

高校学报核心竞争力及其提升

刘 向 红

(广东技术师范学院 学报编辑部, 广州 510665)

摘 要: 高校学报缺少核心竞争力是学报质量下滑的主要原因。学报的核心竞争力是学报获得可持续发展的竞争优势的能力。缺少退出机制, 市场竞争不充分、评价标准不科学, 对竞争优势的认识不全面制约了学报核心竞争力的提升。可以通过制定学报的竞争战略、找准定位、采用差异化战略和完善学报的价值链来提升学报的核心竞争力。

关键词: 学报核心竞争力; 价值链; 竞争优势; 差异化战略

中图分类号: C232

文献标识码: A

文章编号: 1009-9107(2011)06-0177-05

我国高校学报从 1977 年的 150 家左右发展到了 2009 年的 1 700 多家, 基本上每个高校都有自己的一个或多个学报, 但是学报质量良莠不齐, 主要存在三个方面问题: 一是封闭办刊、理念落后, 缺乏更大范围的学术交流, 文章缺乏现实性、针对性和原创性。二是缺乏专业特色, 同质化现象严重。几乎所有大学学报都是综合性学术期刊, 没有明显的学科特色, 个人或研究部门订阅较少。三是资源分散, 出版力量单薄, 对一流学术论文和创新性研究成果缺乏吸引力。南京大学中国社会科学评价中心主任、教授叶继元作过一项研究, 统计我国 8 年来已发表的 53 万篇论文。通过测算, 大概只有 5% 的文章关注度比较高, 被引用 15 次以上; 引用 1 次或 2 次几乎占了已发表论文的一大半。因此, 如何通过培养学报核心竞争力达到提高学报的质量和影响力是学报界亟待解决的问题。

一、文献综述

1. 国内对高校学报核心竞争力的研究现状及存

在的不足。1998—2010 年国内公开发表的有关期刊和学报核心竞争力的论文共 20 篇, 论述期刊的 11 篇, 论述学报的有 7 篇, 综述 1 篇。金华宝从学术期刊核心竞争力的定义、构成要素、特征、表现形式和培养途径对前人的研究结果进行了较全面的总结, 但没有区分期刊的核心竞争力和学报的核心竞争力。^[1]笔者认为期刊是比学报更广泛的范畴, 学报主要是指高校主办的学术刊物, 而期刊还包括协会、出版社、政府部门等主办的学术和非学术刊物, 因此学报的核心竞争力应该有自身的特点。国内关于期刊和学报核心竞争力的研究有以下不足: (1) 从产品(期刊或学报)来研究核心竞争力, 而不是从产品的生产者(期刊或学报办刊主体)来研究核心竞争力, 没有区分不同办刊主体的核心竞争力, 也没有区分学术期刊和非学术期刊的核心竞争力, 更没有区分营业性期刊和非营利性期刊的核心竞争力, 研究成果比较笼统, 缺乏针对性。(2) 没有深入研究企业核心竞争力和期刊或学报核心竞争力的区别。

2. 企业核心竞争力理论及其对学报核心竞争力

① 收稿日期: 2011-03-31

作者简介: 刘向红(1963—), 女, 广东技术师范学院学报编辑部副编审, 教育学硕士, 主要研究方向为编辑学。

的启示。曹如中、吴桂鸿从基本特征、构成要素、评估指标体系等方面对企业核心竞争力进行了系统分析^[2],见表 1。

表 1 企业核心竞争力分析一览表

基本特征	构成要素	评估指标体系
价值性、独特性、延展性、差异性、不可交易性、低替代性、非均衡性	人力资本、技术创新、核心技术、管理体系、营销系统、企业文化	市场层面、技术层面和管理层面

李俊认为企业核心竞争力可概括为某企业自身拥有的、具有垄断性的、不可模仿的、持久的、高创利性的市场竞争能力或能力合成。^[3]显然,企业竞争能力是以企业获得竞争优势为前提的。迈克尔·波特认为“整体优势或劣势,其实是来自于企业的所有活动,而非少数活动的结果”。迈克尔·波特研

究了企业利用信息形成竞争优势的关键是利用价值链为客户创造更多的价值,“企业要比竞争对手更具有竞争优势,必须以更低成本执行这些活动,或以不同的方式导致产品的差异化,卖到更高的价格(更多的价值)”,“企业价值链的功能之一是形成成本或差异化的竞争优势”,迈克尔·波特还分析了如何从竞争优势到公司战略。由此可见,要深入研究期刊或学报的核心竞争力必须分析办刊主体和一般企业在价值链、竞争优势和竞争战略上的区别。

二、学报的价值链和学报的核心竞争力

要准确把握学报的价值链,首先要分析学报的办刊主体和企业目标、产品、生产流程、组织形式、服务对象上的区别,见表 2。

表 2 学报与企业区别一览表

	目标	产品	生产流程	组织形式	服务对象
学报	社会效益最大化	期刊	通过编辑组稿、审稿再到出版 一般由工人经过机器、厂房设备加工 原材料生产	大学学报编辑部	科研人员 教师和学生
企业	利润最大化	商品和劳务		企业和公司	消费者

因此,借鉴企业的一般价值链,学报的价值链应该包括学报的主要活动、学报的辅助活动以及学

报的社会效益,见表 1。

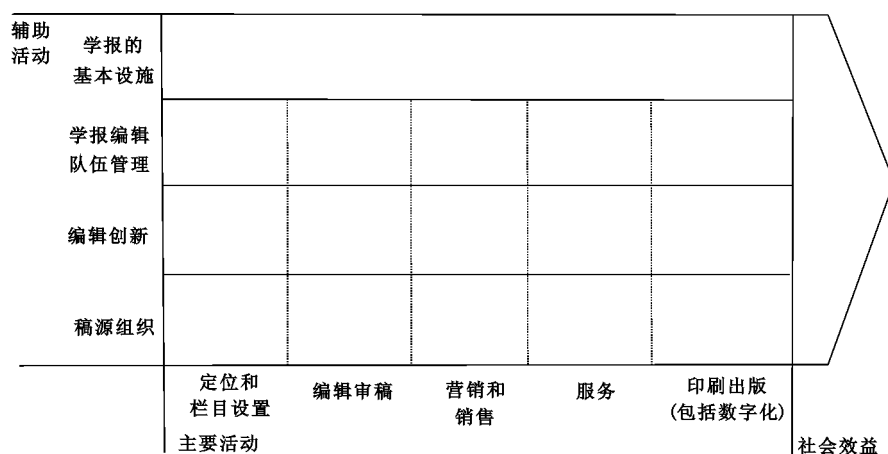


图 1 学报的价值链

借鉴迈克尔·波特“整体优势或劣势,其实是来自于企业的所有活动,而非少数活动的结果”的观点,学报的竞争优势应该来源于学报价值链中的所有活动包括主要活动和辅助活动,当学报以更低的

成本执行这些活动,或以不同的方式导致学报的差异化,获得到更高社会效益时,取得了竞争优势,当这种竞争优势成为学报独具的、支撑学报可持续发展的竞争优势时,学报就有了核心能力。因此,学报

的核心竞争力是学报获得可持续发展的竞争优势的能力。

三、制约高校学报竞争优势形成的原因

我国学报近几年数量增多,但是质量下滑,一个重要原因就是学报同质化严重,缺少自己的竞争优势,制约学报竞争优势形成有以下原因:

1. 缺少退出机制,市场竞争不充分。近几年,国家新闻总署虽然很少再批学报期刊号,但是现有的学报由于有学校人力、财力的支持,几乎没有停刊的,即使质量差也没有淘汰的,所以学报获取竞争优势的动力不足,因此部分学报出现了机构冗重、人浮于事、缺乏忧患意识和发展战略,学报质量下降的现象。

2. 评价标准不科学。2003年,教育部针对学报数量多、质量低的现状推出名刊工程,希望通过三五年的建设,打造一批较为优秀的学术期刊。教育部把期刊分成三大类:A类就是中国社会科学院办的一些经济、社会研究方面的刊物,其他各个省社科院办的刊物是B类,学报类一律是C类。这种通过行政手段将学术期刊排座次的评价体系不利于期刊的发展,违背了学术规律和市场竞争规律,影响到学报竞争优势的形成。目前,国内一般学报普遍把被选为核心期刊作为发展目标,因此学报界普遍以核心期刊的评价指标作为评价学报的标准。目前核心期刊评价的指标主要有:(1)被索率、(2)被摘量、(3)被引量、(4)他引量、(5)影响因子、(6)被摘率。上述指标

虽然对提高学报质量有一定的帮助,但显然不能作为学报竞争优势的评价标准,更不能作为学术评价的标准。邱均平等提出用(1)基金论文比、(2)总被引频次、(3)影响因子指、(4)web即年下载率、(5)社会科学期刊被二次文献转摘次数(社会科学期刊被二次文献转载,自然科学期刊被国外重要数据库收录)、(6)专家定性等6个指标来评价学术期刊,得出了与北京大学的《中文核心期刊要目总览》、中国社会科学院的《中国人文社会科学核心期刊要览》和南京大学《中文社会科学引文索引》(CSSCI)等更全面、更客观的评价结果。^[1]但是只管指标,不管质量,是办刊的异化,部分学报出现了学报的编辑部迫于学校的行政性考核,注重学报有多少文章被转引和转载等,而不是看重学报发了多少好文章的现象;少数期刊为了完成指标任务还弄虚作假,比如要求作者在发表文章时引用自己学报的文章,尽管这种引用可能是没有必要的。上述指标对期刊的评价,仅是从几个方面对期刊影响力的评价。尽管影响力与“质量”、“价值”有很强的正相关性,但它并不是期刊“质量”的直接评价。期刊质量评价是指对期刊的整体品质、内容与形式优劣的判断,需要学者、读者、期刊编者、图书情报人员、科研管理者等共同参与。在参考引文等各种数据后,要对期刊进行直接的审读和评价。^[4]

3. 对竞争优势的认识不全面。学报界普遍把评为核心期刊作为发展战略,把办成国际一流的综合性期刊作为最终目标。周祖德还为此提供了一个创造条件进入核心期刊的途径,见图2。

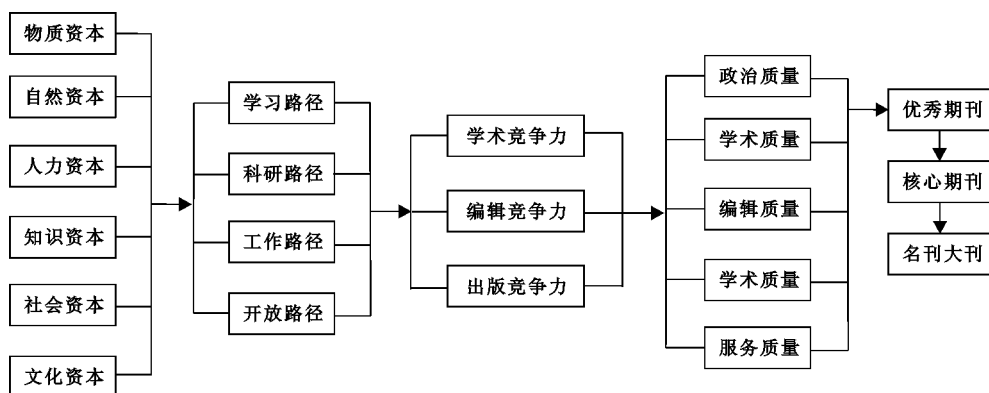


图2 学报进入核心期刊的途径

上述进入核心期刊的途径对很多学报都有参考价值,但是在市场竞争中只有少数学报才能成为国内一流的综合性期刊,因此我们不能只强调学报绝对竞争优势,更要注意学报的相对竞争优势。一个学报不能成为核心期刊和名刊大刊,也可以在某一个栏目、某一个领域、某一个学科或某一个院校取得自己的领先地位。

四、高校学报核心竞争力的提升

基于学报的核心竞争力是获得可持续的、相对的竞争优势观点,笔者认为学报可以通过以下途径提升自己的核心竞争力:

1. 制定竞争战略。学报首先要分析自身所处的行业地位,其次分析自己的优势和劣势并对现有的资源特别是所依靠的学校资源进行评估,然后确定自己的竞争战略。学报拥有的资源和能力是其竞争优势的主要源泉。但并非所有的资源都能为学报带来竞争优势和持续竞争优势,只有那些带有价值性、稀缺性、难于模仿性和不可替代性的资源,才是学报持续竞争优势的源泉。

2. 明确办刊目标。学报要在目标、类型、栏目特色、服务对象、办刊特色等方面明确自己的定位。可以通过三个步骤:第一步,分析学报界的现状,确认学报潜在的竞争优势。第二步,准确选择学报的竞争优势,对目标市场初步定位。竞争优势表明学报能够胜过竞争对手的能力。这种能力既可以是现有的,也可以是潜在的。选择竞争优势实际上就是一个学报与竞争者各方面实力相比较的过程。比较的指标应是一个完整的体系,只有这样,才能准确地选择相对竞争优势。通常的方法是分析、比较学报与竞争者在价值链的主要活动和辅助活动的强项或劣势。借此选出最适合本学报的优势栏目,以初步确定学报在目标市场上所处的位置。第三步,显示独特的竞争优势和重新定位这一步骤的主要任务是学报要通过一系列的促销活动,将其独特的竞争优势准确传播给潜在作者和读者,并在作者和读者心目中留下深刻印象。在作者和读者心目中建立与该定

位相一致的形象。学报通过各种努力强化目标作者和读者形象,保持目标作者和读者的了解,稳定目标作者和读者的态度和加深目标作者和读者的感情来巩固与市场相一致的形象。最后,学报应注意目标作者和读者对其学报定位理解出现的偏差或由于学报定位宣传上的失误而造成的目标作者和读者模糊、混乱和误会,及时纠正与学报定位不一致的形象。必要时学报也需要重新定位。

3. 实行差异化战略。差异化战略是将学报提供的产品或服务差异化,形成一些在所在期刊类中具有独特性的东西。学报的差异化战略主要包括:(1)学报栏目的差异化。比如可以依托所在高校的优势学科刊发特定学科,并具有被同行专家公认的不可或缺学术价值优秀稿件的特色栏目来获得相对的竞争优势。(2)学报稿源组织的差异化。比如以学科为类别,建立了刊物所涉重点学科和特色栏目的专业骨干作者库,支持编辑人员积极参加专业学术研讨活动,掌握学术研究动态,加强与作者面对面的约稿。(3)学报编辑队伍的差异化。比如编辑队伍以某个学科为主。(4)学报服务的差异化,比如可以增加学报的数字化服务,办英文版等。

4. 完善价值链。完善价值链首先要通过比较找到价值链的差异。学报价值链之间的差异是竞争优势的一个关键来源。通过与竞争对手价值链的比较,能够揭示竞争优势的差异所在。其次要使学报价值链的联结点协同。学报的价值链是一个相互依存的活动系统,由联结点衔接。当执行某项活动的效益会影响到其他活动的成本或效益时,联结点就会出现,并造成原本应该形成最大效果的个别活动出现取舍效应。价值链各环节的协同效应可以给学报带来持久竞争优势。主要取决于协同的作用机制和协同效应的不可模仿性,即学报总体竞争优势大于学报各战略环节优势之和。最后,从价值链角度构建学报的竞争优势要从整个价值链系统的角度出发,不能只注重价值链战略环节的优势,要建立一个协调、统一、有效的价值链系统,巩固和强化竞争优势。

参考文献:

- [1] 金华宝. 学术期刊核心竞争力研究综述[J]. 探索, 2009(4): 71—76.
- [2] 曹如中, 吴桂鸿. 企业核心竞争力的内涵及构筑[J]. 科技与管理, 2005(1): 56—58.
- [3] 邱均平, 李爱群, 周明华, 等. 中国学术期刊评价的特色、做法与结果分析[J]. 重庆大学学报: 社会科学版, 2008(4): 64—69.
- [4] 叶继元. 期刊评价不等于论文评价——如何改进学术评价[J]. 评价与管理, 2009(3): 79.

On Improvement of the Core Competitiveness of College Journals

LIU Xiang-hong

(Editorial Department of Journal, Guangdong Polytechnic Normal University, Guangzhou 510665, China)

Abstract: Lack of core competitiveness has caused the poor quality of college journals in China. The core competitiveness maintains the sustained development of college journals. The core competitiveness of college journals is affected by the absence of exit mechanism, inadequate competition, and incorrect appraisal standards and people's incorrect understanding of advantages in competition, while it can be enhanced by means of working out competition strategies, adopting differentiation strategies and polishing the value chains of college journals.

Key words: core competitiveness of college journals; value chains; competition advantages; differentiation strategies

本 刊 声 明

为适应我国信息化建设的需要,扩大作者学术交流渠道,本刊已加入《中国期刊全文数据库》、《中国学术期刊综合评价数据库》、《中国核心期刊(遴选)数据库》、《中文科技期刊数据库》、“中国科技论文在线”数据库,其中著作权使用费与本刊稿酬一次性给付。凡本刊发表的论文,将由编辑部统一纳入数据库,进入因特网提供信息服务。如不同意者,请作者在来稿中声明,本刊将做适当处理。

特此声明!

《西北农林科技大学学报(社会科学版)》编辑部