

以价值定位为导向的《中国机械工程》品牌建设实践^{*}

胡佳慧 卢湘帆

湖北工业大学《中国机械工程》编辑部,430068,武汉

摘要 科技期刊的品牌影响力对学术交流和知识传播至关重要。本文以《中国机械工程》近年来的办刊实践为例,以期刊价值定位为导向,从关注机械学科发展动态、结合科研动向和热点题材、发挥编委优势、依托特色专辑、融合新媒体等方面着手,深入阐述了该刊采取构建新栏目体系、加大定向约稿力度、策划特色专辑出版、组织多元化学术交流活动、探索新发展模式等一系列措施来提升品牌影响力的思路与做法。通过探析具体案例、期刊文献计量指标和《中国机械工程》微信公众平台数据验证了所述措施的成效,并进行了相关思考,以期为我国中文科技期刊能够在学术界树立良好口碑提供一定参考。

关键词 品牌影响力;价值定位;栏目体系;定向约稿;策划专辑;多元化;媒体融合

Brand building practice of China Mechanical Engineering oriented by value orientation//HU Jiahui, LU Xiangfan

Abstract The brand influence of science and technology journals is very important for academic communication and knowledge dissemination. Taking the practice of *China Mechanical Engineering* in recent years as an example, oriented by journal value orientation, focusing on the development trends of mechanical disciplines, combining research trends and hot topics, giving full play to the advantages of the editorial board, relying on featured albums, and integrating new media, a series of measures such as building a new column system, increasing the intensity of directional submission contributions, planning the publication of featured albums, organizing diversified academic exchange activities, and exploring new development models are discussed to enhance the magazine's brand influence. The effectiveness of these measures is verified by analyzing specific cases, journal literature measurement indicators and the data of Wechat public platform of *China Mechanical Engineering*. Some relevant thinking and analysis are given, which aims to provide some references for Chinese traditional science and technology journals to establish a good reputation in the academic circle.

Keywords brand influence; value orientation; column system; directional submission; plan album; diversified; media convergence

Authors' address Editorial Department of China Mechanical Engineering, Hubei University of Technology, 430068, Wuhan, China

DOI:10.16811/j.cnki.1001-4314.2024.03.020

科技期刊是国家创新体系的重要组成部分^[1],不仅能为科研人员提供展示研究成果的平台,促进学术思想的交流与碰撞,同时也是科研人员进行学术交流、知识传递的重要媒介,对于推动科技创新、促进社会进步具有至关重要的意义。据2023年11月29日发布的《中国科技期刊发展蓝皮书(2023)》^[2],截至2022年底,中国科技期刊共有5 163种,其中英文科技期刊434种。近几年我国英文科技期刊创办如火如荼、数量增长迅猛,反观我国中文科技期刊的发展形势日益严峻。由于评价体系、网络出版和优质稿源外流等多重因素的影响,我国中文科技期刊的发展面临着前所未有的挑战^[3-4]。为解决这一严峻课题,广大中文科技期刊从业人员应重新对科技期刊进行客观的审视与科学的评价,进一步找准和确立自身的价值定位^[5],并亟需采取有效措施加以应对,为其创造更加适宜的生存发展空间。

品牌是科技期刊的核心竞争力,它代表着期刊的质量和影响力,已成为作者和读者选择投稿或阅读期刊时的首要考虑因素。具有高度品牌影响力的科技期刊,通常拥有一批忠诚的作者和读者群体,具备较高的品牌营销和品牌延伸价值^[6]。吕应春认为^[5],重新审视期刊自身的价值和正确把握市场经济条件下科技期刊的生存与发展规律迫在眉睫。我国中文科技期刊在面临学术质量下降、国内学术地位降低和办刊经费减少等困境下想要在市场竞争中求得生存与发展,必须以期刊质量为基础,明确期刊价值定位,注重建设品牌特色^[7],同时改变科技期刊同质化的现象^[8],形成差异化的竞争优势。

《中国机械工程》(以下简称《工程》)是我国机械工程领域的综合性学术期刊,自创刊以来,始终坚持办刊宗旨,注重期刊品牌形象塑造,取得了良好的成效。2016年底,在“广大科技工作者要把论文写在祖国的大地上”的大时代背景下,编辑部经深度调研和深度讨论,瞄准面向工程、引领创新作为期刊价值定位,以综合交叉、工程应用为期刊特色,聚焦国之重器、重大工程等研究成果,采取诸多措施开展期刊转型工作,以期通过提升期刊自身品牌影响力,力争在同类期刊中脱颖而出。经过多方努力,《工程》于2019年重新被EI数据库收录,并多次入选《科技期刊世界影响力指

^{*}2023年度全国学会期刊出版能力提升计划——高水平中文期刊培育项目(2023KJQK11);湖北省科技期刊楚天卓越行动计划“楚天领军期刊”资助项目(鄂科协办[2022]81号);湖北省期刊发展扶持基金

数(WJCI)报告》(Q2区),期刊国际影响力水平有较显著提升。本文以《工程》近年来的办刊实践为例,介绍2017年至今编辑部为偏向工程应用所开展的转型工作,深入阐述编辑部为提升期刊品牌影响力所采取的一系列有效措施,以期为我国目前发展形势不容乐观的中文科技期刊的建设提供思考和借鉴。

1 关注机械学科发展动态,构建新栏目体系

1.1 思路与做法

栏目在期刊结构中占据显著地位,很多名牌期刊的最新思想都是通过栏目创新途径传达给读者的^[9],因此期刊栏目设置尤为关键。《工程》原有的栏目设置已难以适应当前机械工程学科快速发展。当前的学科发展趋势要求更加多元化、专业化和国际化的内容,而原有的栏目体系在这方面存在局限性。为了更好地满足读者的需求,需要对原有的栏目进行调整和更新,以提供更加丰富、前沿和有深度的内容。围绕国家制造战略和学科发展的重点领域,编辑部于2017年初开始重新设计栏目体系,经过2年多的努力,至2019年下半年,新的栏目体系正式形成^[10]。新栏目体系以国家制造战略为目标,将机械基础工程设为基石栏目,突出了智能制造、可持续制造和工程前沿等重点栏目,并设置了增材制造、服务型制造、先进材料加工工程和生物工程等特色专栏。此外,还添加了阅读导引和争鸣与反思等小栏目,旨在服务读者、启发思考。

通过新的栏目体系,编辑部旨在反映机械工程学科发展的大趋势,突出报道重点,并为国家制造战略和领域创新需求提供更好的服务。同时,编辑部通过推出学科编辑负责制和栏目主持制等制度措施,确保了栏目建设的成效和编辑职能的转型。

1.2 成效与体会

1) 满足读者需求。随着学科的蓬勃发展,读者的兴趣和需求也在不断变化。《工程》新栏目体系涵盖更加广泛的学术领域和主题,可以提供更多元化的内容,吸引更多读者;新栏目体系可以深入挖掘学科的各个方向,能够提供更深入、更专业的学术内容,以满足不同专业读者的兴趣与需求。例如,机械基础工程栏目涵盖面最广,包含机械设计、机械制造、机械学、仪器仪表等学科内容,近年来热度较高的智能设计和绿色设计,分别隶属于智能制造和可持续制造栏目。

2) 提升期刊内容质量。有期刊特色的栏目体系可以引入更多优秀作者和高质量论文,从而能够提升期刊的内容质量。这些作者不仅包括具有较高学术水平的高校或研究所学者,还包括企业工程技术专家,能

够为期刊带来更多的学术价值和声誉。如《工程》特色栏目之一的《工程前沿》聚焦工程一线,报道前沿研究成果,旨在为读者提供最新的工程技术和实践经验。刊发于2018年第23期《工程前沿》栏目中的《智能透明汽车工厂的构建与实施》一文,展示了湖南大学、北京汽车股份有限公司和西门子(中国)有限公司的共同研究成果,为智能工厂的建设提供了重要参考;同样隶属于该栏目、刊发于2019年第3期的《钢轨表面宽带激光淬火工艺及其疲劳磨损性能》一文,则揭示了一种具有重大突破的钢轨表面处理技术,能显著提高钢轨的疲劳寿命,对于工程领域具有重大意义,并将带来显著的经济效益。这些论文的发表进一步提升了《工程》在工程领域的品牌影响力和学术权威性。

3) 提高编辑团队能力。构建新栏目体系需要一个专业的编辑团队进行策划和实施。编辑团队需要具备丰富的专业知识和经验,以便更好地理解 and 把握机械工程学科的发展趋势和需求。编辑部推出的学科编辑负责制和栏目主持制为编辑团队提供了更好的职业发展机会和激励措施。学科编辑负责制使得编辑能够更加深入地了解特定领域,提高他们的专业素养和策划能力。栏目主持制则鼓励编辑发挥主观能动性,积极参与栏目策划和组织,提升他们的综合素质和创新能力。通过这些制度的实施,编辑团队可以更好地从传统编辑向策划编辑^[11]转型,实现个人职业成长和价值提升。同时,这也将有助于提高期刊的整体质量,满足读者对高质量内容的需求。

4) 增强品牌影响力。通过精心策划和组织的新栏目,可使期刊塑造独特的品牌形象,展示其在学术领域的专业性和权威性,成为学术界的重要参考和引领者,这有助于在读者心中树立起独特的品牌形象,进一步增强品牌影响力。如阅读导引栏目的增设,成功吸引了行业内专家的关注,已有不少专家为该栏目撰稿。该栏目从专家角度推荐行业前沿图书,通过图书和期刊这2种出版物的跨界融合,为读者提供了全新的知识传播形式。这种创新性的栏目形式不仅给予读者以启迪,还为期刊的内容增添了新的元素。与传统的论文形式不同,阅读导引栏目的论文更加注重实用性和引导性。这些论文在纸刊和微信公众平台同步发布,进一步扩大了其影响力,同时也为期刊的数字化转型提供了新的尝试和路径。例如,由同济大学唐堂等专家撰写的《全面实现数字化是通向智能制造的必由之路——解读〈智能制造之路:数字化工厂〉》一文在《工程》发表后,受到了广泛的关注和下载。据中国知网数据显示,该文刊发至今的下载次数已经达到了6141次。此外,该文被引用191次之多,同时证明了其在智

能制造领域的学术价值。除了在学术界产生影响外,该文在微信公众号平台上的阅读量也相当可观,进一步表明该文有很高的学术影响力,产生了广泛的影响。

通过这些努力,《工程》成功地 为读者提供了更为丰富、多样化和实用的内容和服务,这也为它在机械工程学科领域内的声誉和影响力提升奠定了坚实基础。

2 结合科研动向和热点,加大定向约稿力度

2.1 思路与做法

约稿是期刊发展的基石^[12]。组织约稿能够确保期刊获得高质量的稿件,从而提升期刊的学术水平和声誉。《工程》编辑部通过关注科研前沿,以及参与学术研讨会、研究机构活动等方式,深入地了解科研趋势,以便更好地把握组稿约稿的重点和方向。根据科研动向和热点题材,确定约稿的主题和目标专家。前期工作包括了解专家的研究方向、成果和影响力,以确保约稿对象的专业性和权威性。然后向专家发出正式的约稿邀请,清晰地阐述期刊的定位、约稿主题的背景和重要性,以及期望稿件的具体要求。获得专家撰稿允诺后定期进行适当的跟进,并与专家建立有效的沟通渠道,确保在稿件撰写过程中能够及时交流和解决问题,有助于提高稿件的质量和效率。必要时建立快速审稿通道(群审稿)^[13],加快审稿流程,缩短发表周期,有利于前沿成果得到及时传播。

2.2 成效与体会

笔者梳理了《工程》近5年来(2018—2022年)的稿源数据及组约稿情况,详见表1。

表1 《工程》2018—2022年稿源数据及结构

项目	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年
来稿篇数	2 440	3 284	2 734	2 927	2 397
刊文篇数	426	413	363	358	336
当年录用率/%	17.5	12.6	13.3	12.2	14.0
约稿篇数	19	14	31	16	12
组稿篇数	60	38	53	48	70

由表1可见,《工程》每年的刊文量逐年递减,这是因为单篇论文篇幅较过去几年有所增加,导致每期刊文数量减少,目前每年的录用比(即刊文量占来稿量的比例)基本维持在12%~14%的稳定区间。此外,《工程》采用定向约稿/组稿(占刊文量比例为12%~23%)和严格控制自由来稿质量的方式保证稿源的优质化,每年邀约高水平稿件比例约占刊文的10%,年度高影响力论文占比逐年提高(其中超过30%为约稿),期刊文献计量指标持续上升。例如,丁汉院士团队发表在《工程》2020年第1期上的《机器人测量-操

作-加工一体化技术研究及其应用》一文是编辑部经过多年持续努力和精心策划的高水平约稿,该文于2023年11月入选第8届中国科协优秀论文遴选计划名单(制造业与材料学科集群共22篇)。

约稿对期刊的发展至关重要。为确保期刊的学术水平和声誉,期刊编辑部应该积极开展约稿工作,与领域内的专家和学者建立联系,吸引他们为期刊撰写高质量的稿件。同时,期刊编辑部还应该不断关注学科发展的动态和趋势,及时跟进最新的研究成果和进展,为读者提供更加优质的内容和服务。

3 发挥编委优势,策划特色专辑出版

3.1 思路与做法

在2017年第5届编委会第1次会议后,《工程》编辑部按照所确立的编委会任期目标和编辑策略,实施了强化组约稿工作、加强主题出版工作以及全面升级专辑出版策划工作等一系列措施来推进期刊的转型升级。自2018年以来,紧密围绕“中国制造2025”国家战略,同时聚焦机械学科和重大工程前沿,以智能制造的整体推进为重点方向,已经组织出版多个特色专辑。这些专辑的出版得益于编委和领域专家的指导和支持。第5届编委会成立后,编辑部采取“客座主编(专辑编委会)制度”^[10]来开展特色专辑出版工作。这一制度的核心在于直接邀请编委(或是领域专家)担任客座主编,必要时成立专辑编委会。这样的设置不仅能有效地调动更多的专业资源,还能显著提高专家的凝聚力和组织力。

3.2 成效与体会

《工程》目前已出版了多个特色主题专辑,包括具有学科引领作用的创刊30周年纪念专辑、面向装备工程组织了6个专辑以及面向制造前沿组织了12个专辑。绝大部分专辑出版都有编委的深度参与,其中,2020年出版的创刊30周年纪念专辑(以下简称“纪念专辑”)以中国机械工程学会和本刊编委为依托,全面面向高影响力学者约稿,以2.5期的容量刊发24篇学科前沿综述(编委署名论文占比超过90%)。纪念专辑一经出版,在学会和行业内引起了广泛关注。中国知网目前的数据显示,纪念专辑单篇最高下载量为10 034,篇均下载量为2 197,单篇最高被引量为304,篇均被引量为52。以数据驱动的智能制造服务专辑为例,表2汇总了该专辑与同期普通刊期的中国知网引文数据对比,由表2可知该专辑的论文总(篇均)下载量/总(篇均)被引量是同年普通刊期的4.69(5.41)/4.19(4.84)倍,与同年普通刊期相比,专辑的数据指标有显著提升。

表2 专辑与同期普通刊期的知网引文数据对比

名称	刊文量	总被引量	总下载量	篇均被引量	篇均下载量
数据驱动的智能制造服务专辑 (2020年第7期)	13	461	22 522	35.46	1 732.46
同年普通刊期 (2020年第6期)	15	110	4 804	7.33	320.27

编委和领域专家的深度参与不仅能确保内容的专业性和深度,还能提高稿件的质量和学术价值。通过与专家们紧密合作,本刊得以将专辑出版工作推向新的高度,成功地推进了主题出版的转型升级工作,不仅提高了所发表论文的质量和影响力,还进一步提升了期刊的品牌价值和学术地位。

4 依托特色专辑,组织多元化学术交流活动

4.1 思路与做法

部分特色专辑出版后,编辑部在专家的支持下,还组织了多场同主题的学术论坛/沙龙活动。2018—2020年,所开展的学术活动采用传统线下形式。为提高学术组织力、人才凝聚力和创新引领力,建设具有国际影响力的专业品牌期刊,2021年起《工程》特创设机械人学堂品牌,旨在为本专业领域的研究者提供学术交流园地。机械人学堂关注机械学科的主要价值点,以线上/线下/线上线下相结合的方式展示学科内高质量学术报告、前沿技术网络课堂和优秀作者学术成果,以期拓展服务边界,凝聚专业力量,助力青年学者成长。

4.2 成效与体会

截至目前,《工程》同中国机械工程学会各分会及其他合作单位已成功主办4次线下学术交流活动,平均单次线下会议的出席人数超过200。2021年至今,编辑部已成功主办5期机械人学堂活动,基本均采用线上会议+直播双通道的方式分别向专业人群和大众进行传播,平均单场线上观看人次超过3 500。如由《工程》杂志社和广东工业大学共同主办的“2022年清洁切削技术前沿论坛”(中国机械工程学会会员日活动暨《工程》机械人学堂第4期活动)是在清洁切削专辑出版后举办的学术交流活动。清洁切削专辑邀请广东工业大学王成勇教授为专辑客座主编,联合北京理工大学、南京航空航天大学、上海交通大学、重庆大学等多家单位共同策划出版。该专辑聚焦清洁切削领域的最新研究成果,专辑反响热烈,为了进一步扩大交流与讨论,组织了同主题的论坛活动。本次论坛活动以线上形式举办,吸引了超过6 000人次在线观看,引起了广泛关注,并获评中国机械工程学会“2022年最具

影响力的学术活动”,获得了良好的社会效益。

此类活动的举办,一方面为专家学者提供了一个交流的平台,让他们能够分享研究成果、探讨学术问题,从而促进学术的发展;另一方面,可以增加同主题专辑的曝光度,进一步扩大其学术影响力,从而提升期刊的品牌影响力。

5 融合新媒体,探索新发展模式

5.1 思路与做法

随着数字技术的快速发展,媒体融合已经成为出版业发展的必然趋势。在这一背景下,学术期刊的生存和发展也受到了前所未有的影响和冲击。为了适应这一新的发展环境,学术期刊需要积极与新媒体合作,探索新的发展模式^[14]。《工程》于2018年成立新媒体部,运用多载体、多渠道发布数字产品,构建了自主传播与合作传播相结合的学术传播矩阵^[15],其中自主传播方式包括期刊网站、全文OA系统、E-mail Alert服务、微信公众平台、开放科学计划(OSID)增值出版,合作传播方式则是与中国知网、万方、超星、维普、AMiner等平台合作。

5.2 成效与体会

1) 延长和扩宽传播链。特色专辑的特定操作流程如下:专辑出版→常规传播→同主题论坛交流→专题推广。这些操作环节彼此关联,相互促进,形成了一个完整的传播链条。通过精心策划和执行,期刊专辑的传播链可以得到有效延长和拓宽,从而提高期刊的知名度和影响力。

2) 提高内容传播效率。自主传播方式能够使内容快速便捷地传达给读者。而与第三方专业平台的合作,则能够借助这些平台的用户基数和影响力,进一步扩大本刊内容的传播范围。例如,《工程》与中国知网合作对录用论文进行网络首发,提前5个月实现数字出版,确立论文著作权,为知识传播提速。

3) 扩大读者覆盖面。通过多载体、多渠道发布数字产品,能够覆盖更广泛的读者群体。目前采取了整合性的推广策略,其中包括整期内容推荐(在期刊网站、电子刊和中国知网上进行)、单篇文章的重点传播(通过网络首发、微信公众号、网站和社群等进行)以及聚焦专题的精准推送(通过内容重构发布虚拟专辑)。这种多元化的传播方式旨在全面覆盖目标受众,提供深度的专业知识内容,进而增加本刊的曝光度,有助于提升期刊影响力。

4) 提供增值出版服务。《工程》加入OSID计划后,在每篇刊出的论文首页会嵌入OSID二维码,基于单篇学术论文提供丰富的线上扩展功能,包括作者对

文章背景的语音介绍、论文开放内容与数据(包括无法在纸媒上显示的视频、动态图、PPT等)、交互问答等多种功能应用,以多维度展示论文成果。通过提供增值出版服务,为读者提供了更加全面、深入的阅读体验。这种策略的实施有助于提升品牌的影响力和现代化程度,吸引更多读者关注,并促进学术交流和知识共享。

多载体、多渠道发布数字产品,构建自主传播与合作传播相结合的学术传播矩阵,有助于塑造一个专业、权威、有影响力的品牌形象。这种形象的提升对于吸引更多读者和作者,以及提高期刊的评价指标具有积极意义。

6 结束语

《工程》在办刊实践中,以面向工程、引领创新为期刊价值定位,密切关注学科发展动态,紧密结合科研动向和热点题材,充分发挥编委优势,适时依托特色专辑,积极融合新媒体,通过采取构建新栏目体系、加大定向约稿力度、策划特色专辑出版、组织多元化学术交流活动、探索新发展模式等一系列措施来提升期刊品牌影响力,并取得了一定成效,可为期刊同人提供一定参考。在科技期刊竞争十分激烈的当下,《工程》仍需不断突破,开展创新工作,获得长足进步,以期能够早日跻身世界一流期刊行列。

7 参考文献

- [1] 刘天星,武文,任胜利,等. 中文科技期刊的现状与困境: 问卷调查分析的启示[J]. 中国科学院院刊, 2019, 34(6):667
- [2] 《中国科技期刊发展蓝皮书(2023)》发布[EB/OL].

(2023-11-30)[2024-01-16]. <http://www.xinhuanet.com.cn/science/20231130/50143b8b0c0e478490ef853be42308fc/c.html>

- [3] 蒋琰,王晴,李彩. 我国中文科技期刊生存现状探析[J]. 出版与印刷, 2018(2):43
- [4] 林强. 务实与求变:对中文科技期刊发展出路的思考[J]. 编辑学报, 2018, 30(2):129
- [5] 吕应春. 对市场经济条件下科技期刊价值定位的重新思考[J]. 河南教育学院学报(自然科学版), 2005, 14(3):87
- [6] 俞敏,刘德生. 全媒体时代提升科技期刊品牌影响力策略研究[J]. 中国科技期刊研究, 2016, 27(12):1328
- [7] 姬沈育. 期刊品牌化的核心因素与路径选择[J]. 河南师范大学学报(哲学社会科学版), 2008, 35(3):234
- [8] 袁桂清,游苏宁,蔡丽枫,等. 论中国科技期刊品牌评价与培育方法[J]. 编辑学报, 2009, 21(4):283
- [9] 蔡玉麟. 栏目:期刊的眼睛[J]. 中国科技期刊研究, 2003, 14(6):597
- [10] 卢湘帆,王旻玥. 学术期刊全流程策划实践及其对文献计量指标的影响探析:以《中国机械工程》为例[J]. 黄冈师范学院学报, 2021, 41(6):184
- [11] 蔡玉麟. 知识社会呼唤策划编辑[J]. 编辑学报, 1999, 11(4):192
- [12] 卢丹. 科技期刊约稿工作的措施与方法[J]. 新闻研究导刊, 2020, 11(8):194
- [13] 郭伟. 群审稿:一种专家主动审稿模式的探索[J]. 编辑学报, 2018, 30(3):222
- [14] 吉海涛,郭雨梅,郭晓亮,等. 媒体融合背景下学术期刊发展新模式[J]. 中国科技期刊研究, 2015, 26(1):60
- [15] 陈勇,郭伟. 媒体融合背景下科技期刊学术传播方阵的构建与探索[J]. 编辑学报, 2019, 31(2):138

(2024-01-24收稿;2024-05-16修回)

《作者编辑常用标准及规范(第五版)》出版

《作者编辑常用标准及规范》是科技期刊办刊人的必备工具书。由中国标准出版社编、中国标准出版社2024年4月出版的《作者编辑常用标准及规范(第五版)》,对第四版做出了较大幅度的修订,主要变化如下:

- 1) 增加了“电子出版物与数字出版”部分,收入了2项国家标准、3项行业标准及1个管理规定。
- 2) 增加了“学术出版规范”部分,共收入CY/T 119—2015《学术出版规范 科学技术名词》、CY/T 170—2019《学术出版规范 表格》、CY/T 171—2019《学术出版规范 插图》等10项新闻出版行业标准。
- 3) 增加了“出版物质量”部分,收入了CY/T 266—2023《图书编校质量差错判定和计算方法》和《报纸期刊质量管理规定》等4个规定。

4) 增加、更替新发布实施的国家标准,如GB/T 7713.2—2022《学术论文编写规则》(部分代替GB/T 7713—1987)等4项。

5) 收入了2022年国务院发布的《地名管理条例》,更替了1986年版本。

6) 删除了3项国家标准和《通用规范汉字表》等3个文件。

第五版共收入国家相关方面重要规范文件12个、国家标准60项、行业标准17项、语言文字方面的规范文件13个、推荐使用的外语词中文译名表15个、量和单位符号中英文名称资料1篇、期刊出版形式规范1个、差错认定细则2个。

本书的目标读者为出版界管理人员,广大作者,出版社、期刊社、报社的编辑工作者,对有关高等院校师生也有参考价值。

(卞吉)