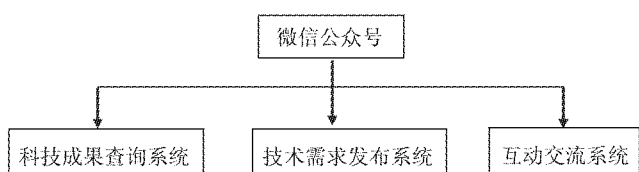


图1 林业科技期刊微信平台总体结构

其中:科技成果查询系统应通过高级开发后链接至国家林业科技推广成果库管理信息系统和国家科技成果展示平台,便于用户根据需要通过关键词检索系统收录的科技成果信息;技术需求发布系统可将日常采集得到的行业技术需求,通过图文形式链接至此系统内,分类整理,定期更新;互动交流系统,建立微信交流群、微社区、微论坛等科技成果供方、需方及中介结构交流平台,并有效链接至互动交流系统内,实现导流与共享。

### 2.3 丰富推送内容

1) 密切关注国家促进科技成果转移转化的方针政策。国家为加快推动科技成果转化为现实生产力,出台了一系列方针政策。这是国家层面的重要战略部署,也是科技成果转移转化的根本遵循和政策保障。因此,林业科技期刊应予以密切关注。可针对国家相关政策法规,结合所在学科实际情况,邀请相关领域的专家、学者及企业家进行全方位解读,或就成果转化供需双方关注的热点问题,对行业领导和专家进行深度采访,最后以图文或视频形式发布。

2) 围绕用户需求,定期发布先进适用林业科技成果。林业科技期刊应该结合所在学科特点,围绕目标用户的需求,遴选国家林业和草原局发布的科技成果、中国林学会和中国林产工业协会等相关学会和协会鉴定的成果、林业科研机构 and 高等院校公布的成果以及企业自主研发的成果等,以适合移动端的传播形式,从不同角度加以呈现和发布,加强科技成果宣传推介,为用户提供精准的林业科技成果信息服务。

3) 聚焦林业产业转型升级需求,采集企业技术瓶颈进行招标。林业科技期刊编辑都是相关领域的专业人士,应充分发挥自身专业优势,充分利用自身的资源优势,聚焦当前林业产业转型升级的技术需求,深入行业一线调研林业企业在创新发展过程中面临的瓶颈,与企业建立技术信息共享机制,定期采集企业的创新需求,并在微信公众号进行公开招标,促进林业技术招标、交易市场的稳步发展。

4) 针对林业科技成果转移转化过程中的难点,提供咨询服务。林业科技期刊编辑应与我国政府部门的主管领导,林业领域的知名专家、学者及企业家等建立密切的联系,从而拥有雄厚的“产学研用”资源;面对科技成果转移转化过程中的痛点与难点,我国林业科技期刊编辑部可以充当“中介”的角色,为从事林业科技成果转化工作的相关人士提供咨询辅导服务,加强供需双方的有效对接。

5) 与纸刊相互配合,实现科技成果立体化传播。林业科技期刊编辑部在文章初审和选题策划时,应对具有应用价值或潜在应用价值的成果有所侧重,酌情

在纸刊开辟“科技成果”专栏,刊登具有一定推广潜力的创新实用技术,并定期收集发布科技报告、标准、专利等知识产权信息,加强林业科技成果信息汇交与关联。微信公众号运营人员应对纸刊报道的科技成果内容,结合微信的传播特点,进行二次编辑加工后,及时予以发布,与纸刊相互配合,弥补纸媒的局限,实现对科技成果立体化传播。运营人员还应深入分析微信的传播效果和用户的阅读需求,据此指导纸刊“科技成果”专栏的选题策划和报道方向。

### 3 结束语

提高林业科技成果转移转化率对促进生态文明建设具有重要意义。作为林业科技成果宣传展示的重要窗口,目前林业核心科技期刊仍以出版学术论文为主要任务,对林业科技成果的宣传推介不重视。移动互联网时代,林业科技期刊亟待通过微信公众号加大力度宣传科技成果。对此,本文从人才培养、平台构建和推送内容等3个维度,初步构建了林业科技期刊微信公众号运营策略体系。

### 4 参考文献

- [1] 孙文营. 生态文明建设在“五位一体”总布局中的地位和作用[J]. 山东社会科学, 2013(8): 12
- [2] 白江迪, 刘俊昌, 谭盼. 林业推广服务与技术应用的效率及协同度研究[J]. 农业现代化研究, 2018, 39(5): 856
- [3] 卢佳. 浅谈林业科技成果转化现状及策略研究[J]. 科技风, 2018(15): 202
- [4] 彭鹏飞, 祝彦杰, 宋红竹, 等. 基于信息化的国家林业科技推广成果库探析[J]. 福建林业科技, 2017, 44(1): 69
- [5] 余溢文, 虞蓓蓓, 赵惠祥. 基于微信平台的学术期刊交流平台构建研究[J]. 中国科技期刊研究, 2014, 25(5): 664
- [6] 钱筠, 郑志民. 中国科技核心期刊微信公众平台的应用现状及对策分析[J]. 编辑学报, 2015, 27(4): 379
- [7] 邓春. 借助微信公众号提升科技期刊内容建设[J]. 科技与出版, 2016, 35(1): 47
- [8] 冀芳, 张夏恒. 学术期刊微信公众号影响力研究: 基于5种CSSCI来源期刊的实证分析[J]. 情报杂志, 2016, 35(4): 147
- [9] 陈晓堂. 科技期刊新媒体编辑应加强自我修养[J]. 编辑学报, 2017, 29(6): 599
- [10] 付丽萍, 代万雷, 李仲先. 科技期刊微信公众号优质内容的创作思路[J]. 出版广角, 2018(10): 50
- [11] 魏新. 学术期刊微信公众号著作权问题探析[J]. 中国出版, 2018(3): 51  
(2019-10-08收稿;2019-12-17修回)
- 
- [上接第75页]**
- [3] 杨继涛, 潘新社. 科技期刊对网络侵权现象的防范措施[J]. 中国科技期刊研究, 2016, 27(10): 1076
- [4] 罗云梅, 蒲素清, 李纓来, 等. 华西期刊社1748篇疑似学术不端稿件的分析[J]. 编辑学报, 2018, 30(3): 278
- [5] 马爱芳, 王宝英. 中文科技期刊非法网站现状及其对策研究[J]. 中国科技期刊研究, 2016, 27(4): 401
- [6] 湛江. 学术期刊投稿方式的发布情况研究[J]. 新闻研究导刊, 2016, 7(21): 19
- [7] 2018上半年中国移动搜索市场监测报告[EB]. (2018-07-27)[2019-09-01]. <http://www.iimedia.cn/61979.html>
- [8] 郭俊霞, 高城, 许南山. 基于网页浏览日志的用户行为分析[J]. 计算机科学, 2014, 41(3): 110
- [9] 杨德胜, 王昕. 刍议医学学术期刊网站功能的优化[J]. 传播与版权, 2017(1): 128
- [10] 王明华, 沙勤, 顾凯, 等. 学术期刊独立网站网络传播环境特征及其品牌拓展[J]. 编辑学报, 2015, 27(2): 112
- [11] 程维红, 任胜利, 路文如, 等. 中国科技核心期刊网站建设现状[J]. 中国科技期刊研究, 2011, 22(5): 649
- [12] 李若溪, 游中胜, 田海江, 等. 我国学术期刊的网站建设现状调查与网络期刊进化趋势分析[J]. 中国科技期刊研究, 2013, 24(6): 1049
- [13] 张义, 陈怡平. 科技期刊假冒网站应对措施[J]. 科技与出版, 2016(7): 35
- [14] 杨继涛, 潘新社. 科技期刊对网络侵权现象的防范措施[J]. 中国科技期刊研究, 2016, 27(10): 1076
- [15] 王艳军. 有关我国假冒学术期刊网站侵权的研究进展及取得的初步成效[J]. 编辑学报, 2017, 29(4): 331
- [16] 李四克. 图书馆学核心期刊网络投稿研究[J]. 湖北科技学院学报, 2018, 38(5): 115
- [17] 赵勋. 论搜索引擎服务的准公共产品属性与竞价排名[J]. 理论导刊, 2011(2): 61
- [18] 易浩, 郭铁成, 熊芝兰. 浅谈网络搜索引擎在期刊工作中的作用[J]. 科技与出版, 2004(6): 49  
(2019-09-18收稿;2019-12-20修回)