

# 科技期刊传播质量和影响力提升途径与实践

代艳玲<sup>1,2)</sup> 朱拴成<sup>1,2)</sup> 杨正凯<sup>1)</sup> 宫在芹<sup>1)</sup>

1) 煤炭科学研究总院出版传媒集团; 2) 中国煤炭学会学术期刊工作委员会: 100013, 北京

**摘要** 鉴于科技期刊传播质量对提升期刊影响力与核心竞争力的重要性,以《煤炭科学技术》近年来的做法为例,通过借助煤炭行业发展态势,以常规发行方式和新型传播手段相结合,从期刊传播范围、传播深度和传播精度3方面阐述提高期刊传播质量的途径。传统传播手段,如以邮发为主,辅以自主征订,同时委托第三方发行单位开展合作提升期刊发行量;利用编委、协办单位、通讯员队伍稳固主要读者群;向行业知名专家或重要科研团队赠阅吸引高质量稿源;借助主办/协办学术会议和参加行业展会扩大期刊影响力;以技术服务合作为契机扩大期刊知名度。新型传播手段,如利用优质论文抢先出版加快传播速度,主动向读者推送论文成果扩大传播精度,利用新媒体大容量信息吸引读者关注,与国内外知名数据库合作或建设/加盟有影响力的期刊数字出版平台扩大传播范围。总之,面对网络出版与数字出版的冲击,科技期刊应全方位、多渠道寻求发行与传播途径,多措并举才能取得满意的传播效果。

**关键词** 科技期刊;期刊影响力;传播质量;传播途径

**Methods and practice of improving spread quality and influence for sci-tech journals**// DAI Yanling, ZHU Shuancheng, YANG Zhengkai, GONG Zaiqin

**Abstract** Given the importance of propagation quality of the sci-tech journals to improve the influence and the core competitiveness of the journals, based on the recent practices of *Coal Science and Technology*, the accesses to improving the propagation quality of the journal are presented from the aspects of the propagation scope, propagation depth and propagation accuracy, with reference of the coal industry development tendency, in combination with the conventional issuing mode and the new propagation means. The conventional propagation means would be the delivery mainly with the post office and secondly the individual subscriptions. Meanwhile, the third party issuing units would be commissioned and cooperated to improve the issuing quantity of the journal. The members of the editorial board, the co-organizers and the correspondent team could stabilize the major reader groups. The free issuing to the industrial well known experts and the important research and development organizations and teams has been conducted to attract high quality papers. The assistances to the sponsor or co-sponsor of the academic conferences and the participants of the industrial exhibitions would be applied to enlarge the influences of the journals. The technical service cooperation would be the opportunity to enlarge the popularity of the journal. The new propagation means could be in a first time to issue the quality papers and to speed up the propagation. The technical papers would be actively provided to the readers in order to enlarge

the propagation accuracy. The high volume information of the new media could be applied to attract the readers. The cooperation with the well-known databanks at home and abroad or construction of and being involved with the digital issuing platform of the journals could enlarge the propagation scope. Generally, faced to the impact of the network issuing and digital issuing, the sci-tech journals should seek the issuing and propagation access in all directions and multi channels and the satisfactory propagation effect would be obtained with the multi measures conducted.

**Keywords** sci-tech journal; influence of journal; propagation quality; propagation way

**First-author's address** Publishing and Media Group of CCRI, 100013, Beijing, China

**DOI**:10.16811/j.cnki.1001-4314.2017.03.005

期刊质量 = 内容质量 + 编校质量 + 传播质量。传播质量是反映期刊影响力的关键指标,只有提高传播质量,使传播效果达到极致,才能实现知识效能的最大化,并真正提高期刊的影响力和核心竞争力<sup>[1]</sup>。期刊传播质量的提升对吸引优质稿源、扩大发行量、吸引广告客户、增加经营收入、提高期刊评价指标、增加期刊品牌知名度的重要性不言而喻;因此,一直以来各期刊编辑部都非常重视提高期刊的发行量与传播质量,很多同人影响期刊发行传播的期刊定位、学术质量、读者对象、期刊价位、营销理念、传播手段等因素及存在的问题进行了详细阐述<sup>[2-3]</sup>,并据此提出了切实可行的解决措施。在当前传统纸媒时代与数字出版时代共存时期,科技期刊要想在激烈的市场竞争中占据一席之地,必须从期刊自身的特点出发,以长期性、针对性、全覆盖、及时有效为传播原则<sup>[2]</sup>,从传播所涉及各个环节,综合利用常规发行手段<sup>[4-5]</sup>和新型传播媒介<sup>[6-11]</sup>等多种传播形式与途径,不断拓宽期刊传播渠道,扩大期刊传播广度和深度,最终提高期刊的影响力。

《煤炭科学技术》作为煤炭行业发行量最大的技术类期刊,截至2016年底,共出版刊物505期,刊发论文1万5000余篇,刊登广告8000余版,印刷发行杂志总量近600万册,订阅机构用户近3000个,发行量居行业首位。读者分布遍及中国、北美、澳洲、西欧、日本、东南亚等国家和地区,在期刊传播与发行方面积累了较丰富的经验。

## 1 期刊常规发行与传播方式

### 1.1 利用传统主渠道发行方式留住老客户和大客户

1) 与邮局合作发行。我国传统的期刊发行模式就是依靠邮局征订,虽然邮局发行须收取较高的中介费;但对于煤炭行业科技期刊,其读者多分布在较偏远的地区,在编辑部人手普遍短缺,而快递公司覆盖范围又有限的情况下,邮局因拥有庞大且完善的发行网络,其独特优势无可替代。从1978年开始,本刊编辑部一直与邮局合作开展征订发行。虽然近2年来,受数字出版的冲击与煤炭行业形势下滑的影响,纸质期刊的发行量有所下降,但对矿山企业等单位订阅的大客户和有订阅习惯的老客户依然青睐这一传统的发行方式。

2) 编辑部自办发行。除发挥邮局主渠道作用,编辑部也自办发行,主要是针对散户或少量订阅的客户。每年到9月征订时间,一是利用本刊阵地、网上宣传或与兄弟期刊互登征订广告,或随刊发行征订单,二是委派专人给老征订客户打电话提醒他们按时订阅,同时利用作者信息、网上查阅、会议信息整理等方式搜集各个煤矿企业基层单位的联系人和电话,主动询问征订意向,最大限度地扩大宣传覆盖面。

3) 与第三方发行单位合作。当前,科技期刊第三方发行产业如雨后春笋,蓬勃发展,如全国非邮发联合征订机构、报刊发行中心、图书进出口贸易公司等均有不俗的表现<sup>[5]</sup>。本刊一直与天津联合征订服务部、海天华教等发行方合作,按照一定折扣将期刊批发给第三方,由它们代为发行。多渠道发行也使期刊的影响力逐渐发散。

**1.2 向行业知名专家或科研团队免费赠阅吸引优质稿源** 期刊传播影响力的提升依赖于期刊的学术质量,学术期刊的读者群体相对固定,向高等院校、科研院所等学术水平较高、科技成果突出的行业专家或其团队赠阅期刊不失为吸引稿源、扩大期刊影响的好途径。由于他们对本专业领域内的研究现状更为熟悉,向他们赠阅期刊,在及时传递科技研究新进展的同时,通过与其交流互动,有助于编辑发现新的研究热点与方向,为组织热点专题,吸引优质稿源,稳固“三高”(高产出、高被引、高影响)作者奠定基础。

本刊精挑细选重点学科的知名专家或科研团队,向其赠送当期或有特色专题的期刊,加深期刊在知名专家中的印象和认可度。为节省资源和费用,除纸质赠阅外,将每期优秀论文采用Email等电子版推送方式,精准推送给相关专业研究人员,引导他们阅读与投稿。

### 1.3 利用期刊编委会/协办单位/通讯员开展发行工作

1) 编委会在指导办刊方向、提高刊物质量与发行量、开展项目合作、筹措办刊经费等方面的作用有目共睹。在生产一线本刊拥有广泛的知名度,与编委的努力工作密切相关。最新一届的《煤炭科学技术》编委会由院士,各大矿业集团董事长、总经理、总工程师,大学校长、知名教授,以及科研单位的学术带头人100余人组成,其中80%的编委来自全国主要矿业集团。为加强与编委的联系,编辑部定期拜访各编委,主动汇报工作,开设《编委园地》专栏,积极征稿约稿,征求编委意见,与编委形成良性互动,充分发挥编委的主人翁意识,扩大期刊传播力。

2) 协办单位为杂志社及时报道单位科技成果、提供基层需求信息、组织稿源以及开展项目合作等提供了便利。本刊协办单位主要由各大矿业集团、设备厂家、科研院所、高等院校等100余家单位组成,采用定期走访交流、合作专题、协同办会等方式,充分发挥协办单位协作办刊优势,在确保刊物贴近生产实际的同时,增强期刊的覆盖率和影响力。比如,为全面宣传报道神东集团世界一流示范矿井建设及其进展情况,2014年编辑部与神东集团合作开设了《神东矿区世界一流矿井建设示范经验及实用技术》专栏,分12期,每期刊登神东优秀稿件2~3篇,将各煤矿最新的技术成果向同行介绍和宣传,受到神东集团以及全国其他矿业集团的广泛关注,无形之中增强了期刊影响力。

3) 通讯员是宣传推广杂志的主力军,是杂志社的编外编辑。通讯员队伍在积极组稿或撰稿、宣传杂志、扩大杂志发行量、提供信息资讯、收集读者信息等方面做出了重要贡献。从1973年创刊之初,编辑部就聘请了一些热爱通讯工作、有一定活动能力和技术水平的人员担任联络员,时至今日,编辑部依然保留了这一优良传统,如今这支队伍不断发展壮大,目前已达150人,矿业集团、科研院所、高等院校都有覆盖。通过定期举行座谈会,通报科技信息,交流工作经验,开展评优奖励等活动,增强其团队活力,为搭建编辑部与读者的桥梁发挥了积极的作用,间接提高了期刊影响力。

### 1.4 利用学术会议与行业展会扩大影响力

1) 科技期刊开展或参与学术活动是增加期刊曝光度,提高期刊社会影响力,带动期刊经营,促进自身可持续发展的重要举措。利用学术会议专家学者层次高、参会人员数量多、关注度高、集中传播的优势,在会上介绍宣传、赠阅杂志,扩大期刊影响力。自1973年创刊以来,本刊已成功举办、协办学术会议50余次,多次结合会议热点主题,邀请知名专家撰稿,开设行业热

点、难点专题报道,不但促进了煤炭科技界的学术交流,活跃了学术氛围,而且展示了期刊的学术影响力和号召力,为提高期刊品牌知名度奠定了坚实的基础。

2)除了自己主办学术会议,参加其他学术交流活动同样也能达到良好的宣传效果。作为行业最具影响力的期刊支持媒体之一,本刊每年受邀参加各类学术会议、协会年会、产品技术推广会、项目鉴定会30余次,如定期参加中国煤炭学会煤层气专业委员会、煤矿自动化专业委员年会等各种学术会议,当期杂志均作为大会资料发放,在会议期间与专家交流,提高期刊关注度。此外,每年与近10余家国内外知名展商合作,如定期参加在西安、太原、北京等地区的各类煤炭展会,积极与展会主办方合作,在展会现场设有专属展位,赠发杂志及相关资料,增强期刊影响力。

**1.5 以技术服务合作为契机扩大期刊发行量** 在做好编辑出版工作的同时,实施“走出去”策略,加强与读者、作者、客户的联系和沟通,与市场接轨,才能真正了解客户需求,为客户做好服务,才能提高期刊影响力。

2000年以来编辑部以技术服务为契机,先后多次走进矿山企业,双方就进一步深入开展技术服务合作,包括出版专刊、专题、论文集、专著,刊登广告宣传以及期刊征订等,取得了双丰收。如针对生产一线科技工作者在论文写作中存在的共性问题,编辑部组织编写了《煤炭行业科技论文撰写与投稿指南》,并多次深入全国煤矿企业进行科技论文写作知识培训讲座。目前已在同煤集团、山西焦煤集团、晋煤集团、河南能化、神华榆林能源、淄博矿业集团、神东大柳塔煤矿等30余个单位开展培训,培训人次超过6000人次,在提升专业技术人员的技术素质的同时,扩大了期刊影响力和经营创收能力。

## 2 新型传播方式与手段

**2.1 利用优质论文抢先出版加快传播速度** 学术信息传播的速度决定着信息本身的时效性和价值,快速互联网时代,在大量的作者主动投稿或编辑组约稿论文中,准确找出热点论文并在第一时间为读者呈现,即依靠论文内容,主动为读者推送论文成果,才是持续吸引读者的有力武器。

关于优质论文的快速发布,本刊主要采取以下3种途径:1)第一时间将期刊论文交由第三方实现大范围传播,如利用中国知网等优先出版数字平台,对优质论文或特色专题开辟绿色通道,及时单篇上线或全刊出版,依靠论文质量和出版速度扩大终端用户群。2)利用自建的网站或新媒体实现第一时间上线发布,使

优质论文发表速度大大提高,从而加快科技成果传播速度。3)推荐到有影响力的媒体上发表,如所在单位或相关机构网站或有影响力的微信平台上,扩大论文关注范围。快速出版体现了编辑部对作者优质成果的重视,更易赢得高质量作者和读者的信赖,对增强传播力和期刊影响力大有裨益。

**2.2 利用新媒体大容量信息吸引读者关注** 新媒体具有传播信息及时快捷、语言生动、内容表现形式多样化等特点,期刊要想获得更好的传播效果,就必须充分借助新的传播技术,在期刊投稿组稿、编辑加工、论文外审、出版和发行等编辑出版各环节采取有效措施,大力发展以网站、微信、微博为载体的数字出版,利用网站与移动客户端扩大传播效应。

本刊从创刊至今一直重视构建与作者、审稿专家、读者沟通交流的渠道,利用新媒体,实现了过去仅提供单一内容到提供多元化信息的转变,2010年,本刊期刊官网开通,成为期刊在线投稿审稿、内容发布、品牌推广的综合性服务平台,提供期刊内容的检索、目次浏览和全文阅读,极大地加快了期刊的信息传播速度。2011年官方微博开通,2014年官方微信平台开通。微信平台包括优秀论文赏析、写作指导、行业资讯、科技信息、科研成果通告、会议信息发布、重大行业事件公告、产品技术推介等板块。根据开展各种线上线下活动,调研客户需求,有针对性、有计划地提升新媒体的关注度,彰显期刊影响力。

**2.3 主动向读者推送论文成果扩大传播精度** 期刊网站、微信等平台发布论文成果,虽然范围广、时效性强,但信息量过多,读者需要从中筛选与自己的研究密切相关的信息,费时费力。中国知网等数据库虽然有强大的检索功能,但一般读者是有需要时才下载阅读,也不能定期、实时了解到同行的研究成果;因此,精准推送这种网络个性化服务形式的重要性和优势显现出来<sup>[11]</sup>。

利用邮箱,不定期地向读者推荐与其研究方向密切相关的优秀论文是现在很多期刊编辑部的做法。一是有助于读者及时了解行业其他学者的研究方向和成果;二是帮助作者推广自己的科研成果;三是有利于提高期刊影响力,吸引到更多优质稿源。本刊通过会议、已发表论文的作者信息、投稿作者信息等各种途径搜集行业专家及研究群体的邮箱,对邮箱地址进行精细分类后,将优秀论文以学科或专题的方式向读者推送,每次文章不要多,1~3篇为宜,由各专业编辑负责推送。长期坚持,必将对提高期刊传播质量大有裨益。

**2.4 建设或加盟有影响力的期刊数字出版平台** 对于弱小的单个期刊编辑部,受传播平台限制,只能借助

东风,加强与技术提供商合作,依靠其影响力提升期刊影响力。

1)主动与国内外知名数据库合作,如加强与国内中国知网、万方、爱思唯尔等第三方数据服务商合作,依托中国科技期刊编辑学会对外联络委员会,编辑部主动与其联系沟通,询问数据库收录范围与标准,经过努力,当前本刊已相继被中国、美国、俄罗斯、荷兰等20余家国内外知名数据库收录,为扩大影响力奠定了基础。

2)自建或加盟有影响的出版平台,依托煤炭科学研究总院,利用期刊群优势,与行业期刊兄弟单位合作,整合各方优势资源,本刊编辑部牵头成立了中国煤炭学会学术期刊工作委员会,筹建了集群网站——中国煤炭期刊网,与中国知网合作建设开发,利用创刊至今积累的优质资源,特别是以策划的热点专题、专栏、专刊优秀论文为基础,开发出以开放性、服务性为特色的数字出版服务平台。委派专人每天不定时发布行业时效信息和期刊信息,利用互联网优势加大期刊宣传力度,全方位利用新媒体助力期刊发展。

### 3 结束语

每种期刊所在学科领域不同,读者对象规模、受教育程度不同,期刊传播方式也不尽相同。对于单个科技期刊编辑部,在无出版大集团带领,又面临资金紧张、技术欠缺、人手短缺、内容资源少、内在动力不足、盈利模式更是无从谈起的情况下,如何有效地开展传播工作,需要期刊自身去探索;但无论是过去的纸质传统出版,还是如今的数字出版,内容为王依然是其核心竞争力。期刊影响力的提升最终还是要归结到核心内容上。

近年来,《煤炭科学技术》影响力的提升与加大选

题策划力度密不可分,选题策划是获得优质稿源、壮大“三高”作者队伍、吸引读者关注、扩大期刊发行量的有效举措。通过选题策划与组稿,抢先发布重大科技成果,吸引读者关注。

总之,只有为客户提供满意的作品,辅以有效的营销传播手段,多措并举才能达到良好的传播效果。

### 4 参考文献

- [1] 欧阳菁,黄少华.编辑在提高学术期刊传播力中的作用研究[J].韶关学院学报,2013,34(10):60
- [2] 胡家胜,张带荣.科技期刊发行存在的问题及对策[J].编辑学报,2013,25(5):456
- [3] 赵文义,张积玉.学术期刊的定价和发行问题分析[J].科技与出版,2011(5):53
- [4] 黄登怀,吴三红,肖建洲.《长江蔬菜》扩大发行量的做法[J].编辑学报,2009,21(3):261
- [5] 方玉桂,吴艳妮.利用快递平台多快好省地做好期刊发行:以《护理学报》为例[J].编辑学报,2012,24(2):157
- [6] 陶华,朱强,宋敏红,等.科技期刊新媒体传播现状及发展策略[J].编辑学报,2014,26(6):589
- [7] 夏登武.基于知识转移视角的科技学术期刊传播力探讨[J].编辑学报,2014,26(2):114
- [8] 王华生.数字网络环境下学术期刊传播方式的变革及因应策略[J].河南大学学报(社会科学版),2011,51(6):144
- [9] 杜利民,陶立方.科技学术期刊传播特点研究[J].编辑学报,2006,18(3):164
- [10] 段艳文,秦洁雯.强化传播能力,扩大传播效力:“互联网+”时代的学术期刊发展之路[J].出版广角,2016(3):12
- [11] 郭媛媛,黄延红,侯修洲,等.通过邮件精准推送实现学术论文高效传播[J].中国科技期刊研究,2015,26(11):1228 (2016-11-30 收稿;2017-01-04 修回)

## “%”前后准许添加说明性字符吗?

答 不准许添加。

“%”是1的分数单位,用来替代 $0.01$ 或 $10^{-2}$ 。在现在的科技期刊中,确实还经常见到在“%”前后添加说明性字符的情况,例如:“15wt%”(重量百分数)、“20vol%”(体积百分数)、“8mol%”(摩尔分数)、“5at%”(原子百分比)等,“15%(m/m)”(质量分数)、“20%(V/V)”(体积分数)等。这些表示都是不正确的。

GB 3100—1993《国际单位制及其应用》指出:“单位符号没有复数形式,符号上不得附加任何其他标记或符号。”GB 3101—1993《有关量、单位和符号的一般

规则》强调:“在单位符号上附加表示量的特性和测量过程信息的标志是不正确的。”这就表明,绝对不准许对单位符号进行任何修饰。“%”既然是1的分数单位符号,因此,在其前或后附加说明性字符进行修饰是违反标准规定的,应予以纠正:“15wt%”“15%(m/m)”应改为“质量分数为15%”或“ $w = 15\%$ ”;“20vol%”“20%(V/V)”应改为“体积分数为20%”或“ $\varphi = 20\%$ ”;“8mol%”应改为“摩尔分数为8%”或“ $x = 8\%$ ”;“5at%”应改为“原子分数为5%”。

(郝远)