

我国图书馆学情报学期刊的发行

王传清

中国科学院文献情报中心 北京 100080

中国科学院研究生院 北京 100039

[摘要] 调查和分析我国图书馆学情报学期刊发行现状,指出入世后我国图书馆学情报学期刊发行面临的机遇。在此基础上,提出我国图书馆学情报学期刊应注重提高质量和联系读者,并可采取以邮局发行为自主办发行为辅、代理发行、网络出版发行、读者俱乐部、研究会、差别定价、异业渠道发行、编委宣传等多种行之有效的发行方式。

[关键词] 图书馆学期刊 情报学期刊 期刊 期刊发行 发行策略

[分类号] G255

Distribution of Periodicals in Library and Information Sciences

Wang Chuangqing

Library of Chinese Academy of Sciences, Beijing 100080

Graduate School, Chinese Academy of Sciences, Beijing 100039

[Abstract] Library and information science journals, one of the most important media and platforms for library and information science communications, play vital roles in leading and promoting the development of library and information science research in a country. The distribution of Library and Information Science periodicals is the primary way to achieve this goal. This paper investigates and analyzes the status quo of the distribution of Library and Information Science periodicals, points out the challenges of improving the periodicals distribution. Moreover, two kinds of distribution strategies and some useful distribution methods are put forward in this paper.

[Keywords] periodicals of library science periodicals of information science periodicals distribution distribution strategy

1 引言

期刊发行是图书馆学情报学期刊传播的第一要素,从图书馆学情报学期刊编辑出版这一系统工程来看,图书馆学情报学期刊的发行是这一工程中十分重要的环节。图书馆学情报学期刊只有通过发行,才能实现其传播信息和知识的功能,实现其作为文化商品的价值和使用价值。图书馆学情报学技期刊若不考虑扩大其发行量,即使期刊的编辑质量再高、印量再大,也不能最大限度地实现期刊的经济效益和社会效益。所以,图书馆学情报学期刊的发行工作不容忽视。

2 图书馆学情报学期刊的发行现状分析

通过问卷调查,作者对我国图书馆学情报学 39 种期刊 2000-2003 年的发行情况进行了调查。有 29 种图书馆学情报学期刊提供了发行数据,其中 27 种期刊提供了 4 年的发行数据,2 种仅提供了 2002-2003 年的数据(见表 1)。这里有两点需要说明:一是提供数据的这 29 种期刊基本包括了

我国图书馆学情报学核心期刊;二是这些数据为各刊编辑部提供,由于我国目前对期刊的发行数量还没有实行认证制度,因此,实际发行量可能要商榷。

表 1 我国部分图书馆学情报学期刊发行情况

年份	数量 份	0-1 000 份	1 001-2 000 份	2 001-3 000 份	3 001-4 000 份	4 001-5 000 份	5 001 份 以上	合计
2000	11	4	3	3	3	3	3	27
2001	10	5	3	3	3	3	3	27
2002	10	7	4	3	3	2	2	29
2003	8	9	3	3	4	2	2	29

通过调查,作者发现我国图书馆学情报学期刊的发行状况不容乐观,主要表现为:①图书馆学情报学期刊的数量在逐年减少,到 2003 年,我国图书馆学情报学期刊总数从发展高峰时期的 110 余种,降到 70 种左右;②绝大部分图书馆学情报学期刊的发行量处于低位徘徊,有些期刊的发行量呈现逐年下降的趋势。2003 年,国内图书馆学情报学期刊中发行量超过 5 000 册的只有 2 家(见表 1)。但这与国内广大图书馆学情报学专业的市场需求是不相符的。我国图书馆专业市场广阔,各类图书馆数量极多。据中国图书馆学会统计^[1],国内公共图书馆 2 700 多家,高等院校图书馆 1 000 多

收稿日期:2004-06-10 修回日期:2004-09-02

家, 科学专业图书馆 8 000 余家。此外, 还有数万家机关事业单位图书馆、军队系统图书馆、企业图书馆、中专和中学图书馆以及各类情报机构等。国内图书馆学期刊界在 20 世纪 90 年代连续举行了 4 次优秀期刊评选, 每次评出 10 家左右的优秀期刊, 其中有 7-8 家是连续 4 次入选的。核心期刊的评选结果和优秀期刊评选结果极为一致。这说明我国图书馆学期刊编辑出版是很成熟的, 期刊的学术质量十分稳定, 得到了学术界的一致认可。但是, 在这 7-8 家期刊中, 发行量达到 5 000 册的不足三分之一。这些期刊大多经济效益不佳, 依赖主办单位的补贴生存。其原因主要有以下几个方面:

- 办刊理念尚未转变。部分期刊社的办刊思想仍停留在以往水平, 依旧遵循着固有的节奏和方式办刊, 不重视期刊的发行, 不主动寻找办法扩大发行渠道。因而面对竞争日趋激烈的期刊市场, 办刊人员经营意识淡薄, 保证一定的发行量仍是一句空话。

- 市场定位模糊。准确的市场定位是保证期刊发行的基础。任何市场定位失策的期刊, 无论其学术水平、技术水平和编辑、装帧质量高低, 都难以保证一定的发行量。

- 信息重复, 特色栏目少。现阶段由于受“泡沫文化”现象的影响, 不少图书馆学期刊常常发表内容相似或内容过时的文章。这势必造成期刊信息重复及信息含量下降, 期刊发行量下降也在所难免。全国 70 多种图书馆学期刊基本上都没有自己的特色栏目, 多数栏目都是众多期刊共有的, 因而难以吸引读者。

- 学术性较强。学术性较强的期刊对其发行量具有双重性影响——有利于提高期刊在图书馆学期刊领域学者型读者群中的发行量, 但在学者群体之外, 发行量将不可避免地减少。

3 机遇

根据我国加入世贸组织以后的有关条款, 我国承诺入世一年后开放部分城市的出版物分销市场, 两年后零售领域全部放开, 第三年, 出版物批发也要放开, 五年后, 出版物的分销企业在数量、范围、股权方面不再限制。2003 年 9 月 1 日出台的《出版物市场管理规定》中规定, 具备条件的民营发行企业经批准可获得出版物总发行权^[2]。2004 年 3 月 25 日国务院正式批准于 2002 年 4 月 9 日成立的中国出版集团转制为中国出版集团公司。

这意味着我国出版物发行市场将全部开放, 将完全由市场规律来发挥作用。外资发行机构对我国发行领域的介入, 将引起发行市场上更激烈的竞争, 其连锁反应必然是一些代理机构或自办发行机构可能由于管理不善或者运作方式存在缺陷而最终被迫退出发行市场。这样, 拥有优势的发行机

构将愈加壮大, 而勉强生存下来的发行企业也会因为危机感和压力努力提高其管理水平和发行水平, 期刊发行市场将会异常活跃。面对发行市场的挑战, 我国期刊界只能在“变”中寻求出路。另外, 打开的国门不仅仅是允许洋发行机构进入我国, 我国的杂志社也可以借助网络将自己的期刊推向世界。这都要求我们采用先进的、快捷的办刊工具, 改进以往的装帧思路和内容设计思路, 主动与世界接轨, 以达到在更大范围的市场上宣传我们自己国家的政治、经济和文化的目的^[3-5]。

期刊具有文化轻骑兵式的传媒特点, 便于渗入社会的各个角落, 发行市场的变革为期刊发行带来了广阔的介入空间, 期刊也被历史性地推到了应对外资机构介入发行市场后的变化的风口浪尖。我国图书馆学期刊应抓住机遇, 迎接挑战, 不断探索适合期刊发行的方式和策略, 扩大我国图书馆学期刊在国内外的影响, 从而实现经济效益和社会效益的双赢。

4 对我国图书馆学期刊出版发行的建议

一种期刊如果只限于在论文作者和部分免费交流单位中传播, 其状况是可悲的。提高我国图书馆学期刊发行量并非易事, 但如果采取切实可行的策略、措施, 实现期刊发行量在现有基础上的较大提高, 达到以刊养刊的目标应当是能够做得到的。

4.1 提高期刊整体质量

质量是期刊的生命, 是期刊发行的保障。期刊的质量包括内容与形式的各个方面。内容上, 期刊应具有实用性、针对性和超前性, 还应具有特色和不可替代性。在外观上, 期刊应设计精美, 富有个性。

为了不断提高期刊的整体质量, 作者认为以下两点应作为我国图书馆学期刊杂志社(或编辑部)目前工作的重点^[6-7]:

4.1.1 调整市场定位, 加强选题策划 期刊的定位主要涉及 3 个方面: ①读者面的选择; ②市场需求的导向; ③期刊自身品位、风格的优化。图书馆学期刊要在激烈的市场竞争中求得生存和发展, 就应该对读者市场进行细分。通过对自身条件和读者需求的分析, 确定自己的办刊方针, 在众多的期刊中形成既符合读者需求又风格迥异的期刊特色, 做到“人无我有、人有我新、人新我特、人特我转”^[8]。期刊的特色主要体现在稿件的选取上, 在明确办刊方向的基础上, 应通过稿件的选择组合, 形成期刊的鲜明特色。期刊适宜于做深度的专题文章报道, 因此, 期刊要提高发行量, 必须做好选题策划。还要求编辑对与期刊有关的领域和一些热点问题多作思考和钻研^[9]。

4.1.2 做好期刊宣传, 树立期刊品牌 图书馆学期刊

刊作为一种文化商品,必须依照市场规律去运作,用现代营销观念和手段搞好发行工作。图书馆学情报学期刊作为一种商品,就应该象其他企业产品一样,利用一切机会去宣传自己,扩大影响,提高知名度,树立起良好的品牌形象。虽然图书馆学情报学期刊因经费和人力等的限制,无法搞大规模的宣传和促销,但办刊者必须重视宣传,树立以订户为中心的发行观念,如每年应主动向全国各图书馆寄订单或宣传品、记录订户的订阅情况,以便催订和分析。

4.2 密切与读者的联系

20世纪以来,受众(读者)问题得到了越来越多的关注。作为期刊编辑,如果心中没有读者,不密切联系读者,提高期刊发行将是一句空话。对于期刊而言,市场意识实际上就是读者意识。没有读者,就没有市场,也就没有发行。因此,期刊编辑要在密切联系读者上下功夫,可采用开设互动栏目、期刊网站、热线电话、举办读者见面会等形式与读者互动,对读者进行调查研究,把握读者的需求,熟悉读者的心理,从而稳步发展期刊的发行市场。

4.3 扩大发行渠道

建国后,中国报刊的发行业务统一由邮政局来承担,至今邮局仍代理着我国约60%的报刊发行工作。改革开放以来,期刊发行市场上又出现了自办发行、委托发行和代理发行等多种非邮发形式。面对多元化的市场局面,期刊应根据自身定位选择不同的发行渠道。

邮发部门在征订、配送、储运、投递、结算等方面所具有的优势,其优点其他发行力量在短期内还难以取代。邮发具有征订时间性强、效率高、财务手续简便和单一等优点。但存在的问题是:征订时间受限制,期刊补缺困难。而非邮发发行的优势是订户可与出版单位直接联系,期刊补缺方便,使出版单位能随时掌握期刊发行过程中的多变情况。但非邮发期刊征订存在着出版信息收集被动,订购时间不稳定集中、订购的手续复杂、零散和繁琐等问题。因此,在期刊没有形成绝对影响力和系统的销售网络前,宜采取邮局发行为主、自办发行为辅的发行策略,这样可以使邮发和非邮发方式的优势结合起来,最大程度地提高期刊的发行量^[10]。

4.4 利用多种非邮发发行方式

4.4.1 代理发行 代理制是一种流通体制,是由商流、物流和信息流共同组成的商品流通系统。期刊代理商,一方面作为杂志社的代理人,每年完成收订工作后,将各种杂志订单分类汇总交给编辑部;另一方面,它又是各订户的代理人,提供订户单一的订刊渠道,汇总收费并提供其他服务。由于有了期刊代理商这个中间人,期刊编辑部无需同成千上万的订户办理复杂的订购手续,而订户也不用同无数杂志社进行联系,这样原来由期刊编辑部以及订户做的大量繁琐工作,都由期刊代理商来代理,这种良好的三方合作关系使得这种代理制度日趋完善^[11]。

4.4.2 网络出版发行 网络出版将发展成为与传统出版具有同等地位的出版方式,它可以节约社会资源,实现无纸化出版。网络出版发行不仅丰富了出版形式,成为杂志社新的经济增长点,而且还可降低成本,实现按需印刷,降低发行风险,减少库存。通过网络出版发行,还可以对期刊进行分割销售,实行单篇发行。

4.4.3 读者俱乐部 读者俱乐部最早诞生于德国,在西方已有近百年的历史,它在引导读者消费,营造书香社会方面起着不可忽视的作用。我国图书馆学情报学期刊大可借鉴这种方式进行期刊发行。读者按照俱乐部章程填写相关资料,交纳一定的会费后成为会员。会员有订刊打折优惠、参加会员联谊活动、抽奖活动及期刊网上论坛和优先发稿的权利。杂志社(编辑部)不仅可以通过读者俱乐部提升期刊的人气,扩大发行量,还可使期刊拥有固定的读者群,使其紧密围绕在期刊的周围,为期刊的发展献计献策。

4.4.4 研究会 期刊的研究会是以期刊为平台,开展各种学术活动的一个虚拟的学术组织。只要自愿遵守研究会章程,按期交纳会费的单位都可以成为会员单位。会员单位可参加由杂志社(或编辑部)或研究会组织的各种国内外考察、大型学术研讨会、专题报告会、专业培训班等相关活动。成立研究会不仅可以充分发挥期刊的资源优势,满足业内以期刊为主体促进学术交流的旺盛需求,而且可以提高期刊的社会效益,扩大期刊的影响,巩固和延伸期刊的品牌,从而大大促进期刊的发行。

4.4.5 差别定价 期刊差别定价是根据发行方式、订期长短的不同使订价价格灵活浮动,变期刊价格的静态管理为动态管理,最大限度地适应发行市场的各种不同情况,争取读者。其明显的优点是改变了过去那种以不变应万变的价格模式,以不同的价位适应不同层次需求的读者群,使期刊的价格体现出市场价格竞争的特点,更好地体现市场经济中的价值规律。首先,期刊差别定价为读者提供了更多的价格选择,使读者在购买心理上产生认同感。其次,期刊发行实行差别价格,使长期订户享受较大的价格优惠,有利于鼓励读者成为长期稳定的订户,从而使期刊发行处于较为稳定的状态。除此之外,长期订户的相对稳定为期刊长期发展规划的制定和良性发展提供了较为科学的决策依据,同时,也为其良性发展奠定了基础。

4.4.6 其他

● 异业渠道发行。异业渠道发行则指通过与杂志社(编辑部)经营性质和内容迥异的行业,如借助物流业、新华书店等进行发行的方式。杂志社(编辑部)借助其他行业一些现有的成熟的销售网络进行发行,两者的合作是一种双赢的需要,合作的基础是双方在目标客户群体上的高度重合,即双方目标顾客都对图书馆学情报学理论和实践有偏好和消费的能力。“苹果不一定要放在果园里卖,也不一定要由

果农来卖,卖得越快就越不容易变坏”,这些简单的商品销售原理同样适用于期刊的销售,读者接触期刊的机会越多,期刊越是能流向更广阔的市场^[12]。

● 充分发挥编委的作用。充分发挥编委的作用是期刊生存、发展的有效途径之一。图书馆学情报学期刊的编委大多是某一领域的学术带头人,在学术界具有一定的威信。另外,有些编委不仅学术水平高,而且具有很强的社会活动能力,杂志社应当充分发挥这些编委的作用,通过编委不失时机地宣传期刊,请编委组织学术活动,与读者、作者进行面对面的交流,扩大期刊的影响。

根据新闻出版总署计划财务司 2004 年统计^[13],2003 年全国共出版期刊 9 074 种,平均期印数 19 909 万册,其中文化、教育类 975 种,平均期印数 2 892 万册,平均一种期印数 2.97 万册。而 2003 年,国内图书馆学情报学期刊中发行量超过 5 000 册的只有 2 家。由此可见,我国图书馆学情报学期刊发行的市场潜力还是巨大的。随着我国人民生活水平的不断提高,文化消费比例不断上升,读者自费订购期刊的市场也将逐步发展和完善^[14]。这时,也将是我国图书馆学情报学期刊根据各自的特点和优势制定发行策略,综合运用多种方式开拓发行市场,以应对日趋白热化的国内外市场竞争的大好时机,更大程度地推动我国图书馆学情报学的发展。

参考文献:

- 1 中国图书馆年鉴编委会. 中国图书馆年鉴(2003 年卷). 北京:北京图书馆出版社,2004
- 2 新闻出版总署. 出版物市场管理规定(新闻出版总署令第 20

[作者简介] 王传清,男,1980 年生,硕士研究生,发表论文 3 篇。

(上接第 133 页)

(第一代)、基于集成信息服务(第二代)向基于用户信息活动的第三代数字图书馆发展。新一代数字图书馆是以支持用户灵活地处理信息、提炼知识和交流协作为核心,围绕用户信息活动和用户信息系统来组织、集成数字信息资源和信息服务的,但是属于不同数据库供应商的信息资源在组织、整合、加工、链接时会受到知识产权的制约。对这些行为的认定,传统知识产权法已显得力不从心。因此,顺应网络环境,顺乎国际发展趋势,以知识产权保护的国际规范为框架,结合我国的国情,以其他的专有信息产权为补充,构建一个完整的信息产权体系是时代的发展要求。

参考文献:

- 1 陈传夫,韦景竹. 网上信息资源建设知识产权解决方案. 图书馆学

[作者简介] 陈益君,男,1963 年生,研究馆员,部主任,发表论文 50 余篇,主编、参编著作 6 部。

吕慧平,女,1970 年生,博士,馆员,发表论文 10 余篇

- 号). [2003-10-16]. <http://www.hnxweb.com/y/law/fa-xing/fxs.htm>
- 3 王洁. 关于业外资本进入图书发行业的思考. 图书情报知识, 2004(1):88-89
- 4 牛瑾. 放开发行市场后的期刊生存之道. 编辑学刊, 2003(5):19-23
- 5 郑海蓉. 对综合性医学期刊发行量下滑的思考. 编辑学报, 2003,15(2):131-133
- 6 李统兴. 编辑:期刊发行的“隐性力量”. 出版发行研究, 2003(8):68-70
- 7 吴寿兵. 出版市场营销观念下的编辑发行工作. 中国出版, 2003(7):32-33
- 8 周金龙. 夯实基础 品牌战略 规模发展——因书情报工作杂志社成立十周年有感. 图书情报工作, 2003,47(7):13-15,12
- 9 刘宏锦. 浅谈图书馆学刊的定位与发行. 图书馆理论与实践, 2000(2):29-31
- 10 董筱琴. 期刊征订渠道之比较研究. 西南民族学院学报(哲学社会科学版), 2000,21(12):80-81
- 11 陈益君,杨建兵. 我国期刊代理发行的现状研究. 大学图书馆学报, 2000,18(2):27-28,30
- 12 李应红. 试论期刊的异业渠道发行——从《瑞丽》与荣昌·伊尔萨的合作谈起. 出版发行研究, 2003(8):65-68
- 13 新闻出版总署计划财务司. 二〇〇三年全国新闻出版业基本情况. [2004-05-06]. <http://chinabook.gapp.gov.cn/O/Article.aspx?ArticleID=046208&CateID=1010401>
- 14 戴维民. 媒体竞争时代中国期刊业的发展与前景. 中国图书馆学报, 2003,29(6):35-38

研究,2002(4):2-4,7

- 2 陈益君,张军. 网络信息传播的知识产权保护制度研究. 情报学报, 2001,20(5):560-565
- 3 中华人民共和国著作权法. [2003-08-18]. <http://www.copyinfo.com/newlaw.htm>
- 4 Van Reenen J. Consortia and licensing of electronic products: the wave of the future. [2004-05-22]. <http://www.unm.edu/~cse/staff/pubs/jvr.pub2.html>
- 5 梁志文. 技术措施的版权保护. [2004-05-26]. <http://www.obv.cn/jycc/lunwen/list/4886.htm>
- 6 党跃臣,刘红英. 论网络作品的版权技术保护措施. 情报杂志, 2004(4):70-71