

行业期刊发展的生命线

杨丽华

摘要 行业期刊作为行业内宣传政策方针、交流技术经验、获取信息的媒介,虽然发行量受行业所限不能与综合期刊相媲美,但由于其准确的市场定位,针对性、专业性强的文章内容,影响力和发展前景不容小觑。在日益激烈的期刊出版市场,行业期刊自有其特定的生存空间和生存方式,冲破旧体制的束缚,打破传统的经营模式,利用行业期刊的专业性、权威性开展学术交流、论坛、会展等活动,积极拓展立体化经营模式,是行业期刊强根立本,扩大影响、提高盈利能力的关键所在。

关键词 行业期刊;体制束缚;经营模式;发展空间

一、冲破旧体制的束缚

虽然国家关于新闻出版单位体制改革的政策早已出台,改制的时间表也已列好,但目前相当一部分行业期刊依然存在着由主管、主办单位包揽天下的局面,人、财、物全部由主办单位说了算,甚至有的国家公务员还在担任期刊负责人。部分行业期刊虽已改制,但改的不够彻底,市场化程度低,办刊模式、人员管理机制还留有旧的残余,传统的体制危机依然存在。

事实上,行业期刊得不到迅速发展原因在于管理体制,多数还附属于主管单位,是主管单位的一个部门。由于缺乏适应编辑出版业务的管理体制和激励约束机制,在管理上基本和行政机关或科研事业单位管理一样,员工在行业期刊发展上没有压力,也没有动力,干好干坏一样,干与不干也一样。由于主管单位的领导对期刊业务不熟,再加上期刊不是单位的主导业务,期刊负责人在工作上没有自主权,好的想法和建议往往得不到主管领导的理解和支持,领导也不愿去冒险进行某些改革的尝试。

行业期刊全面市场化已是必然趋势,行业期刊要想在激烈的市场竞争中站稳脚跟,必须尽早摆脱旧体制的束缚,必须在行业杂志中突出重围、独树一帜,成为行业的先导,以适应市场发展的需要。

二、依靠专业性、独特性赢得读者

伴随着期刊业的快速发展和市场规模的不断扩大,期刊业市场的分众化趋势越来越明显,读者对信息的需求也更为专业和精深。对于任何一个刊物来说,准确的定位是其良性发展的必要条件,如果定位不准确或者模糊不清,其发展后劲就不足。行业期刊由于其特有的专业性、独特性,准确的内容定位、市场定位和读者定位,在日益激烈的媒体竞争中优势突显,受到市场的广泛认同。大而全、笼而统的综合性杂志由于内容的同质化,没有细分的市场定位和读者定位,面临越来越大的停刊压力。

从1993年到2003年11年间,美国新创办的杂志就有9433种,相当于中国目前杂志数量的总和。在近些年美国新创办的杂志中,饮食类、体育类、家庭和家政服务类杂志增长较快,这些杂志专业市场细分明确,定位准确抓住了读者的需求,为杂志的健康成长提供了保证。

以经济类报刊为例,20世纪90年代曾经在广东市场辉煌一时的《信息时报》、《粤港信息日报》综合性经济信息类报纸,随着改革开放的逐步深入、市场经济的逐渐成熟,这类综合性大而全的经济类报纸发行量日渐萎缩,最后不得不走上改版或重新定位的发展之路。《信息时报》已改为都市类综合报刊,《粤港信息日报》改为《民营经济报》。而于2007年7月创刊的《理财周报》(办报理念偏向杂志化),虽然生不逢时的赶上了全球金融危机,但就是在这样不利环境下,创刊号发行量超过30万份,到2008年年底《理财周报》的发行量突破50万份,广告营业额突破5000万元。《理财周报》定位于中产家庭理财的客厅读物,专业的办刊理念及准确的市场定位,使其刚一诞生即受到市场的认同。

以作者所在的《珠江水运》杂志为例,虽然近年来,全国纸质期刊发行量总体呈下降趋势,但《珠江水运》杂志在没有市场化动作方式、没有发行机构、甚至可以说没有一个专职发行人员的情况下,杂志近三年来的发行量基本维持不变。其重要原因是行业杂志内容的针对性、独特性强,目标读者明确,订户一般不会流失。

三、突破传统的经营模式

按照传统经营模式,期刊盈利来源主要是发行和广告。作为行业期刊,发行受到行业限制,不可能有大的发展。如依靠广告,风险又很大,像今年的全球金融危机,企业效益明显下降,杂志生存将受到挑战。目前的行业期刊虽然都在积极从事创收活动,但大部分是靠广告或发行支撑,多数盈利水平不高,较好的也仅仅维持在温饱水平,大部分还在接受行业主管部门的经济补贴。

行业期刊尽管读者群不如综合刊物广泛,不过有自身的垄断优势,在期刊经营上不应比综合期刊相差太多。行业期刊要获得发展,就必须打破原来的扁平式运作模式,采用立体的运作模式,从而获得更高的收益,取得更大的发展。所谓期刊的立体运作模式就是期刊在运作过程中,以扩大期刊的影响力为前提,以获得最高收益为目的,用多种手段丰富期刊内容、采用多种发行方式和盈利模式使期刊获得高效益。

运用立体的运作模式开展期刊的发行。期刊的发行是期刊生存的关键。传统的邮发方式虽然很有效,但是在发行的过程

中,期刊本身是处于被动地位,它只能由读者进行选择,而期刊社不知道订户是谁,无法了解和认识读者,更难以得到读者的信息和反馈。

行业期刊的发行不能完全摆脱邮发的方式,但必须要用自己的发行方式来完善邮发。对于面向大众的行业期刊,自办发行可以使期刊和读者直接见面,提高了读者对期刊的认知能力,加强了读者对期刊的感性认识,对扩大有效的读者群和有效的发行量有较大帮助。对于面向专业人群的行业期刊,赠阅也是发行的一个极好补充,这种方式虽然得不到任何收入,似乎在经济上不合算,但是因为它发行的读者群都是某一行业的有影响力或是有决策权的有效读者,这些读者的存在,对行业期刊的广告收入提高有着极大的帮助。通过发行收集更多的读者信息,建立完整的数据库,为杂志积累客户资源。《通信世界》杂志的发行也采用了自办发行和赠阅的形式,从而在较短的时间内确立了在行业中的影响和地位。

通过立体运作建立多种收入模式。对一本行业期刊来说,发行量也许不是最重要的,但是影响力是很重要的,只有有了很大的影响力,在一个行业有广泛的影响,才能吸引这个行业的有效读者,最终获得广告主的认可,从而获得较高收入。

利用行业媒体的稀缺性、权威性,建立理事会,会费不仅可以作为杂志收入,通过理事会的活动与理事单位、理事成员可建立关系、联络感情,也为杂志获取稿源信息、客户资源提供了支持保障。作为一个媒体它处于较为独立的地位,因此期刊举办展览、开展活动,在一定程度上容易得到业内有关人士的认同。期刊也可以利用它本身是媒体的地位进行宣传,从而使举办展览、开展的活动有较大影响力,通过展览和活动可以使期刊的经营活动得以延伸,从而获得较高的收入。

期刊是一个信息的交汇处,它联系一个行业的方方面面,也较容易获得行业信息,开展咨询活动也是获得收入的一个方面。目前我国的许多IT业媒体都利用自身的优势建立展览公司、投资咨询公司、顾问公司,举办展览、召开各种研讨会、举办培训、进行咨询调查等工作,通过一个媒体,生发出多种收入模式,是所有的行业期刊应该学习借鉴的。

期刊的立体运作是一个复杂的问题,它的核心是走出期刊运作的单一模式,在内容、发行、经营上运用各种适合期刊特点的方式,利用期刊媒体的优势,把期刊办成一个多种收入模式相结合的高效的实体。

四、成为行业沟通与交流的纽带

行业媒体要注重资源整合。利用各种行业活动、论坛、展览、会员排名的机会,打造与客户之间沟通的新媒介。客户与媒介之间存在一条天然的鸿沟,因此,通过在这条鸿沟中间建立一个第三方的平台,这就是会议、论坛或其他方建立起来的重要的沟通桥梁。利用“搭桥理论”与读者、客户建立起良好的关系,在扩大杂志的影响力的同时整合了行业资源,为杂志发展奠定了基础,拓展了空间。

开展服务扩大期刊的影响力。期刊的影响力是期刊收入的

基础,一本期刊的影响力首先来自期刊的定位、内容,同时也会由多种因素影响。在现代期刊的运作中,必须要重视服务,应该通过开展服务活动,扩大期刊的影响。

服务是期刊内容的延伸,同时也是广大读者需求的产物,一本好的期刊就应该有好的服务,同时这种服务应该从刊物的内容出发延伸到更广阔的领域。国外有许多刊物有庞大的服务体系,服务成为刊物的重要支撑。目前一些计算机DIY杂志就为读者提供计算机DIY的配件,在读读者学习DIY的同时,也能很容易地亲自动手,就很受读者的欢迎。

开展服务活动同样也是展示一个期刊实力、扩大影响的重要方式,通过开展服务活动可以密切期刊和读者、作者的关系,让读者更多地了解刊物。现在成功的行业媒体无不注意服务开展活动,通过开展服务活动吸引人们的注意力,加强与读者的联系,获得多种信息。

五、结语:行业期刊发展空间巨大

中国的期刊竞争还处于起步阶段,只要按客观规律办事,行业期刊还是可以凭借现有垄断地位和国家对期刊数量发展的控制获得较好发展空间的。各种行业类、学术类期刊这些看似市场化程度低的专业刊物,一旦引进市场机制和一定的资金,还是有很多可挖掘的资源,发展潜力巨大。

目前,我国行业期刊大部分正处于改制或准备改制阶段,虽然少数已经改制,但普遍来讲市场化程度偏低。行业期刊在体制上必须争取独立,管理方式上脱离主管部门的窠臼,采取更适应于编辑出版业务的管理体制和激励机制,保持编辑出版经营方针的科学性和稳定性,以使刊物可持续发展下去。

行业期刊自有其发展的空间和套路,未来行业期刊发展的生命线,要看谁能尽早突破传统的经营模式,谁的市场化动作水平高,谁能把握住行业的专业性、独特性以“内容为王”,谁将会赢得先机,独领行业风骚,率先成为行业期刊的领跑者。

参考文献:

- [1] 王丽.论行业期刊的可读性.
- [2] 项立刚.论行业期刊的立体运作.
- [3] 乐连城.如何做好行业期刊的发行.
- [4] 王小莹.市场经济条件下,行业期刊魂归何处.中国建设报.
- [5] 金新峰.行业杂志的发展难题及解决方法.
- [6] 综合性行业期刊的困境与出路之探讨.北京.建筑杂志.
- [7] 南方日报出版社.南方传媒.2009,17.
- [8] 广东省期刊协会秘书处编.期刊探索.2008,2.2009,1.

(作者单位:广东珠江水运杂志社)