

# 国外开放存取期刊的盈利模式探析

葛建平 杨冬 徐晓 孔琪颖 蔡斐

《航空学报》编辑部,100191,北京

**摘要** 开放存取出版已成为期刊出版的重要趋势,而在其发展过程中保持资金链条的畅通,对期刊的可持续发展至关重要。在考察国外典型的开放存取实践的基础之上,介绍国外开放存取期刊的各种盈利模式,总结这些模式的经验及其对国内OA期刊的启示。

**关键词** 开放存取期刊;资金来源;盈利模式

**Research on business models of foreign open access journals**//  
GE Jianping, YANG Dong, XU Xiao, KONG Qiyang, CAI Fei

**Abstract** Open access publishing has been a major trend in the road of journal development. And how to guarantee sufficient financial support is of great importance for a journal's ongoing sustainability. Based on the exploration of the representative open access practices abroad, this paper presents an overview of foreign business models and makes a generalization of their experience as well as their inspirations to domestic open access journals.

**Key words** open access journal; financial source; business model

**Authors' address** Editorial Office of Chinese Journal of Aeronautics, 100191, Beijing, China

开放存取出版自上世纪末问世以来,其理论研究和实践应用均受到了极大的关注。据《开放存取期刊目录》(Directory of Open Access Journals, DOAJ)统计,截至2010年7月1日,DOAJ收录的OA期刊已达5143种<sup>[1]</sup>,且以每月60余种的速度增长。伴随着这一出版方式的迅猛发展,其可持续发展问题也日益突出。早在2004年,Björk<sup>[2]</sup>研究发现,盈利模式、学术奖

励体系、市场营销和品牌经营是阻碍OA期刊发展的关键因素。2006年对中国科学院56种科技期刊的相关调查同样显示,缺乏有力的资金支持和OA期刊的可持续发展问题是中国科技期刊实行OA存在的主要障碍之一<sup>[3]</sup>。据统计,2009年实现OA后期刊发行收入“略有下降”和“大幅下降”比例较2007年分别提高了8.4%和6.8%<sup>[4]</sup>。上述研究表明,依靠传统的发行作为主要经费来源已受到愈发严峻的挑战,如何在OA模式条件下积极寻求新的收入来源,成为期刊发展的重要课题。鉴于国外的OA实践发展相对成熟,本文将总结其盈利模式的经验,以期为国内期刊提供借鉴。

## 1 国外OA期刊的盈利模式

纵观国外OA期刊的出版实践,可将其收入来源分为2类:一类是期刊自身收入来源,包括投稿费及出版费和广告等;另一类是外部补贴,包括基金和赞助、补贴及奖金。

### 1.1 期刊自身收入来源

1) 投稿费及出版费。OA出版的特点之一是作者付费。在数字化出版环境中,对作者征收的费用主要用于抵消文章的处理成本<sup>[5]</sup>,表现为投稿费(投稿时就支付的费用,主要用于审稿)和出版费。有些期刊只收其一,有些则两者兼收。一般来说,收取投稿费适用于拒稿率高的期刊。

期刊中开辟“国外优秀文章简介”栏目,一方面正视与国外优秀期刊之间的差距,尊重国内优秀论文“追逐SCI”的现状,优先考虑将国内高质量的外流论文引入进来,提升国内期刊载文的质量;另一方面,为国内的读者介绍当今世界范围内本学科领域的最新研究、重要成果。同时,通过与国外优秀刊物编辑部之间建立联系、不断交流沟通,我们还可以组建起新的稿源渠道,拓宽办刊思路,为期刊的国际化发展奠定基础。

办刊需要不断创新,需要秉承前人创建的良好基础,还需要持续注入新鲜血液。作为年轻编辑,我们应该始终拥有一颗好奇心,去开启进入新世界的那扇门,为期刊带来勃勃生机。

诚然,做任何一项工作久了,都会产生丝丝疲倦,

对新生事物不再那么敏感,这也是人的生理特征,但只要时刻提醒自己,对身边的人、事物和知识保持专注,这种专注就可以帮助我们更好地守望。经过近7年的工作,在编辑部、杂志社与各位同事的协作中,在与专家的配合中,我深刻体会到这份专注与执著的可贵。我们需要立足学科建设、坚守学术家园,为读者们奉献既有学术代表性、又具实践指导性的文章,不断创新办刊思路,真正形成我们刊物的特色,提高刊物的质量。

光荣与梦想!在2011年伊始,反复品味着这篇文章。在一个新的起点,我将更加坚定地守望梦想,更加勇敢地迎接挑战,更加自信地迈好每一步!

莫愁前路无知己,天下谁人不识君!

(2011-02-27 收稿;2011-03-05 修回)

出版费是针对录用稿件收取的费用,构成要素为基本费用—附加费用—折扣减免。例如,《BioMed Central》(BMC)出版费的构成中,个人付费占70%(其中54%来自非会员,16%为支持者会员),预付费会员占18%,各种减免占12%<sup>[6]</sup>。出版费的收取数额因刊而异(见BMC网站<sup>[7]</sup>)。这是因为有些期刊采取混杂出版的模式<sup>[8-9]</sup>,存在不同程度的折扣或减免,或者,出版费不是该刊主要的经济来源。事实上,以收取出版费为主要盈利模式的国外期刊确实只占少数<sup>[10]</sup>。

2)广告。广告的方式主要有3种:纸版期刊上刊登广告;利用Google AdSense等服务器做广告;网站上做广告,按载入广告界面的浏览量、广告点击率、产生的销售额提成<sup>[11]</sup>。如BMC的广告业务宣传十分到位,分类非常详细,不同尺寸的版面报价也不尽相同。

3)附加产品及增值服务。附加产品的主要形式是纸版定价期刊和光盘(如年度资料汇编等)。纸版定价期刊可在出版时间或内容上有别于OA版本。时间上,可先于或滞后于OA出版。若同时出版,则在内容上有所区别:纸版只含简短的总结,而OA版本包含全文;两者均为全文,但纸版更清晰,信息含量更丰富<sup>[5]</sup>;纸版为单行本。增值服务包括增值信息和增值活动。国外的增值信息多种多样,如网站提供的、付费获取的相关学术领域的视频,及时、准确的行业综合资讯。增值活动指“营销”知识和专业技术,表现为办会收费以及提供培训和资格认证<sup>[12]</sup>。

4)会员费用。大部分OA都实行会员制,收取会费以资助刊物的发展。例如,BMC按不同类型消费者的需要设置3种会员资格:预付费会员,季度后付费会员,支持者会员。《Public Library of Science》(PLoS)则分为个人会员和机构会员,前者又细分为6种。

会员制度的实施对用户和出版商均有益处。对于前者,会员身份能使他们享受出版费用的折扣。对于后者,一方面便于鼓励更多用户成为会员,另一方面能将产品和服务根据需求进行组合、捆绑销售,扩大市场。

5)电子商务和社区超市。随着网络技术的发展,利用电子商务营销增值产品成为OA期刊经费来源的一大补充形式。BMC在网站上开辟了专栏,用于销售期刊、数据库、提倡OA的文化衫等各种产品,并将市场细分为美国市场、欧洲及其他国家市场。《PloS》<sup>[13]</sup>的在线商店同样提供带期刊标志的各种产品。这2大栏目的共同点是,所售产品不仅与期刊本身有关,而且与倡导OA运动有关。借助倡导OA的东风,既实现了创收又连带宣传了期刊,不失为一举两得的好方法。

## 1.2 外部补贴

1)基金和赞助。这种模式指机构以直接或间接

的方式通过提供现金、设备或人员支持来对期刊进行补贴<sup>[6]</sup>。OA出版商积极开展与大学、研究中心等机构的合作,建立自己的中央基金制度,并敦促这些机构建立OA专项基金,以克服个人付费的弊端和资金匮乏者的困难。例如,BMC与哈佛大学、诺丁汉大学等许多单位进行了合作。诺丁汉大学的调查显示,2006—2009年间,利用基金支付出版费的绝对数额和次数逐年增长,但相对使用率仍然偏低。该大学在BMC刊登的文章中,有近一半的费用是用基金支付的,这一结果说明从出版商的角度看,基金付款的比例还比较高,这种合作提供了一定的便利<sup>[14]</sup>。

2)捐赠和奖金。捐赠一般指机构或个人通过捐款、捐实物等方式来资助期刊发展。奖金通常指机构与期刊合作,通过设立系列奖励体系间接给期刊提供补贴。如何将奖励与OA合理结合起来仍有待深入探讨和继续实践。

## 2 国外OA期刊盈利模式的经验

**2.1 模式多样,层次丰富** 期刊的盈利模式一般包括平面盈利(直接的作者付费或其他使用者如图书馆等的付费)、广告盈利、平台盈利(充分利用期刊的展示平台,如网站和展会)、延伸盈利(利用增值产品或服务盈利)模式<sup>[15]</sup>。从上文可见,国外的OA实践很好地体现了这些不同层次的盈利模式,不仅充分发挥出每种模式的优势,而且根据自身实际将不同模式相结合,从而最大限度地满足期刊运营的需求。

**2.2 形式多变,策略灵活** 对于同一盈利模式,国外的OA期刊采取灵活的策略,使作者既能充分行使自己作为消费者的权利,又有机会为期刊的发展贡献自己的力量。例如,根据不同的OA形式为作者付费制订不同的策略:可支付出版费获得OA,也可不付费,但享受不了即刻OA。又如,在网站上开通捐赠栏目,发布办会等活动信息,为支持期刊发展的作者提供自愿服务的机会。

**2.3 立足自身,兼顾用户** 国外OA期刊不仅从自身实际出发,还从用户的角度和需求出发,作不同的规划;因此,能有效整合各种资源,获得比较充裕的资金来源。例如:充分考察用户群,根据不同的会员分类提供不同的优惠政策;与用户密集的单位合作,建立OA专项基金制度;开展电子商务之前进行市场需求调研。

## 3 国外OA期刊盈利模式的启示

相对于国外的OA实践来说,国内起步较晚,期刊的管理机制也不尽相同。前者经历了十几年的发展,后者从2005年才逐渐开始。在国外,45%的期刊由出

版商主办,而在国内,75%的期刊由研究院所、高等学校以及各类学会、协会主办<sup>[16-17]</sup>;因此,既要吸收国外先进的经验,又要基于国情进行适当的创新。

**3.1 多管齐下,完善资金渠道** 国内OA期刊的资金来源主要是作者付费;很多期刊的OA状态不稳定:有的期刊时而OA,时而延迟OA,有的在很长一段时间内不作任何更新<sup>[16]</sup>。单一的资金来源不能不说是导致这种现状的部分原因。与西方国家相比,我国的社会力量和私人力量资助科研还不够普遍,设立奖金、捐赠等也少之又少。针对上述发展现状,国内期刊首先要转变意识,认识到期刊的运营不能仅仅依靠作者,还要积极寻求其他途径,这样,才能化被动为主动,拓展发展空间。例如:可开发并销售增值产品,提供增值服务;尝试与科研机构合作,通过建立OA专项基金制度来使部分科研经费转化为支持OA的费用,争取多方面的补贴,逐步建立完善的资金渠道。

**3.2 注重品牌,增强营销意识** 国外的OA出版经验告诉我们,要把期刊及相关产品和服务作为一种品牌来经营,打造一个以期刊为主体、以产品和服务为辅助的综合性平台,以有利于保障品牌的整体实力,使资金链条更稳固。目前,国内期刊的OA/延迟OA版本和纸版的内容基本相同<sup>[16]</sup>,对此可作一些改进:丰富或简化纸版的内容;开发OA版本的PDF、HTML、XML版式,或完善其搜索功能;为顺应三网融合趋势和新媒体发展的潮流,开发适用于手机、电视等阅读格式的期刊。

**3.3 立足用户,提升服务质量** 随着OA趋势的发展,纸版期刊日渐减少,期刊与各方的沟通也越来越依靠互联网。此时,服务的质量十分重要,因为良好的服务能对品牌起到提升作用,决定着增值产品的销售情况、广告商的合作情况,也决定着能否继续获得资助,能否吸引新的资助来源。对此,国内期刊可以学习国外经验,将产品以最好的服务形式呈现给用户;充分考虑用户群体的特征,建立合理的会员制度;体恤作者,为经济困难者提供适当减免;树立“用户至上”的意识,销售最经济、最实用的产品。尤其是随着国际化进程的推进,期刊既要做好国内服务,又要根据国际规则办事,为全球用户服务,从而逐步树立自己的品牌,提升国际影响力。

相信随着OA实践的发展,国内的出版机构也将逐步建立起日趋完善的资金渠道和盈利模式,不断开创OA可持续发展的新局面。

## 4 参考文献

[1] DOAJ. [EB/OL]. [2010-07-25]. <http://www.doaj.org/doi>

- [2] Björk B-C. Open access to scientific publications—an analysis of the barriers to change? [J/OL]. Information Research, 2004, 9 (2) [2010-07-25]. <http://informationr.net/ir/9-2/paper170.html>
- [3] 李麟, 初景利. 开放存取出版模式及发展策略[J]. 中国科技期刊研究, 2006, 17 (3): 341-347
- [4] 程维红, 任胜利, 王应宽, 等. 第4章: 中国科协科技期刊数字化和网络化建设[R] // 中国科学技术协会. 中国科协科技期刊发展报告: 2010. 北京: 中国科学技术出版社, 2010
- [5] Raym C, Howard G. Guide to business planning for launching a new open access journal [EB/OL]. [2010-07-25]. [http://www.soros.org/openaccess/oajguides/html/business\\_planning.htm](http://www.soros.org/openaccess/oajguides/html/business_planning.htm)
- [6] Cockerill M. An introduction to BioMed Central and open access publishing [EB/OL]. [2010-07-22]. <http://www.biomedcentral.com/info/about/advocacy3>
- [7] BMC [EB/OL]. [2010-07-24]. <http://www.biomedcentral.com/info/authors/apccomparison/>
- [8] Open Access Directory. OA journal business models [EB/OL]. [2010-07-09]. [http://oad.simmons.edu/oadwiki/OA\\_journal\\_business\\_models](http://oad.simmons.edu/oadwiki/OA_journal_business_models)
- [9] Lamb C. Open access publishing models: opportunity or threat to academic or scholarly publishers? [J]. Learned Publishing, 2004, 17(2): 143-150
- [10] Suber P. SPARC Open Access Newsletter [EB/OL]. [2010-07-17]. <http://www.earlham.edu/~peters/fos/newsletter/11-02-06.htm>
- [11] NOAP. OA business models [EB/OL]. [2010-07-13]. [http://www.ub.uit.no/wiki/noap/index.php/OA\\_business\\_models#Article\\_Processing\\_Charge\\_.28APC.29](http://www.ub.uit.no/wiki/noap/index.php/OA_business_models#Article_Processing_Charge_.28APC.29)
- [12] Shashok K. How might open access become sustainable? [J]. Learned Publishing, 2007, 20(3): 223-224
- [13] PloS [EB/OL]. [2010-07-24]. <http://www.zazzle.com/plos>
- [14] Pinfield S. Paying for open access institutional funding streams and OA [J]. Learned Publishing, 2010, 23(1): 39-51
- [15] 袁桂清, 游苏宁. 中国科技学术期刊经营模式与盈利模式研究 [J]. 编辑学报, 2007, 19(5): 327-330
- [16] 程维红, 任胜利. Evolution of open access publishing in Chinese scientific journals [J]. Learned Publishing, 2008, 16(2): 140-152
- [17] 郭玉, 赵新力, 潘云涛, 等. 我国科技期刊基本状况统计与分析 [J]. 编辑学报, 2006, 18(1): 1-4

(2010-08-05 收稿; 2010-09-03 修回)