

科技期刊宜发展多元化经营的探讨

潘志萍

(广东昆虫研究所《环境昆虫学报》编辑部,广东 广州 510260)

摘要:科技期刊多数都面临经费不足的困境,如何适应新时代发展,在竞争中求生存,发展多元化经营模式办刊成为必然趋势。扩大发行渠道、提升科技期刊市场占有率、广告增收、发展协办单位、举办专题学术会议、培训等活动、加强数字化建设、开展多元化的文献信息服务工作、挖掘和延伸品牌及走集约化之路等都是积极举措。

关键词:科技期刊;多元化;经营

科技期刊是学术交流的一个重要载体,是报道科技新发现和传播科技新理论的主要工具,具有鲜明的科学性、探索性和知识性等特点^[1]。而我国大多数科技期刊是在计划经济时期创刊,普遍缺乏市场竞争意识,办刊渠道单一,创收能力有限,均面临经费不足的问题。如何大数据年代、市场经济的环境下,科技期刊该如何探索多种办刊模式经营,提高经济收入能力,力求使社会效益与经济效益双丰收是一个值得深思的问题。

1 科技期刊办刊的现状与面临机遇与挑战

(一)科技期刊办刊的现状

目前,科技期刊特别是专业期刊,由于专业性较强,受众面窄,在数字化出版的冲击下,发行量每况越下,经营单一,收入难以维持日常运作,多依赖上级部门拨款,或者靠收取版面费来勉强维持。大部分编辑部均难以独立经营,办公室条件差,人员无法得到继续培训和深造,后备人才缺乏,编辑队伍不稳定等因素,均严重地制约了我国科技期刊的发展。

(二)科技期刊面临机遇与挑战

我国科技期刊仍处于出版审批、主管主办单位的计划体制管理。有报告表明,由于我国科技整体水平、科技评价体系、人才评价机制等多种因素的影响,致使我国优秀的学术稿件大量流失,严重影响我国科技期刊的学术水平。目前科技期刊仍处于边缘化的状态,从业人员数量不多,结构不合理,从事经营人员更少。随着我国新闻出版领域改革的深化,越来越多的科技期刊推向市场,进行市场化模式管理,独立经营。

信息技术的迅猛发展,出版使原有的生产模式、传播方式、应用方式等均发生了质的变化。科技期刊是一种重要的信息资源,应将其融入国家经济发展、社会进步的大潮中,创造更大的价值。因此,科技期刊在做好编辑出版工作的同时,积极开展多元化经营模式的探讨,全方位多渠道、多种形式挖潜潜能,充分发挥科技期刊的自身优势,创造和谐向上的环境,稳定人才队伍,促进期刊进一步提升。

2 科技期刊的经营理念需要转变

力,最大程度地鼓励了科研人员参与科技成果的推广和应用,实现了科研、推广、示范、生产、销售的农业经济体系。

6 结语

农业科技进步在我国农业现代化发展进程中的作用首当其冲,从近年来的农业发展情况来看,农业科技进步的成果也是十分喜人,但是也存在着科研创新理论相对薄弱、基层科技人员能力相对有限、市场风险和不可持续性的威胁等一系列的

提高我国科技期刊市场占有率的首要问题是转变办刊理念。据统计,我国科技期刊的主办者主要是大学、科研院所、团体协会和政府,办刊观念滞后,赢利模式单一,市场占有率很低,无法提供满足科技工作者需要的信息产品和服务,缺少走向市场的压力和动力^[2]。传统观念普遍认为,科技期刊公益性属性非常明显,属于非营利的事业,走市场化道路是走不通的;或者认为科技期刊由于受制于专业性,受众面窄,发行量少,市场占有率低是必然现象,很难改变。而国外著名科技期刊,《Lancet》期发行量可达20万册,《美国医学会杂志》期发行量约40万册^[2],发行量非常大。由此可见,科技期刊办刊人和决策者经营理念尤为重要。

在经营理念上,确定期刊是产品的经营理念。面向市场,把期刊当做产品经营,突破原来的经营理念,根据市场的要求研究读者的需要和市场的变化确定期刊的读者定位。经营理念转变的最终目的是使科技期刊重塑竞争优势,提升社会价值,达到新的期刊业形态。

3 开展多元化的经营模式的探讨

随着市场经济的日趋成熟和完善,国家提出了文化产业化的发展思路。越来越多的科技期刊经费筹措从主管单位拨款办刊的模式逐步被期刊自主经营、多元化经营方式所取代。对于我国科技期刊,除了积极争取上级多拨款、专项经费资助外,还以下几方面可根据自身的实际情况进行实践与探讨。

(一)精确定位,找准受众人群,扩大发行量

发行是期刊出版的重要环节,也是实现期刊价值的途径。要想期刊能取得较好的经济效益,首先是在内容上的提高与突破,服务理念的创新,科技期刊品牌的建设。科技期刊只有重视品牌建设,在充分研究市场需求的前提下,对期刊的内容分析、研究,找到合适的关注点和出版形式,才能恰如其分为读者提供更全面的多样化服务,如咨询服务、会展展览、网络传播等服务方式,才可能向更广范围的读者群渗透。

其次,建立多元化、弹性的价格体系,有利于扩大科技期刊

问题,只有更加完善的政策措施和健全的农业科技体制,才能够从根本上解决这些问题。

参考文献:

- [1]陶武光.现代农业的基本特征与着力点[J].中国农村经济,2004(03).
- [2]李飞.新农村建设:差异与共性分析及政策建议[J].中国社会科学院研究生院学报,2006(02).

的发行量。针对不同的用户类型制定不同的价格,设有相应的国内价格,针对不同地区、机构或不同订份的用户,价格也所区别。科技期刊在细分化市场中的准确定位,在定价方式实行多样性策略,有利于期刊扩大发行量,提高市场份额,增加期刊的收入。

(二)重视广告经营,提高广告收入

科技期刊步入广告业是科技期刊进入市场,参与市场竞争的象征,是积极响应国家关于科技期刊改革的方针政策的有益尝试^[1]。它有利于提高办刊实力,既提高了期刊的知名度、扩大期刊的发行量,又美化了期刊,在增收的同时又可活跃版面。不少著名的科技期刊均采取发行与广告经营并重的策略,通过经营广告创造经济效益,使期刊获得长期的、全方位的成长。因此,受众面广的科技期刊可以通过经营广告,在保持学术水平基础上大力拓展广告信息,创造一定经济效益。受制自身资源的有限,科技期亦可通过行业内部整合,联合经营理念一致或相同的主管或主办单位的多家期刊成立广告中心,或可以实行广告代理制,交由经营、技术成熟的广告公司负责经营和管理,实现优势互补、风险共担,提升广告专业化水平,实现双赢的局面。

(三)发展协办单位,为科技期刊提供强有力后盾支持

现代期刊经营基本都包括广告业务,但是对于发行量较少的小众科技期刊,大多期刊广告经营并不成功,很难通过广告经营取得较好的经济效益。因此,在现有基础上大力开拓广告业务的同时,科技期刊可以通过设置协办单位或理事单位来筹集办刊经费,为科技期刊提供强力的支持。大多数科技期刊均有一个或几个对应的行业,通过发展和吸收行业企业或研究单位作为理事单位或协办单位,通过设置科技期刊协办单位或理事单位的方式来筹措办刊经费,在经济上有力地支撑刊物的良性发展。

通过设置协办单位不仅可以得到办刊经费支持,还可以引导协办单位或理事单位为期刊订阅、出版专刊等方面提供协助和支持。《环境昆虫学报》多年的办刊表明,通过设置协办单位来辅助办刊,不仅保证期刊的质量,而且保障办刊经费来源,促进期刊健康发展。目前,通过设置协办单位或理事单位已经成为科技期刊筹措经费重要的手段。

(四)承办学术会议、专业培训、咨询科技服务等活动,增加期刊收入

充分发挥期刊的边际效应,是做好期刊的经营重要条件。科技期刊可通过对行业信息进行收集、分析、处理,利用自身的优势,从开展信息收集工作逐步过渡到咨询领域的服务。通过举办专业培训、咨询科技服务、产学研合作等活动,积极拓展相关业务的经营,实现技术的转化,增加办刊资金的来源。对具有良好品牌的专业期刊来说,既拥有良好的资源,又拥有自有的媒体平台,对开展专业性的学术活动会起到事半功倍的效果。承办会议既可扩大自有期刊的社会影响力,又为编辑部带来了良好的经济效益,在获得优秀的稿源同时,也锻炼了一批编辑策划组织能力。因此,举办具有一定规模与影响力的学术会议,在一定程度上扩大期刊的影响力,同时也给期刊带来一定的经济效益。

(五)立足专业学术出版,加强数字资源建设

科技期刊的编辑出版工作是融情报调研、检索、报道和信息咨询与服务于一体,把期刊办成学科信息中心,是期刊今后发展的重要形式^[2]。通过大力推动期刊社采用新技术、新方法和现代生产方式,加快改造传统出版向出版资源数字化转变,抓好资源整理、分类、存储,鼓励开展网络出版业务,支持设立完全市场化的数字出版公司,在内容整合、传播方式、增值服务、商业模式等方面进行改进和开发,拓展发展空间。尽快做大做强。通过数字化手段和网络技术,增加科技期刊内容附加值或含金量,不断拓宽新的服务形式,吸引读者的关注。

期刊社在向数字化出版转变过程中,可以学习和借鉴成功出版社的做法,结合自身的具体情况和行业发展的特点,寻找适合自己的数字出版模式,并凭借自身拥有的资源优势,在出版权构建赢利模式。例如,《环境昆虫学报》编辑部除了杂志本身作为文献信息载体为广大读者提供科技信息外,提供网络版等电子期刊,还整合了广东地区农林病虫害电子资源,建设了特色数据库。这些特色的文献信息资源为当地的科研工作者提供了便利,同时为地方区域经济的发展提供的决策参考。

(六)塑造期刊品牌,挖掘和延伸品牌价值

随着科技期刊市场竞争越来越激烈,除了重视办刊质量和学术水平外,还必须建立品牌的经营意识。通过各种营销手段与活动,通过市场推广,让读者齐参与、忠实为读者服务等方式,增强品牌在读者中关注度和影响力,提高市场份额。品牌延伸依赖于良好的品牌,挖掘出更多的产品价值与拓展出更多的市场领域更离不开品牌建设。如《中国国家地理》杂志陆续推出少年版、繁体版、日文版,并将品牌延伸到互联网、图书、影视等领域,形成了期刊、书籍、影视、网站这样一个媒体组合结构,逐渐形成了一个较为完整的产业链^[3]。

(七)集约发展,实施规模化经营

加入WTO后,国际科技出版集团纷纷“抢滩登陆”中国市场,国际期刊的质量精品化、运行集群化、出版细分化和竞争全球化给中国出版业带来了巨大冲击。而我国,除了极少数科技期刊实现集团化运作外,大多数期刊业务单一、覆盖面小、知名度低。面对压力与挑战,对某些专业期刊来说,走集团化运作模式或许是其发展的一条理想出路。我国期刊业在现行的体制下要实行集团化经营还很难,大部分期刊社不能成为自主经营的市场主体。因此,期刊要真正实行集团化经营,还任重道远。在市场经济条件下,科技期刊发展多元化办刊已成趋势。适应新时代要求,转变观念,认清所处的改革形势和政策环境,促进期刊良性健康地发展,实现社会效益和经济效益双赢的局面,是科技期刊工作者关切的课题。

参考文献:

- [1]付昌辉.国外科技期刊的经营理念及对我国的借鉴[J].中国科技期刊研究,2007,18(6):934-936.
- [2]胡育.国外科技期刊办刊理念——强化读者意识[J].中国科技期刊研究,2005,16(4):579-586.
- [3]李廷杰,谢淑莲.中国科学院期刊出版事业从开创走向繁荣[J].中国科技期刊研究,1999,10(3):172-176.
- [4]刘树萍.科技期刊怎样做好广告经营工作[J].发展,2005,(12):74-75.
- [5]孟志军.《中国国家地理》的品牌营销策略以及目前存在的问题[J].中国科技期刊研究,2008,19(2):269-272.