

创学术沙龙特色品牌,提升科技期刊学术影响力

白娅娜 代艳玲 武英刚 常明然 张鑫 张晓宁

煤炭科学研究总院有限公司出版传媒集团,100013,北京

摘要 建立期刊特色品牌对于凝聚期刊核心竞争力、助力期刊高质量发展具有重要作用。本文介绍了《洁净煤技术》打造特色学术品牌的背景和意义,详细论述了学术品牌影响力提升策略,并对“碳”索品牌影响力提升效果及社会效益进行分析。以“双碳”目标为契机,组织系列“双碳”热点专题,基于专题创立“碳”索学术沙龙活动品牌,共组织了11个专题,成功举办沙龙活动8次,活动直播服务42万余人次,视频号累积回放近8万次。通过创新品牌视觉体验、采用矩阵传播以及精细化组织学术沙龙等策略提升了品牌形象和知名度。该特色品牌已成为低碳能源化工领域具有较高传播力和影响力的特色学术品牌活动之一,极大增强了期刊的核心竞争力,使期刊进入了高质量、高水平发展的新阶段。

关键词 特色品牌;专题;双碳;期刊;学术沙龙

Creating characteristic brand of academic salons and enhancing academic influence of scientific journals//BAI Yana, DAI Yanling, WU Yinggang, CHANG Mingran, ZHANG Xin, ZHANG Xiaoning

Abstract Establishing characteristic brand plays an important role in consolidating the core competitiveness and promoting high-quality development of journals. The background and significance of creating characteristic brand for *Clean Coal Technology* was introduced, the strategies for enhancing influence of academic brands was discussed, and influence enhancement and social benefits of the “dual carbon” brand were analyzed. Based on China’s “dual carbon” goals, our journal organized eleven frontier topics and eight salons, served more than 420 000 people, and the WeChat video channel was played backover 80 000 times. By innovating brand visual experiences, achieving brand matrix dissemination, and organizing academic salons in a refined manner, the brand image and popularity were enhanced. The “dual carbon” brand became one of the characteristic academic brands with high transmissibility and influence in the field of low-carbon energy and chemical engineering, greatly enhancing the core competitiveness of the journal, and enabling it to enter a new stage of high-quality and high-level development.

Keywords characteristic brand; special topic; dual carbon; journal; academic salon

Authors' address Publishing and Media Group of China Coal Research Institute Co., Ltd., 100013, Beijing, China

DOI:10.16811/j.cnki.1001-4314.2023.06.009

品牌是科技期刊的重要无形资产及核心竞争力,是科技期刊市场竞争力和影响力的重要体现^[1]。树

立期刊特色品牌,凝聚核心价值,助推期刊特色化、高质量发展尤为重要。李瑞娟等^[2]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。申琳琳等^[1]总结分享了《中国消化外科杂志》通过举办大型高端会议、平台系列会议等特色学术会议,实施品牌战略的相关措施。陈立敏^[3]探究了科技期刊从提升数字连接力、资源整合力、社会嵌入力着手,不断提升品牌传播力、影响力和公信力,逐步开启深度融合时代的品牌建设之路。

为服务我国“双碳”目标愿景,促进多学科沟通交流和产学研用合作,《洁净煤技术》(以下简称本刊)近几年围绕能源化工前沿技术策划了一系列热点专题/专刊/专栏,并于2022年初开始打造特色品牌,发起洁净煤“碳”索系列学术沙龙活动(已成功举办8期,并成为能源化工领域具有较高传播力和影响力的特色品牌活动之一),增强了期刊的核心竞争力,期刊先后入选中国科技核心期刊和中文核心期刊,并被Scopus、DOAJ等数据库收录。以下将从“双碳”热点专题策划和高质量“碳”索学术沙龙组织、品牌影响力提升措施、效果以及助力期刊高质量发展等方面,探析《洁净煤技术》的特色品牌建设和影响力提升策略。

1 “双碳”为引,创期刊特色品牌

1.1 全力传播“双碳”理念,担当时代责任

2021年9月,中共中央、国务院发布《关于完整准确全面贯彻新发展理念做好碳达峰碳中和工作的意见》,对碳达峰碳中和工作作出系统谋划。低碳化成为我国未来能源转型发展的重要方向。目前煤炭仍是我国主要能源,双碳目标的提出对高碳排放的煤炭产业带来了巨大挑战。本刊作为目前唯一涵盖洁净煤技术全领域的行业知名科技期刊,是能源领域优秀期刊之一,肩负着报道低碳能源方面的新理论、新技术和新装备以及促进科技成果转化的重大使命和责任,有必要、也有责任全力宣传“双碳”。推进碳达峰碳中和是我国经过深思熟虑作出的重大战略决策,是对国际社会的庄严承诺,也是推动经济结构转型升级、形成绿色低碳产业竞争优势、实现高质量发展的内在要求。期刊以“双碳”为契机,通过打造洁净煤“碳”索品牌向广大读者传播最新的科技前沿信息和知识,以助力“双

碳”目标。

1.2 集中展示“双碳”成果,为实现“双碳”目标贡献期刊力量

实现“双碳”目标,势必要发挥科技创新的支撑引领作用;同时,创新能力又是国家竞争力的重要体现。在“双碳”目标大框架下,为了加快绿色低碳科技革命,应大力宣传低碳创新成果,为绿色低碳产业发展提供切实可行的解决方案。如今,实现“双碳”目标已贯穿于经济社会发展全过程和各方面,全社会深度参与其中,能源等碳排放“大户”纷纷探索减污降碳新发展路径,“CCUS(碳捕获、利用与封存)”“煤电调峰”“燃煤耦合新能源”“氢能”等成为关键热词,行业学者围绕这些领域积极开展研究,取得了大量创新性研究成果。低碳能源技术是事关国家产业核心竞争力和国家安全战略的关键性技术,是实现“双碳”目标的基础和关键^[4]。为更好推动“双碳”目标建设,更系统、广泛地传播“双碳”的科学内涵与技术突破,编辑部创立洁净煤“碳”索品牌对“双碳”创新成果进行集中展示,打造特色学术品牌,提高期刊信誉度、公信力和学术影响力,为我国实现“双碳”目标贡献期刊力量,使期刊获得了更多学者的青睐和信任。

1.3 开拓学术思维,碰撞思想火花

2021年5月,中宣部等3部门印发了《关于推动学术期刊繁荣发展的意见》,指出要加强优质内容出版传播能力建设,创新内容载体、方法手段、业态形式、体制机制,实现学术组织力、人才凝聚力、创新引领力、品牌影响力明显提升,推动学术期刊加快向高质量发展阶段迈进,努力打造一批世界一流、代表国家学术水平的知名期刊。因此,树立期刊特色品牌,凝聚核心价值,助推期刊特色化、高质量发展尤为重要。近年来,国家积极树立正确的科研评价导向,科技期刊必须直面各类挑战,极力为专家学者提供更高端、更专业的行业交流平台,助其提升学术研究质量和水平,促进学科交叉与跨学科研究。学术活动有助于激发参与者对未知、前沿、交叉领域的兴趣,开阔其视野,开拓其思维,助力其构建完整的知识体系、研究思路和发展模式。通过打造特色学术活动,与期刊智库资源形成联动,能提升期刊影响力并促进期刊高质量发展。基于此,编辑部组织了系列“双碳”热点专题,并以专题为载体,发起洁净煤“碳”索系列学术沙龙品牌活动,以期共同激发创新力量,开拓学术创造思维,打造思想碰撞的“殿堂”。

2 “碳”索学术沙龙品牌影响力提升策略

2.1 专题为媒,打造“碳”索学术沙龙品牌

1) 加快新型电力系统构建,支撑能源安全低碳转

型。燃煤发电技术深度耦合可再生能源、生物质、有机固废、氢、氨等低碳燃料,协同发展储热、电化学储能和新能源技术,成为“十四五”期间煤炭利用领域的重要议题。基于此,本刊组织了“‘燃煤+’耦合低碳发电及综合利用技术”专刊、“可再生能源-燃煤低碳互补发电及综合利用”专题,并分别于2022年4月、11月邀请26位行业专家组织策划了洁净煤“碳”索(一)——“‘燃煤+’耦合低碳发电及综合利用”学术沙龙、18位专家学者组织策划了洁净煤“碳”索(六)——“低碳能源互补利用系统”学术沙龙。

2) “双碳”典型案例,彰显价值引领。CCUS是实现大规模碳减排、控制气候变暖的有效途径,但低成本、产业化的CCUS技术亟待突破。基于此,本刊组织了“燃煤发电CCUS技术”专题,全面论述了CCUS领域前沿技术、示范项目、主要瓶颈和经验分享;同时,召开了洁净煤“碳”索(八)——“燃煤发电CCUS”学术沙龙,邀请18位行业专家就大规模产业化CCUS技术示范应用经验等进行探讨,如国能锦界15万t火电碳捕集、国能泰州50万t碳捕集示范项目和华能CCUS未来计划等。

3) 借助头部效应,提升品牌影响力。联合国国家重点研发计划-国际合作项目“CO₂高效捕集及资源化关键技术”,策划“CO₂高效捕集及资源化关键技术”专题,邀请国内外15位CCUS领域专家参与洁净煤“碳”索(三)——“高效低能耗碳捕集及资源化关键技术”学术沙龙。本次沙龙是“碳”索学术水平最高的沙龙之一,共邀请到2位国家杰青获得者、1位长江学者、6位项目首席科学家和1位国际知名期刊主编参会,突出高效低能耗碳捕集及资源化关键技术理论、技术分享,学术氛围浓厚,线上参会者达5万人,被称为“饕餮学术盛宴”。还邀请国内外11位专家参与洁净煤“碳”索(二)——“碳-催化转化利用”学术沙龙,对国内外CH₄资源化利用技术及瓶颈问题进行全面探讨,并首次邀请日本工程院院士就最新技术进行交流,且与观众线上互动,吸引了超4.5万人次在线观看。

4) 聚焦新兴交叉领域,汇聚前沿技术。《关于深化改革 培育世界一流科技期刊的意见》指出,科技期刊要引领新兴交叉领域科技发展,服务国家创新发展的战略需求^[5]。重视不同学科知识体系和创新思想的相互渗透和交叉融合,有助于快速提升期刊影响力^[6]。氢能是21世纪最大的清洁能源,美国、欧盟等主要发达国家和地区均将氢能纳入国家战略,我国氢能需求也持续增加,潜力巨大,未来“电+氢”模式将构成新型能源系统,带来一场全新的能源革命。基于此,本刊首次组织了大型氢能专题——“氢能与洁净

煤技术融合发展”,邀请行业学术专家担任客座主编,刊登的论文涵盖化学、材料、工程热物理等诸多交叉学科,并组织不同领域20位专家学者参与洁净煤“碳”索(七)——“氢能与洁净煤技术融合发展”学术沙龙。

5) 聚焦知名高校,形成联动合力。科技期刊承担传播科技任务的同时,也承担着传承和发扬优秀文化、展现科学精神的重任。因此,期刊有必要组织策划具有科学性、人文性的专题和活动。2022年正值华中科技大学(华科)70周年校庆,本刊联合华科能源与动力工程学院共同组织策划“华中科技大学能源与动力工程学院70周年院庆”特刊,并邀请15位华科知名专家及校友参与洁净煤“碳”索(四)——“高效智能灵活燃烧与非常规污染物”学术沙龙。这是期刊首次在A类双一流高校对“碳”索品牌进行宣传,提高了期刊的学术影响力。本次学术沙龙不仅呈现了华科厚重的历史积淀,构建华科特有的文化价值和意义,更实现了华科精神、制度、文化的有机结合,是一次有温度、有情怀、有热情的“碳”索活动。

2.2 创新专题设计和品牌形式,提升品牌视觉体验

品牌形象策划可以帮助期刊通过视觉元素符号与读者沟通,从视觉上改变读者对品牌的认知。“碳”索系列专题封面都以图文并茂或短视频方式呈现,以美观、醒目、和谐的方式体现“碳”索内容和特色,吸引读者关注。“碳”索专题刊出时,根据专题内容、刊出季节等策划封面,并辅以动态封面或视频宣传。如“CO₂高效捕集及资源化关键技术”专题刊出时正值中秋,编辑部勾画整体中秋画面,嵌入CO₂捕集、固化以及燃料制备等主要元素,完美体现了科技期刊的学术风格,凸显专题特色,也体现了科学和艺术的融合;制作的动态封面更加形象体现了专题主旨,视频号阅读量近1000次。

Logo是品牌的无形资产,是品牌传播过程中应用最广泛、频率最高、最关键的要素。“碳”索学术沙龙Logo设计独具风格,以蓝绿2种色调3个“C”展现“双碳”时代的低碳绿色环保,其中左右2个“C”代表“双碳”,中间1个“C”代表低碳,完美契合了“碳”索主旨“Role of CCT in C/C goals”。此外,“碳”索沙龙背景板基于“碳”索专题封面进行创作,同时更加注重细节呈现,完美展现主题内涵,使人印象深刻。如“碳”索(三)基于当期封面背景,重点体现了CO₂捕集和微藻固碳等技术,勾勒建筑代表CO₂矿化,完美诠释了“碳”索沙龙主题。

2.3 借助高质量传播平台,实现品牌矩阵传播

在深度融合的时代,科技期刊要广泛尝试各种数字传播平台,在渠道拓展中提升与用户进行广泛链接

的能力,这对于提高期刊品牌影响力具有重要作用^[7-10]。洁净煤“碳”索活动使用官方视频号作为直播平台,同时积极拓展其他外部传播平台,旨在打造优势互补、融会贯通的“碳”索传播矩阵,形成真正的联动效应。随着“碳”索影响力不断扩大,本刊尝试邀请化工行业知名媒体“化学加”加入,此后陆续邀请“蔻享”“中能科讯”等加盟传播矩阵。2022年期刊成功加盟E方智库期刊群,并与北极星学社建立合作,极大提高了“碳”索的关注度和影响力。针对特定主题的“碳”索学术沙龙,本刊针对性地拓展合作平台及方式,如关于氢能的“碳”索(七),就积极联系中关村氢能与燃料电池技术创新产业联盟、北极星氢能网、氢能源与燃料电池等领域内有影响力的宣传平台,通过公众号、视频号、网站等多种方式进行宣传,实现了高效联动,“碳”索(七)直播观看突破了9万人次,为目前最高。

2.4 精细化组织学术沙龙,提高品牌知名度

1) 基于施拉姆大众传播模式地毯式推广。施拉姆大众传播模式是传播者从信源处获取信息并由一定渠道将信息传递给受众,受众接受信息后,再向传播者传递反馈信息^[11]。本刊利用新媒体优势采用施拉姆大众传播模式对“碳”索活动进行预热、组织、实施、报道等,不断打造活动的品牌影响力。①信息筹备优化。确定活动基本信息后即发布第1轮海报,阐述活动筹划背景和必要性,列出相关专题以吸引关注。第1轮海报通过公众号和视频号同步宣传。②传播方式优化。确定报告专家和活动议程后,制作第2轮海报,发布活动详细议程、议题、观看方式等,同步制作动图海报,以音频、图文、短视频多种传播媒介和形态进行通俗易懂的传达,进一步吸引关注。第2轮海报通过传播矩阵全方位宣传,增加曝光度,获得了社会大众的广泛关注。③建立反馈机制。向行业权威专家、期刊智库等征集活动讨论议题,倒逼传播效果提升,引起业界关注;调动报告专家、行业知名专家、编委力量,发挥意见领袖的正向作用进行地毯式宣传,产生了裂变效应。

2) 根据受众关注点设置特殊环节。圆桌论坛氛围相对比较轻松、和谐,以嘉宾之间对特定问题的讨论和解读为主,容易形成沉浸式参会体验,由此激发了参会者的参与意愿,并为其提供良好的知识互动体验和人际交往体验^[12]。洁净煤“碳”索(八)首次尝试大咖面对面圆桌论坛,邀请7位具有代表性的专家围绕燃煤发电CCUS发展进行了深入的观点交锋和激烈的思想碰撞,所论及的深度和广度充分体现了其对CCUS未来发展的见识和愿景,同时线下答疑,仅此环节就吸引了2万人同时在线观看,是CCUS领域一次高水平

的学术交流。

3) 设置多途径互动, 提高用户黏性。品牌活动的多元互动环节有利于形成协同效应, 强化品牌影响力^[13]。聘请专题客座主编作为学术沙龙活动的主持人, 把控流程。①线上线下联动。活动直播过程增设了讨论、问答互动环节, 增强了观众的参与感。如参会人员聊天区发布问题, 专家第一时间解答, 拉近与观众的距离; 主持人引导参会人员踊跃提问, 随时与参会人员互动; 直播中发送红包或抽奖, 吸引观众参与讨论。②设置专家和“碳”索微信群, 方便及时沟通, 为领域从业人员提供了交流平台。③会后反馈形成闭环。在活动结束后第一时间公布观看人数, 并将观众的提问反馈给专家答疑, 同时公开专题和活动资料的获取方式。至此, “碳”索沙龙当天活动基本形成闭环。

3 “碳”索品牌助力期刊高质量发展

3.1 品牌影响力不断提升

目前本刊已成功策划“碳”索专题 11 个, 举办“碳”索学术沙龙活动 8 次, 活动直播已服务 42 万余人次, 视频号累积回放近 8 万次, 品牌影响力不断提升。洁净煤“碳”索(三)——“高效低能耗碳捕集及资源化关键技术”学术沙龙线上答疑异常火爆, 是“碳”索活动开展以来互动最多的一次。官方视频号显示, 本次活动答疑视频回放阅读量在“碳”索系列活动视频回放中排名第一, 高达 7 364 次, 转发 255 次, 本次沙龙视频总阅读量近 2.5 万次, 点赞近 300 次, 转发近 700 次。洁净煤“碳”索(七)——“氢能与洁净煤技术融合发展”专题 60% 以上稿件来自国内 A 类双一流高校, 吸引了同济大学、北京理工大学、中国科学院理化技术研究所等首篇来稿; 2023 年 3 月刊出至今, 专题文章单篇下载量高达 1 000 多次, 远高于同期其他栏目文章。同期组织的“碳”索学术沙龙是目前煤炭领域组织的最全面的氢能利用学术论坛之一, 反响大, 上线短短 3 个月, 视频最高回放次数达 3 500 次, 转发 248 次, 单个报告平均回放次数达 740 次。

“碳”索品牌活动吸引了包括日本东京大学知名学者等作为专题客座主编, 组织了“CO₂ 高效捕集及资源化关键技术”专题, 这也是编辑部首次联合国际客座主编组织的 CCUS 大型专题。此次专题最终录用稿件 10 篇, 其中国家杰出青年科学基金获得者论文 2 篇, 项目首席科学家论文 2 篇, 首批双一流 A 类高校论文占比近 50%, 为期刊走向国际舞台迈出了重要的一步。随着“碳”索品牌影响力不断扩大, 大量学者主动投稿“碳”索专题, 极大扩充了专题稿源, 部分单位或学者主动要求参加“碳”索学术沙龙报告演讲。

此外, 也有科技期刊联系本刊取经, 希望借鉴“碳”索系列品牌活动的经验和做法。本刊还多次受邀共同主办、协办及参加相关领域会议, 如 2023 年 4 月受邀参加由 DT 新能源主办的 CCUS 会议和燃料电池会议, 设有专门展台, 并在会场发放“碳”索专题期刊, 宣传“碳”索系列沙龙活动, 以外围的“软宣传”扩大期刊影响力。

3.2 品牌辐射作用显著

1) 动态汇聚专家, 丰富期刊智库。学术期刊专家智库是期刊社会功能的重要体现, 有助于提升期刊社会影响力和知名度, 已成为期刊发展的创新探索之一^[14]。本刊通过品牌活动不断吸引、扩充完善期刊智库, 如“碳”索(二)一(四)邀请部分优秀报告专家加入期刊智库, 补充了氢能、生物质、CCUS 等前沿领域的专家学者; 将“碳”索直播平台观看数据按照时长排序, 筛选出前 10% 专家, 通过统计发文情况、H 指数等信息细分领域聘请其为审稿专家。

2) 多维拓展稿源, 形成优质稿件蓄水池。为提升稿件质量, 对征稿方式进行了探索创新。如举行洁净煤“碳”索(五)——“煤炭绿色低碳多元化利用”学术沙龙暨“煤基功能碳材料”专题开题仪式, 该活动聚集了多名行业专家, 报道了碳材料领域最前沿技术, 吸引了 4.8 万余人在线观看; 客座主编借机邀请观众为专题撰稿, 提高了“碳”索专题的影响力和知名度。在第九届全国煤化工青年学者论坛上, 客座主编做主旨报告时专门宣传了“碳”索专题“煤气化的灰化学”, 并现场约稿, 最终专题刊出了 14 篇高水平论文。

3) 整合领域资源, 助力期刊质量提升。“碳”索沙龙基本涵盖了相关领域的高水平顶尖专家, 本刊根据“碳”索专家群体情况, 积极发掘优秀学者担任客座主编共同组织策划前沿选题, 如邀请“碳”索(三)和“碳”索(八)中 2 位专家来担任期刊 2024 年“碳”索专题客座主编。每次“碳”索活动结束后, 编辑部会根据专题回放数据和后续观众反馈情况, 邀请部分专家为期刊“2060 碳中和”特色栏目撰稿, 如邀请“碳”索(六)专家撰写多能互补综述、“碳”索(七)专家撰写可再生能源制氢大综述, 助力期刊质量提升。

3.3 科技智库作用日益凸显

多家企业通过编辑部表达了与报告专家建立深度合作的意愿, 如“碳”索(八)报告专家介绍了 CO₂ 固定技术, 受到关注, 多家企业与其建立了深层次合作; “碳”索(七)观众通过编辑部联系报告专家合作焦炉尾气化工项目等。由此期刊产学研用的桥梁作用得到了充分发挥。

品牌活动助力学者了解学术前沿。某学者反馈通

过“碳”索沙龙对煤炭行业有了全新的认识,该行业虽属传统行业,但经煤炭与新能源的深度耦合、协同发展,其未来之路非常宽广;也有高校老师反馈“碳”索沙龙的报告学术水平极高,为研究生上课提供了较好的素材;部分高校学生反馈通过“碳”索沙龙提升了对煤炭的认知、了解了低碳技术研究前沿,丰富了自身知识水平,为其完成毕业论文提供了思路;部分企业学者反馈通过活动了解了同行研究水平,对行业技术创新具有较强的促进作用。

4 结束语

科技期刊品牌建设的重要性不言而喻,而其建设之路随着时代环境的变化正在逐步升华。“碳”索品牌活动基于我国“双碳”目标,做好内容为王,实现了多维度、多广度、科普性传播。期刊顺应新媒体发展态势,深刻把握媒体深度融合本质要求,应时而变,利用科技赋权,深度和广度链接用户,借力发力,不断拓宽品牌活动的传播途径,形成了多媒体传播矩阵。期刊紧跟时代发展,开展价值创新,及时调整“碳”索策划思路,广泛服务社会,注重国际化发展,使得“碳”索系列活动逐步成为领跑报道“低碳”技术发展的排头兵,形成了期刊特色品牌,助力期刊影响力不断提升,为实现建设世界一流科技期刊的目标做出了有益探索。

5 参考文献

- [1] 申琳琳,夏浪,张玉琳,等. 特色学术会议提升科技期刊品牌影响力的实践:以《中华消化外科杂志》为例[J]. 编辑学报, 2022, 34(8): 460
- [2] 李瑞娟,王晓琰,李雅新,等. 策划创刊周年庆活动对提升科技期刊品牌影响力的研究[J]. 编辑学报, 2022, 34(3): 295

- [3] 陈立敏. 提升“三力”:深度融合时代科技期刊品牌建设路径探究[J]. 编辑学报, 2023, 35(1): 36
- [4] 张耀,梁光川,段蜀波,等. “双碳”愿景下传统能源类科技期刊发展路径思考[J]. 编辑学报, 2023, 35(2): 140
- [5] 王洁. 提升科技期刊影响力的措施:以《金刚石与磨料磨具工程》为例[J]. 编辑学报, 2023, 35(2): 219
- [6] 乔璐,张进龙,朱冰. 新创办学术期刊优质稿件获取路径研究:以《智能化农业装备学报》(中英文)为例[J]. 编辑学报, 2023, 35(2): 187
- [7] 张静. 科技期刊媒体融合策略与关键能力构建[J]. 编辑学报, 2022, 34(6): 657
- [8] 栗延文,蒋亚宝,韩景春. 科技期刊媒体融合发展的探索与实践:以《金属加工》杂志社为例[J]. 编辑学报, 2022, 34(2): 131
- [9] 王艳红,赵弢,张品纯,等. 牢记初心 深耕行业 服务“三农”:《农业机械》服务中国农业机械化发展的创新实践[J]. 编辑学报, 2023, 35(3): 237
- [10] 魏建晶,崔红,薛淮,等. 学术会议提升科技期刊影响力的实践与思考:以“地球科学前沿论坛”为例[J]. 编辑学报, 2021, 33(4): 417
- [11] 谢浩煌,贾建敏,吴昔昔,等. 基于施拉姆大众传播模式的医学期刊健康传播路径的研究[J]. 编辑学报, 2023, 35(2): 152
- [12] 张小林,马劲,汤华,等. 医药卫生类期刊举办线上学术会议存在的2个主要问题及改进措施:以《中国药业》的实践经验为例[J]. 编辑学报, 2022, 34(4): 423
- [13] 滕蓉. 高校科技期刊多元一体化学术品牌建设策略与实践:以《控制与决策》为例[J]. 编辑学报, 2022, 34(3): 346
- [14] 谢武双,全元,孔红梅,等. 充分发挥编委会在办高品质学术期刊中的作用:以《生态学报》为例[J]. 编辑学报, 2023, 35(3): 343

(2023-08-01收稿;2023-11-03修回)

《生命科学相关的科技伦理综述与展望》审稿意见

本文为贵阳学术会议推荐论文,对与生命科学相关的期刊人有一定启示指导价值。修改建议:

1) 题目需要进一步斟酌,“展望”2字在题目中可以不体现,展望的内容太薄弱,应该是对发展趋势作比较详细的分析。建议题名改为《生命科学相关的科技伦理发展综述》,全文按此主题展开。

2) 从引言中“本文梳理了科技伦理审查制度的发展历史以及国内外现行的科技伦理标准和审查制度,为科研工作者提供了关于科技伦理的全面的政策和制度信息,为相关工作的开展提供了参考”看,本文似乎跟期刊编辑关系不大。一是应修改这句话,表明本文主要读者为期刊编辑;二是论述中注意紧密联系相关期刊的实际。

3) 综述宜注意“厚今薄古”,建议精练第1章内容,至少删去1000字。

4) 删去全英文表示的实际价值不大的表1,在行文中对典型作简要介绍并列文献即可。

5) 论述中适当减少有关国外情况的文字,加强对国内发展现状的介绍。

6) 注意细节的修改,例如:第1章第4段中的11个“,”均应改为“、”;第3章末段中的“本法规”应为“该法规”。建议6位作者每人至少通读修改一遍。

7) 认真读一下附件《〈编辑学报〉论文格式规范》,纠正文章格式不符合规范之处,尤其注意参考文献著录格式的修改。

审稿结论:修改后发表。