

策划创刊周年庆活动对提升科技期刊 品牌影响力的研究*

李瑞娟¹⁾ 王晓琰^{1,2)} 李雅新¹⁾ 沈雅捷¹⁾ 孙佳璇¹⁾
何卓铭^{1,2)†} 马沂^{1,2)} 王晓峰^{1,2)} 杨蕾^{1,2)}

1)《中国激光》杂志社有限公司;2)中国科学院上海光学精密机械研究所;201800,上海

摘要 科技期刊创刊周年庆活动是提升期刊品牌影响力的一项重要举措。文章调研了250种“中国科技期刊卓越行动计划”入选期刊及27种国外优秀科技期刊的周年庆活动策划情况。通过计量分析周年庆活动策划比例,并归纳分析国内外中英文期刊策划特点。总结了策划比例较高的周年庆活动种类,包括历史回顾、纪念专刊、纪念会议、寄语题词、品牌营销、品牌延伸。最后通过实践案例分析了《光学学报》40周年庆活动带来的品牌影响力,以期为期刊策划周年庆活动提供参考,为建设世界一流科技期刊提供办刊思路。

关键词 周年庆;科技期刊;品牌影响力;历史回顾;纪念专刊;纪念会议

Organizing anniversary activities to enhance scientific journals' brand influence//LI Ruijuan, WANG Xiaoyan, LI Yaxin, SHEN Yajie, SUN Jiakuan, HE Zhuomin, MA Yi, WANG Xiaofeng, YANG Lei

Abstract Anniversary activity is regarded as an important measure to improve the brand influence of scientific journals. The anniversary activities were investigated and reviewed among 250 journals supported by Excellence Action Plan of China STM Journals and 27 excellent international scientific journals. The percentage of journals that organize anniversary activity was analyzed and then the difference and features of journal anniversary activities at home and abroad were compared. Then historical review, anniversary special issue, commemorative conference, expectations of experts, brand marketing and brand extension were studied in detail. The 40-year anniversary activity of Acta Optica Sinica was studied and the arousing academic influence was recovered. This paper is aimed to provide references for journals planning anniversary activities, and share ideas on making first-class scientific journals.

Keywords anniversary activity; scientific journals; brand influence; historical review; anniversary issue; commemorative conference

First-author's address Chinese Laser Press, 390 Qinghe Road, Jiading, 201800, Shanghai, China

DOI:10.16811/j.cnki.1001-4314.2022.03.011

科技期刊品牌就是指期刊媒体里面那些由内在的丰富底蕴与外在的完美风采结合而成的高智力产品^[1],代表期刊的实力,是科技期刊建设的重点。科技期刊编辑通过长期探索,积累了一些提升品牌影响力的方法,如举办有影响力的学术会议^[2]、出版学术专题^[3]、优化期刊栏目^[4]、策划创刊周年庆活动等。其中,创刊周年庆活动是宣传期刊的重要做法,如:为纪念创刊150周年,《Nature》杂志推出了特刊“150 years of nature”^[5],通过“10 extraordinary Nature papers”点评10项意义非凡的发现;《光学学报》在创刊40周年之际,策划40周年特别专辑^[6]等,为读者提供光学领域知名人士对行业的总结剖析之作。

但是,目前科技期刊周年庆相关话题文章多是聚焦具体策划实施,如:蒋巧媛等^[7]在《广西植物》创刊40周年发表了编辑部回忆性文章;郭林林^[8]在《中国科技期刊研究》创刊30周年发表了周年庆学术研讨会的会议纪要内容;张希^[9]在《高分子学报》创刊60周年发表了专辑前言。对科技期刊的周年庆策划活动进行系统地汇总和梳理将有利于编辑学习提升期刊品牌影响力的办刊策略。为此,本文调研了277种国内外优秀科技期刊周年庆的纪念活动,利用数据分析其周年庆活动的整体情况、国内外中英文期刊策划特点,归纳总结了周年庆活动种类,包括历史回顾、纪念专刊、纪念会议、寄语题词、品牌营销、品牌延伸;还利用案例分析了《光学学报》策划的系列周年庆活动——编辑部回忆论文、专家题词、钩沉、特邀综述专辑、微纳光学专题、40周年表彰带来的品牌影响力等,期望为期刊举办周年庆活动提供思路和参考。

1 研究方法与设计

根据期刊所在学科的行业影响力、专业认可度等,综合选取277种优秀科技期刊作为本课题的调研对象。国内以“中国科技期刊卓越行动计划”入选期刊(以下简称卓越期刊)为主(高起点新刊不在统计范围内);国外以Springer Nature等12家世界知名出版机构^[10]的27种国外科技期刊如《Nature》《Science》

* 中国科技期刊卓越行动计划选育高水平办刊人才子项目——青年人才支持项目(2021ZZ052406)

† 通信作者

《Cell》《Advanced Materials》等为统计对象。

研究调查主要包括3个方面:1)数据分析,周年庆活动策划比例、国内外中英文期刊策划特点;2)归类总结策划比例较高的周年庆活动的亮点和精髓;3)案例分析《光学学报》40周年庆系列活动带来的品牌影响力。

2 调研结果

通过开展周年庆活动策划种类与创刊年份的计量分析,对比国内外中英文期刊周年庆活动举办情况,总结经验,可为提高办刊质量提供数据支持。

2.1 近半数期刊策划过周年庆活动,活动种类多样化

调研结果表明,277种期刊中,有117种期刊有策划过周年庆活动,占比42.2%,说明较多期刊比较重视期刊的周年庆活动,愿意花精力策划组织。周年庆活动策划时,既要紧密联系期刊本身,又要突出个性,使期刊形象更加多元化,因此不同期刊策划周年庆活动时侧重点不同。117种期刊周年庆策划内容主要有以下几类:1)历史回顾活动,不同身份主体对期刊/行业的回顾或总结;2)纪念专辑,针对周年庆活动推出的特色专辑;3)纪念会议,针对周年庆活动策划的学术会议、庆典、编委会等;4)寄语题词,上级单位、领域知名专家等发来的贺信、题词等;5)品牌营销,在经济效益方面的促销活动;6)品牌延伸,以周年庆为契机策划新组织、栏目等。

经统计,在策划过周年庆活动的期刊中,59%的期刊有历史回顾模块,说明大多数期刊认为周年庆是对期刊进行历史梳理的时机,能够让读者对期刊载文情况、发展历史等有所了解。45.3%的期刊有策划纪念专辑,说明较多期刊认为即使围绕周年庆主题,专业性仍是考虑的重点。纪念会议,虽然相比其他工作需要花费大量的人力、财力、物力等,但还是有43.6%的期刊采用,说明会议方式在周年庆策划活动中占据重要地位,是延伸学术交流、办刊交流的重要方式。寄语题词(8.6%)、品牌营销(2.6%)、品牌延伸(2.6%)占比较低,期刊策划此类活动较少。

2.2 国内英文期刊周年庆策划比例不及中文期刊

调研的国内期刊以250种卓越期刊为目标,包含100种中文期刊、150种英文期刊。经统计,中、英文期刊中有策划过周年庆活动的数量分别为60种和32种,占比分别为60%、21.3%,可见,中文期刊周年庆策划比例远高于英文期刊,这可能是由于国内英文期刊起步较晚,多于20世纪80年代后创刊发展^[11],与发轫于20世纪初的中文期刊相比,数量较少^[12]。英文期刊办刊历史较短,周年庆活动种类为0~1种,中

文期刊创刊年份集中在20世纪50—90年代,活动种类为1~3种,说明办刊历史越长,期刊越倾向举办周年庆活动。

2.3 国外期刊策划比例较高,国内外期刊策划内容各有偏向

统计的27种国外期刊中,25种有策划过周年庆活动,其占比高达92.5%,联系国内期刊策划比例为36.8%的事实,发现数据趋势与2.2节中一致,即周年庆策划倾向与办刊历史呈正相关关系。对比国内外期刊周年庆活动策划内容可知,国内期刊策划更侧重于学术性,国外期刊更多地会融入历史性,体现行业发展视角。如:纪念专辑模块,国内期刊多会根据学术热点,邀约新稿,形成新的前沿学术专题;国外期刊倾向采用整理往期对期刊发展有重要意义的论文,从而总结展示学科发展历程。此外,国内外期刊对人文交流处理方式也有所区别,如历史回顾模块,国内期刊通常会邀请编委撰写钩沉类的论文,内容相对严谨、正式;国外期刊则还会邀请作者、编委、专家等通过采访等形式分享文章发表历程、编委工作生活、科研理念等,更侧重于故事性和互动性。国内外期刊由于历史、地域、办刊条件等不同,策划活动思路及偏向也会不同,但是无论如何,周年庆活动是提高期刊品牌影响力的绝好机会,而上述多维策划方式能够刻画出更加立体的期刊形象,对提高期刊“软实力”大有裨益。

3 策划活动模块分析

根据科技期刊周年庆活动策划数据,归纳总结出活动,大致有6种:历史回顾、纪念专刊、纪念会议、寄语题词、品牌营销、品牌延伸。通过对这几类活动的具体分析,探索不同刊物在周年庆活动举办时的个性化发展路径,为后续期刊举办周年庆活动提供案例支持。

3.1 历史回顾

科技期刊服务对象众多,历史回顾能够从不同高度、不同视角总结分析期刊、行业的发展历史和经验。根据回忆主体不同,历史回顾有以下几种呈现方式。

1)编辑总结。呈现方式可为编辑回忆性论文、周年庆特别视频、时间轴大事记等。编辑回忆性论文一般为编辑对期刊发展历史、历年载文、办刊经验的回顾、总结与分析,以论文形式发表;在信息量爆炸的今天,编辑总结性内容还会以周年庆短视频的方式宣传;或以时间轴大事记的形式——以创刊以来的重大事件为主线,回顾不同历史发展阶段、机制体制创新或取得重大成果的记录,客观展现出历史脉络。

2)主编/编委/专家钩沉。主编、编委或专家从专家办刊的角度回忆与期刊的渊源,展现专家视角下期

刊发展状况,或分享他们的科研理念、经历,或从行业发展角度总结本行业工作。《地理学报》在创刊 80 周年之际,刘昌明主编等^[13]撰写发表了“《地理学报》创刊 80 周年笔谈”,对学科发展进行了历史性梳理,并从编委角度,表达了深厚的期刊情怀。《Cell》期刊在 40 周年庆之际^[14],邀请了全球 40 位 40 岁以下的优秀生物学家,分享了他们的科学理念、研究时的苦与乐,弘扬学术之风。

3) 作者与期刊。作者投稿动机是基于对期刊的认知和主观评价产生的结果,因此,从作者角度讲述对期刊的认知、评价,是展示期刊形象的直接手段之一。《Scientific Reports》在期刊成立 10 周年之际^[15],通过采访作者的方式,分享了论文写作与发表的故事,强调了期刊对他们科研成果传播的重要作用。

4) 读者与期刊。了解期刊在读者眼中的情况,及时综合读者建议创新办刊理念与思路,这对期刊的发展至关重要。在 277 种期刊中,鲜有期刊从读者角度呈现期刊形象。如《中华神经外科杂志》在创刊 5 周年时,刘泉开^[16]从读者角度总结了期刊的 3 个特点、3 个追求,指出期刊存在的弱点、缺点,从读者维度展示了期刊形象。

对于历史回顾模块,由编辑亲自撰写的历史回顾内容,通常信息量大、分量重。但是不少期刊也常采用征文,征集作者、读者、专家与刊物的故事,这些故事通俗易懂,简洁生动。通过第三方对期刊评价,传播期刊理念、文化、办刊宗旨等,有利于提高社会对期刊品牌的认知度。同时,通过征文,请作者、读者、专家等参与进来,使周年庆活动的参与群体更加广泛,有利于扩大期刊影响力。

3.2 纪念专辑

周年庆的纪念专辑出版是一项极大的挑战,策划团队要在基本组稿工作的基础上,融入人文历史信息,并用一种别具匠心的方式呈现,能够集中体现期刊的策划能力。纪念专辑通常涉及主体内容策划和专辑封面 2 方面。

纪念专辑主体内容呈现,通常有 3 种方式。

1) 以期刊主要报道方向为导向,挖掘期刊积累的优势资源,邀请领域内资深专家撰文,策划具有新颖性和独特性的学科热点专题。如《Chinese Optics Letters》创刊 10 周年时推出了“Special Issue in Celebration of 10th Anniversary of Chinese Optics Letters”纪念专刊^[17],由主编策划并约稿,出版论文 16 篇,其中包含超强、超快激光,3D 成像与显示等光学领域最新研究进展。

2) 整理期刊以往作品,挑选对期刊、行业发展有

“里程碑”意义的亮点作品,以纪念集、展览、时间轴等方式展示。《Physical Review B》在成立 50 周年之时,推出过去 50 周年具有“里程碑”意义的论文集^[18]。《中国国家地理》在创刊 70 周年之际^[19],以“巅峰之路”为主题,集纳了 300 多张经典报道封面,推出图片与视频展区,首发创刊 70 周年珍藏邮册。

3) 整理归纳对本行业发展有纪念意义的图像、标识、人物、成果等,以纪念集、展览、视频等形式展出。为庆祝“物理评论”系列期刊诞生 125 周年,美国物理学会制作了 125 周年纪念论文集^[20],该论文集共收录 49 项对物理学产生重要影响的工作,其中许多工作已被诺贝尔奖和其他重要奖项所认可。在庆祝《Science》创刊 125 周年之际,该刊杂志社公布了 125 个最具挑战性的科学问题^[21],并将其发表在 2019 年 7 月 1 日出版的专辑上。

纪念专辑封面,既要传递美感,又要传播理念,同时还需兼顾历史底蕴,实现科学与艺术相结合的效果。《光学学报》在创刊 40 周年时,设计专辑封面^[6],以期刊旗舰色黄色为底色,以具有代表性的往期封面为元素组合成“40”字样,传达了回顾过去,展望未来的理念(图 1)。

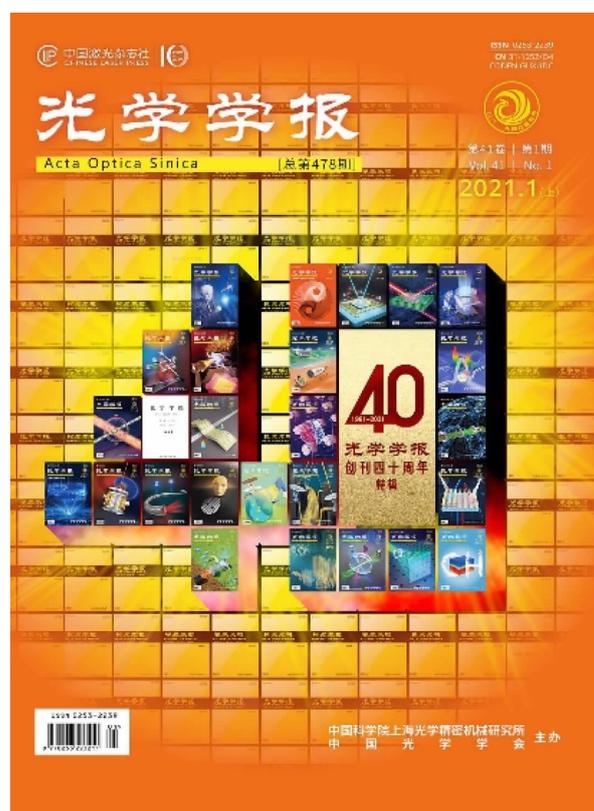


图 1 《光学学报》创刊 40 周年专辑封面^[6]

纪念专辑不仅承载着学术交流的功能,同时也是提高期刊品牌影响力的有效手段。其通过发表院士、

著名学科带头人等重要成果,提升了期刊学术质量,为塑造科技期刊品牌打下坚实的基础,更重要的是名人还能起到成为期刊“形象代言人”的作用^[22]。再者,编辑通过组织纪念专辑,能够提高策划能力、拓宽学术视野、增强编辑素养,有利于培育期刊的品牌形象。

3.3 纪念会议

周年庆纪念庆祝会,因目的不同而选择不同形式,大致可以分为3种。

1) 交流办刊经验。邀请主管/主办部门、编委、兄弟期刊专家或编辑等,梳理办刊历程,共商办刊大计。常以编委会、理事会等形式召开。《航空学报》创刊50周年时,召开了“《航空学报》创刊50周年大会暨第九届全体编委会”^[23],回顾期刊发展历程,制定期刊未来发展方向。

2) 庆典表彰。评选对期刊或行业有贡献的专家、作者或读者等,如终身成就奖、特殊贡献奖、发文积极分子奖等荣誉奖项,激发期刊参与者的积极性。《岩石力学与工程学报》举办“创刊30周年暨英文版启动5周年庆典”,会上进行了表彰活动^[24],颁发了特殊贡献奖、开拓奖、优秀审稿专家、优秀论文作者奖等奖项。

3) 学术交流。以周年庆活动为契机,聚集高水平的报告人,将期刊宣传深入到科研一线,提升期刊品牌影响力。此种周年庆会议多以“××创刊××周年暨××学术会议”的形式召开,或联合其他庆祝活动,如建所周年、学会周年等,以“××创刊××周年暨××学会成立××周年”等形式召开。如《中草药》杂志创刊50周年之际,举办“天津药物研究院建院50周年、《中草药》杂志创刊40周年及英文版创刊暨学术活动”^[25]。

实际中,期刊会根据会议目的,采用上述一种或融合多种形式来策划周年庆祝会。举办会议,对期刊来说有天然的优势,通过构建以周年庆会议为交流平台的学术共同体,能够增进专家对期刊的了解,加强期刊与科研单位的联系,扩大期刊影响力。同时,在策划周年庆会议过程中,通过不断提高服务意识和能力,强化了期刊品牌形象。再者,通过设立奖项等形式营销期刊品牌形象,能够最大限度地提高期刊参与者对品牌的忠诚度,实现期刊品牌价值。

3.4 寄语题词

期刊主管/主办单位及名家载体形象的权威性和公众认可度,能够给期刊参与者信任感和安全感,对培育期刊品牌形象有支撑作用^[22]。因此,期刊主管/主办部门、资深专家、历届主编/编委,以及相关部门的重要领导的题词、贺信祝福,是对期刊本身的肯定,也是对期刊未来发展的鼓励,同时对提升期刊品牌影响力

有催化作用。如《中国科学》《科学通报》在创刊40周年,收到了国务委员、国家科委主任宋健同志发来的贺信^[26]。《光学学报》在创刊40周年之际,收到了光学界多位前辈如金国藩、潘君骅、王育竹等15位院士的题词祝福^[27]。

3.5 品牌营销

社会效益和经济效益历来是评价科技期刊高质量发展的2个主要方面,通常体现为品牌培育和品牌营销。当期品牌培育到一定程度时,实施品牌营销,加速读者或作者对期刊品牌价值的认可^[23],如期刊在周年庆之际,推出特价活动,使其特定时间内的浏览量或发行量快速提高,进而使期刊品牌影响力短时间内迅速增长。如为了纪念成立85周年,《Annual Reviews》期刊将2017年发表的所有期刊文章在年底前免费开放^[28];Springer Nature出版社在成立175周年时,在官网推出175本亮点期刊,且在接下来的175d里,对这些期刊每天举行特卖活动^[29]。

3.6 品牌延伸

期刊品牌延伸,即为品牌再造过程,通过优化品牌价值,使期刊品牌价值最大化。在周年庆这个关注度较高的时刻,有些编辑部会伺机推出新版块,如新栏目、组织等,借助期刊品牌影响力,对现有资源再次开发经营,完善与提升期刊品牌形象。《The Lancet Oncology》在创刊20周年,推出特别栏目《The Last Word》——由John Lee撰写每月观点专栏,作为对过去和现在的一种反思^[30]。美国医学协会(AMA)成立了伦理研究所,作为其150周年纪念活动之一^[31]。

4 《光学学报》40周年庆策划实践

《光学学报》创刊于1981年,是由中国科学技术协会主管、中国科学院上海光学精密机械研究所和中国光学学会主办、中国激光杂志社出版的学术类期刊,反映中国光学科技的新概念、新成果、新进展^[32]。2021年,在《光学学报》创刊40周年之际,编辑部策划了一系列周年庆活动。

1) 编辑部回忆论文。《光学学报》责任编辑回顾期刊发展史,并展望未来办刊方向^[33]。

2) 专家题词。15位院士为《光学学报》40周年题词以表祝贺。

3) 钩沉。特邀光学领域内长期支持《光学学报》的资深专家学者撰写钩沉文章,从专家角度抒发对期刊的情怀,纪念期刊创办和学会专委会成立始末,反映光学领域发展历程。

4) 特邀综述专辑。邀请光学各学科领域研究工作出色、具有高学术影响力的专家撰写有深刻内涵、有

独特见解以及有前瞻性的综述文章。

5)微纳光学专题。经数据调研,后与专家咨询、主编商议,推出“微纳光学”专题。

6)40周年表彰。评选出“优秀编委”“优秀审稿人”“高被引作者”“高被引论文”奖,在“中国激光”微信公众号公布结果并寄发奖状奖品。

期刊的质量、权威性、影响力是构成品牌的核心要素^[34]。因此,文章将从学术质量和社会影响力2方面来分析这一系列策划活动对期刊品牌的影响。

在学术质量方面,40周年系列活动以特邀论文为主,紧密围绕热点难点问题,出版了一批国内外知名学者的重要论文。共出版48篇专业论文,均由资深专家亲自撰写把关,其中11篇来自院士团队,5篇来自获得2019年“国家科学技术奖”团队。

在社会影响力方面,统计2021年《光学学报》论文在期刊官网的即年下载量(截止到2021年10月31日),纵向对比发现:下载量前25名的论文,均为40周年系列论文;对比同月份出版文章的期刊官网下载量,周年庆特邀论文下载量保持在同期同等传播条件下同月份的6倍以上,如表1所示,没有出现由于宣传效应导致的短期数据激增、长期数据疲软现象。横向对比其他光学期刊下载量,参考中国光学期刊网2021年论文即年下载量,10万余条检索结果中,下载量前10位中《光学学报》40周年系列论文有4篇。

此外,共推送40周年活动相关邮件7次,推送人数达到15.36万人次,最高邮件打开率29.8%,平均打开率24.62%,打开率明显高于同年其他邮件,如表1所示。40周年活动相关的微信宣传稿19篇,最高微信阅读量10215次,篇均微信阅读量4991次,与同公众号同年其他微信稿平均阅读量相比提升47%,如表1所示。

表1 《光学学报》40周年系列论文的平均下载量、微信阅读量、邮件打开率与其他对比对象比较

类别	论文下载量/次	微信平均阅读量/次	邮件平均打开率/%
40周年系列相关论文	498	4991	24.62
对比对象	80	3396	20.82

可见,在高质量学术内容的基础上,《光学学报》40周年系列内容在领域内引起大量关注,在文章下载量、微信阅读量、邮件打开率数据方面相比其他具有明显的优势,期刊品牌影响力达到新的高峰。虽然数据不能反映期刊的全部影响力,但却是期刊关注度的最直接体现,周年庆相关数据体现出举办这些活动对塑造期刊品牌形象的正反馈作用。

5 结束语

周年庆活动是为期刊庆生献礼。编辑可以借此机会理清期刊发展脉络,通过策划一系列活动,提高期刊知名度。本文通过总结277种期刊周年庆活动情况并开展计量分析及归类总结,揭示科技期刊创刊周年庆活动策划规律,提供科技期刊周年庆活动策划参考案例库,拓宽科技期刊品牌建设路径,提升期刊品牌影响力,并对《光学学报》创刊40周年庆实践活动带来的品牌影响力做了具体分析。

值得注意的是:周年庆活动策划并不能简单地复制照抄优秀期刊办刊思路,而是要根据实际融会贯通;期刊的发展也要与时俱进,在移动互联网和数字多媒体快速发展的大背景下,期刊周年庆活动举办也可尝试改革和创新,如可将多媒体的新技术(如微信视频号等)引入到期刊周年庆活动的策划中。紧跟时代发展,及时调整策划思路,逐渐实现举办活动立足点从“看齐”到“引领”的转变,以有助于实现建设世界一流科技期刊、我国科技期刊综合实力跃居世界第一方阵的发展目标。

6 参考文献

- [1] 罗开礼. 新时期期刊品牌影响力提升的路径与策略[G]//刘志强. 学报编辑论丛: 2021. 上海: 上海大学出版社, 2021: 8
- [2] 宋扉, 蒋恺, 杨海燕. 主办专业学术品牌会议发挥期刊学术引领作用[G]//刘志强. 学报编辑论丛: 2021. 上海: 上海大学出版社, 2021: 144
- [3] 韩景春, 蒋亚宝, 曹胜玉, 等. 提高选题策划质量提升行业期刊品牌影响力: 以金属加工杂志社实践为例[J]. 中国科技期刊研究, 2020, 31(7): 816
- [4] 张小庆, 陈春雪. 设置特色栏目, 提升期刊品牌影响力: 以《核化学与放射化学》为例[J]. 编辑学报, 2017, 29(增刊2): 102
- [5] 生物通. 《Nature》150周年专刊: 十篇意义非凡的文章[EB/OL]. (2019-11-06)[2021-12-14]. <http://www.ebiotrade.com/newsf/2019-11/2019115150544506.htm>
- [6] 《光学学报》编辑部. 光学学报创刊四十周年[EB/OL]. [2021-12-13]. http://www.opticsjournal.net/Columns/zt_gxxb202101/index.htm
- [7] 蒋巧媛, 李莉, 李先琨. 努力打造一流学术期刊, 积极推动植物科学发展: 庆祝《广西植物》创刊40周年[J]. 广西植物, 2021, 41(10): 1585
- [8] 郭林林. 《中国科技期刊研究》创刊30周年暨中文科技期刊能力建设学术研讨会圆满结束[J]. 中国科技期刊研究, 2020, 31(11): 1394
- [9] 张希. 庆祝《高分子学报》创刊60周年专辑前言[J]. 高

- 分子学报, 2017(7): 1017
- [10] 中国科协学会服务中心. 国外科技期刊典型案例研究[M]. 北京: 科学出版社, 2019
- [11] 马峥, 俞征鹿, 潘云涛. 中国英文科技期刊出版情况的统计分析[J]. 中国科技期刊研究, 2014, 25(10): 1277
- [12] 肖宏. 办好中文科技期刊, 服务“十四五”发展新格局[J]. 科技与出版, 2021(1): 43
- [13] 刘昌明, 郑度, 蔡运龙, 等. 《地理学报》创刊80周年笔谈[J]. 地理学报, 2014, 69(9): 1243
- [14] Cell 四十周年聚焦科研新星[EB/OL]. [2021-11-20]. <http://www.ebiotrade.com/custom/ebiotrade/zt/140918/index.htm>
- [15] Scientific Reports. Scientific reports 10th anniversary[EB/OL]. [2021-11-20]. <https://scirep-10years.shorthandstories.com/index.html#group-section-Author-Stories-oW9NiYhJOR>
- [16] 刘泉开. 祝贺中华神经外科杂志创刊五周年[J]. 中华神经外科杂志, 1990, 6(1): 75
- [17] 上海光学精密机械研究所. Chinese Optics Letters(《中国光学快报》)创刊10周年纪念专刊成功发行[EB/OL]. (2013-02-08)[2021-11-20]. http://www.shb.cas.cn/tzgg2016/201302/t20130225_3782656.html
- [18] Physical Review B. Editorial: PRB's 50th anniversary 1970-2020[EB/OL]. [2021-11-20]. <https://journals.aps.org/prb/abstract/10.1103/PhysRevB.103.010001?ft=1#fulltext>
- [19] 中国国家地理网. 一场关于“我们”的展:《中国国家地理》创刊70周年特展[EB/OL]. (2020-12-25)[2021-11-20]. <http://www.dili360.com/article/p5fe5975fa731d79.htm>
- [20] 物理研究所工作入选美国物理学会125周年纪念论文集[EB/OL]. (2018-01-04)[2021-11-20]. <https://www.antpedia.com/news/22/n-1449422.html>
- [21] SCIENCE 杂志创刊125周年, 公布125个最具挑战性的科学问题![EB/OL]. (2019-05-09)[2021-11-20]. http://www.360doc.com/content/19/0509/11/12776403_834533298.shtml
- [22] 袁桂清, 游苏宁, 蔡丽枫, 等. 论中国科技期刊品牌评价与培育方法[J]. 编辑学报, 2009, 21(4): 283
- [23] 继往开来 再创辉煌:《航空学报》创刊50周年纪念大会暨第九届全体编委会圆满召开[J]. 航空学报, 2015, 36(9): 插页1
- [24] 《岩石力学与工程学报》中、英文版期刊社.《岩石力学与工程学报》创刊30周年暨英文版启动5周年庆典在长沙隆重举行[J]. 岩石力学与工程学报, 2012, 31(9): 1948
- [25] 天津中草药杂志社. “天津药物研究院建院50周年、《中草药》杂志创刊40周年及英文版创刊、刘昌孝院士从事药动学研究40年”庆典暨学术活动在津举行[J]. 中草药, 2009, 40(11): 25
- [26] Chinese Science Bulletin. 国务委员、国家科委主任宋健同志给《中国科学》《科学通报》创刊四十周年的贺信[EB/OL]. [2021-11-20]. <https://www.sciengine.com/publisher/scp/journal/CSB/35/21/10.1360/csb1990-35-21-5?slug=abstract>
- [27] 《光学学报》编辑部. 40岁生日,TA收到了15位院士的祝福![EB/OL]. [2021-11-20]. http://www.optics-journal.net/Columns/zt_gxxb202101/academician.html
- [28] Annual Reviews. 85 years of supporting scientific discovery[EB/OL]. [2021-11-20]. <https://www.annualreviews.org/page/85anniversary>
- [29] Springer. Celebrate 175 years of publishing excellence with us[EB/OL]. [2021-11-20]. <https://www.springer.com/gp/shop/175years>
- [30] 柳叶刀 TheLancet.《柳叶刀-肿瘤学》创刊20周年, 主编及中国学者送上祝福[EB/OL]. (2020-09-01)[2021-11-20]. https://m.thepaper.cn/baijiahao_9069604
- [31] AMA launches institute for ethics[EB/OL]. [2021-11-20]. <https://www.bmj.com/content/314/7085/919.5>
- [32] 何卓铭, 王晓琰, 宋梅梅, 等. 期刊全流程数字出版探索与实践: 以《光学学报》为例[J]. 编辑学报, 2020, 32(3): 242
- [33] 何卓铭.《光学学报》四十周年: 温故开新, 不惑笃行[J]. 光学学报, 2021, 41(1): 24
- [34] 王丽娜, 李娜, 陈广仁, 等. 科技期刊品牌活动与提升品牌影响力: 以《科技导报》为例[J]. 中国科技期刊研究, 2018, 29(9): 946
(2021-12-27收稿;2022-03-17修回)