

科技期刊强化宣传推广的若干策略

■陈培颖 任艳青 欧彦 朱岩 张哲

收稿日期: 2015-03-23

修回日期: 2015-06-10

中国科学院自动化研究所《自动化学报》、*International Journal of Automation and Computing* 期刊联合办公室, 北京中关村东路95号 100190

摘要 【目的】针对科技期刊传统的宣传策略大多存在效率低、影响范围小等缺点, 提出一套依托网络技术和数字技术的期刊精细化宣传策略和技巧。【方法】以《自动化学报》和 *International Journal of Automation and Computing* 实践为例, 从宣传内容和宣传方式两个方面阐述了精细化宣传的实施步骤和方法。【结果】实践证明, 自借助网络和数字新技术实施精细化宣传工作以来, 两刊实现了精确定位宣传目标和细化宣传工作流程的目的, 促进了宣传效果最大化和期刊影响力的提升。【结论】有效地将先进的网络、数字技术及管理理念引入期刊宣传工作中, 有利于期刊品牌快速推广。

关键词 科技期刊; 宣传; 网络技术; 数字技术; 精细化管理

DOI: 10.11946/cjstp.201503230257

1 引言

在商品经济社会, 科技期刊作为一种信息产品, 面对品种繁多的同类商品, 同样经受着激烈的生存竞争^[1-3]。要想在竞争中立于不败之地, 除了一流的质量、一流的管理, 一流的宣传也是必不可少的。大力宣传推广刊物不仅有助于读者了解刊载内容, 增加引用, 也有助于吸引优秀稿件, 全面提高期刊影响力。

传统的期刊宣传方法包含邮寄赠刊、发放宣传册等方式, 但是, 如果单一的依靠传统方式, 很难摆脱效率较低、影响范围较小等缺点。在数字化和网络化技术迅猛发展的今天, 国内外大型出版社和单刊编辑部已经开始尝试互联网时代中更高效、便捷的宣传途径, 比如电子期刊目录、微信、微博、社交媒体等方式^[4]。文献[5]讲述了如何选择合适的媒体来宣传期刊, 以及如何制作贴切的广告术语; 文献[6]提到了在网络出版时代, 如何加强单篇论文中期刊信息的宣传; 文献[7]介绍了如何推广期刊网站, 特别是如何被大众搜索引擎收录, 提高网站可见度; 文献[8]通过调研医药行业期刊的媒体推广工作讨论了其通过社交媒体和大众媒体等宣传期刊的情况。这些方法和建议有效地拓展了期刊的宣传途径。

此外, 近年来, 精细化管理理念也逐渐被引入

到期刊的管理工作中。精细化管理强调将管理对象逐一分解、量化, 注重细节管理, 让付出的投入在每一个时刻都处于受控状态, 并认为在目标明确、方向正确的前提下, 细节把握的越准、控制的越严, 就越有成效^[9]。文献[9-13]分别针对稿件审理和编辑加工流程介绍了精细化管理策略。但目前还未有文献介绍如何实现期刊宣传工作的精细化管理。

《自动化学报》和 *International Journal of Automation and Computing* (以下简称 IJAC) 是中科院自动化所参与主办的两本中、英文刊物。自2012年以来, 两刊编辑部借助现代网络和数字新技术开展了多项精细化宣传策略, 弥补了传统宣传方式的不足。本文将结合实践经验, 从宣传内容、宣传方式两个层面探讨基于数字技术和网络技术的期刊精细化宣传策略和技巧。

2 宣传内容精细化

做好期刊宣传工作, 首先要精确细分宣传内容, 明确宣传目标, 做到有的放矢。针对作者, 可以选择征稿通知、期刊介绍等内容, 针对读者, 则可选择期刊单篇论文、专题(专刊)、论文汇编(如虚拟专题等)等内容。

2.1 征文通知

期刊的征文通知可分为普通征文通知和专题

第一作者简介: 陈培颖(ORCID: 0000-0003-3641-7484) 副编审 科研支持部副主任兼 IJAC 编辑部主任 E-mail: peiyang.chen@ia.ac.cn

(专刊) 征文通知。普通征文通知中要明确期刊征稿范围、栏目分类、投稿注意事项、投稿途径、编辑部联系方式、期刊收录等信息。专题(专刊) 征文通知中还需说明本次专题(专刊) 的组织目的、征文范围。对读者来说,专题(专刊) 征文通知不仅起到了征稿的作用,同时也起到了出版预通知的作用,是提升专题关注度的一个有效手段。此外,征文通知中特别要强调的是期刊官方投稿链接,避免作者轻信伪官方网站或论文发表网站上的虚假信息。

2.2 单篇论文

按照发表类型,对于发表的综述、研究性论文、短文、通讯等除了可以考虑以当期目录形式推送宣传外,也可考虑按照论文和读者的研究方向,实施单篇推送。比如 IJAC 采用的“一对一好文推荐”方法,即论文作者向编辑部提供相关领域的专家名单,然后编辑部以期刊名义向这些专家推荐本论文,有效地帮助作者提高了论文的关注度。

2.3 专题(专刊)和论文汇编

期刊发表的热点专题和专刊体现了期刊跟踪学术前沿和学术热点的能力,是吸引读者关注期刊的有效方式之一。专题(专刊) 可按照研究方向推送给从事此方向研究的人群。为了吸引读者注意力,还可附上体现专题(专刊) 特色或亮点的点评。此外,如果期刊连续做过几期同一研究方向的专题(专刊),还可汇编成合集来宣传。以 IJAC 为例,期刊自创刊后共发表了 27 期专题,编辑部在宣传这些专题时,对专题重新打包、组合,重点推出了四大类专题合集:(1) 最新计算方法合集:包括“计算智能理论与应用”专题、“云计算”专题、“大数据”专题等;(2) 自动控制合集:包括“非线性系统的控制与观测最新研究进展”专题、“复杂系统控制、建模和预测的最新进展”专题等;(3) 仿生机器人合集:包括“仿生机器人”专题、“智能系统和机器人”专题等;(4) 交叉学科研究进展合集:包括“医学影像技术与应用”专题等。按照研究方向重组后的专题合集,使读者系统地了解了该领域的研究进展,体现了期刊在跟踪热点问题上的实力。

此外,还可将近年发表的论文按照研究方向分类汇编,做成虚拟专题,分别发送给相应研究方向的专家。这种方法打破了整期推送时涵盖较多研究方向的局限,方便了读者有针对性、有选择性地阅读期刊内容。

3 宣传方式精细化

针对征文通知、单篇论文、以及专题(专刊) 或论文汇编,下面将具体探讨如何通过电子目录、网站、社交媒体和大众媒体四个主要的网络平台宣传期刊。

3.1 电子目录

鉴于电子目录制作成本低、发送便捷、方便浏览等特点,不少国内外出版社和编辑部开始采用电子目录这一新形式进行宣传与传播。

制作电子目录常用的软件有 Dreamweaver、Frontpage、KindEditor 等软件。通过这些软件,可以将电子目录制作成文本格式和 HTML 格式,作者根据邮箱的设置可以选择阅读不同格式的目录。电子目录需要一定的美工和内容布局设计,色彩和布局上尽量简洁、清晰,突出重点。在美工设计上,多数科技期刊采用与期刊网站色彩呼应的配色方式;在内容上,可以选择征文通知、当期目录、专题(专刊) 或论文汇编等。笔者调研了 Springer 出版社的电子目录和一些国内单刊的电子目录,其内容主要包括以下几方面:

(1) 期刊简介,包括期刊基本信息、网址和投稿链接、阅读本刊全文的网址链接等。如果内容过多(比如编委列表),可做成网页链接方式;

(2) 增值服务,如免收版面费、快速发表等;

(3) 定制和退订该电子目录的联系方式。特别注意的是,国际上对于电子邮件群发管理有相关法律和规定(比如 Can Spam Act of 2003)^[14],为避免侵犯收件人的利益,在发送电子目录前要避免再次发送给已退订的用户;

(4) 推送内容,如征文通知、当期目录、专题(专刊) 目录、虚拟专题等,后者还需包括论文题目、作者、全文和摘要链接。还可适当加入主编推荐或点评以吸引读者关注。

《自动化学报》和 IJAC 自 2011 年开始利用 ScholarOne 审稿系统的群发功能,向注册用户发送包含当期目录或征稿启事的电子目录,方便了期刊编委、审稿人和作者及时了解本刊最新内容。同时,为了提升电子目录的美观性、视读性,期刊还设计制作了 HTML 格式的电子目录,并以相关领域 SCI 期刊作者为推送目标,扩大电子目录的发送对象。具体做法是,通过 Web of Science 数据库,利用

关键词搜索或期刊搜索的方式筛选相关论文,然后导出相关论文作者的邮件地址,再通过 JMail 等软件或数据库服务商、软件服务商的邮件群发平台发布出去。这里简单介绍两种我刊利用文献数据库定位发送对象的方法和技巧:

(1) 关键词定位法

关键词法适用于专题(专刊)目录、同一研究方向的论文汇编和专题征文通知的推送,即选择相关研究领域关键词和发表年代作为高级搜索的限定,来定位数据库中的相关论文作者。如果数据库(如 Web of Science)已将论文作者按照若干子研究方向进行分类,也可以按类来筛选相关论文作者。比如 IJAC 在推送“机器人技术与仿生技术”专题时,选择了 Web of Science 作者分类中的“Robotics”和“AI, Robotics & Automatic Control”两个子领域来筛选相关论文作者作为电子目录的发送对象。

(2) 期刊定位法

期刊定位法适合当期目录和普通征文通知的推送,即选择与本刊同领域的期刊,然后导出这些期刊近几年的作者作为推送目标。比如 IJAC 在推送含有“大数据”专题的当期目录时,由于包含专题论文和普通论文,因此选择了期刊定位法,所选择的近 10 种 SCI 期刊包括了三类:(a) 专题客座教授推荐的 3 本相关领域国际刊物(如 *Data Mining and Knowledge Discovery* 等),(b) 自动化与计算领域国际顶级刊物(如 *Automatica* 等),(c) IJAC 引文来源期刊(如 *IET Control Theory and Application* 等)。这三类刊物覆盖了对当期目录中专题和普通论文均感兴趣的 SCI 论文作者群。

为了监测电子目录的发送效果,编辑部通过检测所有发出邮件被收件人打开的比例和电子目录中每篇论文链接被点击的次数来调整关键词或期刊定位范围,促进宣传效果最大化。

3.2 网站

3.2.1 加强期刊自有网站建设,增加文献细分功能和深度检索功能

网站或主页是科技期刊内容的重要宣传阵地之一。在数字化和网络化的今天,流水账式的期刊目录已不能满足读者的需求,更多读者倾向于以搜索和聚合技术来获取文献信息。因此,除了简单的高级检索查询外,期刊网站可考虑增设论文分类阅读和深度检索功能模块。《自动化学报》和 IJAC 在

期刊主页上设计了以下三种文献细分检索栏目:

(1) 专刊栏目和综述栏目

专刊栏目和综述栏目可用于罗列期刊历年发表的专题、专刊和综述列表,点击题目便可链接至全文进行阅读。大多数国内中、英文期刊网站采用了这种方式。

(2) 虚拟专题栏目

为了给读者提供多维度筛选论文的功能,IJAC 还在网站上开辟了虚拟专题栏目,在该栏目中,点击某一子方向关键词,则历年在这个方向上发表的文章便全部被检索出来了。具体方法是:首先将“稿件研究方向”作为主编终审意见的必选项,要求主编从期刊征文方向(包含 12 个研究方向)中为拟录用的稿件选择对应的研究方向名称,即给稿件贴上标签;待录用稿件在网站上发布后,读者可点击研究方向名称,搜索到该方向所有已发表和已录用的论文,达到了论文分方向阅读的目的。

(3) 知识服务平台

随着期刊文献的不断积累,为了更大程度挖掘刊载论文之间的相关性,提升论文分类检索能力,国内外各大数据库在知识服务方面也进行了一定的探索,如中国知网开发的“学术趋势”搜索、万方数据开发的“知识脉络”功能、Springer 推出的“AuthorMapper”等。为使作者了解期刊发表文献所体现的知识关联,《自动化学报》也开发了适合本领域期刊的知识服务平台^[15],通过该平台的知识路径、树形查找、知识拓扑、作者拓扑、新兴热点等几大功能模块,作者可以通过图解来获取关键词之间的知识结构和专家之间的合作关系。该平台为作者提供了另一种查阅相关文献的高级检索方式。

(4) 文献自推荐系统

除了与大多数期刊网站一样,设置“高下载论文”推荐栏目外,《自动化学报》在网页改版后,在单篇论文的摘要页面,增加了“作者相关文章”栏目,以达到相关文献自推荐目的。目前,国内外出版商推出的一些利用网络技术的新颖推荐手段也为我们提供了很好的借鉴和努力方向,比如 SpringerLink 设置的“What's being read within your organization”栏目(即根据订阅用户的 IP 地址追踪该用户群体正在阅读的论文)及“Featured Journals”栏目(即根据搜索热度和文献下载量推出热门期刊列表);以及 IEEE 推出的“Popular Search Terms”,即通过列举网

站检索频次最高的关键词,来反映当前读者关注的热点研究方向。此外,一些大型出版社还推出了“猜你喜欢”式的自推荐阅读服务,如 Elsevier 在 Scopus 和 ScienceDirect 中使用的 BX 推荐系统,即用户能够在阅读数据库中某篇文章时查看 BX 推荐,根据系统推荐的相关论文进行深入研究^[16]。

3.2.2 构建移动客户端,增加阅读新体验

随着期刊应用程序(期刊 App)开发技术迅速发展,期刊网站的网页浏览形式也已开始向移动设备延伸,以适合智能手机和平板电脑等智能移动终端阅读的新媒体杂志形式^[17-18]。国外数据库出版商在移动服务方面发展较早,根据 2012 年统计^[19],Wiley 数据库在移动 APP 的开发上遥遥领先,应用数有 197 个。尽管我国科技期刊的 App 应用程序开发较晚,但近两年不少学科领域内的优秀期刊通过与信息技术公司或团队合作,开发出了自己 App 应用程序。顺应移动阅读的发展趋势,《自动化学报》2014 年依托研究所科研团队开发了 AAS_Android_app V1.2,这是与《自动化学报》网站相配套,及时更新期刊发表论文、最新动态的一款移动终端应用软件,主要包括文献查询、阅读、下载、分享和评价等精细化查询和分类阅读功能,方便了读者随时随地地阅读期刊论文,也增加了读者之间互动。

3.3 社交媒体

伴随着数字技术的进步,微信、微博、博客、Linkedin、Facebook、Twitter 等国内外常用的网络社交媒体平台,逐渐活跃于学术期刊数字出版领域。中国科协 2013 年调研数据显示,在调研的 674 种科技期刊中,有 245 种期刊启用了一种或多种社交媒体技术来宣传期刊,其中微博占 14.1%,移动终端占 7.3%,微信占 5.9%^[20]。尽管微信作为一种新的社交媒体工具,采用微信宣传期刊的编辑部还不是很多,但无论从微信公众平台用户使用数还是技术成熟度来看,它都成为一款具有覆盖性的社交平台^[21]。

为方便读者查阅稿件、及时收取期刊最新出版信息,《自动化学报》开通了微信公众号;同时,为拓展国内外读者群,借助多种社交媒体,《自动化学报》和 IJAC 还分别在新浪网和科学网开设了期刊的博客、微博,并在 Linkedin 上开通了期刊英文信息

的推介平台,来发布期刊当期目录和征文通知。为了细化信息发布流程,监督发布效果,编辑部把通过社交媒体发布信息的方式融入期刊出版流程,以便定期定时发送,满足了作者和读者对信息获取及时性、便捷性和互动性的新诉求。

3.4 大众媒体

依托大众媒体平台和多媒体技术,促进多种媒体信息融合,整合利用外部资源,间接宣传期刊的内容和相关前沿科技信息的方式也逐渐被期刊人重视起来^[22-24]。借助大众媒体和外界媒体优势,IJAC 也尝试了多种方式的宣传,并细化了发布信息的渠道和内容:(1)借助合作出版社 Springer 官网的广告条目,刊载了期刊专题亮点和征文通知;(2)依托《科技导报》的国内期刊亮点栏目和其网络平台宣传我刊发表的热点文章和专题;(3)与自动化和计算领域顶级学术国际会议合作(如 IFAC、CVPR、ICPR 等)将期刊 LOGO 和简介发布在会议官网上,以增加期刊形象和品牌的显示度;(4)注册 EurekaAlert! 中文版来发布期刊重要研究成果的简介,依托该网站近万名注册记者的资源 and 浏览量,帮助作者推广研究成果,促进单篇论文的宣传效果。此外,一些国际优秀刊物依托多媒体数字技术宣传期刊的实践也为我们带来了更多可借鉴的经验:比如 *Science* 和 *Nature* 充分利用新闻媒体的作用,将刊载的重要科研成果通过新闻、科普、视频采访等方式在网站上公布于众;再比如 *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*(PNAS)借助先进的数字显示技术,通过第三方基于网页制作的软件 Tiki-Toki 设计制作了 100 周年纪念时间轴,让读者可以从世界历史、科技发展史、PNAS 典型报道三个维度地了解这 100 年间发生的重要事迹,界面简洁、便于操作,方便了读者了解 PNAS 刊载的重要研究成果和研究背景,从而达到了宣传期刊的目的。

4 网络环境下期刊宣传的注意事项

在上述介绍的宣传策略中,还应注意根据宣传模式的改变,调整宣传主体的展示方式,注重细节的设计,比如

(1) 增强期刊的品牌形象设计

期刊的 LOGO 和封面是呈现给读者的第一印象。在网络宣传中,由于图片像素的限制,有些纸

本期刊的封面在网络发布时显示不够清晰。为了在网络媒体中清晰的体现封面元素、便于读者记住刊名等重要信息,编辑部在设计期刊 LOGO 和封面时,尽可能选择较大字号,简洁、清晰的突出期刊全称或简称,并可通过断行、字号和颜色变化等方法对刊名格式进行设计,增加刊名的视读性和易记性。

(2) 改善期刊内容的出版形式

传统纸媒科技期刊的内文与四封(含有目录及期刊版权信息)装订在一起,读者在阅读内文时,如果想了解期刊的更多信息,如刊名、刊期、卷次、期次、出版日期、投稿邮箱、官方网址、编辑部地址、目录等,可直接翻阅四封便能得到相关信息。但网络传播和检索方式获得的论文通常以单篇论文形式出现,因此若想通过单篇论文了解更多的期刊情况,需要在内文中增加一定的信息,比如期刊网址、全文下载链接、投稿网址等重要信息,并将期刊目录中体现的论文类型、专题(专刊)名称等标注在文内适当地方。此外,还可利用现代技术,制作、刊载包括较多信息的二维码^[25]置于内文;以及采用 XML 排版技术,使得内文以 PDF、HTML 等不同格式适应移动客户端用户阅读。

(3) 加强版权保护意识

在利用网络途径宣传期刊内容时,需要加强版权保护意识,避免侵犯作者或期刊的权益。比如,根据合作出版社的合作协议以及与作者签署的版权转让协议,明确发布范围;或通过文献 PDF 文件上添加水印的方式来限制文献使用权限等。

5 结语

期刊的宣传是一种品牌推广的过程。快速发展的数字技术和网络技术,给期刊宣传带来了更多便利而快捷的宣传方式,也为读者增加了获取信息的新途径和阅读文献的新体验。然而,面对技术含量越来越高的宣传方式,还很少有人关注宣传工作中的精细化操作。因此,本文提出一种依托网络和数字新技术实施精细化宣传的策略,使得期刊宣传工作更加有针对性、规范性、和合理性。实践证明,《自动化学报》和 IJAC 在实施精细化宣传策略的三年中,各项指标都有很大进步。《自动化学报》2012年和2013年核心影响因子分别达到1.328和1.39,连续两年蝉联学科内第一名;从下载率上看,IJAC在SpringerLink上的下载率从2011年的9332次快

速上涨至2014年的26541次,增加了近两倍,同时投稿量也翻了一倍。

未来新技术、新方法仍将层出不穷,期刊人只有不断的积累经验,把握技术发展趋势,敢于创新和实践,才能使得传统期刊积极应对新的出版趋势,满足读者和作者不同时期的需求。

致谢:感谢“小编讲堂”学术沙龙活动,特别是沙龙中《软件学报》编辑部主任方梅老师关于“全媒体时代科技期刊发展策略”的讲座为本文作者了解全媒体时代期刊宣传策略提供了帮助。

参考文献

- [1] 袁晓萍. 科技期刊自我宣传方式探寻[J]. 科技创业月刊, 2006(5): 95-96.
- [2] 朱大明. 略论科技期刊的自我宣传[J]. 编辑之友, 2003(S1): 55-56.
- [3] 倪集裘. 科普期刊如何做好自身的宣传推广工作[J]. 编辑学报 2002, 14(增刊): 66-67.
- [4] 廖光勇, 李春, 沈颖, 等. 电子目录对科技期刊的宣传与传播[J]. 中国科技期刊研究 2014, 25(12): 1495-1498.
- [5] 刘允杰. 浅析期刊推广中的媒体选择与宣传方式[J]. 科技传播 2009(10): 3-4.
- [6] 谢文亮. 网络环境下科技期刊必须重视投稿方式的宣传[J]. 中国科技期刊研究 2014, 25(4): 511-514.
- [7] 付雅静, 钱俊龙. 数字出版时代提高科技期刊显示度途径的探讨[J]. 中国科技期刊研究 2014, 25(10): 1262-1266.
- [8] Vincent Kiernan. Public relations practices at medical journals[J]. LEARNED PUBLISHING, 2014, 27(1): 5-13.
- [9] 谢良才, 张维佳. Excel 在科技期刊组版工作中的应用——科技期刊组版工作精细化的探索[J]. 中国科技期刊研究, 2014, 25(5): 648-652.
- [10] 鲁翠涛, 赵应征, 郑俊海. 科技期刊稿件处理的精细化管理——《International Journal of Nanomedicine》投稿体会[J]. 编辑学报 2014, 26(3): 304-306.
- [11] 宋玉梅, 孙景华. 石油科技期刊的精细化管理与实践——以《大庆石油地质与开发》为例[J]. 中国科技期刊研究 2013, 24(3): 453-455.
- [12] 李春丽. 青年研究类期刊编辑流程的精细化管控——基于《青年探索》的编辑实践与反思[J]. 浙江青年专修学院学报, 2013(4): 61-64.
- [13] 王晓峰, 张永光, 邹钰, 等. 卫生科技期刊审稿专家的精细化管理与服务——以《卫生软科学》为例[J]. 学报编辑论丛, 2014: 276-279.
- [14] Can Spam Act of 2003. [EB/OL]. [2015-03-10]. http://en.wikipedia.org/wiki/CAN-SPAM_Act_of_2003.
- [15] 任艳青, 陈培颖, 胡蓉, 等. 科技期刊的知识服务系统——以《自动化学报》知识服务平台为例[J]. 中国科技期刊研究, 2011, 22(5): 668-692.
- [16] Elsevier and Ex Libris Collaborate to Present bX

- Recommendations in Scopus and Science Direct. [EB/OL]. [2015-03-10]. http://www.exlibrisgroup.com/de/files/Germany/PressRelease/2011/October/Elsevier_ExLibris.pdf.
- [17] 文艳霞. 移动互联网环境下的 App 与期刊 App [J]. 出版发行研究 2012 (9): 82-85.
- [18] 畅榕, 陈伟伟, 邓宇. 期刊 APP 阅读的发展趋势 [J]. 传媒, 2013 (2): 55-57.
- [19] 张苏闽, 鄢小燕, 谢黎. 国外数据库出版商移动服务方案分析及启示 [J]. 图书情报工作 2012, 56(11): 65-70.
- [20] 程维红, 任胜利, 沈锡宾, 等. 中国科协科技期刊数字出版及传播力建设 [J]. 中国科技期刊研究 2014, 25(3): 340-345.
- [21] 张波. 微信公众平台在期刊中的应用路径 [J]. 重庆行政, 2014, 10: 94-95.
- [22] 高健, 陈新石, 游苏宁. 应充分利用大众媒体宣传科技期刊 [J]. 编辑学报 2008 20(3): 235-237.
- [23] 陈培颖, 胡蓉, 张哲. 科技期刊的多元化宣传策略 [J]. 编辑学报 2009 21(5): 429-431.
- [24] Sharon Mathelus, Ginny Pittman, Jill Yablonski-Crepeau. Promotion of research articles to the lay press: a summary of a three-year project [J]. *LEARNED PUBLISHING* 2012 25(3): 207-212.
- [25] 谢文亮, 张宜军. 二维条码在科技期刊中的应用 [J]. 中国科技期刊研究 2013 24(3): 543-546.

作者贡献声明:

陈培颖: 起草论文、文献调研和整理;
任艳青: 提供相关信息、参与论文修订;
欧彦, 朱岩: 参与论文修订;
张哲: 提供相关技术咨询;

Several strategies to strengthen the promotion of scientific journals

CHEN Peiying, REN Yanqing, OU Yan, ZHU Yan, ZHANG Zhe

Editorial Office, Institute of Automation Chinese Academy of Sciences, 95 Zhongguancun East Road, Haidian District, Beijing 100190, China

Abstract [Purposes] For the scientific journals, the traditional methods of promoting publication have some disadvantages, such as low efficiency and limited impact. This paper proposed a series of strategies based on the network technology, digital technology, and the delicacy management method to promote the journals. [Methods] Taking *Acta Automatica Sinica* and *International Journal of Automation and Computing* as examples, this paper proposed the delicacy methods and steps from two aspects including the promoted contents and publicity ways. [Findings] Experience of the editorial offices showed that the proposed promotion strategies provide the journals with a convenient way and immediate promoting effect by means of precisely locating the promotion targets and refining the promotion workflows. [Conclusions] Advanced network technology, digital technology, and delicacy management methods are very useful for the journals' promotion.

Keywords: Scientific journal; Promote publication; Network technology; Digital technology; Delicacy management

(本文责编: 李翠霞)