

# 打好专家资源牌 办好专业性科技期刊\*

## ——以《药学进展》为例

邢爱敏 郑晓南<sup>†</sup>

中国药科大学《药学进展》编辑部,210009,南京

**摘要** 科技期刊的运营需要专家的参与,专家资源对于期刊的重要性不言而喻;而无论专家是作为作者、读者还是审者、编者,其成长都离不开期刊提供的平台,期刊与专家的关系是彼此滋养、相互成就。《药学进展》近年来以专家为中心,通过积极采纳专家意见、分享专家观点、塑造专家品牌、满足专家需求,有效提高期刊组稿策划质量、营造开放办刊环境、提升期刊品牌价值、增强专家办刊动力,通过凝聚专家资源,有效推动期刊良性发展。

**关键词** 科技期刊;专家;资源;意见;观点;品牌;需求

**Running the professional scientific journals well by taking full advantage of expert resources: taking *Progress in Pharmaceutical Science* as an example//XING Aimin, ZHENG Xiaonan**

**Abstract** The participation of experts is needed in operation of scientific journal, thus it is self-evident that the expert resources are important to scientific journal. Expert, either as an author or a reader, reviewer, member of editorial board, the growth depends on the platform which is provided by scientific journal. In other words, the relationship between scientific journals and experts is nourishing each other and mutual achievement. *Progress in Pharmaceutical Science* focuses on the expert resources' utilization and maintenance in recent years. By adopting the ideas, sharing the opinions, building the brands, and satisfying the requirements of experts, the quality of contribution soliciting of journal is promoted, the opening environment of journal operation is constructed, the brand value of journal is improved, and the motivation for journal operation is enhanced. The sound progress of scientific journal is advanced by cohering expert resources.

**Keywords** scientific journal; expert; resource; idea; opinion; brand; requirement

**Authors' address** Editorial Office of Progress in Pharmaceutical Sciences, China Pharmaceutical University, 210009, Nanjing, China

**DOI:**10.16811/j.cnki.1001-4314.2019.02.029

科技期刊发展的核心和根本在于学术质量的提升,而期刊学术质量的提升无疑需围绕选题、组稿、审稿等一系列活动展开<sup>[1]</sup>。实践表明,由读者、作者、审稿专家和编辑构成的学术交流“生态圈”通过丰富的

学术活动和传播策略可构建良好的学术交流生态体系,从而促进期刊学术质量快速提升<sup>[2]</sup>。科技期刊的专业属性决定了其运营始终离不开兼具作者、审稿人、读者等多重身份的专家的参与,因此,如何有效发挥专家的作用,增加专家对期刊的黏性,使专家资源的价值最大化,是每个期刊人需考虑的重要命题。

科技期刊的专家资源包括编者(编委)、高端核心作者、审者、读者,对于专业性强的学术类期刊而言,作者、审者、读者往往有较大的重合度,其身份可相互转化,且均具有非独占性。张彩凤<sup>[3]</sup>较为全面地阐述了专家资源对学术期刊的主要贡献,并表示期刊对专家资源利用和开发的程度决定了期刊的办刊水平和学术质量。然而,笔者在文献查阅过程中发现,目前针对专家资源在办刊建设中作用的系统研究尚不多见。截至2018年5月底,在中国知网通过“高级检索”功能,同时以“专家”和“期刊”为篇名检索近10年发表文献虽有230余条,但绝大多数聚焦专家审稿、同行评议<sup>[4-6]</sup>;同时以“专家”“资源”和“期刊”为篇名,或同时以“作者”“资源”“期刊”为篇名,均仅分别检索到6篇文献,且基本上是讨论如何遴选审稿专家、利用审稿专家资源,或如何管理、经营作者资源和挖掘潜在作者<sup>[7]</sup>。上述文献的不足之处是仅反映了期刊人对某种专家资源的开发利用的意识,所展示的专家功能较为单一,即使有个别同行提出要充分挖掘专家资源,但其所介绍的经验也仅从利用审稿意见、撰写稿件、宣传杂志、为杂志推荐广告等方面泛泛而谈<sup>[8]</sup>;因此,无论是从目前所调研的文献报道的广度还是深度都不难看出,专家资源在科技期刊发展中的潜在价值尚有待挖掘。

笔者所在的《药学进展》近年来致力于编委团队、核心作者资源的构建,努力念好“专”字经,爱才、惜才、重才,打造高端编委智库,通过一系列组稿活动,吸引一批核心作者队伍,充分挖掘专家资源的潜在价值,以专家为中心,尊重专家、巧用专家、反哺专家,打好专家资源牌,从而凝聚专家力量,推动期刊良性发展<sup>[9]</sup>。从采纳专家意见、分享专家观点、塑造专家品牌、满足专家需求等4个方面多措并举,积极营造专家办刊氛围,激发办刊活力,全面提升期刊学术水平。

\* 中央高校基本科研业务费专项资金(2632018PY31);2017年度江苏省期刊协会资助课题(2017JSQKB004号)

<sup>†</sup> 通信作者

## 1 采纳专家意见,提高组稿策划质量

《药学进展》自2014年全新改版以来,通过主办多次办刊务虚会,邀请中国药学会学术部部长及其带领的专家委员会委员深入探讨期刊定位,广纳谏言,对其定位于服务新药研发政产学研用各界,以情报信息“快、新、准”为目标,以深度分析为特色形成专家共识,坚定“内容为王”的组稿策略以构建期刊品牌特色;通过举办编委研讨会,听取主编陈凯先院士提出的“加强交叉学科的主导力度,强化学术引领性,抢占内容制高点”的办刊主旨;听取同写意新药英才俱乐部理事长朱迅编委提出的“使期刊立足成为中国版《Nature Reviews Drug Discovery》(2017年影响因子高达57的药学界综述类标杆期刊)”,建立“系统、权威、经典”品牌的建议。此外,在改版后首届编委会召开之际,在编委中广泛调研专家们对期刊组稿工作的建议,了解药学各学科领域的高影响力专家分布和相关研究前沿。以上工作不但为期刊建立了办刊思维框架,而且为精准组稿建立了良好的信息基础,使组稿工作富有成效。

5年多来,期刊通过多次派员深入药学前沿专题会议现场和专家实验室,与专家面对面,建立了良好的沟通渠道,组织30余个专题。这些专题无论是组织形式还是选题和专家层次,在药学类期刊中都独树一帜:1)专题以专栏主编约稿形式组织若干篇综述,并由专栏主编或领域内其他高端作者如院士、国家“千人计划”专家、杰青等撰写评述,评述的设置增强了专题的引领性和可读性,激发了读者的阅读兴趣,增进了读者对专题的理解;2)期刊每期的选题都建立在调研的基础上,如从会议热点中确定了关注交叉学科化学生物学的“化学探针在药学领域中的应用”专题,从编委调研中确定了“肿瘤药理学研究进展”等专题的名称和评述专家;3)从编委中遴选专栏主编,或从征集到的编委调研函中物色合适的专栏主编和评述专家,并继而从其组织的专题综述作者中发展新的专栏主编,积累核心作者资源。至今刊发的30个专题的评述专家中有4位是院士,14位是“千人计划”专家、长江学者、杰青或“百人计划”专家。

稳健风格的专题组织形式、基于深入调研的选题策划和高层次作者的支持无疑对今后的组稿工作起到示范引领作用,为学术质量的提升提供了结构、内容、代言人3要素的保障。

## 2 分享专家观点,营造开放办刊环境

早在10余年前,游苏宁<sup>[10]</sup>提出,不同学术观点的

讨论、争鸣和辨析是学术发展的动力和表现,应积极引导并开展学术争鸣。《药学进展》编委来源机构包括政界、产业界、学术界、资本界、临床应用部门和信息媒介,自改版以来致力于搭建药学领域各界沟通交流和合作的平台,始终通过期刊和论坛提供各界专家对话的平台,发挥纸刊、学术论坛、微信平台联动效应,营造百家争鸣、开放互动的办刊环境。“观点荟萃”栏目的开设便是《药学进展》引导学术争鸣的有益尝试。例如,基于我国医药经济进入转型的关键时期和2015年“十三五”重大新药创制的总体目标中强调创新的战略发展思路的考虑,2015年1月联合江苏省食药监局主办“创新药物研发高层论坛”,邀请创新型药企研发部门负责人,交流新药研发经验和新药研发项目立项管理及注册申报的最新政策,探讨期刊与研发型药企合作共赢模式,随后将专家观点整理成文,撷取20位专家的精彩报告的观点在“观点荟萃”栏目刊出,并通过编者按和导语增加可读性,使讨论内容不限于与会嘉宾之间的分享,而是通过纸刊的发布有效提升了会议内容传播广度。同年5、6月份也通过同样模式,在期刊上连载“首届中国孤儿药研发论坛”的部分专家观点。同年8月份,针对国务院发布的《关于改革药品医疗器械审评审批制度的意见》,编辑部分别邀请政界和产业界编委解读该政策对行业转型升级和创新带来的影响,并整理为“聚焦医药审评制度改革新政”专家解读,刊发于第8期《药学进展》。时隔2年,2017年10月,针对国务院发布的药品审评审批制度改革鼓励药品医疗器械创新的意见,编辑部向10余位药企、医药政策法规、临床领域的编委专家征集其对该意见的解读和建言,首先在期刊微信平台推出,并经知名微信号“知识分子”转发,最后刊发于当期“观点荟萃”栏目,进一步加深行业人士对其的理解<sup>[11]</sup>。

《药学进展》凭借对当前研究热点的敏锐嗅觉,与编委专家、会议嘉宾的良好互动,以及传播渠道的广泛拓展,将精华的内容产品通过专家观点的形式奉献给广大受众,同时营造出开放办刊的良好氛围。

## 3 塑造专家品牌,提升期刊品牌价值

对于期刊来说,独特的专家个人品牌不仅是其个人的符号,带来在学术领域更多的话语权,而且是期刊的符号和无形财富,提高期刊的话语权,专家个人品牌和期刊品牌的融合应是期刊成功运营的关键<sup>[12]</sup>。可以说,专家成长的过程也是个人品牌价值逐步提升的过程<sup>[13]</sup>。因此,科技期刊应重视为专家提供展示的平台,助力塑造其个人品牌,同时也不忘通过专家个人品牌的塑造增值期刊品牌效应。

当前,很多自媒体平台热衷于招聘专栏作者,这也是塑造专家个人品牌的措施之一。《药学进展》通过与权威数据信息机构科睿唯安(原汤森路透)长达6年的合作,塑造了该信息机构(可视为“信息专家”)在“全球药讯”栏目的品牌形象,信息来源权威的印象深植读者心中,从而提升了期刊的品牌价值;品牌效应又吸引更多权威药学信息机构如 EvaluatePharma、Informa 等加盟,随后还邀请擅长新药信息挖掘的作者在“世界上市新药”栏目每月更新欧美和日本新批准药物概述,以及邀请在短短1年半内微信关注量达近7万的药学信息类自媒体创始人对当年全球新批准上市的新药做总结和点评。多个机构或作者个人持续不断的品牌塑造,使期刊相应的品牌价值呈叠加效应,更加固化了期刊品牌。

自我表现欲是人类基本欲望之一,是个人实现和展示自我价值的内在动力<sup>[14]</sup>。《药学进展》抓住这一普遍心理,在每组稿类文章的文后列出详细的专家介绍,包括头衔、获奖情况、研究方向和研究成果等信息,尤其将评述专家的简介放在文章首页展示,这既是对专家个人品牌的塑造,也体现出期刊对专家的尊重,更是对期刊品牌的无声宣传,即告知读者期刊的学术水平建立在众多优质作者资源的基础之上;在每期专题发表后,还在微信公众号和社群中推出专家文章,不遗余力传播专家的品牌形象。从有些专家在精心挑选照片和对简介一再修改的细节可看出,专家们对自己在期刊平台上各种形式的形象展示很受用,有些专家甚至在发表文章一段时间后主动提供更新的简介,称将用于自己今后在《药学进展》发表的文章中。不仅如此,在连续4年主办的“药学前沿高峰论坛”上,无论是前期通过易企秀发布会议通知,还是专家作报告和编撰会议萃要,编辑部都会附上清晰、醒目的专家简介,利用各种渠道塑造专家个人品牌,同时也展示了期刊拥有实力雄厚的专家团队的品牌形象。

《药学进展》一向以编委专家的成果或获奖喜讯为荣,并将此作为塑造专家品牌的良机。例如,获知3位编委获得2016年度国家科学技术奖,即在2017年第2期开辟《国家科技奖成果集萃》栏目,集中展示编委专家的获奖成果,并邀请主编为专栏撰写评述<sup>[15]</sup>。

此外,《药学进展》基于强大编委阵容为期刊平台汇聚智力资源的认识,还创立了“药咖荟”品牌,并申请注册,将之用于期刊主办的品牌学术活动,进一步提升期刊品牌价值。这一系列品牌建设实践不仅取得了初步成效,对期刊界同行也有借鉴意义:即期刊对多位专家个人品牌的潜心塑造,以及对其品牌形象的一次次展示,潜移默化地不断提升了期刊自身的品牌价值,

且两者能逐步融合发展,达到双赢的效果,基于专家品牌和期刊品牌共同考虑而创建的新品牌更使期刊品牌形象得到升华。

#### 4 满足专家需求,增强专家办刊动力

对于科技期刊来说,专家身份可因时、因势切换,特别是编委,既是期刊的管理者又是受益者,是期刊的重要学术资源和宝贵的人脉资源,只有充分依靠专家、服务专家,互惠互利、共同成长,才能使期刊发展获得持久的动力<sup>[16]</sup>。根据马斯洛需求理论,人的需求从低到高有5个层次,即生理需求、安全需求、社交需求、尊重需求和自我实现需求<sup>[17]</sup>。期刊运营者尤其应重视专家的后3种需求,利用期刊的平台优势,在专家为期刊审稿、撰稿、举办学术活动、出谋划策的过程中,使其获得多层次需求的满足感,从而与专家建立持久共赢的合作关系。

例如,有编辑同人提出,知识回报是科技期刊审稿专家在审稿过程中获得的最重要的精神回报,编辑作为知识传递链的中心,应该关注作者与审稿专家之间交流所碰撞出的火花,其很可能成为学术创新的萌芽,是对审稿专家最好的知识回报,作者也能从中受益<sup>[18]</sup>。《药学进展》在遴选审稿专家时,注重专家实践能力,采用双盲审稿制度,畅通专家与作者沟通渠道,及时传递双方对同一话题的见解。在这一过程中,作为被邀请审稿的编委专家,在科学共同体内找到归属感——满足其与同行进行书面交流,享受指导作者提升论文学术质量的乐趣的社交需求<sup>[19]</sup>。《药学进展》经常收到一些青年学者要求加入审稿人队伍的邮件,这证实了科技期刊在助力专家科研事业发展方面的潜力和客观需求,期刊应珍视并尽量满足专家的这种自我实现需求,发挥专家参与期刊建设的主动性。

参加学术会议是编辑了解学术前沿动态、结识专家的最直接方式。为此,《药学进展》建立长期的“走出去”办刊的组稿机制,通过组稿活动,结识更多的核心作者,并借机邀请其担任编委,这本身即满足了其因自身学术价值受到认可而获得尊重的需求。同时,编辑部通过建立编委微信群,定时召开编委会,建立编委之间有效沟通的平台,拓展了专家在学术共同体中的人脉资源,从而满足了他们的社交需求。例如,笔者在一次全国化学生物学学术会议上向一位“千人计划”专家组约了一篇有关靶向 Toll 样受体的免疫调节剂研究进展的前沿性综述,在多次交流过程中建立了良好的合作关系,随着文章的发表,该专家对《药学进展》的了解逐步加深,编辑部顺势而为,向其发出担任编委的邀请,进一步壮大了编委“千人计划”专家团队的阵

容;在这一次组稿过程中还发展了一位杰青作为编委,使高端专家编委的占比进一步提高,这些编委都表示很感谢编辑部给他们提供的平台,认为他们在学术共同体中获得的人脉资源得益于编辑部,从而自愿为编辑部进一步撰稿,以及为编辑部提供服务,为期刊发展贡献力量。

此外,《药学进展》还高度重视科技期刊在科技成果转化中的介质作用,通过多次主办、承办投融资会议,利用编委团队丰富的专家资源为会议提供报告嘉宾,广泛征集创新成果和科研项目,搭建科学家与企业家、投资家产融对接的平台,促进科技成果转化。很多专家学者,包括审稿专家、作者、编委,通过参加投融资会议找到合作伙伴,从而对编辑部搭建的平台非常赞赏,自愿当起期刊的义务宣传员,并更加积极地投入期刊的审稿、撰稿工作中。

## 5 结束语

与改版前“闭门造车”“单打独斗”相比,《药学进展》改版5年多以来,积极挖掘并利用各种资源,尤其将专家资源视为期刊发展的灵魂,并增强服务意识,通过各种形式的活动和措施反哺专家,增加了专家对期刊的黏性和信任,为期刊发展积攒了越来越多的智力资本。这些运营实践并不仅仅适用于本刊,对行业期刊办刊也具有启示和借鉴意义,建议在办刊过程中不妨树立以下3种意识:第一,资源意识,专家是期刊发展的重要学术宝库和智力资本,须重视专家资源的建设和维护,这是构建期刊发展生态链的重要环节;第二,盟友意识,期刊事业的壮大需要不断发展盟友,其中最重要的盟友即是能为期刊学术质量保驾护航的各类专家,期刊的发展与专家个人和群体的发展相辅相成,双方可以相互借力,一方面通过专家个人品牌效应使期刊品牌的无形价值得到升华,另一方面期刊通过其平台作用为专家实现事业回报,巩固原有专家资源对期刊的忠诚度,并通过期刊品牌效应吸引更多专家加盟,壮大专家办刊队伍,使期刊与专家成为合作共赢的“最佳合伙人”;第三,服务意识,同类的科技期刊面对的专家群体大同小异,在争取这类非独占性资源时,切忌一味索取,让专家产生被利用的不良感觉,唯有设身处地多为专家着想,让专家体验到被尊重感,方能使专家对期刊产生认同感、归属感、价值感和向心力,进而以自己能成为期刊的编委、作者为荣,最终使期刊与专家形成相存相依、共生共荣的和谐共同体,共同推进

期刊事业繁荣发展。

## 6 参考文献

- [1] 苏畅,许祖双,孙廷,等.新形势下科技期刊可持续发展的若干思考[J].新闻研究导刊,2017,8(21):226
- [2] 宋梅梅,马沂,王晓峰,等.发挥期刊优势建设学术交流“生态圈”:以《中国激光》为例[J].编辑学报,2017,29(6):590
- [3] 张彩凤.学术期刊编辑对专家资源的有效利用和开发[J].编辑之友,2010(8):76
- [4] 汪全伟,周海慧,黄东杰,等.关于科技期刊专家审稿超期的思考[J].编辑学报,2018,30(2):185
- [5] 郭春兰.提高我国科技期刊专家审稿质量的思考[J].今传媒,2017(12):126
- [6] 洗春梅,张立斌.提高科技期刊专家审稿质量和效率的实践和思考[J].传播与版权,2017(10):64
- [7] 于荣利,陈国荣.利用期刊资源加强学术期刊作者群建设策略[J].编辑学报,2017,29(增刊1):S32
- [8] 梁丽.充分挖掘专家资源办好科技期刊[J].中国科技信息,2010(14):155
- [9] 邢爱敏,郑晓南.基于资源整合的科技期刊办刊能力提升路径:以《药学进展》为例[J].中国科技期刊研究,2018,29(12):1292
- [10] 游苏宁.科技期刊应引导并开展学术争鸣[J].编辑学报,2004,16(5):324
- [11] 邢爱敏,郑晓南.基于品牌意识的科技期刊编委会智库功能的挖掘:以《药学进展》为例[J].编辑学报,2019,31(1):61
- [12] 易杰.品牌从自身开始[J].中国品牌,2013(10):30
- [13] 于博.媒体品牌策划对于主持人成长的影响[J].中国传媒科技,2013(01下):2
- [14] 赵海青.培养学生的表现欲[J].河南教育(基教版),2007(5):32
- [15] 邢爱敏,郑晓南.开放型立体化办刊模式助推高校科技期刊转型:以《药学进展》改版实践为例[J].中国科技期刊研究,2017,28(12):1191
- [16] 刘岗,魏海明,王婉,等.编委在科技期刊发展中的作用探讨[J].中国科技期刊研究,2015,26(3):239
- [17] 马斯洛.马斯洛人本哲学[M].成明,编译.北京:九州出版社,2003
- [18] 吴爱华,王晴,杜冰,等.科技期刊应重视对审稿专家的知识回报[J].编辑学报,2013,25(2):164
- [19] 刘岭.科技期刊审稿专家审稿中的需求与服务建议[J].中国科技期刊研究,2014,25(10):1242

(2018-04-07 收稿;2018-05-31 修回)