

中国科协主管科技期刊经营状况研究*

李 慧^{1,2)} 张宏翔¹⁾

收稿日期:2011-06-17

修回日期:2011-09-05

1) 中国科学院国家科学图书馆, 100190 北京市海淀区北四环西路 33 号, Email: lihui@mail.las.ac.cn

2) 中国科学院研究生院, 100190 北京市海淀区中关村东路 80 号

摘要 中国科协目前主管科技期刊 441 种。本文通过问卷调查方式, 获取了中国科协主管科技期刊的基本发展现状、出版发行、广告经营、数字化发展及多种经营等方面的基础数据。调查显示, 中国科协主管科技期刊以非法人出版单位为主, 主要的经营模式为单刊发展, 在经营管理中较为重视经营人才。本文指出了中国科协科技期刊在经营中存在的一些问题并提出了相应的建议。

关键词 中国科协 科技期刊 期刊经营

目前我国正大力推进文化体制改革, 在这一政策的推动下, 国家对新闻出版体制的改革推进力度不断加大。2008 年以来, 我国进一步明确了新闻出版体制改革的时间表和路线图, 一批科技期刊改革试点已经推出并取得成效。面对转企改制的大环境, 科技期刊的经营管理与改革问题已被推上了主管主办单位的工作日程。

为全面了解和掌握中国科协科技期刊经营现状及遇到的问题, 2010 年 8 月 1 日至 2010 年 10 月 15 日《中国科协科技期刊发展报告(2011)》课题组(下称“课题组”)面向中国科协所属全国学会、协会、研究会主办期刊开展了问卷调查, 问卷统计数据为 2010 年上半年数据(截至日期 2010 年 6 月 31 日)。本文利用调查数据并结合中国科协主管科技期刊 2009~2010 年检年度年检数据, 采用定量分析及定性分析法相结合的方法, 对中国科协主管 441 种科技期刊基本概况及其经营状况进行分析研究, 展现其发展现状及问题, 并对其经营提出了具体建议。

1 基本概况

中国科协科技期刊在中国科技期刊中占有举足轻重的地位, 不论是从学术影响力, 还是从期刊数量上, 都可以称之为具有代表性的刊群之一。2010 年中国科协所属科技期刊共 1003 种。其中, 中国科协主管科技期刊为 441 种, 占中国科协所属科技期刊的 44.0%。通过调查数据分析, 中国科协主管科技期刊主要具有以下几个特点。

1.1 非独立法人出版单位为主

通过问卷调查数据显示, 中国科协主管科技期刊出版单位为事业法人、企业法人、非独立法人等几种形式并存。非独立法人单位占主体, 共 311 家, 事业单位 53 家, 企业法人 39 家, 社会团体法人 3 家, 企业法人兼事业法人 1 家, 其他类型 1 家(见图 1)。其中非法人出版单位占 76.4%。

从期刊类别来看, 学术类期刊出版单位 82.8% 为非法人出版机构; 技术类期刊出版单位 78.7% 为非法人出版机构; 综合类期刊 52.4% 为非法人单位; 科普类期刊 39.5% 为非法人出版单位; 2 种检索类期刊均为事业法人出版单位。

非法人期刊出版单位及事业法人出版单位经费来源 50% 以上属于非自筹方式, 依靠主管主办单位拨款。除资金外, 在办公场所、人员编制、资源甚至客户关系等方面都在一定程度上依赖于主管主办单位。

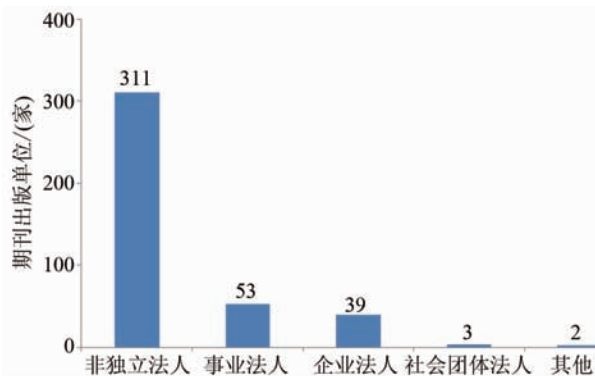


图 1 中国科协主管科技期刊出版单位性质(有效问卷:408 份)

* 基金项目:中国科协资助课题, 课题名称:中国科协科技期刊发展报告(2011), 项目编号:QK2010003-B

1.2 单刊发展是主要模式

我国科技期刊的一个普遍特点是资源非常分散,同一行业或学科的各科研院所、学协会大都有自己主办的刊物,办刊宗旨、报道内容、读者对象存在程度不等的雷同与重复现象。期刊分别由主管主办单位领导的期刊编辑部经营,经营单一化现象严重^[1]。问卷数据显示,中国科协主管期刊以单刊独立经营为主,占调查期刊的71.0%,依托主办单位开展规模集成经营的占20.5%,仅有4.3%的期刊实行学科刊群经营。部分期刊与出版社或商业出版机构合作经营(见图2)。

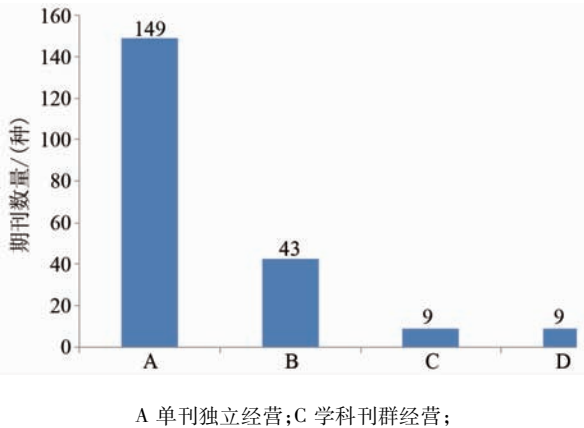


图2 中国科协主管科技期刊经营模式(有效问卷:210份)

1.3 重视经营人才

优秀的人力资源是科技期刊提高竞争力的关键。近年来,中国科协主管科技期刊逐渐意识到人才对期刊发展的重要作用,在不同程度上加大了对人才的重视,特别是在进行企业化、市场化运营的形势下,科技期刊对经营人才也呈越来越重视的趋势。调查问卷数据显示,中国科协主管441种科技期刊目前已有217家出版单位设有专门的经营人员,共计585人。其中由中国科技报研究会主办的《科学中国人》专门从事经营的人员达30人,由中国园艺学会和中国农业大学主办的《中国葡萄酒》杂志的经营人数超过20人。

2 经营状况

本文通过经营活动和经营收益两个角度对中国科协主管科技期刊的总体经营情况进行分析,具体包括期刊发行、广告、数字化经营、举办学术会议培训以及多元化经营等几个方面。

2.1 经营活动

2.1.1 期刊发行

发行是科技期刊存在与发展的立足之本。一般而言,发行量与科技期刊的影响力是呈现正相关的。统计表明,中国

科协主管科技期刊2010年上半年国内发行共计434万册,刊均2.1万册/年。年总发行量大于5万册的仅占被调查期刊的7.1%。年总发行量1万册以下的,占调查期刊的78.6%,这其中,年总发行量低于2000册的又占50%以上。

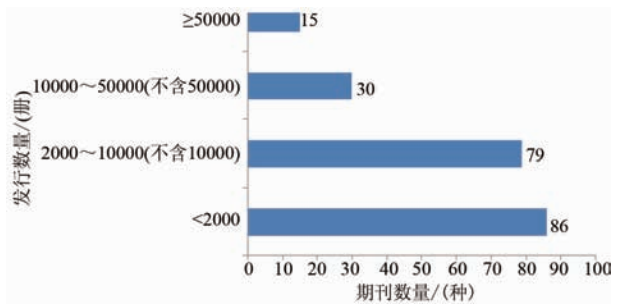


图3 中国科协主管科技期刊国内发行情况(有效问卷:210份)

中国科协主管科技期刊2010年海外发行共计24038册,刊均160.3册/年。发行数量达1000册以上的有13种刊物。海外发行中,大部分属于赠送国际编委、作者,无海外发行收入。

2.1.2 广告

广告是科技期刊经营活动的另一个重要方面。中国科协主管科技期刊采取多种方式经营广告业务(见图4),主要有以下四种:一、自主经营,期刊出版单位设立广告公司或有专门从事广告业务的经营人员,具有合法的广告经营资格;二、委托专业广告公司独家代理;三、混合方式,即自主经营与委托代理相结合;四、其他广告经营方式。50.7%的科技期刊选择自主经营广告业务,一方面可以减少广告收入利润外流^[2],另一方面,期刊自主经营能力的提高,有利于科技期刊的市场化、企业化转型。

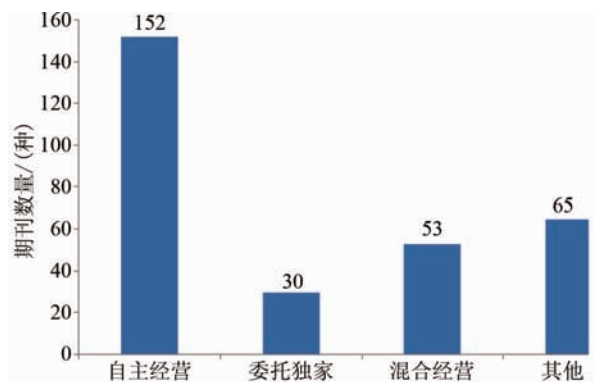


图4 中国科协主管科技期刊广告经营方式(有效问卷:300份)

2.1.3 数字化经营

随着信息技术的发展,我国科技期刊也掀起了数字化、网络化的浪潮。中国科协主管科技期刊紧跟数字化的步伐,纷

纷建立网站,出版电子杂志等。数据显示,中国科协主管科技期刊网络化投入达 281.63 万元/年,刊均 2.2 万元。

中国科协主管科技期刊的网站功能主要有以下四个方面:一、114 种期刊(占调查期刊 79%)实现编辑办公的网络化(在线投稿、在线审稿等);二、109 种期刊(占调查期刊 76%)树立期刊品牌形象,扩大期刊的国内外显示度;三、102 种期刊(占调查期刊 72%)实现网刊的在线发布;四、57 种期刊(占调查期刊 40%)实现(全文)开放存取。此外,通过网站的建立,期刊可以为读者、作者提供多样化的服务,如一般性的咨询服务等,还可集成专业或行业综合信息。还有一部分期刊在网站上刊登其纸质上的广告,或为广告客户添加链接。由于未找到成熟的数字出版赢利模式,绝大部分期刊网站是免费向读者和用户开放的,只有少部分科技期刊通过网站建立增加了收入。

2.1.4 举办学术会议、培训

中国科协主管科技期刊已经认识到举办学术活动对提升科技期刊品牌具有重要意义。近年来,多刊尝试着举办学术会议、专题讨论会以及与国内外科技期刊开展刊际交流等活动,取得了较大的收获。统计表明,中国科协主管科技期刊在 2010 年共举办学术会议 268 次,109 种刊物主办国内学术会议 153 次,10 种刊物主办国际学术会议 15 次,27 种刊物主办 63 次专题培训班。63 种刊物兴办刊际交流 194 次,其中国内刊际交流 154 次,国际刊际交流 40 次(见表 1)。

表 1 期刊主办活动情况(有效问卷:200 份)

主办活动情况	学术会议		刊际交流		专题 培训
	国内	国际	国内	国际	
举办次数(次)	253	15	154	40	63
举办此活动期刊数量	109	10	53	15	27

2.1.5 多元化经营

中国科协主管科技期刊在发展中逐步意识到,传统的单一经营活动已不能适应市场需要,期刊要在发展中寻求“多元化”经营模式,即实现跨期刊、跨媒体的经营,但这种“多元化”经营不是简单的量的增加,而是以期刊出版为核心,由期刊的品牌延伸带动多元化产业的发展。调查显示,中国科协科技期刊开展的经营项目主要以发行、广告、举办学术会议、培训为主。在发展过程中,中国科协主管科技期刊积极寻求多样化、多渠道和多介质的经营方式,一些科技期刊在多元化经营方面取得了进展(见表 2)。

表 2 期刊设立的特色经营项目(有效问卷:194 份)

经营项目	期刊数量 (种)	所占比例 (%) [*]
合作办刊	20	10.3
数字化出版	38	19.6
版权合作	18	9.3
设立科研或出版基金	2	1.0
形成品牌系列刊群	12	6.2
设立评奖项目	19	9.8
中外合作	5	2.6
其他	10	5.2

^{*} 百分数为选择此项经营项目的期刊数占有效问卷 194 份的百分比

2.2 经营效益

中国科协主管科技期刊 2010 年收入 31054.7 万元,刊均 101.5 万元(有效数据 306 份)。非法人出版单位经营收入 15971.7 万元,刊均 73.3 万元;法人出版单位经营收入 15083.0 万元,刊均 171.4 万元。中国科协主管科技期刊 2009~2010 的年检数据显示,中国科协主管的非法人出版单位期刊收入低于主管的全部期刊的平均收入,而法人出版单位出版期刊的刊均年收入高于平均收入水平。

调查显示,中国科协主管科技期刊的经营收入主要以发行收入和广告收入为主。目前,虽然科技期刊积极推进数字化、网络化建设及举办学术活动等,但对此类活动多数科技期刊还未寻找到成熟的赢利模式。

2.2.1 发行收入

中国科协主管科技期刊 2009~2010 年度国内发行总收入 13518.02 万元,刊均年收入 41.21 万元(有效数据 328 份)。如图 3 所示,80.8%的科技期刊纸本发行收入在 50 万元以下,这其中又有超过 50%的期刊年发行收入不足 10 万元。年纸本发行收入超过 50 万元的期刊占 19.2%。最有代表性的《兵器知识》和《大众软件》两种刊物的年发行收入均超过 1000 万元。

科技期刊出版单位除了重视国内纸本发行外,一些面向国际市场的期刊,高度重视海外发行,中国科协主管期刊有 158 种有海外发行量,如《地质学报》(英文版)2009~2010 的年度海外发行量也达到 3000 册。海外发行量超过 1000 册的有 13 种期刊,有海外发行收入的刊物有 140 种,总收入 94.78 万元/年,有 18 种刊物有海外发行,免费赠送国外编委、学者及作者,无发行收入。

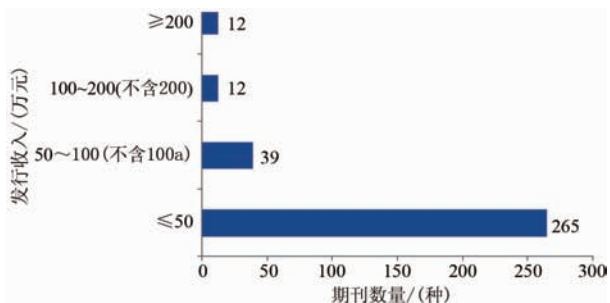


图5 中国科协主管科技期刊2009~2010年发行收入

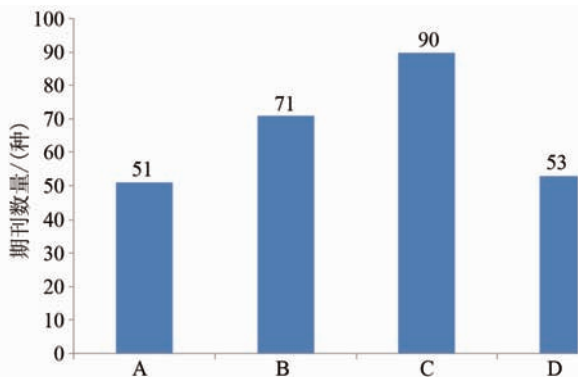
2.2.2 广告收入

中国科协主管科技期刊广告经营收入总额8868.02万元,刊均49.54万元(有效数据179份)。广告收入占科技期刊总收入的36.67%。其中,广告收入占总收入50%以上的刊物有35种,占总收入30%~50%的有33种,占30%以下的有50种,总体看来,广告收入占总收入30%以上为主体,达到期刊数量的57.6%。

目前,中国科协主管科技期刊的广告收入主要来自于纸本科技期刊,期刊自建网站上为客户刊登的广告大部分属于免费形式。数字化科技期刊的广告经营模式将是科技期刊需要探索的一个方面。

2.2.3 数字化经营收入

目前国内大部分科技期刊的数字出版为非赢利方式,只有少部分期刊找到了市场空间。调查显示,影响网站赢利的因素主要是由于未建立起网络收费机制,其次是期刊对网站的宣传、营销力度不够。另一方面,由于人力资源的缺乏,特别是技术型人才的缺乏使科技期刊无法为用户提供高质量、全面性的服务,因此无法开展收费项目。科技期刊在市场化



A 网站内容匮乏、陈旧; B 宣传、营销力度不够;
C 未建立起网络收费机制; D 期刊网站分散没有集成优势

图6 影响期刊网站赢利的因素(有效问卷:137份)

经营中,需要逐渐找到适合期刊的赢利模式,并加强对技术型、经营性人才的培养,提高科技期刊的数字化经营效益。

2.2.4 多元化经营收入

随着时代的发展和人们阅读习惯的改变纸版期刊的发行量逐年降低^[3]。中国科协主管科技期刊在增加创收方面做了一些努力,目前已有62家(有效问卷:413份)期刊出版单位有多元化经营收入,总收入为1137.37万元,刊均收入达18.34万元。

3 期刊经营中的问题及对策建议

从中国科协主管科技期刊的经营现状可以看出,作为科学研究和交流重要平台的中国科协科技期刊,总体发展态势良好,在适应数字化与集群化发展的同时,普遍有了市场化的共识,但部分期刊或主办单位还存在一些认为科技期刊不具备赢利甚至独立生存能力的认识。国外科技期刊大多是经历了长期的发展后才形成了目前的出版经营模式,从而得到了市场与读者的认同,取得了较好的经营效益。从国外的经验可以看出,需要找准中国科协科技期刊的赢利方式,开拓和挖掘其广阔的市场空间。

科技期刊一般属小众媒体,读者对象比较明确,读者群也相对比较集中和稳定,便于采用有效的发行手段,不追求发行的绝对数量,但要追求发行的有效性。通过有效的发行,找到广告与发行的最佳平衡点,使效益最大化。

一般来说,媒体在发行与广告外的多次售卖在专业期刊上表现得非常明显,如期刊重印或合订本、特刊、增刊、图书出版、电子版、网络版、光盘、数据库、会展、论坛、邮件列表、品牌授权等等,有不少科技期刊在此方面已开展了一些活动,但操作方式上还比较传统,在人力和财力上的投入还不够。

除此之外,科技期刊在拓展本专业的知识信息服务和咨询服务上有先天的优势。一方面掌握科技政策与相关科技资源,另一方面拥有本领域较为权威和全面的专家队伍,再加上本身就是一个对口的宣传与传播平台,更有利于开展更深层次的经营活动。

3.1 加强科技期刊多种经营

中国科协主管441家期刊出版单位,仅有62个出版单位有多元化经营收入,仅占14.1%。这是期刊普遍收入偏低的一个原因之一。目前,面对数字出版及开放获取等出版形式的严峻挑战,中国科协主管科技期刊对其自身发展的前景不容乐观。发行量偏小,广告收入偏低。期刊历来是以发行收入支撑整个期刊生存的,而目前中国科协主管科技期刊发

行收入占总收入的平均比例 47%。在数字化环境下,纸本发行量很难大幅度的提升,这就需要期刊大力发展广告及数字出版,并且科技期刊要在做好发行和广告等常规工作的同时,积极开展各种经营活动,激发创造性,利用多种渠道、多种途径为期刊创收。也就是说期刊出版单位期刊出版发行和实行多元化经营是相辅相成的,期刊的质量是多元化经营的基础,多元化经营为办高质量期刊提供物质支持^[4]。

3.2 积极探索数字出版赢利模式

数字出版给传统出版带来了机遇与挑战,科技期刊要努力寻找到适合期刊的数字出版赢利模式,目前国外已经存在付费阅读,开展咨询、个性化服务,刊登广告等模式。但并没有在科技期刊中普及,科技期刊要根据自身的发展状况及所属学科特点,找到适合于期刊发展的数字化赢利模式。数字化基础薄弱的科技期刊,可以寻求加入学科期刊网或与大型出版机构合作等方式;特别是面向国际读者的英文版期刊,加入国际大型出版平台十分重要。首先,成熟的数字出版平台可以提高刊物质量,优化版式设计,提高国际知名度;第二,直接运用成熟的出版平台,可以使刊物不用在自主研发数字化平台方面投入过多的人力和物力。

3.3 加强科技期刊经营人才的培养与引进

人才是期刊发展的关键。刘旗辉认为^[5],期刊产业发展需要升级。从目前一些期刊群的投资状态来看,已经不是简单的资金投入,而是有了更高的技术含量和更新颖的推广方式,大家更“动脑筋”了。因此,在期刊产业升级中,对人才的要求也就更高。中国科协主管科技期刊有近 50% 期刊出版单位设有专门的经营人员,但经营人员数量少仅占总体从业人员的 17.8%。面对市场化的今天,期刊不但要重视期刊编辑出版和发行人才,还要大力培养广告经营人才、数字化技术型人才及多元化经营人才。中国期刊若想向国际大刊发展,需要期刊职业经理人、国际化主编及发行经理等。人员引进方面应避免不公开透明、过分强调级别与资历、不能人尽其才、未能及时消除冗余人才等现象^[6]。建立优秀人才吸纳机制是科技期刊长远发展的必然举措,好的机制可以吸引到真正的为期刊所用的优秀人才,并能使其长期稳定地服务于期刊,具体可从以下三个方面着手:建立高层次人才引进与培养机制、建立经营型人才引进机制、建立海外人才引进

机制^[7]。

3.4 编辑部及小型出版单位竞争力不强

中国科协主管科技期刊 71.0% 实行单刊发展,由于人才及资金的缺乏,这些独立发展的期刊在面对国内和国际上大型出版机构时,则显示出明显的弱势。集团化发展既是国外科技期刊发展的成功经验,也是我国科技期刊市场化发展的必然趋势。中国科协科技期刊要实现科技期刊的集约化发展,通过主管主办单位有效整合期刊出版资源,加深期刊从业人员集约化发展意识,逐步推进科技期刊的规模化出版和集约化经营,一些发展较好的科技期刊通过发挥龙头作用牵头进行期刊联合并购相关期刊,从竞争转向合作,从而形成合力做大做强。

4 结语

中国科协主管科技期刊在经营活动开展方面逐渐提高意识,并付诸行动。现阶段,为了更好提高中国科技期刊的经营能力,提高科技期刊品牌,期刊在经营管理中应以基础业务为主,大力拓展多元化经营;重视经营人才培养;找到适合刊物的数字化赢利模式;努力走集约化、规模化发展之路。总之,为了适应科技期刊改革与市场化发展需要,科技期刊要建立起一个多方位立体化的经营平台开展期刊经营,从而推动科技期刊的规模化发展,营造出真正的科技出版的市场主体。

参考文献

- 1 周海锋,薛丹等. 科技期刊经营现状与发展策略. 科技创新导报, 2010,(04):161-162
- 2 李季秋. 医药卫生期刊广告经营方法及策略. 中国科技期刊研究, 2010,21(2):241-244
- 3 潘伟,游苏宁. 论中华医学会杂志的集团化发展. 编辑学报,2007,19(6):431-433
- 4 宫月华. 科技期刊的经营策略. 科技情报开发与经济,2007,17(31):161-162
- 5 孙月沐. 中国书业年度报告. 北京:商务印书馆,2010年
- 6 刘泽林,张品纯. 我国科技期刊体制改革难点初探. 中国科技期刊研究. 2009,20(4):593-595
- 7 任红梅,寿景依,张宏翔. 中国科协科技期刊办刊队伍现状调查与思考. 中国科技期刊研究. 2011,22(3):350-353