

利用期刊品牌学术活动提升科技期刊国际影响力

——以《Molecular Plant》为例

叶娟英 陈蓉 崔晓峰

中国科学院分子植物卓越创新中心《分子植物》编辑部,200032,上海

摘要 科技期刊是科学研究成果记录和传播的重要载体。越来越多的科技期刊都在重视品牌建设,紧密围绕科技期刊品牌举办具有影响力的学术活动已成为提升科技期刊品牌知名度和影响力的重要举措。本文介绍了国内外科技期刊举办的期刊品牌学术活动的现状,以《Molecular Plant》期刊为重点,介绍其近年来举办的层次分明的系列学术会议、在线论坛以及植物科学领域新星全球遴选等一系列具有独特优势的品牌活动的创办历程、目标和举办经验,分析举办期刊品牌学术活动的意义,探讨提升科技期刊国际影响力、加强与学术界连接、吸引优质稿源的有效方法。

关键词 科技期刊;品牌学术活动;国际影响力;《Molecular Plant》

Enhancing the international influence of scientific journals through journal branding academic activities: taking *Molecular Plant* as an example//YE Juanying, CHEN Rong, CUI Xiaofeng

Abstract Scientific journals play a crucial role in recording and disseminating scientific research achievements. Nowadays, an increasing number of journals emphasize the importance of building their own brands. Organizing influential academic activities around the journal's brand has become a key strategy to enhance its visibility and impact. This article mainly focuses on the academic activities organized by *Molecular Plant* and provides an overview of our current brand academic activities, as well as insights into the establishment process, goals, and experience of hosting various unique events in recent years. These activities include the hierarchical "Molecular Plant" series of academic conferences, online forums, and the global selection of rising stars in the field of plant science. We also highlighted the significance and our experiences of organizing journal brand academic activities, explored effective ways to enhance the international influence of scientific journals, strengthen connections with the academic community, and attract high-quality manuscript submissions.

Keywords scientific journals; academic activities with the brand of journals; international influence; *Molecular Plant*

Authors' address Editorial Office of *Molecular Plant*, CAS Center for Excellence in Molecular Plant Sciences, 300 Fenglin Road, 200032, Shanghai, China

DOI:10.16811/j.cnki.1001-4314.2024.02.022

期刊的品牌不仅是指期刊的名称,更是期刊质量的重要体现,传递着期刊的内涵、特色、风格,以及办刊

人的学术理念、品位和境界^[1]。科技期刊的品牌建设是赢得读者和作者信任的基础,也是提升竞争力和影响力的重要手段。发表具有创新性和引领性的科研成果、为读者和作者提供优质的服务、提升读者和作者的学术体验是科技期刊增强期刊影响力、作者忠诚度以及读者认可度的基本要求^[2]。此外,紧密围绕科技期刊举办具有影响力的学术活动也是提升期刊品牌知名度和影响力的重要手段,因为期刊品牌学术活动不仅能够为科研人员交流学术成果、研讨科学发展前沿和建立合作提供平台,也为期刊编辑与科研工作者之间的紧密交流搭建了桥梁,有利于期刊编辑及时了解前沿科技进展、发掘潜在作者和审稿人、为期刊争取优质稿件、扩大期刊的作者和读者群体、增强科研人员对期刊的认同和支持度,从而实现期刊的学术水平和影响力的双重提升。

本文介绍了国内外科技期刊举办品牌学术活动的现状,并以《Molecular Plant》[《分子植物》(英文),简称《MPlant》]为重点,介绍“分子植物”系列学术活动的创办历程、目标和举办经验,分析举办期刊品牌学术活动的意义,探讨如何通过品牌学术活动来提升科技期刊的国际影响力。

1 国内外科技期刊举办的品牌学术活动

1.1 国外期刊出版商举办的品牌学术活动

随着全球科研投入的增加和科技的迅速发展,科研论文的发表数量不断增长。为了促进科研交流,各个科研机构、学会和出版商纷纷创办了更多的科技期刊。为了提升期刊的影响力并吸引更多优质稿源,越来越多的期刊开始利用自身品牌举办各种形式的学术活动。比如自然出版集团(Nature Publishing Group, 现 Springer Nature),依托国际知名期刊《自然》以及系列期刊打造了“Nature Conference”系列品牌学术会议,针对不同的主题邀请全球顶尖的科学家、政策制定者、产业界领袖等不定期召开会议,讨论最新的科学进展和亟待解决的挑战^[3];Elsevier 每年举办涵盖生命科学、物理科学与工程、社会科学和健康科学等学科的 50 多场会议,极大地增强了其旗下期刊的国际知名度和影响力^[4];Elsevier 旗下的 Cell Press 推出了“Cell

Symposia”国际学术会议、Cell Press webinars、Lablinks、“《细胞》编辑中国行”以及“中国科学家与 Cell Press”等系列学术活动^[5-7]；Wiley 推出了“Wiley 科研苑”的线上教育和培训平台，为科研工作者提供从论文写作、投稿、审稿，到出版、传播等全方位指导^[8]。这些活动以在线课程、视频讲座、直播问答、专家咨询等不同的形式来帮助科研工作者提升科研能力，并且增加旗下期刊发表论文的影响力和引用率。

1.2 国内科技期刊及出版商举办的品牌学术活动

为了提高期刊的关注度和国内外影响力，国内中英文科技期刊也纷纷开始利用期刊品牌积极开展了多种多样的学术活动。例如，Light 学术出版中心组织了“Light 国际光日”，“Light 学术交流沙龙”，“光子前沿论坛”等活动，并针对中青年科技人员和研究生设立了“Light 青年科学家论坛”“Light 学术联赛(全国光学与光学共享和博士生学术联赛)”和“王大珩光学奖”^[9]；《中国激光》杂志社举办了“国际信息光学与光子学学术会议”“全国激光技术与光电子学学术会议”“光学十大进展高峰论坛”“光学前沿在线”等学术会议和论坛，并为青年学者和研究生开设了“光学系列高级培训班”“激光前沿研究生暑期学校”和“中国光学学会研究生论坛”等培训活动^[10]；《研究》(英文)创办了“主编格致国际论坛”系列品牌会议^[11]；《园艺研究》(英文)举办了“国际园艺研究大会”“作者分享会”和“线下展板”等活动^[12]。除了英文期刊外，许多优秀的中文期刊也举办了以期刊品牌命名的会议、论坛等学术活动。如：《中国科学》杂志社旗下的《中国科学：化学》举办了“《中国科学》电催化前沿”在线论坛；《中国科学：地球科学》举办了“地球科学前沿论坛”活动^[13]。中华医学会杂志社旗下的《中华消化外科杂志》举办了“中国消化外科大会”和“消化外科云讲坛”^[14]；《中华放射学杂志》2004 年开始先后举办了“国际分子影像学研讨会”“全国心脑血管病影像学进展研讨会”“头颈部影像学进展研讨会”“全国乳腺疾病影像诊断与新技术应用研讨会”“中国放射青年医师学术论坛”^[15]；《中华外科杂志》举办了“中华外科金手指展演活动”“中华外科青年学者学术展示活动”“青研社”“基层医师规范化培训项目”等培训和学术交流活动^[16]。国内的中英文科技期刊通过举办一系列的学术活动，与国内外领域内的一线科学家、青年学者和研究生建立了紧密的联系，不仅为广大科研工作者提供了学术交流平台，也极大地提升了期刊在自身领域内的学术地位和整体影响力。

2 “分子植物”系列学术活动

自 2008 年创刊以来，始终坚持高水平办刊原则和

国际化办刊理念，已逐步建立了一流科技期刊的出版模式、质量控制体系和发行渠道，成为植物科学领域顶尖期刊之一。在这种情况下，如果想要进一步提升期刊国际影响力和突破至高点，就需要另辟蹊径来吸引优质稿件、持续扩大期刊在领域内的影响力和认可度。为此，《MPlant》自 2015 年以来构建了以“分子植物”或“MPlant”命名的 5 个学术活动模块，包括：着眼全球植物科学领域的“分子植物科学国际学术会议(International Conference on Molecular Plant Sciences, ICMPS)”系列高端国际学术会议，立足于国内、侧重交叉学科定位的“分子植物前沿论坛”，面向青年学者(包括博士后和研究生)的“MPlant 在线讲座”(包括前沿技术系列、学科前沿系列和国际讲座系列)，针对热点领域特定专题的“MPlant 在线研讨会”，以及面向全球优秀青年科学家的植物科学新星(Rising Stars in Plant Sciences)全球遴选活动。

2.1 分子植物科学国际学术会议

分子植物科学国际学术会议(ICMPS)定位是较大、综合性的高端国际学术会议，由《MPlant》的主办单位(中国科学院分子植物科学卓越创新中心和植物生理与植物分子生物学学会)和《MPlant》共同主办。《MPlant》编辑团队选定会议主题，邀请报告专家并组织会议的学术内容后，与举办地的高校或科研机构合作进行会务组织。ICMPS 系列国际学术会议每次设置不同主题和专题，邀请 35~40 名国内外植物科学研究领域的著名专家(包含多名中国科学院院士和美国科学院院士)作为报告嘉宾，与国内外植物科学领域的专家和青年学者以及研究生进行深入交流。自 2015 年开始，ICMPS 已分别在上海、北京、西安和哈尔滨(原定，后因疫情改为线上)举办了 4 届。在上海、北京、西安举办的 3 次线下会议均吸引了来自全球 10 多个国家的 400 多名植物科学家参加。受全球疫情影响，原定在哈尔滨举办的 2021 年 ICMPS 采取了线上 Zoom 和腾讯直播相结合海内外同步直播的方式举办，吸引了全球范围内共计超过 15 000 位科研工作者参加会议。此次线上会议因为省去了常规国际会议的长途旅行和烦琐的手续，反而吸引了更多的国内外专家学者参与，尤其是国外青年学者的参会数量是前几届会议的近 10 倍，有效地扩大了《MPlant》的国际知名度。ICMPS 系列国际学术会议的举办让国内外植物科学领域的专家、学者和青年科研工作者汇聚一堂，分享最新研究进展和学术思想、讨论和交流科研心得和发展方向，大大促进了国内外学者的交流与合作，有效地提升了《MPlant》在国内外的学术影响力和知名度；同时为期刊编辑提供了与国内外植物科学领域专家学

者交流和建立工作联系的机会。

2.2 分子植物前沿论坛

分子植物前沿论坛的定位是针对植物学研究领域的特定热点或前沿研究领域的中等规模的高端论坛。论坛由《MPlant》和国内知名高校或科研机构联合举办,通常会邀请国内知名专家20人左右作为讲座嘉宾,并邀请青年课题组负责人50人左右,博士后和研究生150人左右免费参会。2019年12月在北京与北京科技大学合作举办了以“生物技术与现代农业”为主题的前沿论坛。论坛邀请了国内知名大学和中国科学院的20多名报告专家,与参会的200多名青年科学家和研究生研讨当今生物技术和现代农业领域的最新成果和发展趋势。2021年4月在广州与华南农业大学合作举办了以“作物科学”为主题的前沿论坛。论坛邀请了4位院士和16位作物科学研究领域知名学者,与参会者分享和研讨作物科学前沿领域的发展和最新研究进展。2022年5月《MPlant》与中国科学院遗传发育研究所合作以在线方式举办了“豆科植物研究前沿”论坛,邀请了从事豆科植物研究的30多位优秀学者进行在线学术报告,交流了豆科植物基因组学、功能基因组、重要农艺性状基因、共生固氮、抗病抗逆、种质资源挖掘及分子育种利用等多方面的研究。2022年10月举办了“植物科学前沿交叉”论坛,邀请了从事植物科学前沿交叉研究的30位优秀中青年科学家进行在线学术报告,交流如何利用多学科交叉手段解决植物科学前沿科学问题,研讨最新进展和存在的问题。分子植物前沿论坛的特点是主题鲜明、会议规模较小但报告专家水平高,报告专家与参会的科学家有较为充分的讨论和交流时间,因而可让与会者特别是青年学者,在针对国家需求进行科研选题和课题设计等方面获得很多有用的信息和帮助。

2.3 MPlant 在线讲座

2020年突发的全球新冠肺炎疫情对传统的学术交流造成了极大的限制。为促进学术交流、分享植物科学最新进展,尤其是为青年科研工作者包括博士后和学生提供科研思路和实验指导,《MPlant》编辑团队于2020年5月及时启动了MPlant在线讲座,先后举办了“前沿技术”“学科前沿”和“国际讲座”3个系列,每周固定时间举办、每次邀请1或2位领域内的知名专家进行讲座并与参会者深度交流与讨论。MPlant在线讲座采用腾讯会议或Zoom举办、免费参加,同时利用《MPlant》视频直播号进行在线直播。自2020年5月以来,MPlant在线讲座围绕“学科前沿”和“前沿技术”系列已成功举办了48场,MPlant“国际讲座”系列举办了20场,共邀请国内外知名科学家70多人进

行讲座,共计超过3万人在线参加了讲座和讨论,超过8万人次在线听取了报告。MPlant在线讲座的持续举办为《MPlant》赢得了广泛持续的关注,加强了期刊编辑与知名科学家的联系,为邀约优质稿件打好了基础。尤其是MPlant“前沿技术”系列讲座,邀请专家详细讲授技术进展和应用,并为参会的博士后和学生提供实验指导,在青年学者中引起了很好的反响,不仅推广了期刊的优秀论文,同时加强了期刊与青年学者的联系,为期刊培育了潜在作者群体。

2.4 MPlant 在线研讨会

鉴于MPlant在线讲座得到了青年学者和研究生广泛认可,《MPlant》编辑团队在MPlant在线讲座的基础上,启动了MPlant在线研讨会。在线研讨会主要围绕学科内的热点或前沿主题邀请5~15位专家进行为期半天或者1天的讲座和研讨,旨在就某一特定主题开展相对全面详尽的学术报告,促进本领域科研人员的深度交流并助力广大科研人员对特定领域进展的了解,有助于促进学科合作。MPlant在线研讨会已围绕“小麦遗传学与基因组学”“植物代谢”“相分离与植物生物学”“作物雄性不育与杂种优势利用”“植物结构生物学”等5个研究主题举办了5次在线研讨会,超过6000人次参加在线研讨会。MPlant在线研讨会主题相对集中,讲座和交流主要针对某一特定领域,为领域内学者专家提供了深入合作交流的平台,同时也增强了编辑对于不同领域专家学者研究方向的了解,便于编辑发掘合适的审稿专家。

2.5 “植物科学新星”全球遴选活动

为鼓励青年学者致力于从事前沿创新性植物科学研究,为人类面临的粮食、环境和能源等方面的挑战提供植物科学解决方案,《MPlant》从2022年开始设立了“Rising Stars in Plant Sciences”(RSPS) Award,每年进行植物科学新星全球遴选活动。RSPS2022和RSPS2023历经全球申报、2轮遴选,最终RSPS科学委员会遴选10名候选人(Finalist)进行口头汇报,经综合评价后RSPS2022和RSPS2023分别遴选出5名和4名获奖者,分别来自中国、美国、英国和德国等国家,是植物科学各个领域的青年翘楚和偶像。RSPS活动的举办不仅极大地增强了《MPlant》在国内外青年科学家中的影响力,引起了优秀青年学者的广泛关注,同时为期刊吸引了许多来自国外的优质稿源,增强了青年科学家与期刊的联系,为期刊培育了众多潜在的作者、审稿专家和编委。

通过举办“分子植物”系列国际学术会议、前沿论坛、MPlant在线讲座和研讨会以及RSPS全球遴选活动,大大增强了一线科学家和青年学者与期刊之间的

联系与沟通,有助于编辑了解领域热点和前沿并有效追踪领域进展,及时邀约优质稿件。同时,这些学术活动的举办也强化了期刊的品牌形象,增进了潜在作者对期刊定位、投审稿服务和发展潜力的了解,增强了作者将重大原创科研成果投稿给期刊的信心。此外,不同层次和规模的学术交流活动加强了科学家之间的交流与合作,为青年科学家的发展提供了帮助和指引,充分彰显了期刊服务科研和引领学科发展的宗旨,有助于提升期刊的影响力和凝聚力^[17]。

3 举办品牌学术活动提升科技期刊影响力的经验与意义

创建“分子植物”系列品牌学术活动是《MPlant》对标 CNS 子刊、打造世界一流科技期刊的重要举措。“分子植物”系列学术活动的成功举办离不开来自多方面的支持和配合。首先,“分子植物”国际会议和前沿论坛等得到了主办单位和各承办或协办单位的大力支持,使得这些学术活动得以圆满举办。其次,MPlant 在线讲座和研讨会得到了国内外众多知名科学家和青年学者的广泛支持,使得这些学术活动得到持续广泛的关注和参与。同时,重要的是,每次学术活动的举办都离不开《MPlant》团队成员之间以及与活动组织者之间的合理分工和密切合作,为了同一个目标而奋斗的精神。

尽管《MPlant》已经成功举办了不同层次、不同规模的众多学术活动并获得了理想效果,但实际举办过程中,在主题确定、报告人邀请、合作院校遴选、活动形式选择、前期预热与宣传等方面仍存在诸多不足和问题。针对可能存在的问题,需要及时采取积极有效的应对措施才能使得期刊品牌更加深入人心,科研人员在学术活动中更加有获得感,期刊和学术界的联系更加紧密。展望未来,要想进一步将“分子植物”系列品牌学术活动办好,一方面需要坚持已建立的方式方法,另一方面还要推陈出新,不断思考和探索如何进一步打造好品牌学术活动,提高活动的参与度,提升“分子植物”系列学术活动的影响力。

鉴于每本期刊的学科领域、期刊定位和发展阶段各有不同,举办学术活动绝不能盲目地照搬别人的经验,要根据期刊自身实际情况制订适合期刊发展的策略。首先,要明确期刊自身的品牌定位和目标群体,根据自身定位,围绕相应的目标群体针对性地进行选题策划。最好能根据期刊发展规划制订出一系列的品牌学术活动,并且利用多种渠道宣传推广、吸引更多的参与者,从而逐步提升期刊的知名度和影响力。其次,尽量定期举办学术活动,从而持续为科学家提供学术交

流和互动的平台,逐渐增强科研人员对于期刊的了解和长期支持,逐步构建围绕期刊的学术社区。再次,举办学术活动要注重互动、创造期刊编辑与一线科研人员的接触机会,注意推荐期刊的优秀论文和作者,鼓励参与者为期刊投稿并及时收集参与者对活动的反馈意见,从而能及时改进和完善后续的相关学术活动;最后,在很多情况下可以考虑与相关科研院所或学术团体联合举办学术活动,从而建立与这些单位的长久合作关系、促进期刊与学术界之间的交流与合作,为期刊发展争取更多资源和支持,帮助期刊扩大学术影响力。

“分子植物”系列品牌学术活动是在《MPlant》发展过程中逐步开展起来的,伴随着《MPlant》“冲出亚洲,走向世界”并以 27.5 的最新影响因子位居 238 本植物科学领域 SCI 期刊首位。这种相辅相成的发展关系源自《MPlant》所举办的这些多层次的学术活动能够作为一根纽带不断加强期刊和学术界的联系,使期刊和科研人员互利共赢。从期刊发展角度来看,首先,举办品牌学术活动为科学家与期刊编辑间搭建了紧密联系的桥梁,能够让期刊编辑更加快速、直接地了解最新科研进展,便于及时约稿从而为期刊争取更多优质稿件;其次,品牌学术活动可以吸引更多的科研人员、学者和专家参与,这些参与者往往也是期刊的潜在作者、审稿人或读者,通过参与期刊相关的学术活动,期刊可以扩大作者、读者和审稿人群体,提高期刊知名度和关注度;此外,通过品牌学术活动期刊编辑也可以向作者和读者提供写作、审稿、出版等方面的指导和帮助,还可以收集作者和读者的反馈意见,从而改进期刊的服务和管理、提高办刊质量和效率。从科研人员角度来看,首先科技期刊品牌学术会议搭建的多层次平台给更多的科学家提供了展示学术成果和开展学术交流的平台,尤其为一些刚在领域崭露头角的青年科学家提供了展示机会。其次期刊品牌学术活动还为下一代科研人即研究生提供了众多学习前沿科学进展的机会,为他们的学术职业生涯发展提供指引。从学科发展角度来看,通过举办期刊品牌学术活动首先可以有助于科学家掌握前沿热点和学科发展方向,增强科学家之间的交流与合作,从而更好地进行科研创新。再次,可以通过期刊品牌学术活动这个平台,增强对期刊的认识、了解期刊的审稿和出版等过程,帮助科研工作者顺利快速发表学术成果;此外,期刊品牌学术活动还具有学术引领性,通过邀请领域科学家就特定的主题进行报告和探讨,可以解决领域难点,碰撞出学术火花,为学科发展指明方向。科技期刊是科学研究成果记录和传播的重要载体,其学术影响力直接反映了一个国家或地区的科技实力和水平。举办期刊品牌学术

活动是展示期刊自身特色和扩大期刊影响力的一项有力举措。

4 结束语

总的来说,我们重点以《MPlant》为例,说明科技期刊通过举办系列品牌学术活动不仅可以夯实科技期刊作为论文发表载体的基础作用,同时还能体现科技期刊作为学术交流平台的纽带作用,在促进期刊自身发展的同时促进期刊所在学科领域的科研创新。特别是对于科技期刊吸引优质稿件,提升作者和读者服务能力,提升科技期刊的学术声誉和国际影响力具有重要意义,有利于促进期刊的长期健康发展。

5 参考文献

[1] 刘京希. 以品牌化建设提升学术期刊竞争力[N]. 文摘报, 2021-06-21(7)

[2] 陶彩军,范真真,佟建国. 面向读者需求的世界一流科技期刊建设[J]. 出版科学, 2021, 29(1): 47

[3] Nature. Nature conferences[EB/OL]. [2023-10-19]. <https://conferences.nature.com/event/4014cd93-3105-481d-b403-317c2a1dd449/summary>

[4] Elsevier. Elsevier events[EB/OL]. [2023-10-19]. <https://www.elsevier.com/zh-cn/events>

[5] Cell Press. Cell symposia[EB/OL]. [2023-10-19]. <https://www.cell.com/symposia>

[6] Cell Press. Cell Press webinars[EB/OL]. [2023-10-19]. <https://www.cell.com/webinars>

[7] Cell Press. Cell Press lablinks[EB/OL]. [2023-10-19].

<https://www.cell.com/lablinks>

[8] Wiley. Wiley 科研苑[EB/OL]. [2023-10-19]. <https://app6sjglueg4184.pc.xiaoe-tech.com/>

[9] 张莹,白雨虹. Light 学术出版中心集约协同管理模式的探索与实践[J]. 中国科技期刊研究, 2022, 33(10): 1404

[10] 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

[11] 田恬,史马超. 打造线上品牌学术会议,助力科技期刊发展:以 Research 主编格致论坛为例[J]. 科技传播, 2022, 14(17): 41

[12] 尹欢,孔敏,张彤,等. 英文学术期刊学术社区的探索与思考:以《园艺研究》为例[J]. 中国科技期刊研究, 2021, 32(8): 1040

[13] 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

[14] 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

[15] 张琳琳,游苏宁,高宏. 依托期刊打造全方位会议服务平台:以《中华放射学杂志》为例[J]. 编辑学报, 2018, 30(5): 506

[16] 李静,刘冰. 举办特色学术活动培养优秀青年作者:以《中华外科杂志》为例[J]. 编辑学报, 2021, 33(5): 588

[17] 崔晓峰. 建设世界一流期刊和高水平学科刊群,实现科技期刊强国梦[J]. 科技导报, 2020, 38(20): 23
(2023-10-20收稿;2024-01-13修回)

[上接第 221 页]

[3] 周立. 报纸重大事件特刊的概念与起源[J]. 编辑之友, 2008(5): 50

[4] 吴宁. 科技期刊刊庆纪念特刊的编撰与设计[J]. 编辑学报, 2017, 29(3): 239

[5] 骆超. 科技期刊特刊约稿的实践与思考:以《水利水电科技进展》百年校庆特刊为例[J]. 编辑学报, 2016, 28(3): 287

[6] 沈敏. 综合类学术期刊编辑中的内容策划方式研究[J]. 湖北第二师范学院学报, 2022, 39(6): 98

[7] 王静,冯学赞,马宝珍. 提高科技期刊约稿质量和成功率的途径与方法[J]. 编辑学报, 2013, 25(6): 553

[8] 张彤,恽海艳. 学术期刊封面设计的品牌营销及影响力提升浅析[J]. 价值工程, 2019, 38(33): 281

[9] 汤超,沈灵芝,徐燕,等. 中国激光杂志社期刊封面设计的实践与思考[J]. 中国科技期刊研究, 2022, 33(11): 1507

[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
(2023-11-16收稿;2024-02-04修回)