

医学学术期刊在体制改革中的经营探讨

李家红,莫雅贞

(广东省人民医院 广东省医学科学院 岭南心血管病杂志社, 广东 广州 510100)

摘要:我国医学学术期刊面临着体制改革和与国际传媒集团竞争的双重挑战,生存竞争日益严峻.分析我国医学学术期刊目前的生存状况并参考国外学术期刊的成功经营模式,提出我国医学学术期刊在体制改革中的经营策略,在市场定位及品牌创立,传统盈利模式,创新盈利模式及对编辑人员的要求方面提出改革.

关键词:医学学术期刊;体制改革;经营模式;定位;品牌

中图分类号:R-1

文献标识码:A

文章编号:1007-5348(2009)12-0153-04

自党的十七大、全国宣传思想工作会议和全国文化体制改革工作会议提出我国出版发行体制要进行体制改革后,新闻出版总署明确提出出版发行体制改革有路线图也有时间表^[1].与此同时,在中国整个媒介市场,期刊所受到的来自广播、电视、报纸等其它大众媒体和网络介质、电子介质等新媒体的冲击也不断加大.加上中国加入世贸组织,既为期刊行业的发展提供了机遇,也为国外媒体巨头抢滩中国打开了大门,国际传媒集团也欲以其雄厚的实力和先进的经营理念介入我国期刊分销、广告等经营领域,中国期刊业因此而面临着日益严峻的生存竞争.然而,科技期刊市场化的经营改革却滞后于其他行业,部分科技期刊在拨款日见枯竭的形势下,经费上捉襟见肘,举步维艰.逐步摆脱长期的依赖附属生存形式,转化成独立生存的经济实体,是众多科技期刊不容回避的发展之路.我国医学专科学术期刊长期处于分布散、实力弱、规模小的状况,其经营策略的改革已经成为在激烈的市场中立足,并持续发展的必然.

1 我国医学学术期刊目前的生存状况

我国医学学术期刊大多从机构设置上隶属于医院、某一科研院所、学会协会或高校,无论资金投入还是人员编制等,都由上级单位负担,期刊出版单位与上级单位有着千丝万缕的联系,它被当作本单位的资源,但既缺乏自主性又不被重视.首先,医学学术期刊缺乏用人自主权,造成办刊人员结构失衡,冗员滞留,发展所需的人力资源得不到保证.其次,缺乏财务自主权,无法自主开展分配以调动人员的积极性,也没有权力将资金投入再发展.另外,医学学术期刊大多数依赖上级单位提供的各种资源解决生存问题,丧失自力更生的能力.由于存在上述各方面的因素,我国医学学术期刊目前的生存基础薄弱,必须在体制改革中探讨新的经营方式.

2 国外学术期刊的成功经营模式

考查国外著名期刊 Nature、Science、美国《化学化工新闻》(Chemical & Engineering News)、《美国医学会杂志》(JAMA)、《英国医学杂志》(BMJ)、日本《纤维学会志》及英国物理学会主办期刊、德国施普林格出版公司(Springer)期刊、美国化学会下属期刊等,可以发现国外运作较好的学术期刊的发展趋势和一致特点,可以归纳如下:(1)出版规模集团化;(2)期刊出版专业化;(3)视质量为期刊的生命;(4)信息传播快捷;(5)以人为本的办刊理念;(6)办刊方式国际化;(7)商业化运作^[2].国外学术期刊经营能获得良性的循环是通过实行商业

收稿日期:2009-11-11

作者简介:李家红(1968-),女,广东广州人,岭南心血管病杂志责任编辑,主要从事公共管理研究.

化运作,通过专业化分工和规模化经营把成本降到最低,通过市场开发把收益做到最大而最终实现的。

3 我国医学学术期刊在体制改革中的经营策略

借鉴国外著名学术期刊的运作模式,结合我国的国情,关于我国医学专科期刊在体制改革中经营策略,就市场定位及品牌创立,传统盈利模式,创新盈利模式和对编辑人员的要求等进行探讨。

3.1 市场定位及品牌创立

期刊的市场定位是指期刊经营者根据读者的需求及竞争者在市场上的情况,对期刊的经营、服务确立目标,塑造形象,并把这种形象传达给读者,使读者了解、认知,从而确立期刊在读者心目中的地位。我国期刊市场正处在前所未有的激烈的“战国时代”。期刊的面貌、内容的差异越来越小,读者在期刊的“汪洋大海”中选择越来越不容易,以至于使读者失去了选择的耐心。期刊如何才能在竞争中脱颖而出,占据优势呢?出路只有一条,就是要尽力创造差异,追求与众不同,以使读者易于将其与其他品牌区分开来,并进而在心目中占有一定的位置。市场定位就具有创造差异,创造优势的功能。对于医学专科期刊来说,同一专科的中文期刊就有很多种,亦有特色的专科期刊,有差异,与众不同,而且得做好品牌,让读者认可,才能占据市场份额^[3]。当前医学学术期刊的经营已由期刊产品经营转向期刊品牌经营,期刊品牌是学术期刊发展的无形资产与核心竞争力,是学术期刊经营制胜的重要资源,因此,在学术期刊如林与竞争激烈的今天,谁拥有了期刊品牌,谁就能赢得期刊经营与发展的主动权,缺乏品牌的学术期刊很难在市场中长期生存与发展。

3.2 传统盈利模式

医学学术期刊的盈利首先是发行收入。影响发行收入的第一因素是定价。虽然在国外有学术期刊按照实际成本定价的做法,但是在我国,由于学术期刊不以营利为目的,且它的绝大多数消费对象,比如经费有限的机构图书馆、一般的科研工作者、在读的学生等,不是高收入群体,因此没有实行高定价。大多数学术期刊的定价远远低于它的实际成本。第二个因素是发行量。因为学术期刊的读者面相对固定,主要是相关领域的专业工作者,所以需求弹性非常小,不可能主要靠增加发行量来增加发行收入。其次是广告收入。对于大众期刊来说,广告收入是其主要的收入来源,一些刊物的广告收入所占份额甚至超过期刊销售。但是对于医学专科学术期刊而言,由于读者面和发行量的限制,不可能有很多的广告收入,多数医学专科学术期刊完全没有广告。这一点与大众期刊的运作机制有着根本的不同。另一个以收抵支的渠道,就是向作者收费。向投稿人收费,包括审稿费和版面费^[4]。前者是向每个投稿人收取,后者是向获得发表机会的作者收取。这样做应该也有它的道理,在实践中,特别是在国外也并不鲜见,国内一些自然科学学术期刊也有这样做的。而且如上所述,因为购买力和定价的原因,读者所付的费用,远远不足以抵补办刊的成本。而作者要利用期刊发表自己的成果,在审稿和编辑过程中,编辑部要向作者提供包括编辑部以外的专家的审稿、以及与此相伴的有价值的修改或进一步研究的意见、文字加工、宣传、发行等方面的服务,而学术期刊与其他大众文化产品不同,发表的作品一般不会为期刊带来盈利,所以付费应在情理之中。因此,医学学术期刊的传统的生存途径是靠社会支持、读者付费、作者付费三方面共同支持的。

3.3 创新盈利方式

3.3.1 发展多种经营方式

多种经营方式是期刊整合利用各种资源,形成规模竞争优势,寻求新的经济增长点的必然选择。以期刊传播为主的多元化经营是一种以期刊传播为主,涵盖采编、发行、印刷以及无形资产等产业为辅的商业、服务业(包括制造业)的全新“大经营”格局,是适应形势发展的经营创新。国外,尤其在欧美发达国家,期刊经营的商业模式至少有三种:卖一次——卖内容或广告;卖两次——内容+广告;卖三次——内容+广告+(品牌和资源)。多种经营实际上是期刊的第三次售卖理论的实施与延伸。国际上通常将杂志分为两类,一类是

消费类期刊,另一类是商业和专业杂志.医学学术期刊即属后一类,扩张主要是靠第三次售卖.在英国,商业和专业期刊第三次售卖的收入占总收入的一半,达 14.5 亿美元.美国的《科学》杂志采用的也是第三种经营模式,即除了销售期刊的内容和广告外,还销售期刊的品牌和资源.依靠品牌优势和规模经营,开展相关的经营活动,获得规模效益.(1) 出版增刊、合刊、专刊、特刊、论文集等.出版增刊、合刊、专刊、特刊、论文集等既能引导医学学术交流与发展,又能获取一定的经济收益.(2) 翻译、出版相关医学文献资料.医学学术期刊的编辑人员,利用自己的专业特长,加工整理各种专业文献资料,或将国外文献进行翻译整理,编辑成册出版.如《中国药房》是涵盖药品研制、生产、经营、临床应用和监督管理以及医药学等多个方面,侧重技术的技术类科技期刊,它先后编辑出版了《中国医院药房大全》、《药名手册》、《国家基本医疗保险药品实用手册》、《全国大型医院药房画册》等专著及画册.在优势互补的书刊共生效应中生成新的优势,提升了本社的学术品位,产生了广泛的社会影响,同时带来了一定的经济效益.(3) 编辑出版行业服务指南、客户名单、数据库、电子产品.医学学术期刊拥有的行业背景是得天独厚的资源,而长期以来积累的客户名单、网站、相关数据库等是期刊扩张的重要依托,是必不可少的扩张手段.可以开发数据库、编辑行业服务指南、网络服务,出版电子版本和多媒体产品.在经营过程中依靠不断深度开发长期办刊形成的精确行业数据资源而获利.

3.3.2 开展系列经营性社会活动

医学专科学术期刊扎根于一个行业,有良好的资源,又有媒体平台,开展专业性的活动会有良好的社会效益和经济效益.通过进行一系列期刊经营性社会活动,可扩大期刊的社会影响力,并由此获取经济效益.现阶段我国医学专科学术期刊能够开展的重要活动包括:读者论坛、展览会,技术咨询、培训活动等.举办大型展览会,是美国等发达国家期刊经营者赢利的一种重要方式.美国期刊年初制定详细的展览会计划,不仅以某种期刊的名义举办相关的展览会,还举办一些与期刊不相干的展览会、大型研讨会,包括举办国际性论坛和展览会.体制改革后,医学专科学术期刊转为经营文化产业,具有独立法人资格,可以成立了文化传播公司,举办论坛、展览会、博览会等大型会展活动,并利用广告客户群和设备信息,与广告、展览公司及其它媒体合作,举办行业产品展览展示会,再配合专家讲座,有的放矢,提高展示会的针对性指导性和实效性;利用编委会和审稿专家队伍,根据掌握的行业动态,与行业协会或政府部门合作,举办高层次的、前沿性的专家讲座和大型报告会.利用作者群和读者群举办各种讲座和技术培训,为行业服务,为生产第一线服务,同时也扩大了刊物的社会影响,提升刊物的品牌.本社连续承办中国南方国际心血管病学术会议 11 届,参会代表每年均有几千人,是编辑部重要的收入来源,同时也提升了杂志的品牌.

4 医学学术期刊经营对编辑的要求

要办好科技期刊,不论是从单本,还是从总体出发来说,都必须从两个方面提升工作质量——编辑工作与出版工作.这是期刊发展的两条腿、两个轮子,必须一起动起来,才能把期刊推向前进.期刊经营多是指期刊的发行工作和广告工作.但是,期刊经营的范围不仅仅是这些,它还应包括期刊的采编工作,而后者更是决定一个期刊生存发展的关键因素.能否用经营的理念来统领一个期刊的采编工作,不仅是期刊发行和广告工作能否顺利进行的前提条件和根本保证,也是期刊能否健康发展的核心生命力.随着市场经济的飞速发展,期刊也由卖方市场向买方市场转变,一个刊物能否赢得读者,在市场上站稳脚跟,不是由它的销售部门说了算,而是由它的设计部门和生产部门决定的.这就要求把期刊的采编、发行和广告纳入一个体系,进行整体考虑,统一安排.要想办好一个期刊,编辑一定要调研市场,与时俱进,把自己的刊物办成品牌读物.医学学术期刊开展学术经营工作的目的有五个方面:(1)维护学术声誉;(2)提升学术质量;(3)扩大学术影响;(4)满足用户需求;(5)带动全面发展.

4.1 对期刊编辑的要求

首先,编辑要找准自己刊物的市场定位.其次,以品牌为核心的内容定位.编辑一是做好选题策划和作者遴选工作,二是,要从打造品牌入手,精心运做,实现品牌的延伸与扩张.第三,寻求主消费群体满意的刊物外在表现形式.最后,要做好营销宣传工作.作为刊物的编辑,不仅要做好策划、组稿、加工等案头工作,而且要走向市场,走到读者中去,才能了解读者的需求,开发出读者真正需要的选题来.

4.2 对期刊主编的要求

期刊的主编是期刊的总设计师和决策人,是直接指挥编辑部一群人的“将军”,因此主编是期刊社的一个非常重要的角色.医学期刊体制改革对科技期刊的主编提出了新的要求,要成为“一专多能的编辑家,善于经营的管理家,广纳贤才的活动家”.主编要有进步的思想 and 深邃的智慧,要有深厚的文化修养,要有设计重大选题、处理疑难稿件的能力,要有职业敏感,要有政治敏感;善于把握市场的变化趋势,发现潜在的市场需要,及时开拓新的市场.主编伏案审稿固然是非常重要的工作,另外也要考虑期刊如何发展,入世后我们要与国际接轨,国外期刊陆续进入国内市场,使竞争更加激励.主编要抓住机遇,才能使期刊社不断发展^[5].

参考文献:

- [1]刘泽林,张品纯.我国科技期刊体制改革难点初探[J].中国科技期刊研究,2009,20(4):593-595.
- [2]王健.国外学术期刊的运作模式研究[J].怀化学院学报,2007,26(4):126-128.
- [3]吴根范.论科技期刊的品牌意识[J].科技编辑,2002,22(2):18-24.
- [4]秦毅.学术期刊的经济学解读[EB/JOL][2009-08-28].<http://www.mediaundo.com/blog/A9928-31/index.html>.
- [5]张郁.科技期刊主编要与时俱进[J].今传媒(学术版),2007,5(12):34-37.

Approach of management of journal of medical science in the reform of publication system

LI Jia-hong, MO Ya-zhen

(Editor Ministry of South China Journal of Cardiovascular Disease,

Guangdong Academy of Medical Sciences, Guangdong General Hospital, Guangzhou 510100, Guangdong, China)

Abstract: Journals of medical science in China are nowadays struggling for existence more and more hardly, because of facing the double challenge of reform of publication system and competition from the international mass media. This article proposes the management of journals of medical science in China, including the change of marketing location, brand establishing, traditional earning mode, created earning mode and requirement of editors, after analyzing the existence of the journals of medical science in China and referring to the successful management mode of the oversea country in journal of medical science.

Key words: journal of medical science; reform of publication system; management mode; location; brand

(E D. : O, Y)