

破除平台藩篱,促进学术期刊健康发展

黄 昌 武

《石油勘探与开发》编辑部,100083,北京

摘 要 在国家整治互联网垄断行为的当下,对学术期刊行业中的“二选一”涉垄断行为表现、影响及危害进行剖析,并给出破解之策。目前国内影响较大的互联网出版平台有3家:中国Z网,W方数据及W资讯。有些平台在与期刊合作出版时实行独家代理出版,这对读者、期刊和期刊行业均造成了巨大负面影响:科技期刊与出版平台进行独家代理出版不仅对提升期刊影响力和传播力并无太大帮助,反而还可能会导致期刊影响力和传播力下降;同时读者利益也会受损,两者叠加对科技期刊行业的发展极为不利。建议国家有关部门尽快取消这种独家代理出版模式,还学术一片净土,促进学术期刊的健康长远发展;同时,期刊也不要再与出版平台进行独家代理合作,这种独家代理合作于读者、于期刊、于期刊行业均有害无益。

关键词 “二选一”;互联网垄断;科技期刊;出版平台;独家代理

Breaking platform barriers and promoting the healthy development of academic journals//HUANG Changwu

Abstract This paper analyzes the performance, influence and harm of the “one out of two” monopoly related behavior in the academic journal industry. At present, there are three Internet publishing platforms with great influence in China: China Z network, W data and W information. Some journals implement exclusive agency publishing when publishing with journals, which has a huge negative impact on readers, journals and journal industry. Exclusive agency publishing between journals and publishing platform does not help to improve journal impact factors. On the contrary, it may lead to the decrease of journal impact factor. At the same time, the interests of readers will also be damaged, and the superposition of the two is extremely unfavorable to the development of the journal industry. We suggest that the relevant departments of the state should abolish this exclusive agency publishing mode as soon as possible, return the academic field to a pure land, and promote the healthy and long-term development of academic journals. Moreover, journals should no longer cooperate with publishing platforms in exclusive agency, which is harmful to readers, journals and journal industry.

Keywords “one out of two”; Internet monopoly; scientific journals; publishing platform; exclusive agent

Author's address Journal Department, Research Institute of Petroleum Exploration & Development, 100083, Haidian, Beijing, China

DOI:10.16811/j.cnki.1001-4314.2022.01.015

2020年12月,国家市场监督管理总局(以下简称总

局)依据反垄断法对阿里巴巴集团控股有限公司(以下简称阿里巴巴集团)在中国境内网络零售平台服务市场滥用市场支配地位行为立案调查。自2015年以来,阿里巴巴集团滥用该市场支配地位,对平台内商家提出“二选一”要求,禁止平台内商家在其他竞争性平台开店或参加促销活动,并借助市场力量、平台规则和数据、算法等技术手段,采取多种奖惩措施保障“二选一”要求执行,维持、增强自身市场力量,获取不正当竞争优势。调查表明,阿里巴巴集团实施“二选一”行为排除、限制了中国境内网络零售平台服务市场的竞争,妨碍了商品服务和资源要素自由流通,影响了平台经济创新发展,侵害了平台内商家的合法权益,损害了消费者利益。2021年4月10日,总局依法作出行政处罚决定,责令其停止违法行为,并处以182.28亿元的罚款^[1]。无独有偶,2021年4月,美团网也因为“二选一”行为接到总局依法对其网涉嫌垄断行为立案调查通知^[2]。上述总局的公告中,均包含了一个平常极为少见的新词——“二选一”行为。那么,究竟什么是“二选一”行为,“二选一”行为有什么危害,学术期刊行业是否也存在类似“二选一”行为呢?

1 “二选一”行为定义及危害

“二选一”行为,意指平台利用优势地位和商家对其的依赖性,采取不正当手段强迫经营者在平台间“二选一”^[3]。本质上,就是逼迫商家在销售时做出排他性选择,与之签署类似独家经营、独家代理之类的合同条款,而商家慑于平台的“威胁”或依赖,不得不在经营销售上选择某一家平台与之合作,导致对平台的依赖日趋深入,最终丧失销售主动权。

短期来看,“二选一”行为可以为商家带来一定好处,如商家与平台签署独家代理/经营协议后,平台会对商家收取更低的费用、给予更高的返利,对商品进行一些有别于非独家代理的商品更好的推广和营销等等,让企业在短期内得到更大利益。但从长远来看,这种“二选一”行为却会大大制约企业的发展,使得企业只能利用某单一平台进行销售,无法做大做强。更有甚者,如果合作的平台在领域内影响力很大,平台在后期合作过程中,会利用其优势地位,对商家提出许多苛刻的霸王条款,而商家囿于长期以来对平台的依赖,不

得不从。“二选一”行为不仅会使商家的利益受损,同时还可能导致消费者的利益受损。平台利用其优势地位,以及与商家的独家代理销售合作模式,胁迫消费者接受比同类商品更高的价格。由此可见,“二选一”行为是一种不正当竞争行为,强迫经营者在平台间“二选一”,这样做的后果既损坏了商家的利益,又损坏了消费者的利益,而平台则利用其垄断地位,两头渔利。

2 学术期刊行业中的“二选一”现象

由上文“二选一”行为分析可见,实施“二选一”行为的主体,通常是处于商家与消费者之间的中间人——平台。在学术期刊行业,这种介于读者与期刊之间的中间人就是出版平台,目前国内规模较大的期刊出版平台有3家:中国Z网,W方数据及W资讯。

2008年,W方数据与中华医学会在北京签署独家战略合作协议,获得了中华医学会旗下115种医学核

心期刊的独家数字出版权,开创了国内信息服务商与信息资源源头独家合作的先河^[4]。中国Z网紧随其后,仅截至2011年,与中国Z网签署独家合作协议的期刊就有1200余种,涵盖所有专业学科^[5]。截至目前,中国Z网共收录期刊9305种,占我国公开出版期刊总量的90%以上,其中独家与唯一授权合作的期刊总量为3964种,占我国期刊总量的43%;独家与唯一授权合作的核心期刊总量为778种,约占核心期刊总量的42%;包含各学科前3名期刊194种,占前3名期刊总数的64%;中国科学院、中国社会科学院期刊独家收录率分别为50%和75%(表1)^[6]。这种出版平台与期刊之间的独家代理合作也具有“二选一”行为的典型特征——唯一性、排他性,而由于目前我国科技期刊整体还处于弱、小、散状态,许多科技期刊编辑部不得不在这几家出版平台之间进行“二选一”,即选择一家进行独家代理出版,目前仅与中国Z网进行独家与唯一授权合作的期刊已占我国期刊总量的43%。

表1 与中国Z网独家授权出版期刊分类统计表^[6]

期刊类型与学科	独家与唯一期刊数	占总刊数比例/%	学科前3期刊独家数	学科独家期刊数占学科前3总数比例/%
自然科学	161	22	23	59
工程技术(冶金材料和化工)	183	19	20	52
工程技术(工业技术和工程)	241	21	26	57
农业科学	140	24	17	59
医药卫生	414	37	14	52
信息技术	160	31	10	45
文学/历史/哲学	249	58	30	81
政治/军事/法律	275	51	14	92
教育与社会学	241	22	13	88
经济与管理	429	42	27	77
小计	2493	32	194	64
文艺期刊	238	73		
文化期刊	341	81		
科普期刊	85	60		
经济信息期刊	77	67		
党建期刊	108	51		
高端教育期刊	143	31		
基础教育期刊	703	35		
政府公报	161	100		
总计	1856	66		

3 “二选一”行为对科技期刊行业的影响

出版平台的“二选一”行为不仅会使读者和期刊的利益受损,更严重的是还将导致我国整个科技期刊行业的发展受损。

3.1 对读者的影响

首先,在出版平台与期刊签署了独家代理合作协议之后,读者在查阅该期刊论文时,就只能选择在该平台检索,在其他平台根本检索不到,这种人为设置的藩

篱对读者查阅论文极为不便。例如,想查阅中华医学会旗下医学核心期刊的论文,就只能选择W方数据,在中国Z网和W资讯根本检索不到。与此同时,又有一些非中华医学会旗下医学期刊,选择了与中国Z网进行独家代理出版,这就导致读者在查阅某方面医学论文时,需要在2个平台进行检索,十分不便。

其次,对于签署了独家代理合作协议的期刊,读者在下载时往往需要支付更高的费用。例如,没有与中国Z网签署独家合作协议的期刊,在中国Z网下载时

收费标准为0.5元/页,而与中国Z网有独家合作协议的期刊,在中国Z网下载时收费标准为1元/页,相差了一倍。这还不算最糟糕的,还有的平台,利用与之签署独家合作协议期刊较多的优势,对打包购买其数据库的机构用户漫天要价、涨价,这些机构用户迫于科研必需,又不得不接受平台的无理要求。据《中国青年报》报道,2016年3月31日,北京大学官网上贴出中国Z网即将停用的通知:“图书馆订购的中国Z网系列数据库2015年合同期已到,由于数据库商涨价过高,图书馆目前正在全力与对方进行2016年的续订谈判,上一年度合同截至2016年3月31日,期满后数据库商随时可能中断北大的访问服务”。无独有偶,武汉理工大学图书馆称,2000年以来中国Z网对该校的报价,每年价格涨幅都超过10%,特别是2012年涨幅高达24.36%,从2010年到2016年的报价涨幅为132.86%,年平均涨幅为18.98%。文章称,中国Z网的大幅涨价让很多学校吃不消,不仅北大因为费用涨价暂停续订,国内不少高校也都曾遇到此类问题停用过中国Z网^[7]。由此可见,一旦科技期刊与出版平台签订独家合作协议,出版平台为了追求自身经济利益便会对读者用户漫天要价、涨价,这种做法对读者造成了极大的伤害。读者受伤害后又会影响科技论文的数量和质量,最终受伤害的还是期刊自身。

3.2 对期刊的影响

毋庸讳言,目前我国科技期刊整体还处于弱、小、散状态,如果想要做大做强,借助强势平台的影响力和传播力“借梯登高”不失为一个有效的方法,而平台正好利用期刊的这种需求,利用其优势地位,许以期刊更高的下载分红,诱使期刊与之签订独家合作协议。表面上看,期刊与平台的独家合作是双赢,但是,期刊与平台进行独家合作真的会使期刊受益吗?

首先分析与中国Z网独家与非独家合作对期刊经济利益的影响。以《石油勘探与开发》为例,《石油勘探与开发》创刊于1974年,被SCI、Ei同时收录,以中、英文2种语言全球同步发行。2020年SCI影响因子为3.803,在全球石油工程类SCI期刊中排名第三;中国科技核心期刊数据库中影响因子为3.637,名列前茅^[8]。据中国Z网《个刊影响力统计分析数据库》^[9]可知,《石油勘探与开发》2010—2020年共刊出论文1875篇,总下载频次为1665418次(表2)。按目前非独家与独家合作期刊和中国Z网的下载分红比分别为4:6和2:8计算,10年产生的分红差额为333083.6元,平均每年仅约3.3万元。上述还是以影响力传播力较大期刊为例进行的计算,对于影响力传播力较小的期刊而言,与出版平台独家与非独家合作的经济效益差实则非常有限,基本可忽略不计。

表2 《石油勘探与开发》2010—2020年影响力评估分析^[9]

编号	学科	发文量/篇	影响力评估			
			总被引频次	总下载频次	篇均被引频次	篇均下载频次
1	石油天然气工业	1080	33311	923458	34.0	839.5
2	地质学	667	27251	668486	41.5	999.2
3	地球物理学	49	800	27064	18.2	552.3
4	其他	79	1537	46410	18.6	586.0
总计		1875	62899	1665418	28.1	744.2

其次,分析独家与非独家合作对期刊影响力和传播力的影响。期刊与出版平台合作的“初心”即是要借助出版平台的影响力和传播力来壮大自身。从这个角度而言,期刊加入的出版平台越多,对期刊的影响力和传播力提升自然越有利。既然如此,期刊编辑部又何必单独与一家出版平台进行合作呢?与某一家出版平台进行独家代理合作显然是违背了期刊加入出版平台的“初心”。同时,张小强等研究表明^[10],与出版平台独家代理合作对期刊的影响因子也会有显著影响,无论是与中国Z网还是W方数据独家代理出版,均会对期刊的影响因子带来显著的负面影响。

综上,期刊与出版平台合作出版之路是正确的,但授权平台独家出版则对期刊额外经济利益产生一定的限制,且反而很可能导致期刊的影响力和传播力不如

非独家授权合作,对期刊而言得不偿失。

3.3 对期刊行业发展的影响

第一,3.1节已述及,由于期刊出版平台人为设置藩篱,导致读者在文献检索时,往往需要在几个平台同时进行检索,这对正常的学术活动非常不利。如中国Z网在查询文献时,还可以看到与被查文献相关的文献、研究起点、研究来源、研究分支、研究去脉等,但在部分期刊与W方数据独家合作后,这些信息就会变得不再完整。

第二,独家出版还会对期刊的影响因子等计量参数产生影响。例如,由于中华医学会下属多家期刊与W方数据独家合作,还有部分医学期刊选择与中国Z网独家合作,这就导致无论是中国Z网,还是W方数据统计的总被引频次都不全面,其发布的医学类期刊

影响因子都不准确^[10]。

第三,独家出版可能助长学术不端行为。现在绝大多数期刊都要对来稿进行不端检索,以检查其是否涉及抄袭、剽窃、一稿多投等学术不端行为。不端检索的工具即出版平台提供的学术不端检索系统,现在由于部分期刊与出版平台是独家合作关系,导致出版平台收录数据库存在先天缺陷,进而导致不端检索存在漏失,这也可能在一定程度上助长学术不端行为^[11]。

4 破除平台藩篱策略

4.1 国家相关部门

国家对垄断行为的打击由来已久。2007年8月30日,《中华人民共和国反垄断法》由中华人民共和国第十届全国人民代表大会常务委员会通过,自2008年8月1日起施行。2021年2月7日,总局发布《关于平台经济领域反垄断指南》,强调《反垄断法》及配套法规规章适用于所有行业,对各类市场主体一视同仁、公平公正对待,旨在预防和制止平台经济领域垄断行为,促进平台经济规范有序创新健康发展^[12]。同时,总局专门设立了反垄断局(主页<http://www.samr.gov.cn/fldj/>),受理各类涉嫌垄断的投诉与处理(电子邮箱:fldj@samr.gov.cn)。

2021年7月24日,总局发布《腾讯控股有限公司收购中国音乐集团股权违法实施经营者集中案行政处罚决定书》,要求腾讯自决定书发布之日起30日内解除与上游版权方已达成的独家授权协议,腾讯网2021年8月31日发布声明,宣布主动放弃与上游相关版权方音乐版权独家授权的权利^[13]。这个案例具有里程碑意义,说明国家相关部门已经注意到了版权独家合作这种市场垄断行为,并已开始“亮剑”。

4.2 期刊及读者

首先,鉴于前文所述期刊与出版平台独家授权合作的种种弊端,建议已与出版平台独家授权合作的期刊,在合作到期后勿再续约;如合同签署时间较长,现打算取消与出版平台的独家授权合作,可与出版平台进行协商取消。对读者,尤其是机构用户而言,如果今后再出现出版平台漫天要价、大幅涨价的情形,要敢于拿起法律武器维护自身权益。

4.3 相关出版平台

相关出版平台应该也注意到,近年来国家开始对互联网平台企业进行重点整治,尤其是其“二选一”等涉嫌垄断行为,如本文开头所述,对阿里巴巴进行了巨额处罚,对美团网亦正进行立案调查。与此同时,腾讯

网慑于总局反垄断调查的巨大压力,近日宣布主动放弃与上游相关版权方的独家授权合作。在国家对互联网平台垄断行为重点整治的当下,相关出版平台不应抱有侥幸心理,应积极行动起来,尽早自觉主动放弃与期刊已达成的独家授权协议,莫要等到国家有关部门的罚单送上门才开始行动。

5 参考文献

- [1] 市场监管总局依法对阿里巴巴集团控股有限公司在中国境内网络零售平台服务市场实施“二选一”垄断行为作出行政处罚[EB/OL]. [2021-07-20]. http://www.qs-theory.cn/qshyjx/2021-04/10/c_1127314301.htm
- [2] 市场监管总局对美团涉嫌垄断行为立案调查[EB/OL]. [2021-07-30]. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1698092845463189898&wfr=spider&for=pc>
- [3] 二选一(市场不正当竞争行为)[EB/OL]. [2021-07-13]. <https://baike.baidu.com/item/%E4%BA%8C%E9%80%89%E4%B8%80/55577385?fr=aladdin>
- [4] 万方数据与中华医学会签订战略合作协议[EB/OL]. (2008-04-01) [2021-07-13]. <https://it.sohu.com/20080401/n256042005.shtml>
- [5] 中国知网独家授权期刊量[EB/OL]. (2020-05-26) [2021-07-13]. <https://wenku.baidu.com/view/5f32ab67ecfde8d376eeaeaad1f34693daef103b.html>
- [6] 中国知网产品介绍[EB/OL]. [2021-08-30]. <https://cn.oversea.cnki.net/kns55/support/gb/products.aspx>
- [7] 知网的“秘密”:毛利率60%,曾被高校抵制[EB/OL]. (2019-02-16) [2021-07-13]. https://www.sohu.com/a/295085955_120050921
- [8] 《石油勘探与开发》编辑部.《石油勘探与开发》征稿简则[J].石油勘探与开发,2021,48(4):879
- [9] 中国知网《个刊影响力统计分析数据库》[EB/OL]. [2021-07-30]. <https://jif.cnki.net/Journal/JournalYear.aspx?pykm=SKYK>
- [10] 张小强,史春丽.独家数字出版与期刊影响因子关系的实证分析[J].编辑学报,2014,26(3):209
- [11] 黄颖.数学论文学术不端的表现形式及防范措施[J].编辑学报,2021,33(3):279
- [12] 平台经济领域反垄断指南发布[EB/OL]. (2020-02-07) [2021-07-18]. http://www.gov.cn/xinwen/2021-02/07/content_5585764.htm
- [13] 腾讯宣布放弃音乐版权独家授权权利[EB/OL]. (2020-08-31) [2021-09-08]. <https://new.qq.com/rain/a/20210831A0E30H00>

(2021-07-21收稿;2021-09-08修回)