

# 中国护理科技核心期刊微信公众号运营优化策略

吴艳妮 周春兰 李柴秀<sup>†</sup>

南方医科大学南方医院《护理学报》编辑部,510515,广州

**摘要** 随着手机阅读的普及,微信公众号逐渐成为期刊出版和转型的智能平台。本文针对2020年版中国科技期刊引证报告(核心版)收录的10种护理科技核心期刊微信公众号平台运营情况,提出相关优化策略。认为在智媒体时代背景下,清晰明确的平台功能和用户定位是护理科技期刊微信公众号达到高质量运营效果的关键点,并基于此实现基本信息完善、有针对性的选题和内容策划及分享交流,以不断创新运营方式,打造有影响力的特色期刊公众号平台。

**关键词** 护理;科技期刊;微信公众号;优化策略

**Operational optimization strategies for WeChat public platforms of the China's nursing journals//WU Yanni, ZHOU Chunlan, LI Chaixiu**

**Abstract** With the popularity of mobile reading, WeChat public platform has gradually become an intelligent platform for journal's publishing and transformation. Based on analyzing the operation situation of all the ten Chinese nursing journals included in the 2020 edition of the China Science and Technology Journal Citation Reports (core edition), we propose relevant optimization strategies of WeChat public platforms for these journals. We think that, in the era of intelligent media, a clear position is the key point for the Chinese nursing journals. In order to constantly innovate the operation and build an influential WeChat public platform of journal characteristic, the effective measures are realizing improved basic information, elaborating topic selection and content planning, and constant interaction.

**Keywords** nursing; scientific journals; WeChat public platform; optimization strategy

**Authors' address** Southern Medical University, 510515, Guangzhou, China

**DOI:**10.16811/j.cnki.1001-4314.2021.03.018

微信公众号平台因其突出的数字阅读功能,已成为传统媒体数字化转型的主要渠道之一。自其2012年8月正式上线后,各科技期刊也在逐渐开发这一智媒体领域,使读者可以随时随地在线阅读,收获了良好的社会评价和公众效应。科技期刊是国内期刊的重要组成部分,不少学者也开始“期刊+微信公众号”的相关研究。孔薇<sup>[1]</sup>总结出运营公众号的关键途径;张杨<sup>[2]</sup>找出了期刊公众号3种典型运营模式的成功要点;俞敏等<sup>[3]</sup>提炼了策划微信选题的经验;徐小明等<sup>[4]</sup>分析了医学期刊微信公众号存在的问题并提出

相应的改进措施。但目前还未见对护理科技期刊微信公众号运营状况及优化策略的相关研究,因此,本文分析智媒体时代背景下的10家护理类中国科技核心期刊微信公众号的运营现状,总结目前存在的优势和不足,并提出针对性的优化运营策略。

## 1 对象与方法

### 1.1 研究对象

以2020年版中国科技期刊引证报告(核心版)收录的10种护理类中国科技核心期刊(中国科技统计源期刊)为研究对象,分析各期刊微信公众号平台的开通、基本信息和2020年6—12月间的运营现状。

### 1.2 评价指标及提取方法

**1.2.1 评价指标** 查看10种护理科技核心期刊微信公众号的基本信息,如名称、微信号、微信头像、微信传播指数(WeChat Communication Index,简称WCI)、集中推送时间、自定义菜单栏目设置、推文内容、编排形式及“阅读”和“留言”系统的应用情况,并统计2020年6—12月各期刊公众号推文的最高阅读量和对应的主题类型及总发文量、月发文量。WCI由清博大数据平台发布,在学术和专业研究中被广泛应用于衡量微信公众号的整体传播力和影响力。

**1.2.2 资料提取过程及方法** 数据信息查询使用微信公众号、各期刊官网和各期刊编辑人员电话回复内容及清博指数网站(www.gsdata.cn)。

首先,通过微信公众号“添加朋友”以期刊名称为关键词搜索相应的期刊名并关注,若未能搜索到,则在网页搜索期刊的官网,查看官网界面、期刊公告、杂志封面、最新目录文章PDF或电话咨询杂志社确认是否有微信公众号。其次,通过手机端各期刊微信公众号和清博指数网站公众号搜索,查找并记录各期刊微信公众号的基本情况,即名称、微信号、WCI、期刊认证情况、集中推送时间及2020年6—12月的总发文量、月发文量、最高阅读量推文及其对应的主题类型。最后对各期刊的微信公众号自定义菜单栏目设置、推文内容、编排形式及“阅读”和“留言”系统的应用等情况进行对比分析。分析和统计时如遇到未查找到相关信息或公众号自2020年6月以来无推送的情况,则相关统计指标记为“—”。

<sup>†</sup> 通信作者

## 2 结果与分析

### 2.1 期刊微信公众号平台定位分析

**2.1.1 期刊微信公众号功能及选题定位** 随着互联网技术的发展,科技期刊微信的研究已从最初的平台技术要求、功能实施、运营模式等转变为明确的栏目设置和内容策划<sup>[5-6]</sup>。为提高期刊公众号的影响力,优秀的科技期刊公众号都做出了明确的功能定位,比如,1)服务平台:投稿、审稿、稿件查询、下载、信息检索等功能;2)传播平台:相关文章和资讯;3)交流平台:学术交流、问题咨询;4)经营平台:培训会议学习、期刊微店等<sup>[7]</sup>。清晰的功能定位和受众群体是开展有针对性的选题策划、吸引用户和提高影响力的关键。

由表1可见,《中华护理杂志》《中华现代护理杂志》及《中国护理管理》的公众号不仅将以上4类功能定位内化于其一级、二级菜单栏目设置中,还基于此进行了对应的选题内容策划,主要涉及时效新闻类、知识技术类、人文类、服务类、商业类5方面,推文内容的综合性、实用性更强。其中,《中华现代护理杂志》在传统期刊功能的基础上,从科室特殊病例、创新发明、工作感悟、科研进展、优秀同事事迹、护患关系和主题征稿等角度进行原创推文分享,受适人群实现了从护理人员到编审人员、患者和普通大众的突破。以上3个公众号的WCI和月发文量均居10种期刊公众号前三位,且统一将发文时间定为工作日15时之后,符合大众的休息时间安排,既有更充裕的时间浏览推文内容,又易于形成阅读习惯,增强用户黏性。《护士进修杂志》明确了护理人员和护理院校师生的用户定位;《现代临床护理杂志》则是以培训信息为主的服务类主题,内容较专一;其他5种期刊公众号仍带有浓重的传统纸媒运营思路,以传统纸质期刊文章的宣传、服务作者和读者为主,没有明显的功能和用户定位,且存在内容长时间未更新、现存推文提供的原文阅读链接失效、大量与科技期刊学术性无关通知或只简单地将纸刊中的论文搬到公众号上,有的甚至未修改标题就直接发文推送等问题,对平台的重视度、运营研究和投入较少,用户的体验感不佳。

**2.1.2 期刊微信公众号推文编排形式定位** 由手机端查看10种护理期刊微信公众号2020年6—12月间的推文内容编排形式发现,《中华护理杂志》《中华现代护理杂志》和《中国护理管理》这3种期刊的高流量公众号的内容编排十分规范清晰,推文整体以鲜亮且宁静的色彩为主,根据不同的功能及用户定位,使用不同的背景图片,内容的排版样式因主题而异,整体可视化效果较好。它们都成功借鉴了新媒体运营中的“标

题党”策略,采用感叹句、反问句或加上“”的句式,还结合临床工作中与内容相匹配的图片、视频或GIF动图,其中《中华现代护理杂志》公众号在内容编排上最具特色,每篇推文都用红色或黄色高亮或加粗突出文章的关键句,篇幅长短适宜,真正做到了“划重点”,使读者可以在碎片化的时间内立刻聚焦到关键点,引起阅读兴趣,提高阅读体验,体现了新媒体时代移动化、社交化、视频化和服务化的传播特征,值得其他期刊公众号平台借鉴学习。对比之下,《中国护理管理》公众号中的知识科普部分的推文篇幅就略显冗长,阅读起来比较费时且不易找到关键信息。

总体来看,上述3种优秀期刊公众号在功能定位、内容选题策划、发文量和时间以及内容编排方面都具有高度相似性,运营效果也脱颖而出。这提示,优秀的护理科技期刊微信公众号运营方式存在共通之处:清晰的平台功能和用户定位、精心的主题内容策划、智媒体时代的特色和技术相结合、用心的平台建设投入和创新。

### 2.2 期刊微信公众号传播效果分析

10种护理期刊公众号均设置了“阅读”和“留言”的智能化区域,由表1可知,各期刊公众号2020年6—12月间文章的阅读量可实现0.15万~6.6万不等,《中华护理杂志》《中华现代护理杂志》《中国护理管理》公众号均为订阅号,平台定位于信息传播,期间分别收获了1.7万、1.2万和6.6万的高阅读量,传播指数也居前三,反映出平台所推送的消息符合受众需求,文章的关注度和传播效果较好。此外,作为服务号的《护理研究》公众号也有4000多的阅读量,表明该期刊有效地实现了纸质期刊在智媒体时代的延续发展,而其他长期未更新或仅展示纸质期刊某期目录图片的公众号阅读量则相对较低,传播效果不佳。《中华现代护理杂志》公众号中关于护士自身故事分享、护理措施讨论、护士发明专利以及《中华护理管理》公众号中关于新冠疫情的最新报道推文都收获了不少留言和平台回复互动,其他大部分护理期刊公众号则存在留言区为空白或仅读者提问而无人回复的现象,未能实现平台运营者、投稿者和读者之间的互动交流,平台运营者也不能及时了解用户对文章以及公众号的反馈情况,读者也无法向投稿者咨询自己对文章感兴趣的内容,实现不了信息的多向流动。

总结发现10种期刊公众号中高阅读量、高评论量的文章选题都倾向于:时效新闻类,如新冠肺炎的最新报道;知识技术类,如推广护理专利和操作难点;人文类,如临床中的真实案例或工作体验;服务类,如影响力大的科研能力培训会议、科普知识宣传和技术服务

等。阅读量的多少既是平台传播力的彰显,又是对文章选题策划质量的逆向启示<sup>[7]</sup>,留言区的存在则是连

接平台和用户的桥梁,两者的统筹结合是达到良好传播效果需要考虑的方面。

表1 10种护理类科技核心期刊公众号功能、推送及2020年6—12月最高阅读量文章情况

期刊名	一级菜单	二级菜单	WCI/月均 推文量	集中推 送时间	文章题目	主题类型	阅读量
《中华护理杂志》	期刊服务、学术会议、咨询服务	微书店、中国急危重症护理/国际护理科学(英文)/中华护理教育/中华护理杂志、会议平台、学分查询、投稿、征文、科研指导、搜索、年度纵览	718.42/25.5	工作日/15—19时	2020年研讨会会议通知	服务类	1.7万
《护理研究》	期刊在线、往期精选、实用工具	微书店、稿件/状态查询、期刊目次、投稿文章搜索、电子期刊、样本量、统计分析、抽样分组	—/3.5	—	第14期电子版	知识技术类	4582
《护理学杂志》	期刊服务、文章揽胜、综合资讯	杂志介绍、投稿方法、征订信息、征文通知、重点关注、专科护理、护理教育、专利、综述、实时资讯、科研护理知识、学术会议	—	—	—	—	—
《中华现代护理杂志》	文章、护学堂、期刊介绍	期刊投稿、微文征稿、搜索、提问、医学英语、文献阅读、叙事护理、介绍、招聘、官网、微书店、稿件查询	616.41/104.5	每天/15—20时	有一个护士女朋友,是怎样的体验?……	人文/知识技术类	1.2万 1.2万
《护士进修杂志》	联系我们、期刊服务、巡讲文章	商务及其他合作、期刊下载(最新一期)、投稿指、扫描二维码推荐一篇文章PDF	208.66/2.2	周二一五/8—10时及13—17时	今天优秀期刊线上巡讲的内容是……	知识技术类	1964
《中国实用护理杂志》	稿件查询、官网、期刊在线	投稿、最新期刊、过刊、订阅期刊、杂志介绍	384.19/5.3	周一—三/7—15时	2020年第18期目录	知识技术类	1068
《护理学报》	—	—	—/0.5	—	祝贺杂志进入知网年报Q1区	时效新闻类	3314
《解放军护理杂志》	杂志简介、文章浏览、交流社区	简介联系、投稿指南、征订启事、微官网、最新目次、过刊目次	—/0.5	—	—	—	—
《中国护理管理》	管理大会、微店、投稿查询	—	1031.68/ 103.8	工作日/15—17时	北京等局地疫情多次爆发,溯源调查发现,发现了什么?	时效新闻类	6.6万
《现代临床护理》	微店、会议系统、投稿查询	交审稿费、购买杂志、(最新科研学习班通知)、投稿须知、我要投稿、我要查稿	234.8/1.7	—	第2届编委会暨第1期临床研究护士研修班	服务类	1804

注:公众号名称除《现代临床护理》为广东现代临床护理杂志社及《解放军护理杂志》无法获取外,均为与刊名同名。平台由系统提供。

### 3 智媒时代护理期刊微信公众号优化策略

#### 3.1 优化基础信息

公众号的名称、微信号、头像、认证情况及欢迎语就好比一个人的身份证信息和自我介绍,如何给用户留下美好的第一印象、增加用户的关注度并展现平台

的服务特色,这些基础信息的完善就显得尤为重要。从搜索感受来讲,能够在微信“添加朋友”直接搜索期刊全名或期刊关键字找到对应期刊的公众号这种命名方式更便利,在搜索使用平台系统生成的公众号名称(字母+符合+数字)的公众号时,用户体验感极差,若最终未能找到目标公众号,就会导致对其的信任感

和好感极大降低。因此,“改名换面”是期刊公众号宣传和推广的重要一步。其次,建议微信头像采用期刊封面,用户在加关注时能直观、便捷地甄别账号。此外,公众号的实名认证,展现了公众号信息的真实性和安全性,还将获得资源丰富的高级接口,向用户提供更有实用性又有价值的个性化服务。欢迎语除了欢迎之意外,还应该注重平台的功能介绍和指导,设置关键词回复的平台在欢迎语中也要注意将对应的内容加以说明,才不会让用户盲目尝试,降低体验感<sup>[8]</sup>。最后,鉴于智媒体时代特色,各期刊可将其公众号二维码设置在纸质或电子版期刊封面、官网主页或论文页尾等,增加宣传力度。规范公众号的基本信息是各护理科技期刊公众号完善平台建设的重要任务,给用户留下规范性的第一印象,以提高公众对公众号的认可度和关注度。

### 3.2 明确期刊公众号平台定位

**3.2.1 明确功能定位,创新功能延伸** 平台定位不仅决定了科技期刊微信受众群体及其需求,还是后期采取针对性的选题策划和推文内容编排的前提。例如,同为医学期刊的《中国中药杂志》的公众号就是各护理期刊学习的典范,它抓住普通大众对医学知识的迫切需求,定位于服务大众,将医学知识科普化,在微信运营上具有独特的优势,推送的内容涉及中医药学术、产业、文化、养生资讯等,科普内容使得微信受众范围远超学术期刊的受众<sup>[1]</sup>,且每篇推文都体现出公众号给用户提供的服务,最有特色的是以每次的特别关注推文为主题元素,设计本期的期刊封面,这一别具匠心的安排凸显出平台对公众号运营的重视和投入,可见清晰的平台定位、特色创新的内容无疑是使其成为具有几十万粉丝的顶流大号的基础。因此,各护理期刊公众号平台创立之初就要明确自身功能定位,是主打基于互联网的学术期刊文章推广还是学科领域的科技动态、前沿成果、会议通知,抑或是涵盖多重定位的专业科普、案例分享等综合功能定位。

此外,平台的定位既要延续传统数字出版的特点与优势,又要结合智媒体时代的技术与传播特点,不应仅拘泥于数字出版。智媒体时代公众号强大的功能、丰富的接口和庞大的用户规模,不仅能做到日常的文章推送,更是作为各科技期刊和新媒体经营平台的代表。护理类科技核心期刊可将自身公众号作为主要推广平台,植入现代化元素,如商品购买、公益广告、商务合作、网页链接等功能,连接用户和市场,实现期刊推文的传播和期刊的增值服务,无形中为期刊出版主体创造了商业价值,成为期刊“智媒”功能延伸的重要部分<sup>[9]</sup>,实现期刊公众号平台的“期刊+”“微信+”功

能。此外,期刊公众号的菜单栏目设置是其功能定位的直接体现,应包含如投稿查稿途径、官网直达链接及期刊浏览等基本内容,通过菜单,用户可了解期刊公众号为哪些人服务、能提供哪些“我需要”的服务,而非“漫无目的”或“目标唯一”。

**3.2.2 重视内容运营,保持学术优势** 在新技术推动下的智媒体时代,能真正影响用户选择的并非渠道或平台,而是所提供的内容,智媒体时代的期刊公众号应该以传统护理学期刊优质的内容资源、成熟的编辑队伍以及高效的稿件处理模式等自身优势为基础,秉持“内容为王”的理念,推出更实用的内容。推文的内容不仅要结合平台定位的要求,还要与用户需求实现高度智能匹配,依托公众号平台背后的智媒体大数据、云计算等新技术,分析每年该公众号的年度热词、用户阅读量、讨论量最多的文章主题类型,结合节日、节气、时下热点推出“踩点”式内容,也可参考其他优秀的医学类期刊公众号,学习其“本色”和特色。护理类科技核心期刊公众号的用户以护理领域的专家、研究者、临床护士及学生为主,公众号要在保持自身护理领域专业优势以及结合受适人群的基础上,根据用户的阅读习惯和需求来确定消息的推送数量、频次及时间,推送出符合当下用户需求的具有时效又有专业价值的高质量内容,让用户养成阅读习惯,增强粉丝与公众号之间的黏性,构建具有自身期刊优势和特色定位的微信公众平台。开通基础菜单栏目的期刊公众号,要谨记自己作为学术期刊的主体地位,平台管理者要定期检查菜单栏目下所辖相关原文、过刊或新刊链接是否有效,做到及时更新,避免出现因用户点击链接无法访问而“脱粉”的情况。

**3.2.3 修饰内容编排,打造平台特色** 推文的内容形式就如一张名片,再好的内容,若只通过不加修饰的大段文字来展现,阅读体验不好也难获得应有的传播质量。图片是微信公众平台设计中的核心元素之一,文字是信息传播的载体,也是微信公众平台设计的基本要素,色彩搭配对微信公众平台视觉形象与用户体验有重要影响,如何统筹结合这几方面做到最优化排版是各期刊需要不断尝试和创新的。《中华现代护理杂志》的公众号因其功能综合的平台定位,在推文封面、标题、内容排版和呈现形式上都极具代表性,其他护理期刊也可以根据自身平台定位特点从以下几方面学习和借鉴:在色彩设计上,护理类期刊版面的色彩搭配,应突出传递学科与行业信息,营造出轻松的阅读氛围,利用色彩的心理和视觉传播效果,提升受众的阅读兴趣和体验;对于背景和文章图片,需固化相同专题栏目的背景图片,培养用户的阅读习惯;文章插图要

合理选择,做到图文匹配,临床中的实物图、工作人员的工作照等都既能真实地展现文章内容,又能提高文章的阅读量和互动率;针对推文的整体排版,最常见的形式是“图文并茂”,也可加入音频、视频或动图;同时,科技期刊作为传播优秀学术论文的主体,还需注意推文的标题字体、字号、字符间距设置和篇幅长短,考虑社交媒体中的浅阅读、碎片化阅读习惯,需要对其进行压缩或删节处理,若文章中知识密度过大,则阅读负担感会增强,阅读体验就会下降。因此,各护理期刊公众号需要精心策划推文的排版,适量增加新媒体传播元素,如图片、实验过程或操作实况的影音资料代替文字描述,丰富视听效果,引起用户的阅读兴趣。

### 3.3 加强互动交流,引导读者深入关注

科技期刊微信公众号的运营者应提高服务意识,加强和读者之间的互动交流,以保持用户黏性。用户若仅关注公众号而搁置阅读与互动,对期刊的传播力是没有积极效果的。信息的多向传递能碰撞出新的思维火花,公众号可通过微信公众平台设置自动回复、文章投票、文章留言等功能,搭建微信互动交流平台,尤其是要充分利用好文章的“留言”功能,平台可以建议读者在留言区留下自己的推文阅读感受、功能使用体验、板块设计建议以及知识疑惑等对公众号或具体推文的综合性评价。公众号的用户具有“多领域、广地域”的特点,汇集了上到学科顶级“大佬”下到普通大众的用户,平台运营者或作者应首先在留言区鼓励大家踊跃发表看法,营造氛围;其次,可采用对留言区发表的优质内容进行遴选评奖方式来鼓励发言,作者要对读者留言进行回复和互动交流,获取读者的需求,这样期刊也能从中获得选题策划、改进平台服务的新思路,为打造更完善的期刊公众号提供参考借鉴。通过多次的互动,能加深读者对期刊的印象,增加文章阅读率、推广率,进而有利于提高期刊知名度<sup>[10]</sup>。

## 4 结束语

微信公众号平台是对传统数字出版的继承和创新,为护理类科技核心期刊在智媒体时代提高其影响

力和传播力提供了新途径。大部分护理科技期刊公众号运营情况一般,但也不乏优秀典范,明确的功能和用户定位是护理科技期刊公共号实现高流量、高质量运营效果的关键,公众号基础信息的完善和规范则是基础,精心的内容策划是亮点,留言平台的打造则是加分项。护理科技核心期刊若想在智媒体时代下抓住机遇,寻求更大发展,应该积极抓住微信公众号平台的有利优势,认真完善自身平台建设,结合智媒体新技术,运用互联网思维,明确平台定位、市场导向和受众喜好,用优质的内容服务受众,打造“智慧、智能”的期刊公众号平台,提高期刊品牌的学术影响力。

## 5 参考文献

- [1] 孔薇. 科技期刊微信公众号信息传播效果和运营策略研究[J]. 中国科技期刊研究, 2019, 30(7): 745
- [2] 张扬. 科技期刊微信公众号3种运营模式分析探讨[J]. 中国科技期刊研究, 2017, 28(1): 39
- [3] 俞敏, 王亚男, 武瑾媛. 科技期刊微信公众平台的选题策划研究[J]. 编辑学报, 2017, 29(4): 335
- [4] 徐小明, 董燕萍, 杨扬, 等. 医学期刊微信公众平台应用现状调查分析及提升策略: 基于中华医学会系列杂志开通情况的分析[J]. 编辑学报, 2016, 28(5): 478
- [5] 徐静, 刘冰. 科技期刊公众号成长记: 从信息发布渠道到资源整合平台[J]. 编辑学报, 2016, 28(4): 388
- [6] 万志超, 杨松迎, 王志鸿, 等. 微信公众平台与期刊文章内容相关栏目的内容设置探析: 以《电力系统自动化》为例[J]. 中国科技期刊研究, 2016, 27(9): 1017
- [7] 周华. 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
- [8] 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
- [9] 蒋亚宝, 栗延文, 吕建新, 等. 科技期刊微信公众号传播力及运营策略研究[J]. 编辑学报, 2020, 32(3): 257
- [10] 张义, 陈怡平. 中国科技期刊微信公众号现状调查及优化建议: 以中国科学院主管主办科技期刊为例[J]. 编辑学报, 2016, 28(增刊1): 49

(2021-02-18收稿;2021-04-30修回)