

打造国际学术会议集群,提升科技期刊品牌影响力

——以《安全与环境学报》为例

钱金鑫 冯长根 李生才

北京理工大学《安全与环境学报》编辑部,100081,北京

摘要 塑造科技期刊品牌,有助于期刊在众多竞争者中脱颖而出,因而需要探索独特且有效的方法以提高科技期刊品牌影响力。通过介绍《安全与环境学报》组织举办的含能材料、安全、环境、先进材料4个领域的系列国际学术会议,展示了通过打造国际学术会议集群,形成自身品牌,从而提升期刊品牌影响力的方法,总结了举办打造国际学术会议集群对科技期刊品牌提升的具体作用,并针对国际学术会议集群的发展提出了思考建议。

关键词 国际学术会议集群;科技期刊;学术影响力;品牌形象;品牌影响力

Building an international academic conference cluster to enhance the brand influence of scientific journals: taking *Safety and Environment* as an example//QIAN Jinxin, FENG Changgen, LI Shengcai

Abstract Branding can help scientific journals stand out among many competitors. Therefore, exploring unique and effective method to improve the brand influence of scientific journals is necessary. In this paper, we introduced a series of international academic conferences in the fields of energetic materials, safety, environment and advanced materials organized by *Journal of Safety and Environment*, demonstrating a way, by building international academic conference clusters, to enhance the brand influence of journals and form their own brands. Besides, we summarized the specific role of international academic conference clusters in promoting the brand of scientific journals, and put forward suggestions for the development of international academic conference clusters.

Keywords international academic conferences clusters; scientific journal; academic influence; brand image; brand influence

Authors' address The Editorial Department of Journal of Safety and Environment, Beijing Institute of Technology, 100081, Beijing, China

DOI:10.16811/j.cnki.1001-4314.2024.01.020

科技期刊的品牌是重要的无形资产,体现了期刊的科学价值、学术价值和社会价值。在建设世界一流期刊的背景下,品牌化、集群化建设已成为新时代科技期刊实现跨越式发展、提升可信竞争力的重要途径。科技期刊要想在激烈的市场竞争中树立更大、更强的品牌形象,就要在品牌塑造内容上有所突破,与其他科技期刊形成差异化^[1-2]。

关于科技期刊的品牌化、集群化发展,目前的讨论更多集中在如何优化学科布局,打造专业的刊群,以刊带群,协同发展^[3-5]。当前也有依托学术活动来打造期刊品牌的报道。如:寿景依等^[6]探讨了通过科技期刊与学术会议互动来提升科技期刊影响力,并更好地建设期刊的会议品牌;王丽娜等^[1]以《科技导报》为例,研究了如何依托科技期刊系列学术活动来提升期刊的品牌影响力;张学梅等^[7]提出通过举办在线学术会议来提升科技期刊的品牌影响力;韩景春等^[8]提出通过打造精品行业会议来提升科技期刊的品牌影响力;申琳琳等^[9]提出利用特色学术会议来提升科技期刊的品牌影响力;滕蓉等^[10]提出了以期刊为根本、将会议国际化并树立会议品牌的有效措施。

而将国际学术会议和集群概念融合,通过创办多个高品质国际学术会议,打造国际会议集群,以塑造期刊品牌影响力的研究鲜有报道。本文以《安全与环境学报》创刊以来的具体实践为例,梳理了该刊依托自身资源,结合自身特色和优势,策划组织与期刊主题相关的4个系列国际学术会议,通过打造期刊的国际学术会议集群,形成期刊自身的品牌,从而扩大期刊影响力、提升期刊自身学术水平的经验举措,以期科技期刊通过利用国际学术会议、打造期刊品牌提供一个具有参考价值的样本。

1 《安全与环境学报》国际学术会议集群

《安全与环境学报》(以下简称《学报》)由北京理工大学、中国环境科学学会、中国职业安全健康协会联合主办,自2001年创刊以来,成功举办了4个系列国际会议,即“国际推进剂、炸药、烟火技术秋季研讨会(简称IASPEP)”“安全科学与技术国际会议(简称ISSST)”“环境科学与技术国际会议(简称ISEST)”和“先进材料研究国际研讨会(简称ISAMR)”。目前,这4个系列国际会议已分别成功举办多届,并发展成为各自行业内具有鲜明特色的国际学术会议,有效提升了《学报》的品牌知名度和影响力,塑造了期刊的特色品牌形象。

1.1 国际推进剂、炸药、烟火技术秋季研讨会

ISAPEP起始于1996年,由北京理工大学机电学

院创办,目前已经成功举办13届。学报基于自身兵工方面基础和优势(《安全与环境学报》前身为1994年创刊的《兵工安全技术》),自2001年起负责该会议的组织筹备。基于国内外含能材料研究、生产和应用的科技人员及有关院校师生数量的有限性及保密性,学报在接手会议筹备后,将ISAPEP定位于小而精的国际性研讨会,会议规模设置在150~300人不等,参会人员主要包括中国、美国、俄罗斯、法国、以色列等国的含能材料领域的专家学者。研讨会设多个相关分会场和专场,以供参会者能就所研究领域与大小同行进行深入交流,并出版相应会议内部论文集,供参会者使用。学报的参与筹办,打破了ISAPEP原先教授办会的随意性和不稳定性,使得会议的组织筹备更加专门化,会议决策更加高效,会议举办的可持续性大大增强。

ISAPEP的举办是《学报》打造国际会议集群的第一步,对学报更名后在兵工安全方面学术资源和名望的维持和积累具有重要意义。不仅如此,学报通过在国内举办国际学术会议,既有助于主办单位北京理工大学争夺含能材料领域的国际行业话语权,又大大促进了自身期刊品牌形象的塑造和影响力的提升。

1.2 安全科学与技术国际会议

ISSST起始于1998年,由北京理工大学机电学院创办,目前已成功举办11届。安全科学与技术是一个综合性新兴学科,ISSST的创办弥补了国内安全领域综合性国际学术会议的空白,为国内学者搭建了一个与国际安全专家进行面对面交流的平台。

“安全”是《学报》2个最重要主题之一,举办安全领域的国际会议可充分利用期刊的作者、读者及编委等优势资源,使会议与期刊互相服务、融合发展。自2002年起,《学报》负责该安全国际会议的组织筹办。在《学报》的设计规划下,ISSST开始定位于打造国内安全学术领域的高水平、综合性国际会议,与前几届仅将会议主题基本局限于与北京理工大学安全系专业相关的“爆炸安全”不同,会议内容涵盖了安全科学、安全技术与工程、安全系统工程、应急与救援、职业安全与卫生5大领域,参会人员几乎覆盖了国内有安全学科的60多所高校以及科研院所的科研人员、学者,共计有数千名国内外专家曾参会交流,且有国内外30多个单位参与过主办、承办工作。

ISSST作为有20多年历史的老牌国际会议,见证了国内安全学科的发展,为国内安全领域多个年龄段学者的成长做出了重要贡献。ISSST的举办是《学报》打造国际会议集群的第二步,也是非常关键的一步。作为一个覆盖范围广、学术水平高的安全综合性国际

会议,ISSST多年的连续举办为《学报》在安全科学与技术领域积攒了重要的人气,有效扩大了期刊的知名度和认可度,为其长久发展贡献了不菲的力量。ISSST现已成为《学报》的金字招牌,为塑造高品质的学术期刊品牌做出了巨大贡献。

1.3 环境科学与技术国际会议

为了进一步推动我国环境科学与技术的发展,为国内环境领域专家学者提供一个面对面的国际学术交流平台,《学报》于2007年发起创办了ISEST,目前该会议已成功举办了7届,已成为国内环境科学领域重要的国际交流平台。

ISEST依托并围绕《学报》另一个重要主题“环境”而创办,力求打造环境领域高水平的综合性国际学术研讨会,会议自创办以来获得了国内外顶级环境专家、学者的关注。ISEST会议先后邀请江桂斌院士、赵进才院士、朱利中院士、D. D. Dionysiou院士等担任大会主席,且环境领域权威期刊EST执行主编Daniel Schlenk教授,副主编David Waite院士、Jorge Gardea-Torresdey教授等国际权威环境专家曾与会做学术报告。近年来举办的ISEST特别关注对国内外环境领域青年科技工作者最新突破性成果的报道,邀请报告的筛选更看中其研究内容是否为环境科学与技术领域的前沿问题。目前,ISEST累计邀请报告几百个,上千名国内外环境领域专家、研究生与会交流。

权威专家的参与及对会议的传播会潜移默化地为期刊积累口碑、强化品牌形象,而青年科技工作者的加入则延续了会议的生命力。ISEST是《学报》首创的国际会议,是学报打造国际会议集群以塑造期刊品牌形象历程中,具有里程碑意义的一步。

1.4 先进材料研究国际研讨会

随着国内外材料科学的飞速发展,《学报》深感近年来在材料领域的投稿有大幅增长,所收稿件内容涉及环境功能材料及安全学科相关材料等。基于对优质稿件的追求和搭建高层次学术交流平台的使命感,《学报》近年来发起了ISAMR的筹备,会议旨在提升中外学者在先进材料科学研究层面的合作水平,深入探讨先进材料领域的科技热点及难点问题。

ISAMR由中国材料研究会、北京理工大学共同主办,目前成功举办了2届,每次会议规模在500人左右。会议共邀请到数十位国内外顶级材料专家做大会报告,包括美国国家科学院院士杨培东、美国佐治亚理工学院夏幼南、澳大利亚Mai Yiu-Wing院士以及香港城市大学材料科学首席教授Andrey L Rogach等。ISAMR主题鲜明而聚焦,内容不仅包含跟《学报》主题密切相关的环境友好功能材料、防火灭火材料、安全防

护材料,还涵盖了纳米光子学材料、生物医用材料、先进纤维与纺织材料、新能源材料、先进复合材料等十几个领域。ISAMR的成功举办,不仅大大增加了《学报》在材料科学领域的知名度,而且拓展了收稿的主题范围,还进一步拓宽了国内高校、科研院所投稿来源的广度。

ISAMR的举办既紧密联系期刊主题又突出期刊品牌个性,体现了《学报》为打造多元化形象的努力。同时,ISAMR的举办也体现了学报与时俱进,不拘泥于已有成绩,勇于承担传播优秀科学文化责任的良好形象,为期刊品牌的塑造增加了新内涵,并与ISEST一起,助力学报成长为环境领域期刊的后起之秀。

2 国际会议集群对塑造期刊品牌的作用

国际会议的举办不仅有助于国内外学者的交流、促进学科发展,而且就学术期刊而言也是收益颇多。学术期刊依托国际会议,不仅丰富了期刊内涵和形象,展示了期刊实力和文化,凝聚了科学家团队并组织到优秀稿件,而且能通过提升编辑综合素养,奠定期刊品牌的人才和内容基础。

2.1 缩短品牌建立时间,展示期刊文化

国际会议作为期刊的品牌活动,具有独特的宣传效果,相比于期刊出版需慢慢积累口碑和声望而言,举办国际会议能更加集中、全面、广泛宣传期刊,达到短时间内迅速提升期刊国内外知名度和影响力的作用,缩短建立品牌的时间^[11]。不仅如此,通过打造国际会议集群,还可以显示出期刊在专业领域的实力,展示期刊特有的文化和品位。

《学报》举办国际会议向来注重文化细节,因为良好的细节不仅能让国内外参会者有好的参会体验,也能从侧面展示出《学报》一丝不苟的态度。此外,《学报》还特别注重在国际会议上传播中国文化,把中国文化元素贯穿会议活动过程。例如:在2015年IASPEP会议欢迎晚宴上,学报邀请北京理工大学李鹏飞教授做了题为“Chinese Contributions to the World in Pyrotechnics and Gunpowder(中国对世界烟火和火药的贡献)”的讲座;在2015年的ISEST会议上,敦煌学研究者赵和平教授用英文为中外参会者讲解了“Dunhuang of Mankind(人类的敦煌)”;2019年,在杭州举办的ISEST午宴文化沙龙上,学报邀请浙江大学外国语学院沈弘教授担任嘉宾,讲述“The memory of Zhejiang lost in the West(遗失在西方的浙江记忆)”。这些文化讲座契合会议主题,使得传统文化与工程科技发生碰撞与结合,有利于期刊品牌的快速形成。

《学报》把每次国际会议的组织 and 举办都当做成

一个自我展示的舞台,并通过这个舞台,向广大同行和科技工作者展示期刊的文化底蕴与外在风采,在行业中塑造出业务专、实力强、务实而不虚浮的品牌形象,获得了更多的行业信赖度、话语权和号召力。

2.2 丰富期刊品牌内涵,使期刊形象多元化

一直以来,《学报》不拘泥于出版杂志这一项工作任务,而是不断创新办刊理念,努力打造精品、服务社会。国际会议集群的打造,也体现出《学报》一直以来对重大与前沿科技问题的关注,展示了其权威、专业、与时俱进、勇于承担传播优秀科学文化责任的新时代良好期刊形象,为期刊品牌塑造增加了新内涵。事实表明,IASPEP等4个国际会议经过多年的发展,在行业内已获得颇高的知名度和权威性。行业内专家学者多将IASPEP等4个国际会议与《学报》挂钩,视为一个整体。通过打造国际会议集群,期刊延伸了其交流和展示功能,使其形象更加多元化,有利于期刊品牌个性的进一步强化。会议和期刊都是学术交流的形式,期刊为会议提供后盾和支撑,会议为期刊树立品牌和形象,两者互相服务、相互补充,对于科技传播的作用起到 $1+1>2$ 的效果^[12]。

2.3 奠定期刊品牌的内容基础

争取优质稿源是期刊举办学术会议的一个重要目的^[13-15]。期刊以内容为王,内容是期刊的根本,是期刊品牌形象的重要载体,优质稿源的不断加入能大大提升期刊的办刊潜力。

针对每届国际会议上学术水平高、成果多的知名学者或领域新秀,《学报》的编辑会在会上或会后,采取点对点邀请的方式,有针对性地向专家约稿,或邀请其组织期刊专刊专栏。这不仅拓展了《学报》的稿件来源,也极大地提高了稿件的质量和水平,强化了期刊学术品质,帮助期刊走上通过出版高水平文章形成特色品牌且产生持续影响力的道路,从而塑造期刊的权威性,为期刊向更高级别的跃迁奠定内容基础。

2.4 强化期刊品牌的学术人才基础

一个国际研讨会的举办并不能代表期刊的国际化 and 品牌化水平。通过打造国际会议集群,多方位、更全面地吸引更多国内外高层次学术人才参与到会议的组织管理和学术交流工作中,并将这些专家构建成一个以国际会议为学术阵地和交流平台的强大的学术共同体,对期刊走品牌之路作用显著。高层次人才对于推动期刊品牌培育和成熟具有“形象代言人”的品牌载体作用,能进一步扩大作者、读者群体,提升读者和作者对期刊的认可度,对期刊后期发展潜力的挖掘意义非凡^[11]。通过国际学术会议,期刊可以结交到更多的行业专家学者,通过筛选可将这些专家资源引入到期

刊编委和青年编委团队中,既是对期刊原有专家资源的有机更新,也为日后期刊组稿、审稿及宣传等一系列工作打下了基础。据统计,《学报》超过30%的编委和青年编委是从4个国际会议参会者中遴选出来的,其中不乏院士、杰青、长江学者等。

2.5 提升期刊编辑的综合素养

众所周知,编辑是出版行业的核心竞争力,有什么样的编辑,就会有什么样的期刊。要办有特点的品牌期刊,就必须拥有有能力的编辑。《学报》通过连续多年举办国际会议,充分优化了内部学术和工作架构,壮大了期刊编辑队伍。编辑在国际会议的组织和举办过程中,不仅积累了作者、专家资源,开展了组稿约稿工作,还获取了最新发展动态、了解了当前学科热点、更新了专业知识、拓宽了学术视野,有力地提升了自身学术造诣和综合素质,增强了竞争力,这对期刊品牌塑造等长远发展大有裨益^[16-18]。

优秀的编辑负有期刊品牌建设的使命感和责任感,只有多个优秀编辑个体的合力推动,才能助力期刊更好地走品牌建设之路。

3 国际会议集群发展的思考

近年来,随着国际合作交流越来越广泛,国内举办的国际学术会议如雨后春笋般不断涌现,然而在长期“五唯”的错误影响下,太多的学术会议已经严重变味并逐渐退出历史舞台。ISAPEP等4个国际会议多年的举办经验清楚地表明,要想发展好会议集群,在新兴和老牌国际会议中保持屹立不倒,必须在保证会议学术性方针不变的同时,还要做好细节工作,打造好精品会议集群,通过多个国际会议的强强联合来突出完善品牌形象。

3.1 保证国际会议的学术性

目前,多数学术会议是由学会和其他学术机构举办,只有少数学术会议由期刊来办,专业性较强的科技期刊同样具备举办学术会议的条件,甚至更能依托自身的学术资源优势,保证会议的规模和学术质量^[19]。自《学报》接手和创办IASPEP等4个国际会议以来,一直摒弃各类形式主义侵蚀和商业化运作,从形式到内容都秉承以学术研究优先、以学术进步为准。

相比于学术机构等办会而言,期刊依托一线学术编辑对本领域研究热点的熟知,能更精准地邀请到聚焦关键科学前沿问题、学科知识丰富的科研一线人员,从而有利于传播最新学术信息和最有学术价值的新研究成果,有助于弘扬良好的学术新风。《学报》一贯按照是否具备学术前瞻性、突破性进展的原则评选把关会议报告,并且在专业编辑优势加持下,保证了会议论

文质量,提高了学术规范性,符合期刊更好地服务读者和作者的价值观。不仅如此,学报办会致力于打破当前众多学术研讨会“研而不讨”“有会无议,有议无争”的怪现象,主旨报告做到宁缺毋滥,且留给参会者足够的时间去讨论,提高了学术交流的有效性。

真正促进新思想和新知识产生、交流与传播的学术会议,是受科技工作者欢迎和期待的。学报保证国际会议的学术性,让纯粹的学术充盈会议,让实质的学术交流成为会议的主旋律,从而保持了期刊的国际会议品牌持久,有利于科学技术的繁荣发展。

3.2 关注细节,打造精品国际学术会议

目前有的学术期刊依托自身资源,短时间内连续举办多场国际、国内研讨会,但会议唯经济利益至上,内容和服务粗糙,完全忽视了学术期刊应以社会效益为首位的原则。《学报》对国际会议集群的塑造,更加关注精品会议的打造,而不是一味地追求会议数量 and 经济效益。每场会议从初期策划到组织筹备,最后到会议举办,历时2年甚至更久,每一个系列国际会议都由《学报》的学术编辑团队通力合作完成,这使得每场会议都有充足的时间和人力资源来组织策划实施,从而打造出了一系列精品国际学术会议。

鉴于科技期刊出版是一种特殊的服务性行业,《学报》组织的国际会议无论是在学术上还是在管理上,一贯注重细节的把握。如:会议的论文集不管是否公开出版,都会经过作者投稿、专家审稿、作者修稿等完整步骤,并按照正式出版物标准进行编辑,最终完成编纂;参会者的胸牌上醒目地体现出参会者中英文对照的姓名和单位信息;会议结束前,及时发放会议合影和通讯录,合影的下方对应合影者的姓名,通讯录给出参会者姓名、单位、邮箱等详细信息。这些注重细节的会议模式,不仅能帮助参会者进行有效的学术沟通与联络,也体现出《学报》办会者细致、扎实、务实的工作作风,以及对待事情、学问的一丝不苟的风格,有效提升了《学报》在参会者心目中的形象,从而进一步完善了期刊品牌形象,做到了为创立科技期刊品牌增砖添瓦。

4 结束语

学术期刊是开展学术交流的重要平台,是传播思想文化的重要阵地,是促进理论创新和科技进步的重要力量。新时代下,期刊要积极调整办刊思路,多方位运用学术会议、培训、沙龙等学术活动,借助新媒体途径多举措宣传,努力践行学术引领和学术交流的社会责任,以期推动期刊国际化水平再上新台阶,助力我国学术期刊品牌事业蓬勃发展。

5 参考文献

- [1] 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
- [2] 李玉乐,李娜,刘洋,等. 综合性医学期刊品牌建设的探索与效果:以《协和医学杂志》为例[J]. 中国科技期刊研究, 2019, 30(10): 1091
- [3] 张莹,白雨虹. 新时代科技期刊品牌化、集群化发展探讨:以Light品牌期刊集群为例[J]. 出版广角, 2022(19): 25
- [4] 姜钰,李莎. 走内涵式特色发展之路:高校期刊集群化发展的探索与思考[J]. 出版广角, 2023(20): 28
- [5] 李侗桐,徐一臻,任延刚. 高校科技期刊集群化建设的需求、难点及对策:基于一所高校的深入访谈研究结果[J]. 中国科技期刊研究, 2023, 34(9): 1168
- [6] 寿景依,任红梅,张宏翔. 塑造科技期刊的会议品牌[J]. 中国科技期刊研究, 2014, 25(6): 858
- [7] 张学梅,马振,王贵林,等. 举办在线学术会议提升科技期刊品牌影响力[J]. 中国科技期刊研究, 2020, 31(11): 1276
- [8] 韩景春,蒋亚宝,曹雪雷. 打造精品行业会议 提升科技期刊品牌影响力:以金属加工杂志社为例[J]. 编辑学报, 2020, 32(3): 326
- [9] 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(4): 460
- [10] 滕蓉,郑晓蕾,曹洪武. 以期刊为根本打造精品大型国际学术会议:以“中国控制与决策会议”为例[J]. 编辑学报, 2017, 29(4): 371
- [11] 宋咏堂. 论科技期刊品牌的内涵[J]. 编辑学报, 2004, 16(2): 87
- [12] 黄明睿. 论学术会议与期刊的关系[J]. 编辑学报, 2016, 28(1): 18
- [13] 廖光勇,李春,沈颖,等. 借助学术会议提高科技期刊办刊水平[J]. 中国科技期刊研究, 2013, 24(6): 1189
- [14] 潘淑君,李无双,叶飞,等. 办好学术会议 促进期刊发展[J]. 编辑学报, 2009, 21(3): 236
- [15] 徐丁尧,步召德. 科技期刊学术会议组稿策略[J]. 中国科技期刊研究, 2017, 28(2): 126
- [16] 江澜,游苏宁. 合作办会 探索科技期刊多种经营的模式[J]. 编辑学报, 2008, 20(6): 521
- [17] 邵玉娟,王小玲,杨雪,等. 借助学术会议提升期刊学术水平和影响力[J]. 编辑学报, 2019, 31(增刊1): 73
- [18] 吴红艳,刘义兰,王菊香,等. 论科技期刊编辑培养优秀作者群的策略与措施[J]. 编辑学报, 2016, 28(6): 522
- [19] 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

(2023-06-11收稿;2023-10-08修回)

《高质量发展背景下科技期刊选题策划实践探析》审稿意见

本文虽然新意不多,但总结了自己的选题策划实践,一些思路及做法对期刊同人有一定借鉴价值。

修改意见如下。

1)题目改为《高质量发展背景下〈××技术〉选题策划实践探析》,全文紧扣此题目展开。注意不仅要表述清晰做了什么,而且要论述“为什么”和“怎么做”。

2)本文主题是“选题策划”,应该开门见山来谈选题策划的重要性,进一步阐明本文限定的“高质量发展”背景下《××技术》选题策划的意义和必要性,注意不要空来空走。

3)第2和第3章合并为一章,围绕“怎么做”重新分节。关于质量控制一节,现文既简单又没有新意,建议深入挖掘出有新意、有特点的经验。

4)“成效”一章把指标提升放在第1节,虽并无大

不妥,但表1的数据对比差异不是很明显,尤其是篇均被引频次。建议删去表1,挑选2个差异显著的专题用文字来表述。重要的是《××技术》作为一个高技术学术期刊,其发表的成果如何应用到现代化建设的伟大实践中,似应很好收集资料加以总结,这也是对“四个面向”策划思路的呼应。还有你们发表的专题成果,在业界有什么突出的反响,也应总结。这些“成效”比指标提升更符合办刊初心!适当调整“成效”一章各节排列顺序。

5)规范参考文献著录:按“期刊、论文集等中析出的文章,作为阅读型文献引用时标注文章的起始页,作为引文文献引用时标注引用信息所在页”的规则修改文献页码的标注;“——”改为“:”。

审稿结论:修改后终审。