牢记初心　深耕行业　服务“三农”
——《农业机械》服务中国农业机械化发展的创新实践

王艳红[1)]　赵　弢[1)]　张品纯[1,2)]　于　帅[1)]
1)北京卓众出版有限公司;2)科技期刊数字出版及全流程管理重点实验室:100083,北京

摘　要　农业机械化是加快推进农业农村现代化的关键抓手和基础支撑,是我国建设农业强国的重要途径。《农业机械》作为行业科技期刊,创刊65年来始终牢记初心使命,坚持“将农业机械的科研成果、新技术、新产品推广到农业生产中,服务中国农业机械化发展”的宗旨,在推动中国特色社会主义农机事业发展的道路上发挥了重要作用。同时,《农业机械》的发展也是我国行业科技期刊发展变革的缩影。本文从报道内容、多元发展模式、数字媒体3个视角,总结了《农业机械》65年发展的经验和成就,以及作为一本老刊,始终服务我国农业机械化发展的创新实践。

关键词　《农业机械》;农业机械化;初心使命;多元发展模式;品牌活动;融媒体;大数据平台

Remembering original intention, deep cultivating industry, serving agriculture, rural areas and farmers: innovation and practice of *Farm Machinery* serving agricultural mechanization development in China//WANG Yanhong, ZHAO Tao, ZHANG Pinchun, YU Shuai

Abstract　Agricultural mechanization is key lever and basic support for accelerating modernization of agriculture and rural areas, and it is an important way for China to build a strong agriculture country. As an industry science and technology journal, *Farm Machinery* is always keeping in mind its original mission and the purpose of “promoting scientific research achievements, new technologies, and new products of agricultural machinery to agricultural production and serving development of agricultural mechanization in China” since its inception for 65 years. It plays an important role in promoting development of socialist agricultural machinery with Chinese characteristics. At the same time, development of *Farm Machinery* is also a microcosm of development and transformation of industry science and technology journals in China. Experience and achievement of 65 years development in *Farm Machinery* was summarized from three perspectives of reported contents, diversified development models and digital media. Innovation and practice of always serving agricultural mechanization development in China as an old magazine *Farm Machinery* was introduced.

Keywords　*Farm Machinery*; agricultural mechanization; original mission; diversified development model; brand activities; convergence media; big data platform

First-author's address　Beishatan 1, Chaoyang District, 100083, Beijing, China

DOI:10.16811/j.cnki.1001-4314.2023.03.001

1959年4月29日,毛泽东主席在《党内通讯》中提出“农业的根本出路在于机械化”的著名论断,指出了农业机械化在农业经济发展中的重要地位,为我国农业发展之路指明了方向[1]。2018年9月25日,习近平总书记在北大荒建三江国家农业科技园区考察时强调,“要把发展农业科技放在更加突出的位置,大力推进农业机械化、智能化,给农业现代化插上科技的翅膀”[2]。《农业机械》作为我国农机行业创刊早、发行量大、具有权威影响力的行业科技期刊,自1958年7月1日创刊伊始,就明确了初心和使命,坚持面向“三农”、面向生产实际,坚持把农业机械的科研成果、新技术、新产品及时推广到农业生产中去,转化为现实生产力,服务中国农业机械化发展。

2014年8月18日,中央全面深化改革领导小组第四次会议审议通过了《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》,“媒体融合”正式上升为国家战略[3]。2015年3月,国家新闻出版广电总局与财政部联合印发《关于推动传统出版和新兴出版融合发展的指导意见》,该意见指出,立足传统出版,发挥内容优势,运用先进技术,走向网络空间,切实推动传统出版和新兴出版在内容、渠道、平台、经营管理等方面深度融合[4]。在“打造一批具有强大影响力、竞争力的新型主流媒体”的目标指引下,包括科技期刊在内的全国媒体积极响应,纷纷投身于媒体融合改革浪潮中。近年来,《农业机械》积极探索和实践,抓住传统媒体和新兴媒体融合发展的契机,一方面突破传统期刊出版形式,不断拓宽新形势下网络出版的广度与深度,另一方面则让数字媒体的品牌形象更加丰富与多元,走出了一条以数字媒体为核心的全媒体转型发展之路,老品牌在新时期焕发出了新的生机和活力,在融媒体时代更好地服务于中国农业机械化发展。

《农业机械》创刊65年来,经过几代办刊人的辛勤耕耘,在推动中国特色社会主义农机事业发展的道路上贡献了自己的力量;同时,《农业机械》不断开拓创新、逐步发展壮大。《农业机械》的发展历程,不仅是我国农机行业不断发展的缩影,也是我国行业期刊

不断发展的缩影。为全面、系统、完整地反映《农业机械》的发展经验和成就,本文分4个部分,详细阐述《农业机械》作为行业科技期刊牢记初心使命,在促进行业发展、服务国家战略方面发挥的重要作用。

1 《农业机械》发展概况

1958年7月1日,由农业部申请,中共中央宣传部批准,农业部和中国农业机械学会筹委会联合创办的我国第一本全国性农业机械技术类刊物——《农业机械》正式出版发行,创刊词是《把农具改革运动推向更新的高潮》,任务和宗旨是"为积极促进和实现农业技术革命贡献一份力量"。创刊号封面选用的是毛泽东主席在田间地头视察农具的大幅照片;封二是图片报道,以《彻底解放思想 大闹技术革命》为标题,刊登了8张新闻照片;内容上策划了"农业机械化的开路先锋"专题,刊登了《我制造手摇自动倒土机的经过》等6篇文章。可以看出,《农业机械》从创刊伊始,就明确了初心和使命,服务中国农业机械化发展[5]。

《农业机械》自创刊之日起,就受到有关领导的重视和关怀。创刊之际,正是王震将军专拨了5 000元资金,《农业机械》才得以准时创刊。我国农机化事业卓越的组织者、原中央顾问委员会委员项南,发表了多篇有指导意义的文章,对杂志发展多次批示、指导。1977年10月25日,时任中共中央主席的华国锋为杂志题写"农业机械"刊名。1988年7月1日,《农业机械》创刊30周年,当时党和国家领导人田纪云、薄一波、邹家华、方毅,以及有关方面负责人周培源、杜润生都为杂志题了词,当时农业部部长何康、国家计划委员会副主任刘中一、中顾委委员项南、机械电子工业部副部长何光远为杂志撰写了纪念文章。

1958—1978年,由于历史原因,《农业机械》曾更名为《农业机械技术》和《农业机械资料》出版,也曾于1961年和1969年先后停刊,1978年第1期恢复为《农业机械》刊名并沿用至今[6]。

改革开放以来,《农业机械》不断开拓创新、逐步发展壮大,在全国农机期刊界第一家搞二渠道发行、第一家搞经营创收、第一家进入全媒体时代,成为我国农机期刊界的优秀代表。2014年,《农业机械》积极探索媒体融合,在农机行业期刊中率先进行了数字化转型。

创刊65年来,《农业机械》累计出版纸质期刊900余期,总发行量超过4 100万份,数字化内容阅读量突破千万人次,已发展成为一个为农机行业、企业和用户持续创造价值的全媒体服务平台,目前由中国机械工业联合会主管、北京卓众出版有限公司(以下简称卓众出版)主办。

《农业机械》对农机行业发展作出贡献,多年来数次获得众多奖项。如1978年获"全国机械工业科学大会奖";1992年获国家科委、中宣部和新闻出版署联合颁发的"首届全国优秀科技期刊一等奖";1994年获"全国农机科技优秀期刊一等奖";1999年获机械工业"优秀期刊二等奖";2016年,微信公众号"农业机械"获"科普新媒体飞跃大奖";2022年获"机械工业科学技术奖"科学技术进步三等奖。

2 立足农机行业办刊,服务国家发展战略

内容是期刊发展的灵魂和根基。《农业机械》自创刊以来,始终坚持立足农机行业办刊,服务国家发展战略,每个历史阶段所刊载的内容及发展,与国家的"三农"政策息息相关,与整个农机行业同期的发展状况密不可分,其使命贯穿整个行业的发展历程[7]。《农业机械》积极宣传党和国家发展农机事业的方针、政策,发挥政府的喉舌作用,突出内容的指导性;深入一线、贴近市场,分析行业经济运行情况、报道市场行情、预测发展趋势和产品技术发展方向,突出内容的前瞻性;贴近读者、用户需求,把农业机械的科研成果、新技术、新产品及时推广到农业生产中去,突出内容的实用性。《农业机械》不断挖掘报道深度、提高内容质量,使得期刊在行业中的影响与日俱增,逐渐确立了权威性和行业地位。

2.1 解读国家"三农"政策,突出内容指导性

农业是我国国民经济的基础,是人类社会的衣食之源和生存之本,是支撑整个国民经济发展与进步的保障,没有农业的现代化就没有国家的现代化;而农业机械化是加快推进农业农村现代化的关键抓手和基础支撑,是我国建设农业强国的重要途径。一直以来,党和政府都高度重视"三农"、农业机械化的发展:1959年毛泽东主席提出"农业的根本出路在于机械化"的著名论断,1966年国家提出"1980年基本实现农业机械化"的奋斗目标,党的十八大以来习近平总书记多次对"三农"工作和农业机械化作出重要指示;2004—2023年,连续20年的中央1号文件聚焦"三农"工作。这些都表明了党和政府大力推进农业现代化发展的决心和信心。作为一本行业期刊,宣传、解读、贯彻、落实国家的"三农"政策,是《农业机械》与生俱来的使命和担当。在每个历史时期,《农业机械》都围绕当时国家的"三农"方针政策,策划、组织、编发大量对行业有重要指导意义的文章。

1)计划经济时期(1980年以前)。这一时期,国家探索形成了一套指导农业机械化发展的方针政策,如先合作化后机械化,机械化和半机械化并举,农业机械

以小型为主,农业机械制造以地方工业为主,实现农业机械化以农业合作社的力量为主等。根据农机行业的方针政策及农机行业发展特点,《农业机械》刊发了大量有指导意义的文章,如时任农业部副部长刘瑞龙撰写的《开展一个更广泛、更深入、更细致、更有成效的工具改革运动》,时任农业部农业机械管理局局长李菁玉撰写的《通过工具改革逐步地实行农业机械化》;重点报道了 3 次召开全国农业机械化工作会议的内容,以及动员全党全国人民为 1980 年基本实现农业机械化而出台的一系列政策措施。“1980 年基本实现农业机械化”是多年来全国人民为之奋斗的目标,这个口号在农业机械化事业中曾经起了很大的鼓舞作用,但是受各种因素的制约,这个目标在 1980 年没有实现,而在这个关键的历史节点,《农业机械》以采访的形式,于 1980 年第 7 期刊发了时任农业机械部部长杨立功的访谈文章《脚踏实地 努力工作——农业机械部部长杨立功同志就当前农业机械化形势问题答本刊记者问》,全面阐述了该口号提出的背景、不能如期实现目标的原因,并展望了农业机械化事业发展前景。

2)机制转换时期(1981—1998 年)。1979 年 4 月,中共中央召开工作会议,决定从 1979 年起,用 3 年时间对国民经济实行“调整、改革、整顿、提高”的方针。之后,农机行业也进行了全面调整,开启了机制转换篇章。这一时期的主要特征是市场在农机行业发展中的作用逐渐增强,国家对农机工业的计划管制日益放松,允许农民自主购买和使用农业机械,农机管理工作向法规化发展,农机作业服务逐步向市场化、专业化发展,形成了一大批有中国特色的农机产品。

《农业机械》紧跟形势,邀请领导、专家撰写了大量政策解读类文章。如 1981 年第 1 期,刊发了时任农业机械部部长杨立功撰写的《农机事业要坚决进行调整》;1989 年第 3 期,刊发了《趋势:稳中有升——机电部工程农机司司长鹿中民对本刊记者谈 1989 年农机工业的调整》;1994 年第 9 期,刊发了时任农业部副部长刘成果撰写的《粮食生产:走出认识上的误区》;1998 年第 1 期,刊发了时任机械工业部农业装备司司长高元恩撰写的《回顾 1997 展望 1998——我国农机工业的发展状况》等。

3)快速发展时期(1998 年以后)。这一时期,国家政策支持力度、行业自主创新能力、产业转型升级、农民购买力水平、合资合作进程、农机进出口贸易等都取得前所未有的发展。2004 年,《农业机械化促进法》颁布并实施,国家开始实施农机购置补贴政策;2004—2023 年,连续 20 年的中央 1 号文件都聚焦“三农”工作;2010 年,国务院印发《关于促进农业机械化和农机工业又好又快发展的意见》,2018 年,国务院印发《关于加快推进农业机械化和农机装备产业转型升级的指导意见》;2016 年 12 月 1 日,农机排放迈入国Ⅲ时代,2022 年 12 月 1 日,农机排放迈入国Ⅳ时代。2004—2013 年被称为农机行业的“黄金十年”,农机工业主营业务收入以年均两位数的速度增长,一举成为世界农机制造大国和使用大国;2004 年,我国主要农作物耕种收综合机械化水平超过 30%,2010 年超过 50%,2019 年超过 70%,进入农业机械化发展高级阶段,目前,正在加速进入全面机械化阶段[8]。

这一时期,国家关于“三农”的政策密集出台,《农业机械》策划、组织、编发了大量政策解读类内容,对行业发展有重要指导意义。如围绕《农业机械化促进法》,全文刊发该法内容,并组织专家介绍政府在促进农机化发展中的作用,采取的具体政策措施,以及各地的实施成效;每年邀请专家撰写文章解读中央 1 号文件,分析农机行业发展机遇;针对农机购置补贴政策,从政府管理部门、行业组织、生产企业、经销商、用户等层面多角度分析该政策对农机行业发展的引导作用,实施中存在的问题,以及改进完善建议;在农机排放国Ⅲ、国Ⅳ升级过程中,组织了系列重点文章,从技术、环保、生产、使用等环节阐述升级的紧迫性、遇到的困境,并呼吁国家有关部门给予必要的支持;针对农机行业转型升级,邀请专家分析行业发展的短板、弱项、技术难题,提出转型升级的技术路线图及发展建议等。

2.2　深度分析行业发展,突出内容前瞻性

进入市场经济体制以后,《农业机械》对报道内容进行了变革,深入一线、贴近市场、贴近实际,组织并撰写了一大批具有指导性、前瞻性,有内容且切合实际的市场分析文章,引起行业广泛关注,逐步树立起刊物在市场报道方面的权威性。

如 2004 年初,《农业机械》率先提出“迎接发展高潮”的论断,此后几年行业的发展高潮,印证了这一论断的正确性;2005 年,针对大中型拖拉机市场热销,刊发了系列文章《大中型轮式拖拉机战役及进展》《大中型轮式拖拉机战役前景分析及展望》《推动大型轮式拖拉机发展的几点建议》等,在业内引起强烈反响;2007 年 5 月,提出了我国农机行业应“加强自主创新”的论述和建议,此后不久,国家成立了“农业装备产业技术创新战略联盟”,证明《农业机械》当时的提法具有一定的超前性和预见性。从 2003 年开始至今,《农业机械》每年都对农机行业前一年的发展情况进行总结、梳理,形成年度盘点“10 大”系列重点选题,包括 10 大特点、10 大新闻、10 大产品、10 大关键词、10 大营销事件等,这些选题不断丰富和深化,为行业发展提

供参考和指导,成为广大农机科技工作者和读者喜爱的内容之一[9]。

《农业机械》具有前瞻性视野,善于总结发展规律,坚持理性思考,敢言真相、敢于发声,为行业健康发展鼓与呼。如刊发的卷首语系列文章《2022年农机市场恐将继续下降》《拖拉机降补贴、升"国Ⅳ",重压之下路在何方?》《农机补贴趋势:优机优补、倾斜短板、多纳入智能》《农机企业与资本市场的博弈》《农机展看发展寻机遇,农机智慧与理性竞争崛起》《农机TV在直播领域的探索与实践》《农机行业的"疫"下之机》《做足应对下半年困难的准备》《农机将迎来真正的战略机遇期》《警惕农机产业学术化陷阱》等,在业内引起强烈反响,深受好评。

有深度、高质量的内容,离不开实践。每年的"三夏""三秋"季节,《农业机械》都派采编人员深入农机作业现场,深入农机服务组织、农机大户,深度了解农机用户和市场情况。如采编人员深入不同省份,了解各种品牌、各种形式小麦联合收割机的跨区作业、性能质量、用户收益和使用情况等,提出"小麦联合收割机将由全国性的跨区作业向区域性跨区作业转变"的观点,并撰写了调查报告《千里跟踪看麦收——部分省区小麦跨区机收调查》《解读后跨区作业时代——2006年"三夏"麦收调查总结》,分别刊发在2005年第3期和2006年第13期上。在"三秋"作业调查的基础上,2007年第11期刊发了《玉米收获机:即将完成战役准备》的重点文章,阐述了玉米收获的特点、人员和装备现状、收获进展预测及建议,对玉米收获机行业发展具有指导意义。

2.3 贴近读者用户需求,突出内容实用性

实用性是《农业机械》的另一特色。

1)报道全国各地农业机械化生产实践的典型案例、成功经验。如计划经济时期,刊发大量体现国营农场、拖拉机站、人民公社等大力开展农具改革运动,各地加速实现农业机械化、农机具改装生产、农业学大寨,以及公社办机械化等内容;机制转换时期,农村实行家庭联产承包责任制后,小型农业机械得到了快速发展,杂志刊发了大量小型农机具推广应用的内容;目前,主要刊发农业生产全程全面机械化解决方案等方面的实用性内容。

2)从"小"处着眼,注重刊登农机使用维修技术,提高农机手用机水平、技术人员维修水平。典型栏目有"技术讲座""修造点滴""小革新作用大""机务园地""一句话经验""使用维修""故障分析""培训之窗""科普推广站"等,其中很多文章都是作者在长期的生产实践经验基础上提炼而成的,对读者、对用户具有很高的参考价值,解决了很多技术难题[10]。

3)不断增加用户关心和愿意看的内容,逐渐形成了包括"致富经验""读者信箱""警钟长鸣""质量维权""田园风情""农机致富星"等栏目在内的"用户"版块。《农业机械》还坚持开展各种主题的用户调查,根据调查结果撰写报告。如1998年开展了"联合收割机用户评价调查"活动,得到用户的积极响应,编辑部将有代表性的观点整理成文章《用户希望联合收割机:质量要提高 服务要跟上——本刊联合收割机用户评价调查结果综述》,刊发在1999年第2期杂志上。

4)详细介绍大量的国内外实用农机产品,包括性能特点、技术参数、适用区域、配套选型等内容,为农机户购机、用机提供参考。典型栏目有"机具世界""车型""精品""明星""我替你选择""新产品""导购""国外产品""选机面面观"等。

3 多元发展模式创新,服务农机全产业链

在改革开放初期,《农业机械》就紧跟形势发展,敏锐意识到"市场"在农机行业中的地位和作用逐步增强,开启了以期刊品牌为核心的多元发展模式创新,服务农机全产业链发展[11]。

3.1 编写培训教材,提高机手素质

1980年代初,针对农机行业缺少农机科普图书、培训教材的现状,《农业机械》组织专家、技术人员编辑出版了大量的农机科普读物。如《小四轮拖拉机》《拖拉机的100个为什么》《小型拖拉机使用维修技术手册》《某某型驾驶员必读》《手扶拖拉机驾驶员读本》《小四轮拖拉机驾驶员读本》《拖拉机故障排除大全》《农用运输车使用与维修》《新编农用车指南》等几十种图书,发行量从几万册到几十万册。其中最具代表性的是《小四轮拖拉机》,发行量一度达到50万册。在该书发行过程中,编辑部深挖企业个性化需求,提出为企业定制出版《某某型拖拉机驾驶员读本》的方案,随后有了《泰山-12型拖拉机驾驶员读本》《东风-12型手扶拖拉机驾驶员读本》等书籍面世。在与企业的不断合作中,编辑部又了解到企业"随机技术资料"急需规范和配套的需求,于是聚焦"产品使用说明书和备件目录"的编写出版工作,为企业产品说明书的规范化编制奠定了基础。

从《小四轮拖拉机》到《某某型拖拉机驾驶员读本》,再到《产品使用说明书和备件目录》的演进,是编辑部市场意识升级、经营升级的过程,在这个过程中,《农业机械》团队实现了由"市场意识"向"经营意识"的转变,完成了市场化进程中重要的转型[12]。同时,这也是《农业机械》服务农机行业的具体体现,这些书

籍为帮助一代代农机人提高操作维修技能、管好用好农业机械、发展农机化作出了积极贡献。

3.2　拓展发行渠道,推广农机技术

为了让党和国家的“三农”政策惠及千家万户,让更多的农机手、农机户、农机技术人员了解农业机械的科研成果、新产品、新技术,《农业机械》更新观念、大胆创新,于 1982 年在全国首创开展了“二渠道发行”试点,经过长期不懈的努力,将二渠道发行工作从 2 个试点发展到全国 17 个省(市)、80 个地区、300 多个县的范围,杂志在全国的覆盖率达到 97%(以县计),发行量在 1992 年达到 18.5 万份,创造了《农业机械》历史上的发行量高峰[13]。截至目前,《农业机械》总发行量已超过 4 100 万份。

3.3　组织行业活动,促进产业升级

围绕农机行业发展中的热点、焦点、难点问题,《农业机械》积极组织丰富的行业活动,邀请专家“把脉问诊”、农机同人研讨交流,提出有针对性的解决途径,促进产业转型升级。这些活动都已发展成为农机行业的品牌活动。

1)行业研讨会。通过研讨会,《农业机械》密切了与企业的关系,加强了与行业的联系,同时结合会议内容进行深度报道,为行业发展提出建议。如 2002 年召开的“首届中国联合收割机专家研讨会”,2004 年召开的“农机产品与市场专家研讨会”“拖拉机与农机具产品配套及市场发展研讨会”,2005 年召开的“中国农机发展学术研讨会”,2006 年召开的“中国联合收割机专家研讨会”“中国拖拉机及配套产业学术研讨会”等,都对行业产生了积极影响,研讨会上提出的一些观点对行业发展具有指导意义[14]。

2)全国农机用户满意品牌评选。为了向用户推荐优质农机产品,扩大名优产品知名度,提高生产企业品牌经营效果,推动行业技术进步和产业升级,《农业机械》于 1998 年创立了“全国农机用户满意品牌”评选活动,自 2013 年开始,该活动每年举办一届。基于公平、公正和公益的原则,该活动评选过程中“对企业不收费、不拉赞助、获奖企业不冠名”,每届评选出的满意品牌,均得到行业的高度认可。该活动作为用户口碑的集中反映,以其权威性、公正性和客观性,已成为农机行业具有影响力的品牌评选活动[15]。

3)中国农业机械年度 TOP50 + 评选暨中国农机高端论坛。该活动于 2013 年创立,目前已成功举办了 10 届。其中“中国农业机械年度 TOP50 + 评选”是以第三方的视角客观地对产品性能、用户满意度等进行评价,同时结合行业专家、学者对未来产业、技术发展趋势的预测,从创新性、适用性、市场性方面进行综合评价,对行业发展起到风向标作用。同期举办的“中国农机高端论坛”,广邀管理部门领导、科研院所专家学者、企业高管等行业相关人士,聚焦行业热点、焦点问题,深度剖析国内农机行业发展状况及突围路径。业内专家、管理部门与企业高管的零距离沟通,让论坛成为一场行业内的“头脑风暴”,为行业转型升级起到积极的推动作用[16]。

4)农业机械专业技术参观考察团。随着中国农机行业逐步向中高端领域挺进,越来越多的农机企业在不断借鉴国外的发展经验和先进技术,出国看展会、参观国外农机企业正成为一种途径和趋势。《农业机械》作为农机行业权威的专业媒体,充分利用各种优势资源,策划组织了多次内容丰富、含金量高的专业考察培训项目“农业机械专业技术参观考察团”。如 2016—2019 年,先后对欧美农机工业及农业生产进行了考察:内容包括参观 2016 年意大利博洛尼亚 EIMA 农业及园林机械展,德国汉诺威 Euro Tier 畜牧展;2017 年法国巴黎 SIMA 展,美国 Farm Progress Show 农业进步展,汉诺威国际农机展;2018 年日本国际农机展览会,意大利国际农业及园林机械展览会;2019 年汉诺威国际农机展;参观世界著名农机生产企业;与国外经销商、农场主进行零距离沟通、交流,了解国外农机发展模式等。《农业机械》对考察成果进行了总结梳理,出版了《2016—2017 欧美农机考察辑要》,该书在农机行业产生了较大影响和反响,农机行业一位领导曾评价说,“这比很多专著都有价值”。

3.4　深挖客户需求,塑造品牌形象

《农业机械》内容的指导性、前瞻性、实用性,确立了杂志的权威性和行业地位,聚集了越来越多的有效用户,也使得杂志成为农机生产企业塑造品牌形象的重要宣传推广平台。

1)广告宣传。在计划经济向市场经济转轨时期,《农业机械》就开启了刊登广告的历史,成为全国农机期刊界第一家搞广告经营的科技期刊。1980 年第 1 期刊登了第 1 个广告——吉林怀德县水泵厂的潜水电泵广告,这是受时任农业机械部副部长项南的启发,经过编辑部策划并到工厂主动联系而成的。1980 年第 5 期刊登了第 1 个外商广告——美国约翰迪尔公司的产品广告;当年第 9 期刊登了第 2 个外商广告——德国克拉斯公司的产品广告。进入 21 世纪,老广告客户不断增加投入,新广告客户不断慕名而来,形成了广告业务增长的良性循环。国内大中型农机企业、经销商,知名跨国农机公司、即将进入中国市场的外资企业等,都成为《农业机械》稳定的战略合作伙伴。一名农机企业家曾说,“在《农业机械》上刊登广告后,企业的知名

度大幅提高,产品销量也迅速增加”。

2)定制化出版。根据客户需求,《农业机械》与生产企业、相关单位进行深度合作,编辑出版大量定制出版物。如多年连续出版《联合收割机跨区作业读本》;与久保田农业机械(苏州)有限公司合作,2005年出版《水稻收获机械特刊》,2006年出版《水稻机械化特刊》;与中国一拖集团有限公司合作编辑出版英文特刊、企业专栏;与河北农哈哈机械集团有限公司、江苏四达集团有限公司合作出版企业专栏;与约翰迪尔公司、爱科集团、科乐收公司合作编辑出版企业内部刊物等。另外,《农业机械》还为客户提供产业政策咨询、市场趋势分析、技术发展调查等定制化服务。

3)全方位解决方案。随着客户需求的升级,《农业机械》提供的服务也从单一化向全方位解决方案升级,如2021年10月为威马农业机械有限公司策划组织并全方位报道“国Ⅳ系列产品及新产品发布会”,2023年3月为广西玉柴机器股份有限公司策划组织并全方位报道“混合动力无级变速(IE-POWER)拖拉机上市发布暨演示会”等。

3.5 举办科普活动,普及农机知识

积极策划举办科普宣传活动、普及农机知识,是《农业机械》的一项重要使命和工作。从2000年起,《农业机械》每年都联合中国农业机械学会普及工作委员会(挂靠在《农业机械》杂志社)在全国范围内开展农机科普宣传推广活动,并于每年年底召开相关主题的科普活动研讨会。2001年,中国农业机械学会普及工作委员会申请了中国科学技术协会的西部科普工程项目“西部现代农业装备推广普及活动”。活动内容主要包括在新疆乌鲁木齐召开“现代农业装备推广普及研讨会”,组织与会代表参观新疆生产建设兵团引进的大型农业装备和自行研制的农机具、参观新疆天业股份有限公司,观摩凯斯摘棉机和美国激光平地机现场作业。该活动取得了良好的效果,也得到了中国科协的认可。这些活动都是《农业机械》面向读者、面向用户、面向实际和面向市场的具体体现,为广大农民、农机手、农机用户普及宣传农机知识,助力农业机械化健康快速发展。

4 深化媒体融合发展,构建数字媒体平台

在媒体融合的大背景下,如何实现传统期刊出版与新兴媒体业务的深度融合,成为办刊人面临的重要课题。创新是第一动力、创新是战略核心、创新是发展之源。期刊的创新发展之路,更是一条从传统媒体向融媒体、单一纸质出版物向纸媒+数字出版物的深度融合发展之路,既要保证优质内容持续产出,保证持续发挥长久以来对行业的推动作用,又要学会用开放的思维去拥抱数字技术,让信息化、数字化为媒体的持续健康发展赋能。

《农业机械》立足传统出版,发挥内容优势,积极利用主办单位卓众出版掌握的技术资源,主动选择走进网络空间,努力推动传统出版和新兴出版在内容、渠道、平台、经营管理等方面的深度融合。

4.1 建设全媒体平台,服务内容发展

网络环境下,响应速度成为内容之外的又一大竞争力。《农业机械》响应国家媒体融合发展指导意见,抓住传统媒体和新兴媒体融合发展的契机,将优质内容分发到第三方平台,扩大传播效果。从2014年起,《农业机械》逐步建立起包括微信公众号、微信视频号、头条号、西瓜号、抖音号、凤凰号、企鹅号、百家号等在内的多元化媒体传播矩阵,并于2020年入驻学习强国平台。截至2023年4月,农业机械微信公众号粉丝量超过7万人,总发文量超过2 400篇,逐步建立起以期刊内容为核心的新媒体发布渠道,让更多农业机械垂直领域内的优质资讯得到更为广泛的传播,进一步扩大行业影响力。

1)把发展主动权掌握在自己手中。在互联网时代,首发内容既对媒体的综合业务水平提出了更高要求,需要对内容的真实性、准确性及合法性负责,又对媒体的响应速度提出了更高要求。随着互联网技术的发展,依托于卓众出版的技术支撑,《农业机械》开始构建农机行业信息服务平台[17]。平台由《农业机械》杂志社自主开发,其主体从2016年的知谷农机平台,发展到2023年的农机新闻多端同步平台,包括网站、App、移动端网站、H5页面和小程序等。平台围绕农机行业高质量资讯、B2B商业服务以及B2C服务支持,以形成农机行业垂直类产品生态系统为目标,逐步建立用户聚集的平台,形成服务闭环。该平台在专业导向方面,深耕行业,设定了新闻、焦点关注、直播、视频、农机论坛等栏目。随着发布内容在广度和深度上的不断延伸,配合各种活动宣传,网站单月访问量过百万,页面平均停留时间达到2 min58 s。

内容均围绕着农机行业,以图文和视频形式的短平快资讯提供信息服务;在宏观经济分析、产业政策解读、行业走势预判、企业创新点评等方面保持独到见解。2023年,发布了《汇总!20个中央一号文件中的农机发展变迁》,系统梳理了过去20年中央1号文件有关行业方面的政策论述,在为行业整理历史发展资料的同时,也为发展理清脉络、指明方向。

2)在线应用VR、AR技术推广先进适用的农机技术和产品,为农民提供购机指导建议并向制造企业反

馈用户需求方向,搭建终端用户与企业及管理部门之间的交流平台。2023 年,推出了 VR 看农机展,让内容的服务形式更加立体化。

4.2　构建大数据平台,服务乡村振兴

在“互联网 +”时代,《农业机械》依托在行业深耕多年积累的资源,从行业需求入手建设了垂直行业领域的农机大数据平台,探索一条技术期刊将行业资源数据化的融合转型路径。2017 年起,《农业机械》开始采集、整合产品数据、用户数据、政策数据,在卓众出版自有技术团队的支持下进行系统搭建,着力建设农机行业产品数据库,探索开拓大数据业务。2021 年,农机产品大数据平台获得国有资金项目支持,打开了全新的发展空间。

截至目前,农机产品大数据平台完成第一期建设,已收录农机行业 4 200 家企业、2.8 万家经销商、2.5 万个产品、800 万条成交记录等相关数据,形成农机补贴查询系统、农机购机查询系统、农机行业大数据分析系统、农业机械 CMS 系统、农机企业管理系统等产品,平台将数据按照不同的维度给予整合并呈现,用户和企业可根据需求实现产品 360°可视化展示、比价、对品牌型号销量地区等进行多维度查询等功能,获得产品热度、用户口碑等价值信息,形成新闻信息、行业决策参考、用户购机行为辅助等功能集成的行业大数据平台,为政府、企业、行业、用户提供精准数据分析服务和解决方案。

平台和数据的建立与收集,最终目标是应用,惠及行业终端,服务农业现代化发展。自 2020 年起,“全国农机用户满意品牌评选”活动开始通过《农业机械》线上平台进行投票,同时进行口碑评定。后逐步将专家线下评定转变成线下评定 + 线上直播点评。用户仅需通过手机就可以完成投票,企业也可以通过管理平台实时了解产品热度信息。当年活动就收集了超过 200 万张选票。这些选票一方面支撑了品牌活动全方位、深层次的发展,更是最广泛的数据来源。

2021 年,《农业机械》切入具有数据价值的产业研究,利用累计的数万条数据,按照不同的维度给予整合并呈现,为农机行业发展搭建全面立体高效的信息服务平台。大数据平台也为企业及政府管理部门提供了接入空间:农机企业可以获得定制化的信息服务产品,产品研发、销售效率更加精准高效;行业管理者可以及时、透明地获取行业发展和市场走势信息,为科学决策提供依据。

建设大数据平台为《农业机械》朝着行业智库的方向发展探索了更多的可能性。《农业机械》将秉承“为积极促进和实现农业技术革命贡献一份力量”的初心和使命,紧跟国家战略,成为乡村振兴的重要推动力量之一[18]。

4.3　打造云直播平台,促进行业转型

随着视频制作技术的普及,视频制作门槛快速降低,如何在保证为用户提供高质量视频的同时,还能在多维度上拉近行业内各群体间的距离,全方位、立体化呈现农机行业发展成效,促进行业转型升级,是《农业机械》努力的方向。

2018 年起,《农业机械》上线了“农机那些事儿”视频栏目,后更名为“农机 TV”。“农机 TV”依托于自建平台,主要以直播的方式,提供政府企业现场演示、项目推荐、展会活动、省级农机技能比武、学术交流、会议论坛、对话沙龙、设备生产制造、科普安全、新产品新技术介绍等。“农机 TV”以云演播室的方式,实现在线即时互动,结合带货购物、预约观看、红包、互动问答、邀请榜单、产品展示、多终端接入远程对话等。

2020 年新冠疫情期间,“农机 TV”报道了大量农机行业积极抗“疫”、春耕备耕的内容,助力当地农户进行线上直播带货。此外,还倾力打造了“农机战疫线上工具”,助力农机行业度过困难时期,更好服务农业生产。“农机 TV”每年还受邀参加多场农业农村部农业机械化管理司举办的“田间日”活动,进行活动全程直播,单场最大观看量超过 26 万人次。在行业活动方面,《农业机械》整合品牌活动与直播节目,不仅串起了政产学研用全链条各环节,更让行业活动不再仅仅是行业的事情,更为一线用户所了解,让更多人真正参与到行业发展中来[19]。

“农机 TV”自 2019 年开播以来,已连续制作播出了 60 余期,近万分钟节目,平均场次观看近 10 万人次,单场累计播放时长超 6 万 min,互动条数超 1 000 条,同时在线数超 1 000 人。老用户占比 81%,移动端观看占比 99.6%。

近年来,“农机 TV”直播主要为基层农机管理部门、农技推广人员、农机使用者提供相关农机产品的现场演示、集中授课培训,让农机使用者更为直观和真切地了解到技术及产品的实际情况。“中国农机高端论坛”自 2020 年起通过“农机 TV”平台进行线上直播,单场观看量突破 23 万人次。

4.4　定制数字化产品,持续创造价值

多媒体产品的迅速崛起与发展,为制造业的飞速发展提供了重要的手段。作为媒体,如何将新型传播手段与用户的传统需求相结合,一方面可以助力行业搭上新技术的顺风车,驶上技术型发展的快速路;另一方面让虚拟的数字产品具象化,满足行业的需要、企业的需要、读者的需要,是《农业机械》坚持探索的方向。

依据客户需求进行定制化服务是《农业机械》一直以来形成的服务理念。随着数字化产品不断推陈出新,能为客户提供的产品形式也日益丰富。从早期的为客户定制化出版刊物,到2021年为爱科(中国)投资有限公司定制《为农》电子刊,以电子杂志的形式为刊物赋予全新的内涵。从内容展现形式上突破原有“文字+图片”的形式,将视频、VR等融入其中;阅读方式上摆脱纸刊束缚,PC端、移动端均可无障碍查询,更可以实现整本、单篇的多渠道分享。

随着线上展示活动逐步被大家推崇,云展厅等也受到越来越多农机生产企业的关注。2021年,《农业机械》为一农业机械公司的多款产品制作了云展示内容,受到广大用户的好评。数字化展现形式,为企业在产品说明、培训手册、服务保养方面的便捷、快速推广提供了新的可选择方式,为客户持续创造价值。

5 结束语

从1958年创刊至今,65年的峥嵘岁月,《农业机械》伴随着我国农机事业的发展一路走来,忠实记录了65年来我国农机行业发展的伟大历程。65年风雨兼程,《农业机械》与中国农机化事业同呼吸、共命运,见证了我国农业机械化水平从初级阶段、中级阶段,到迈上高级阶段的伟大变革;65年辛勤耕耘,《农业机械》与中国农机工业同发展、共进步,见证了我国农机工业从零起步,只能生产简单农业机械,到发展成为世界农机制造大国的伟大实践。

65年来,由于机构改革,《农业机械》的主管、主办、出版、编辑单位,甚至办公地址几经变迁,但“将农业机械的科研成果、新技术、新产品推广到农业生产中,服务中国农业机械化发展”的初心和使命始终未变,而且随着时代的发展,在不同的时期杂志都被赋予了新的内涵,其功能也由原来单一的传递行业、产品和技术等“信息流”,拓展到传递企业文化、经营理念和品牌经营等“价值流”。

如今的《农业机械》已发展成为农机行业内首屈一指的全媒体平台,业务范围涵盖全媒体出版、数据平台运营、产业研究、品牌活动、行业调研和专业培训等。站在新的历史起点,《农业机械》初心不改、使命在肩,将秉承“传承、创新、发展”的理念,继续更好地服务于我国农业机械化发展,为我国推进农业现代化、建设农业强国尽绵薄之力;用辛勤和汗水再谱新篇,让《农业机械》这面旗帜永远高高飘扬!

6 参考文献

[1] 崔之骥. 对“农业的根本出路在于机械化”的思考:纪念毛泽东同志“农业的根本出路在于机械化”发表55周年[J]. 农业机械, 2014(13): 62

[2] 顾仲阳, 常钦, 庞革平. “农田就是农田, 而且必须是良田”(总书记牵挂的粮食安全)[N/OL]. 人民日报, 2022-02-19(01). https://paper.people.com.cn/rmrb/html/2022-02/19/nbs.D110000renmrb_01.htm

[3] 中央全面深化改革领导小组第四次会议审议通过《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》[EB/OL]. (2014-08-20)[2023-04-05]. http://tv.people.com.cn/n/2014/0820/c61600-25506132.html

[4] 国家新闻出版广电总局、财政部关于推动传统出版和新兴出版融合发展的指导意见[EB/OL]. (2015-04-09)[2023-04-16]. https://www.nppa.gov.cn/nppa/contents/772/76566.shtml

[5] 张品纯. 牢记办刊初心使命 办好中文科技期刊[J]. 编辑学报, 2020, 32(6): 597

[6] 农业机械50年[J]. 农业机械, 2008(18): 77

[7] 刘振营. 50岁正年轻[J]. 农业机械, 2008(18): 22

[8] 孙立新, 白人朴. 我国农业机械化发展历程与展望[J]. 农业农村部管理干部学院学报, 2022(1): 60

[9] 本刊编辑部. 感恩50年: 记《农业机械》创刊50周年[J]. 农业机械, 2008(18): 44

[10] 晓琳. 与中国农机行业同行: 从50年的《农业机械》看中国农机行业的发展[J]. 农业机械, 2008(18): 165

[11] 刘泽林. 木茁思本 水浩怀源: 写在《农业机械》创刊50周年之际[J]. 农业机械, 2008(18): 64

[12] 彭金良. 以客户需求为导向 开展多种经营[J]. 农业机械, 2008(18): 69

[13] 焦世玉. 回忆《农业机械》的二渠道发行[J]. 农业机械, 2008(18): 101

[14] 刘振营. 求变 求活 求强[J]. 农业机械, 2008(18): 72

[15] 于帅. 农机行业最具影响力的品牌评选活动: 记第5届全国农机用户满意品牌评选活动[J]. 农业机械, 2013(16): 38

[16] 张品纯. 行业期刊助力行业科技创新的实践与思考[J]. 科技与出版, 2018(9): 31

[17] 孙明, 赵慧君. 《农业机械》杂志: 聚焦产业研究数据利用[N]. 中国出版传媒商报, 2021-04-09(08)

[18] 孙明, 任舒翼, 谢艳丽. 科技期刊融合转型路径探析: 以北京卓众出版有限公司为例[J]. 数字出版研究, 2023, 2(2): 68

[19] 孙明, 赵慧君, 谢艳丽, 等. 媒体融合背景下行业科技期刊对行业发展的促进作用: 以《农业机械》的实践为例[J]. 编辑学报, 2021, 33(2): 133

(2023-05-09收稿;2023-05-19修回)