

国外科技社团期刊经营策略的分析与借鉴

赵 婵¹⁾²⁾ 张宏翔¹⁾

1)中国科学院国家科学图书馆,100190,北京;2)中国科学院研究生院,100190,北京

摘 要 通过对国外科技社团期刊经营策略的全面研究,分析了国外科技社团期刊经营策略,并结合我国科技社团期刊出版改革的实际情况,为我国科技社团期刊未来经营发展提供了相关借鉴。

关键词 科技社团;科技期刊;期刊经营

1 引言

自改革开放的30多年来,我国社会主义市场经济体制已初具规模,随着文化赖以生存和发展的经济基础、体制环境、市场需求、传播手段都发生了深刻变化,市场竞争机制被逐步引入出版业,科技期刊的市场营销成为一种必然趋势。一方面,在2011年7月,在国家新闻出版总署明确了非时政类报刊出版单位体制改革的确切路线图与时间表后,全国各省份先后不同程度地启动与完成了各地区非时政类报刊出版单位的转企改革工作,并针对转企改革的具体方案、出版单位与企业制度的有机衔接以及融资等各项内容有了初步的部署和尝试。另一方面,国际出版市场竞争激烈,国内科技期刊迫切需要有效的市场经营策略。随着出版市场的开放,国外出版商纷纷进驻是必然趋势,他们拥有成熟的商业化运作、集团化经营与国际化影响力,这给中国出版产业带来极大的竞争与挑战。

鉴于以上原因,科技社团期刊的经营发展迫在眉睫。科技社团期刊如何在突破自身发展缺陷与体制束缚的双重枷锁的同时,找到适合自己的市场经营策略?本文通过分析国外科技社团期刊的关键经营策略,以及国内转企改制期刊出版单位经营的实践经验,总结分析并提出适合国内科技社团期刊发展的经营策略。

2 国外科技社团期刊的经营策略分析

高度发达的经济科技水平、高度独立的社团经营权利、完善的期刊出版的发展环境孕育了国外科技社团期刊成熟的商业化运作体系。在高度市场化的经营运作体系下,它们多以期刊内容、服务增值、版权、期刊广告、商业投资等多手段综合性的业务经营为主,并配以规模化和集团化的经营模式,近年来,国外科技社团期刊将注意力主要集中在商业模式的创新上。以上述综合性的经营与创新化的商业模式为基础,本文将ACS(American Chemical Society,美国化学学会)、IEEE(Institute of Electrical and Electronics Engineers,美国电气和电子工程师协会)、IOPP(Institute of Physics Publishing,英国皇家物理协会出版社)为例,分析这3个协会旗下科技社团期刊不断尝试和开发适合各自期刊经营发展的关键经营策略。

2.1 IOPP关键经营策略分析

2.1.1 国际合作出版

IOPP目前拥有65种期刊及少量杂志,其中34种为合作出版,涉及合作出版方多达32个。其中与中国合作的机构包括中国天文协会、中国电子学会、中国物理学会、中国力学学会等;与中国合作的期刊包括《中国物理快报》、《中国物理B》、《中国物理C》、《理论物理通讯》、《化学物理学报》、《等离子体科学和技术》、《地球物理与工程学报》、《半导体学报》、《天文与天体物理学研究》、《中国科学基金(英文版)》等。

IOPP为合作机构制定了非常全面具体的项目管理与发展服务计划,包括同行评议、产品服务、数字获取、价格策略以及市场策略等,这些富有创新性的合作服务吸引了国际许多大型机构与IOPP

进行出版合作。此外,IOPP的国际合作出版服务体系已经十分成熟。IOPP可以根据机构出版的刊物种类与出版需求来制定适合刊物在全球范围内出版的计划。IOPP作为一个社会出版商,拥有丰富的行业知识和出版经验,可以为机构提供专业指导和建议以解决关键的出版问题,如创新性、开放获取、Web 2.0和3.0^[1]。

2.1.2 数字化建设

IOPP一直致力于数字出版的建设。1995年出版了第一份网络期刊《经典量子重力学》,从此期刊网站便渐具规模,同时在网站上还可以检索到自1874年以来的所有期刊文章。目前IOPP拥有在线文章3万多篇,2011年的文章下载量为2200万次。此外,IOPP还拥有6个自建网站以及包括IOPscience在内的4个电子产品。以IOPscience为例,它是IOPP期刊的在线服务平台,研究人员通过技术先进的在线服务站可以更容易地获取科学、技术和医药方面的最新科研成果,管理自己的研究信息。IOPscience的功能有:

保留用户浏览历史,加速文章搜索;自动发送最新文章;可查看未发表的文章的预印本;交流与分享等。期刊出版的数字化建设使用户体验得到全面升级,并增强了期刊进行学术交流的广度与力度。

2.2 IEEE关键经营策略分析

2.2.1 规模化经营

IEEE(美国电气和电子工程师协会)是世界上最大的专业学会,拥有超过40万名会员、10.7万名学生会员,333个分支机构遍布世界10个地区,有38个分会和7个理事会,2178个学生组织分布在世界80多个国家,还有404个非电子领域的机构团体。如此大规模、细分化的学会组织,成为其期刊出版经营的坚固基石。IEEE每年出版150个会议集、杂志与期刊,1500多份技术标准,每年在81个国家举办1300多场学术会议^[2]。从这些数字可以分析出IEEE不仅致力于开拓社团规模与地域分布,还进一步通过社团规模化经营所带来的优势,结合联合办刊等方式对IEEE期刊等出版物进行集群化出版与经营。IEEE规模化的出版与经营优势十分显著,主要包括:提升科技期刊质量与品牌;优化资源配置与资源集中;促进期刊国

际化发展;增强抗风险能力;拓展期刊外延功能与创新等。

2.2.2 品牌建设

IEEE的品牌建设主要依靠两种产品,分别为技术标准的出版、全球会议的组织。

(1) 标准出版

IEEE出版的技术标准享有全球美誉,是全球技术标准的权威,其每年出版标准大约1300多个。IEEE设立了专门负责制作技术标准的IEEE标准委员会,委员会负责IEEE技术标准的开发等相关事宜,并且IEEE技术标准委员会自行研发了一套制作标准的周期图,这个制作标准的生命周期图分6个阶段,按时间顺序分别为启动该项目、动员工作小组、将标准图表化、投票、获得最终批准、维护标准。IEEE在制作与出版标准的严谨、专业、富于效率的做法赋予了IEEE标准在全球学术界不可取代的地位,这份不可取代的标准出版为IEEE带来了自己的出版品牌,也成为了IEEE出版经营的最大优势之一。

(2) 全球会议

IEEE设立了专门负责会议相关事务的IEEE会议主办委员会,负责会议的筹办、商业支持与服务等。IEEE每年在80多个国家举办1300多次年度会议和学术会议,除此之外,IEEE高度参与到与技术项目有关的贸易活动、培训研讨会、招聘会和其他项目中。同时,全球会议的筹办存进了IEEE会议集的出版发行。IEEE每年出版1200多个顶尖会议论文,这是全球学术界和工业界公认的关于电子工程、计算机科学等相关领域最重要的会议论文集。这些会议论文集的优点在于:最新的研究成果、高质量的内容、开放获取及同行评议的出版方式等。大量的国际会议与最新的论文出版给IEEE带来的巨大的全球影响力,实现了品牌效益与经济效益双丰收。

2.3 ACS关键经营策略分析

2.3.1 独自办刊

ACS期刊的出版经营模式主要以自主创刊为主,辅以少量合作出版。ACS出版机构根据对市场需求的预测,适时创办符合受众需求的刊物,占有市场份额。目前,ACS正在出版的科技期刊为46种,其中43种由自己创办、独立出版。ACS

最早创刊的是《美国化学学会会志》,创刊于1879年,最近的新刊是在2012年出版的《ACS大分子通讯》和《ACS合成生物学》。2000—2012年ACS创办新刊21种,占目前ACS出版期刊总数的45.6%。独自创刊是ACS市场化经营管理期刊的重要特征。ACS出版机构根据学科发展动态与用户需求独立创办期刊,收集和刊登学科发展的最新成果与研究热点,这既符合了用户对最新研究动向和成果的需求,使期刊出版发行得到了巨大的经济效益,也发挥了引导学科发展和开展学术交流的功能。这种与时俱进的、市场化办刊的做法为ACS期刊出版经营带来了源源不断的收益。

2.3.2 电子服务

ACS经济收入主要来源于其电子服务的运营。ACS开展的电子服务项目主要包括两大部分:出版物的传统订阅与电子订阅,且电子订阅的数量与收入逐渐超越了传统订阅的数量与收入。据ACS年度报表显示,ACS在2010年的电子服务收入为390 386美元,占当年总收入的82%,2009年ACS的电子服务收入为375 742,占当年社团总收入的75%^[3]。目前,用户可以在ACS网络平台在线获取100万篇文章,包括ACS电子版本、书籍、CAS分析与摘要、专利、研讨会档案集、C&EN Online等。图书馆、团体和被ACS认可的机构可以通过ACS订阅代理商或者直接访问ACS订阅其电子产品。所有的机构要求订阅ACS电子产品时都必须签署ACS销售协议,协议随着订购内容、价格、条件等每年都会进行调整,且ACS规定最低需购买一年的服务。在2012年春季,ACS推出了扩大用户获取ACS出版内容的新服务:每个ACS会员每年可以免费获取25篇ACS文章,这些文章价值875美元,是普通会员会费的五倍价钱,文章范围包括ACS期刊、ACS会议论文集的电子书和C&EN档案。会员只需要通过ACS出版网站输入自己的ACS ID号码选择自己所需要的文章即可。会员可以凭借自己的ACS ID号码以每篇12美元的价格购买期刊文章和ACS会议论文集的电子书,以每篇5美元的价格购买C&EN档案文章,这个价格是非会员的6折。ACS准备了两种价格方案以方便会员如果想获取整套的ACS期刊、ACS会议论文

集的电子书或者C&EN档案文章。方案一,会员可以花500美元获得250篇文章;方案二,会员可以花1 000美元获得500篇文章。这些购买计划都可以从ACS出版网站上实现。ACS推出个性化期刊订阅策略,即会员在已经缴纳会员费的情况下,每年再缴纳85美元就可以享受获取250篇ACS期刊文章的服务。多样化的电子出版服务为ACS出版经营带来强大优势。

3 对我国科技社团期刊经营发展的借鉴

3.1 国家政策层面的建议

我国经济和社会发展的逐步转型促使文化体制的全面变革,文化体制的变革又推进了我国科技期刊转企改制的进程。我国科技社团期刊总体发展态势良好,并不断进行数字化、集群化与市场化的积极尝试,如中华医学会、中国光学学会等。然而,不同于国外科技社团期刊,我国科技社团期刊市场化经营所面临的政治法律环境、经济环境、社会文化环境、技术环境与全球化环境并不完善,成了我国科技社团期刊经营发展的制约因素。因此我国科技社团期刊的发展还有待于国家从政策、资金等领域给予充分的支持和完善。例如,培育更多市场主体;制定完善的法律法规,以法律推动科技期刊的发展;实施对科技期刊的政府资助及国家减免税政策;探讨更有利于国内期刊发展的期刊评价体系和科研绩效评价体系等^[4]。

3.2 我国科技社团经营策略的建议

3.2.1 以联合办刊为基础,发展期刊集群化

据调研,我国科技社团期刊主要采取联合办刊方式,即由全国学会与其团体会员共同作为期刊的主办单位,这些团体会员大多是本学科的相关科研机构,具有丰富的学术资源和专家资源,是办好科技期刊的重要学术依托^[5]。科技社团期刊应利用科技社团所拥有的科学共同体的资源和力量,以及联合办刊的合作基础,进一步开展科技社团期刊集群化发展,对科技社团期刊进行统一的管理、出版与经营。

3.2.2 以专业化的经营队伍,实践市场化经营

我国科技社团是其科技期刊的主办单位,并主管科技期刊的编辑与出版,是其所属科技期刊

的直接领导机构;因此,科技社团更应发挥其管理者的作用。笔者认为科技社团应建立科技期刊经营委员会,主要负责科技社团期刊的经营并给予相关科技期刊经营管理方面的支持与帮助。这种做法的优点在于:科技社团在社会上往往拥有很高的地位和影响力,以科技社团名义组建期刊经营队伍,更易吸引高水平的经营人才;科技社团对主办期刊有更加深刻的了解,更易制定适合学科特点、期刊发展的经营策略;科技社团期刊经营团队的成功实践可以为非社团主办期刊的经营带来更多借鉴。

3.2.3 以跨领域的合作,丰富期刊经营项目

国外科技社团期刊的合作领域非常广泛,涉及教育、社会、行业、政府政策等,合作领域的广泛促进了合作方式的灵活性,丰富了期刊经营项目,从而引导了经营策略的不断创新。发展我国科技社团期刊的合作应注意以下两点:科技社团期刊应根据经营策略、学科特点及期刊特色面向特定领域组织相关活动、会议、宣传、项目合作等,例如,科技社团期刊可以根据学科内热点问题面向高等院校的学生组织专家论坛,进一步提高学科影响力与期刊知名度。科技社团应积极加强与企业的沟通,探索与企业合作的最优方式,并通过与企业合作开展项目,吸收与借鉴企业在经营产品及管理方面的有效经验,调整科技期刊经营方向,巩固科技社团期刊进行市场经营的实力。

3.2.4 以创新的数字出版方式,提升期刊经营能力

面对未来数字化出版的趋势,科技社团需加强数字在出版的建设来提升科技社团期刊经营的能力。因此,我国科技社团期刊进行数字化建设时应主要侧重以下几个方面:联合开发数字化网络平台的建设,这需要与IT界合作,提供相应的技术与服务。科技期刊的数字化网络平台建设是一项长期而艰巨的事业,它不是单一刊物可以胜任的,需要科技社团政策的支持与财政资助。组建跨学科联合数据库是将来我国科技社团期刊进行市场化经营的重要武器,通过经营自己的知识数据库而得到的收入是国外科技期刊出版机构的重要收入来源之一。我国拥有极其丰富的学术资源与专业的数字出版技术,科技社

团可以利用这些有利条件,联合学科内科技期刊或相关科技期刊组建大型的知识数据库,占据国际期刊市场份额。新社交网络下的新型数字传播方式,是指科技社团期刊可以根据新型的社交方式来宣传、出版自己的科技期刊。如国内流行的博客、微博、论坛等方式。开发多样化的数字产品和服务。开发基于期刊内容和用户需求的不同形式的数字产品和服务,这是提高科技期刊收益的有效手段之一。例如,可以根据用户需求,开发应用于移动产品(如手机、平板电脑等)的数字内容与服务等。

我国科技社团期刊正处于出版体制的转型期,国家层面并没有给出针对学术期刊的出版改革具体的建议,这使得我国科技社团期刊处在出版体制改革的盲目期与艰难期,但这又何尝不是一次科技社团期刊超越自我、与时俱进的蜕变期。我国科技社团期刊应积极尝试和探索适合学术期刊市场化经营的路径从而适应我国市场化发展的需要。

参考文献

- [1] IOPP Partners [EB/OL].[2012-10-10]. <http://iopublishing.org/partners/>.
- [2] IEEE at a Glance [EB/OL].[2012-10-10]. http://www.ieee.org/about/today/at_a_glance.html/.
- [3] ACS.2010 Audited Financial Statements and Management's Statement of Responsibility[R].2011.
- [4] ACS Publications [EB/OL].[2012-11-04]. <http://pubs.acs.org/>.
- [5] 初迎霞,张品纯,韩振中,等.全国学会科技期刊的出版特点分析[J].学会,2011(6):55-60.
- [6] 朱晓文,刘培一,张宏翔,等.国外科技社团期刊出版分析与借鉴[J].学会,2007(6):30-40.
- [7] ACS Publications [EB/OL].[2012-11-04].<http://pubs.acs.org/>
- [8] IOP About Us[EB/OL].[2012-11-04].<http://iopublishing.org/aboutUsDetails>.
- [9] IEEE Publications & Standards [EB/OL].[2012-11-04]. http://www.ieee.org/publications_standards/index.html.