

出路在何方:中国科协赴荷兰科技期刊考察团有感

石朝云¹⁾ 游苏宁¹⁾ 杨文志²⁾ 张建国²⁾

(1)中华医学会杂志社,100710,北京;2)中国科协学会学术部,100863,北京)

摘要 通过与荷兰爱思唯尔、威科两大出版集团进行深层次的座谈,考察其有关编辑出版、期刊管理、电子数据平台建设等流程,研讨出版物的未来发展方向以及双方的出版合作与交流,探讨我国科技期刊的发展之路。

关键词 科技期刊;发展;数字化;出版业

What we can do: the report on China Association for Science and Technology sci-tech periodicals team's Netherland visit // SHI Zhaoyun, YOU Suning, YANG Wenzhi, ZHANG Jianguo

Abstract With a depth discussion with Reed Elsevier and Wolters Kluwer Publishing Companies in Netherland and field studies on the process of editing and publishing, quality control and database establishment, we studied the future trends of sci-tech publishing, the feasibility of business cooperation between two countries, and the future development of Chinese sci-tech periodicals.

Key words sci-tech periodicals; development; digitize; publishing

Author's address Publishing House of Chinese Medical Association, 100710, Beijing, China

2009年2月16—21日,以中国科协学会学术部副部长杨文志和中华医学会杂志社社长兼总编游苏宁为正、副团长的中国科协期刊考察团一行7人,对荷兰进行了考察,访问了爱思唯尔(Elsevier)、威科(Wolters Kluwer)等出版集团,考察了其编辑出版、期刊管理、电子数据平台建设等流程,并就有关问题与其进行了交流、研讨。

1 荷兰出版业的基本状况

荷兰地处西欧,面积共41 864 km²,人口不到1 600万。荷兰是一个国际化程度很高的国家,虽然官方语言是荷兰语和弗里西语,但受过教育的荷兰人几乎都能讲英语。语言优势、国际化和宽松的出版环境形成荷兰的出版传统和国家优势。英语在企业 and 学术等领域中的地位十分重要,以学术出版著称的爱思唯尔目前并不出版荷兰语期刊。这种国际化、全球化可能与荷兰国土和市场狭小、资源有限有关,拓展海外市场对出版商来说非同小可。大多数出版社的编辑、印刷和物流等多数职能分别由设在世界各地的分支机构分担。如爱思唯尔的电子产品大多在印度和菲律宾生产,因为当地有语言和计算机技术的优势,人工成本也比荷兰低得多。同时,荷兰出版业的发展得益于政府的开放政策。在发展初期,当时欧洲许多国家出版业

一直没能从禁锢中解脱出来,不是一般大众所能从事的行业,在英国只有剑桥大学、牛津大学等少数出版社拥有出版权。由于荷兰政府放松管治,各出版商以市场求生存,出版商之间的激烈竞争促使交易、出版形态和印制手段的革新,奠定了今天荷兰出版业发展的基础。20世纪80年代,为了扩大出口,以英文出版的科技图书与期刊的品种增长很快。现在荷兰有各类出版机构1 800多家,其中商业出版社500多家,其报刊发行始于1618年,现共有日报近90种,期刊约4 000种。通过考察,我们感受到荷兰科技期刊出版业的特点是:1)有促使其不断成长的历史渊源;2)有雄厚的科研实力作背景;3)以世界通用语言英语进行出版的策略;4)符合市场规律的商业化出版体系。

2 爱思唯尔和威科出版集团简介

2.1 爱思唯尔公司 爱思唯尔已很难说是哪个国家的,除了销售和印刷等部门外,其出版部门称为科技出版集团(Scientific Publishing Group),包括爱思唯尔出版社、北荷兰出版社和其他一些出版部门。爱思唯尔出版社可以说是荷兰这个出版王国的一颗明珠。

目前,全球科技医学(STM)期刊出版市场每年产值是20亿美元,2 000多家出版社出版2.3万多种期刊,全球研究者和文章都以每年3%~4%的速度递增,>95%的文章在线都可找到。爱思唯尔则出版了其中的2 300多种,约占期刊的10%,全球每年以英文出版的研究性文章26%来自爱思唯尔。从2000年至今,其电子出版投资总额已超过3亿欧元,其中投资ScienceDirect 2亿欧元,同行评议编辑出版体系1 500万欧元,编辑系统4 000万欧元等,在新技术出版领域已完全占有领先地位。其数据库已被全球科学家认可,ScienceDirect为100万研究者提供900万篇期刊文章的检索服务;2004年又开发了Scopus文摘和索引数据库;MD Consult则为医疗卫生研究人员提供决策依据。其产品行销180多个国家,在全球26国有7 000多名雇员,其中在荷兰本土的仅1 000人,并且以每年新出刊18种的速度在不断发展。爱思唯尔一直紧跟时代步伐,从而保持着科技出版的世界领先地位。

爱思唯尔对其拥有2 300多种期刊的STM期刊群的管理理念非常简约,但不简单。它按照STM大学科

期刊群分类管理的需要设立相应管理部门,如化学出版部、医学出版部等,并设相应综合性管理部门,如网络出版部、市场营销部等。由这些部门按照“分类跟踪,深入分析,评价反馈”的方式进行专业管理运作。即,把2300多种期刊分为若干学科(或门类)期刊,由相应的管理部门根据市场销售和用户反馈的情况,以及来自于作者、编辑部方面的情况,根据学科期刊群管理专家团队、综合管理部门专家等的集体讨论和定量化分析,提出对其每一种期刊的个性化管理的策略和关注的重点、发展的方向和措施。在具体操作上,根据每种期刊的评价数据和结果,分别标注为绿色、黄色、红色等3色:绿色表明期刊运行状态良好,不需过多注意;黄色表明期刊在某些方面有一定不足或问题,须加以具体指导和提出改善措施;红色表明期刊进入警戒状态,存在严重问题,须投入足够精力予以关注,研究是否继续出版,提出明确的发展对策措施。爱思唯尔的专家对每种期刊的某些指标提升或下降过快,都给予重点关注和深入分析,并不认为指标提升越快越好。

爱思唯尔对不同国家的STM期刊的重要学科领域、研究性论文、论文质量以及作者分布等进行定量化分析、分类管理。其研究表明,中国的研究性论文和STM期刊处在第4象限,即数量增长极快、质量处在世界平均水平以下,但极具市场潜力。爱思唯尔对我国的论文稿源和STM期刊信息的发展走势,以及科学家对期刊信息的市场需求等非常看好,对期刊市场发展充满期待是其今后很长时期内市场开拓和发展的重点国家。爱思唯尔的专家认为,从他们的营销战略看,中国的研究性论文和STM期刊目前最关键的问题是提高论文的质量和英语文字水平。

2.2 威科集团 威科集团成立于1878年,总部位于荷兰,但其业务遍及欧洲、北美和亚太地区,如以出版总额计,为世界5大出版公司之一,其提供的产品和服务涵盖医学健康、税务、财会、金融、法律以及教育等多个领域。在与考察团交流中,集团的专家重点介绍了其专业数据服务平台(Ovid)的建设理念、技术与运作状况。目前Ovid已成为全球最受欢迎的医学信息平台,隶属于集团下属的健康出版事业集团(Wolters Kluwer Health),该集团2006年总收入为8.23亿欧元,近年来业绩持续增长,专业教育板块是其业绩增长的亮点。Ovid数据库收集全世界所有医学健康类(不分层级,追求全,有应用价值,不分语言)的专业期刊、专业书籍等专业信息,为医生提供临床解决方案,为病人施药提供咨询,为研究人员提供文献信息服务,为学校教育和继续教育提供学习服务等,其服务界面非常人性化,平台的互动性良好。Ovid除建立自己独有的数据库外,也选

择与爱思唯尔的医学期刊数据库、中国万方医药期刊数据库等世界上的一些实力较强的综合或专业数据库合作,通过文献查阅流量来实现结算和利润分成。Ovid服务的构成比例为:医药解决方案32%,临床解决方案7%,专业教育26%,医学研究35%。根据TNS Global Image Study 2007年的报告,Ovid在医学信息服务领域,无论在技术领先性、数据质量以及用户检索体验等方面,均列全球第一。在北美,93%的医学图书馆、97%的教学医院和87%有200张以上床位的美国医院,以及30家最大医药企业均使用Ovid平台和医学数据库产品。我国多家医院和医学科研院校也使用该产品,好医生网站宣布将与威科达成合作,引进其Ovid平台、Cline Guide辅助诊疗智能系统等大型系列信息服务体系,为中国广大医药科研人员、医护人员提供最前沿的医药科研信息和教学资源服务。

威科集团也在其他领域积极开拓中国市场,看到了中国的开放政策为出版产业带来了新的增长机会。其旗下的CCH(Commerce Clearing House)公司是世界领先的专业信息出版商,产品包括书籍、活页、电子产品和网络等多样化形式,以优质、可靠、及时和方便查阅的特点享誉全球。据悉,CCH在中国注册的商律(北京)图书销售有限公司已取得新闻出版总署颁发的图书零售企业营业执照,这将是国内首家外商独资的专业零售书店。

3 荷兰科技期刊发展对我们的启示

3.1 科技期刊出版的全球化、国际化势不可挡 无论爱思唯尔还是威科,其基本理念和运作完全是全球化思维,基于全球范围内市场竞争(采购、销售、并购、合作等),使其成就为无国界的极具竞争实力的科技期刊出版公司。在信息化社会,世界已经变平,中国科技期刊出版要获得与大国身份相适应的国际地位,具备世界眼界,顺应世界潮流,融入全球科技期刊出版体系,积极主动地参与国际的市场竞争与合作,加快办刊理念、运作的国际化,这是必须跨越的门槛。科技期刊出版(包括作者、审稿、编辑、生产、服务平台、物流等)的全球化,科技期刊资源配置的属地化和本土化,不仅大大丰富期刊的资源,节约期刊生产和交易成本,而且也拓展了市场容量,增强产品的学术认同和文化认同。爱思唯尔、威科正是利用全球化的资源和市场定位,才得以位居世界大出版公司的前列。

与西方科技期刊强国相比,我国科技期刊发展既有优势,也有明显缺陷。我国科技投入不断增加,研究论文产出数量不断增长,科技期刊信息的消费市场巨大。但在科技期刊国际化方面,我们面临许多难题:

1)语言。中文期刊服务于本土与服务全球(国际化)很难两全。2)声誉。我国科技期刊的历史不长、声誉不高,对全球高水平论文的吸引力不强,期刊的全球性销售受到制约。3)导向。我国办刊受非学术性评价主导,官本位和功利性的职称、学位、评奖制度等深深影响着期刊的走向,体制和制度安排不完善,促使科技期刊在追求评价指标中不能自主,也导致优秀论文大量流向外刊。

3.2 数字化与集团化是科技期刊发展的必然趋势

爱思唯尔、威科完全基于“世界是平的”基本理念发展的现代科技期刊的基本走势,目前均以数字化产品作为主要营利产品,并为此奠定了盈利模式。从世界范围看,信息技术的高速发展为科技期刊奠定了新型出版形态——数字化期刊的基础,而越来越多的研究人员由传统的阅读纸版期刊向通过网络收索、选择、获取、阅读、引用科技期刊信息方式的转变,使得科技期刊的在线和数字化出版日益风行。基于数字化科技期刊商务的在线出版平台,促使在线获取科技信息正在成为现代研究人员获取文献的主要途径。

考察发现,数字化出版使科技期刊出版除了坚持同行评议、质量为核心这个根本宗旨不变外,出版理念、形态、规模以及流通方式等已发生根本性变化。目前,中国科技期刊出版在国际上还缺乏话语权,虽然已有同方、万方等著名的综合性数字化出版平台,但其国际化程度仍不高,中国科协及全国学会主办期刊的在线数字出版平台建设和国际化更是滞后,不具备与世界同行竞争的实力。实践证明,科技期刊在线数字出版需要投入巨额资金,需要获得持续的财务支撑,需要集成和优化资源、提高运行效率,这些只有在科技期刊集团化的体制下才能完成,才能持续。要使我国科技期刊做大做强,在世界期刊之林取得一席之地,除提高质量水平外,必须彻底改变期刊主办和出版高度分散、资源配置低效、办刊能力不高等现状,走集群化、集团化的发展道路。随着中国文化出版体制改革的深化,未来几年将进入科技期刊优胜劣汰的时期,期刊的主办权和出版权、资产的兼并和重组将是主要趋势。

3.3 科技期刊信息服务的市场细分正在加剧 世界范围内科技期刊信息服务正在加剧市场细分:一是科技期刊按照学科、专业的进一步细分趋势非常明显,爱思唯尔每年出版18种新刊,而我国每年批准的新刊与实际需求有很大的差距,受刊号数量控制的限制,有不少该办的科技期刊得不到批准。二是科技期刊信息服务出现综合和专门2种细分方向。如爱思唯尔的 Science Direct 和威科的 Ovid 都是当今运作较为成功的数据信息服务系统,但这2个信息平台却有着“综合

求优,专门求全”的鲜明特点。Science Direct 是一个 STM 期刊的综合信息服务平台,涵盖的学科较多,据介绍,未来几年爱思唯尔在线数字化出版的期刊数将有所减少,其选刊信息来源标准将更加严格,主要把握各学科最前沿的发展信息,遵循“综合求优”,寻求的发展目标是求高、求精、求优。Ovid 主要以医学和健康服务为主,是个专业性、个性化的数据库,其信息来源强调要尽可能地全面,不仅包含期刊信息,还有电子书等各种载体的信息,以让使用者搜索一个问题时得到最全面的解答。三是专门性、个性化的学科性科技期刊信息平台具有较好的发展前景。由于科技期刊在线数字出版的排他性,以及信息消费市场的有限性,对科技期刊源信息的争夺竞争日趋激烈,综合性信息服务平台的运营成本不断增加、生存发展空间受到限制,但基于优势学科群基础上建设专业性、个性化信息服务平台具有较好的发展前景。这是因为学科内聚力强、服务对象明确、产品个性鲜明,同时能提升期刊群体的谈判地位、不需要出让科技期刊的在线数字化出版权(掌握主动、留住增值利润)、可以平等地与综合性信息服务平台合作和竞争。中国科协及其全国学会应首先建设自己的科技期刊专业数据信息服务平台。

3.4 科技期刊出版的竞争更加集中于增值服务方面

爱思唯尔的副总裁 Evans 教授在谈到爱思唯尔的未来发展方向时讲了一个小事例,其数据库可起到猎头公司的作用,如把某一学科发表高质量论文的机构和作者均进行排名,发表论文有效引用率最高的作者可能在一个不出名的研究机构里,发表高质量论文较多、科研力量较雄厚的机构看到这个结果,便极有可能去和这位作者沟通,请他来自己这里工作,以壮大自己的科研实力。Evans 教授表示,当多年前他专注传统出版业时,也认为这不是科技出版分内的事,但现在这些都是科技出版者可提供的信息服务。威科健康服务部副总裁 Schregardus 在介绍 Ovid 时,更是多次强调 Ovid 可提供解决问题的方案,即使不是专业人士,只是想对自己健康有所了解的大众也能在其中得到所寻求问题的答案。时代在变迁,客户需要何种服务、我们能提供什么服务都是可持续发展的前提,而我国的大多数科技出版者还固守和拘泥于传统的出版理念。

4 对我国科技期刊发展的建议

目前我国有科技期刊5300多种,其中中国科协及全国学会主办期刊960种。我国科技期刊发展正处在一个非常关键的时期,面对国际国内崭新的发展形势,借鉴荷兰科技期刊的发展经验,现就我国科技期刊特别是中国科协科技期刊工作提出以下意见和建议。

4.1 制定科技期刊国家战略和发展规划 明晰我国科技期刊在创新型国家建设和国家创新体系建设中的地位 and 作用,针对世界科技期刊的竞争态势和外刊对我国科技期刊的冲击的严峻形势,尽快制定我国科技期刊的国家战略和中长期发展规划,切实指导和引领我国科技期刊的发展。

4.2 给予更多的政策支持 借鉴荷兰科技期刊出版的宽松政策环境,结合中国国情和科技期刊发展的实际需求,国家出版管理部门应科学地界定科技期刊出版的属性,赋予科技期刊的非营利出版属性,并确立相应制度安排,如在实行市场配置资源前提下,采取项目管理方式,实施对科技期刊(特别是优秀学术期刊)的政府资助,实施科技期刊的国家减税或免税政策。建议区别科技期刊出版单位属性(国家机构、企业、非营利组织等)实行不同的政策支持,在国家已经明确公益性出版单位、经营性出版单位政策支持的同时,切实增加和完善对科技社团主办科技期刊的政策支持,充分体现其非营利的组织属性。

4.3 提高我国科技期刊组织化程度和产业化水平 借鉴国际上科技期刊集团化运作的经验,加快我国科技期刊出版体制改革的进程,切实解决分散、重复办刊问题,完善有实力科技期刊出版机构跨地域兼并重组的具体政策措施;切实贯彻国家“科教兴国”战略,推动知识创新工程和科学技术进步,对于较高学术水平、填补学术领域空白的自然科学期刊予以政策倾斜,推动优秀科技期刊进一步做大做强。

中国科协及其全国学会主办的科技期刊要以集群化为重点,深入研究和寻求妥善解决影响科技社团期刊出版体制改革进程的诸多无法绕开的问题,如科技社团期刊经营主体资格问题、科技社团主办期刊的广告经营主体资格问题、科技社团主办科技期刊广告

营性或非营利性的鉴别问题、科技社团具有设立期刊出版机构的出资主体资格问题、科技社团作为非营利组织如何在出版体制中转制问题等等。始终坚持专家办刊,坚持同行评议机制,保持科技期刊的核心价值;同时要积极开发科技期刊市场,坚持期刊的市场运营,建立和完善有效的营销模式;建立完善以学科为逻辑维度的期刊集团化的出版机构,实行跨主管、跨主办、跨承办、跨地域、跨层次的科技期刊出版合作或资本联合,支持建设所属全国学会层面的科技期刊联盟、集群、集团,激活科技期刊集群化的内驱力,有效连接“小期刊、大市场”;建立完善科技期刊真正的出版法人治理结构、新型的集群化的资本运营模式、决策与执行的权力运行结构、可操作性的利益分配机制。

4.4 提升我国科技期刊数字化水平 针对我国科技期刊数字化出版处在发展初级阶段但发展势头迅猛的局面,在强化支持的同时,要加强科技期刊数字化出版的规划协调、科学布局、指导服务,克服低水平重复,减少资源和资金的浪费。中国科协要积极推进具有规模学科期刊群的全国学会期刊数字化建设,完善期刊在线编辑处理系统和编辑流程网络化的基础上,支持建设学科期刊的全文数据库与在线数字传播系统,建立良好、持续地运营的模式。

4.5 充分发挥中国科协科技期刊工作的对外交流作用 采取适合中国科协的期刊业务管理身份的方式,加强与国外期刊业务交流和往来;积极寻求国外科技期刊机构与专家为中国科协的期刊发展提供建议和帮助;主动邀请国外科技期刊机构联合或参与举办非商业性的期刊学术交流活动 and 期刊业务培训班;积极选派国内科技期刊业务骨干到国外相应刊机构开展访问或研究等。

(2009-0-320 收稿;2009-04-01 修回)

表示非确定大小的量值可以使用单位符号吗?

问 表示大小不确定的量值可以使用单位符号吗?

答 允许。GB 3100—1993 指出:“单位和词头的符号用于公式、数据表、曲线图、刻度盘和产品铭牌等需要明了的地方,也用于叙述性文字中。”中国标准出版社 1996 年出版的《量和单位国家标准实施指南》进一步指出:“单位符号可以在一切需要简单明了表示的地方使用,也可用于叙述性文字中。并不局限于仅在表示量值时才用符号。在非量值的情况下,只要不会产生误解,也可单独使用符号。”因此,在表示非确定大小的量值,甚至非量值时,顺理成章地可以使用符

号,如几 hPa、数十 km/h 等。

用英文出版的《国际药典》中就有“…each mL…”的用法;在我国的药典中也有“每 1 mL……”的用法:这些用法都不违反标准的规定。由于长期以来对这类情况使用单位名称,改用了符号反而让人看起来“不习惯”,感到“别扭”。其实在科技出版物中,用符号代替名称,尤其对一些复杂的单位,是十分简明方便的。例如,“洛伦兹系数的单位为二次方伏特每二次方开尔文”,如使用符号则变得非常简明:“洛伦兹系数的单位为 V^2/K^2 ”。

(浩 元)