

# 我国科技期刊国际合作基本模式探析\*

马建华<sup>1)</sup> 沈华<sup>2)\*\*</sup> 刘培一<sup>1)\*\*\*</sup>

收稿日期:2010-05-04  
修回日期:2011-09-20

1) 中国科学院国家科学图书馆, 100190 北京中关村北四环西路 33 号, E-mail: majh@mail.las.ac.cn

2) 中国科学院规划战略局战略情报处, 100864 北京三里河路 52 号, E-mail: huashen@cashq.ac.cn

**摘要** 本文采用文献调研、实地走访、专家座谈、问卷调查等研究方法, 对开展国际合作的中国科学院系统和高教系统等相关部门科技期刊国际合作基本模式做了全面研究。研究显示, 中外期刊合作在不同历史阶段有着不同的模式, 分别有: 海外营销代理、版权合作、广告合作、合资出版、外文期刊中文版等。在当今数字出版时代, 中国期刊的合作对象主要集中在世界著名的大型商业出版机构, 合作的主要方式是加入国际知名网络平台, 利用其国际化市场运营能力和网络传播能力提升中国期刊的国际影响力。

**关键词** 科技期刊 国际合作 合作模式 商业出版机构

## 1 引言

随着我国加入 WTO 后市场的进一步开放, 国际知名出版机构纷纷抢滩中国, 通过各种途径与方式与国内出版界建立密切的合作关系。同时, 中国科技期刊为了顺应期刊业的国际发展趋势, 提升中国期刊的国际显示度和影响力, 更好地融入国际学术交流体系, 通过与国外出版机构的合作, 为自身发展注入新的活力, 寻求中国科技期刊的可持续发展。

期刊出版的国际合作, 在为国内期刊界带来先进的办刊理念与经营模式的同时, 也对国内期刊管理体制与法制规范提出了挑战。为了全面了解中外科技期刊合作的意义和效果, 发现合作中的积极因素和不利影响, 从而规范合作行为, 确保合作期刊的合法权益, 并从政策和管理层面对期刊的国际化发展提供有效保障, 需要对中外期刊国际合作进行全面的调查和研究, 对合作的内容及模式进行梳理, 从而对中国科技期刊国际合作乃至国际化发展提出对策和建议。本文的重点是对我国科技期刊国际合作基本模式进行调查研究和分析。

## 2 研究方法

本文是中国科学院规划与战略研究项目——《中国科学

院科技期刊国际合作策略研究》成果之一。该项目采取国家和中国科学院相关期刊出版管理部门指导、与相关期刊编辑部 and 国外出版机构座谈互动、实地调研等请进来、走出去的开放联合研究模式, 运用文献调研、问卷调查、专家咨询、相关期刊编辑部和政府管理部门访谈等多种研究方法。其中实地调研和访谈对象包括: 国家新闻出版总署对外交流与作司、高等教育出版社学术期刊分社、科学出版社期刊中心、中国科学院上海生命科学信息中心联合编辑部、《中国物理快报》编辑部、《植物学报》编辑部、爱思唯尔中国期刊合作项目、施普林格亚洲有限公司北京代表处、牛津大学出版社北京代表处、英国物理学会北京代表处、英国爱墨瑞得出版集团中国代表处等。针对中国科学院国际合作期刊, 召开座谈会一次, 进行问卷调查一次。该项目研究自 2007 年 7 月至 2008 年 6 月, 本文的数据和观点, 除特殊注明外, 皆来自上述调研、访谈、座谈和问卷调查。

## 3 我国期刊国际合作发展概况

### 3.1 数字出版的发展加速了期刊的国际合作

在开展对外合作上, 中国科学出版集团在 20 世纪 80 年代初就和爱思唯尔 (Elsevier, 荷兰)、施普林格 (Springer, 德

\* 本文是中国科学院规划与战略研究项目——中国科学院科技期刊国际合作策略研究成果之一。项目组成员: 沈华、刘培一、朱晓文、马建华、常彤、金建辉、安亮、黄蓉、厉衍飞、张音

\*\* 现在的单位地址 沈华: 中国科学院昆明分院, 云南省昆明市茨坝青松路 19 号 (650204), E-mail: office@mail.kmb.ac.cn

\*\*\* 刘培一: 北京中科期刊出版有限公司, 北京西城区德胜门外大街 83 号德胜国际中心 B 座 301 (100088), E-mail: Liupeiyi@mail.sciencep.com

国)等国际知名出版集团建立了合作关系。随着网络技术的快速发展,期刊出版业的出版形态发生了巨变,数字出版以及学术交流模式的变革对中国科技期刊带来了空前的挑战。为了应对挑战,2005年,中国科学出版集团和施普林格签订了整体战略合作意向书,包括《中国科学》和《科学通报》在内的31种英文期刊与施普林格建立了国际合作关系。

2005年,中国高等教育出版社与施普林格签署合作协议,由高教出版社编辑出版、施普林格通过其网络平台SpringerLink进行海外发行的全英文系列刊物*Frontiers in China*开始推向世界。截至目前,*Frontiers in China*共计24种期刊已经通过SpringerLink中的“中国科学图书馆”网络全文数据库向全球提供。

国内除了大型出版社与国外出版商的合作之外,以学会、协会或单个期刊为单元的国际合作开展得也非常迅速,所涉及的国外出版机构不仅包括大型商业出版集团,也包括大学出版社、学协会出版社。截至2010年底,与中国大陆合作期刊最多的机构为施普林格,合作期刊数量为90余种,其次是爱思唯尔,合作期刊数量近40种,英国物理学会出版社(IoPP,英国)为10种,威立-布莱克维尔(Wiley-Blackwell,美国及英国)为10种,牛津大学出版社(OUP,英国)6种。

### 3.2 我国期刊国际合作相关政策法规

本项目对建国以来我国有关期刊国际合作的政策和法规进行了汇总和梳理。从1981年颁布的《国家出版局加强对外合作出版管理的暂行规定》,到2000年《新闻出版总署关于规范涉外版权合作期刊封面标识的通知》,以及2004年《关于进一步规范新闻出版单位出版合作和融资行为的通知》,直至《新闻出版中外合作项目审批》(2005年),这些规定都反映了国家对于出版行业国际合作的关注和指导,对国际合作的有序健康发展提供了政策指导。

根据我国入世承诺和有关规定,我国目前还不允许外商投资出版领域,即不允许外商参与图书、报纸、期刊、音像制品、电子出版物的编辑出版工作。境外出版单位可同国内出版单位开展形式多样的项目合作,既可以将国外的优秀作品引入中国,也能够向世界传播我国的优秀文化<sup>[1]</sup>。

期刊对外合作分为“引进来”和“走出去”两个部分。目前国家新闻出版总署发布的“新闻出版中外合作项目审批(境内期刊与境外期刊出版合作项目审批)”只是针对“引进来”的期刊。对于需要“走出去”的科技期刊,目前国家是持积极鼓励与支持的态度,在管理上还没有提出明确的规范性文件。

## 4 我国期刊国际合作基本模式

通过调研中国期刊的国际合作情况,目前存在的合作模式归纳起来有5种:海外营销代理、版权合作、广告代理、中外合资或合作办刊、外文期刊中文版。

### 4.1 海外营销代理——中国学术类期刊融入国际学术交流体系的主要手段

海外营销代理模式是中国学术类科技期刊为融入国际学术交流体系采取的主要手段,主要形式是把期刊的网络版挂在国外出版机构网络平台上一起销售,有些国外出版机构也代理期刊纸版的销售。

因为中国科技期刊在学术质量、语言水平、管理方式等方面与国际期刊相比差距较大,国外出版机构会在这些方面对中国科技期刊进行指导。例如,在国际编委的邀请、国际组稿、语言润色、人员培训、在线平台使用等方面提供服务。

目前与中国科技期刊建立这种合作方式的国外出版机构主要有<sup>[2]</sup>:施普林格、爱思唯尔、英国物理学会出版社、牛津大学出版社、威立-布莱克维尔和自然出版集团(NPG)等。

#### 4.1.1 施普林格

施普林格与中国的出版合作最早可以追溯到20世纪70年代,当时的公司所有者与中国学术界建立了良好的合作关系,以版权贸易为主的合作项目很多,包括引进国外优秀的学术著作和输出中国特色的学术著作。随着公司的不断发展,施普林格始终关注着中国科学在全世界的传播。目前,施普林格与中国合作伙伴共同致力于英文版学术期刊的国际化运作,已经和国内众多出版社、学协会、大学和科研机构等合作出版期刊90余种,其在中国的期刊合作项目称为“中国在线科学图书馆(Chinese Library of Science)”。

施普林格亚洲有限公司北京代表处的成立主要发挥两个功能:一方面进行销售和售后服务支持;另一方面是开展与国内期刊的合作(期刊社和出版社),以国内主办的英文版期刊在海外销售(纸版和电子版)为主要合作方式。

施普林格的合作优势归纳如下:

(1) 全球营销能力。施普林格在全球有70个销售代理机构,通过全球各地的代理商,在世界范围内进行期刊发行,

数据来源: <http://www.springer.com/?SGWID=810212-4796990>

数据来源:《2010年爱思唯尔白皮书》

<http://china.iop.org/cws/Contact/publishingPartners.do>

数据由威立-布莱克维尔公司驻上海代表处提供

数据由牛津大学出版社牛津期刊中国办事处提供

渗透性非常强。

(2) 数字技术支持与标准供应。施普林格在数字内容开发和传播方面是领先的,从1996年开始打造数字出版平台——SpringerLink,并随着软件升级和技术的不断发展,又进行了三次比较大的升级。SpringerLink首先是在全球的期刊数字化出版方面比较领先,其次有集团采购模式,第三是2006年施普林格的电子书整合到这个平台中,获得了当年“最佳STM产品奖”。

(3) 期刊报告与分析服务。施普林格通过SpringerLink所具备的功能或者专业统计公司,为合作伙伴提供包括版税报告、使用报告、营销计划和营销报告及学术指标报告等服务。

#### 4.1.2 爱思唯尔

爱思唯尔于2005年上半年启动了与中国科技期刊的合作计划(Chinese Journal Cooperation Program, CJCP),根据期刊语种的不同,计划分为CJCP A和CJCP B两部分。CJCP A是与中国科技期刊英文版的合作,CJCP B是针对中文版期刊。

爱思唯尔合作优势包括:

(1) 爱思唯尔的ScienceDirect是全球最大的网络期刊全文数据库,其自行开发的在线出版管理系统EES(Electronic Editorial System)功能完善。

(2) 2004年推出全球最大的文献和引文数据库Scopus,能够为用户提供强大的文献搜索、追踪及分析的功能,还提供引文分析功能以及网上内容和专利信息的搜索。

(3) 作为上市公司,爱思唯尔市场反应敏捷,能够对合作期刊营销模式做出快速调整。

#### 4.1.3 英国物理学会出版社

英国物理学会出版社与中国期刊的合作方式是作为中国期刊的海外独家销售代理。目前已经合作的期刊有Chinese Physics B(《中国物理》)、Chinese Physics Letters(《中国物理快报》)、Plasma Science and Technology(《等离子体科学和技术》)、Chinese Journal of Chemical Physics(《化学物理学报》)、Communications in Theoretical Physics(《理论物理通讯》)、Journal of Semiconductors(《半导体学报》)等。英国物理学会出版社通过打包/捆绑销售方式将中国期刊与其主办期刊在全世界销售。

英国物理学会出版社的合作优势如下:

(1) 英国物理学会出版社是非营利性专业学术出版机构。

(2) 专业期刊营销网络和平台。依托英国物理学会广泛的学术影响,将新期刊与其现有的著名期刊一起,迅速推介

销售到国际上与物理学相关的所有200多所最著名的大学、研究机构和图书馆,其电子期刊的影响范围更是达到180多个国家和地区的4000多所研究机构。

(3) 具有获得大奖的国际最先进的电子期刊服务系统,其功能涵盖从电子投稿、电子审稿、电子出版、电子期刊和多媒体出版服务、文献检索及交叉链接以及电子信息自动告知服务等各个方面。

#### 4.1.4 牛津大学出版社

截至目前,与牛津大学出版社合作的中国科技期刊共6种:《The Chinese Journal of International Politics》(《中国国际政治期刊》)、《Chinese Journal of International Law》(《中国国际法杂志》)、《Journal of Plant Ecology》(《植物生态学报》)、《Acta Biochimica et Biophysica Sinica》(《中国生物化学与生物物理学报》)、《Journal of Molecular Cell Biology》(《分子细胞生物学报》)和《Molecular Plant》(《分子植物》)。

牛津大学出版社的合作优势为:

(1) 牛津大学出版社是全球最大也是最具国际性的大学出版社之一,属非营利性学术机构。

(2) 牛津期刊具有价格竞争优势,一直以来维持在较低的价格。

(3) 在线出版平台采用美国斯坦福大学HighWire出版社的Bench > Press系统,合作期刊在HighWire出版平台拥有自己的网络平台。

### 4.2 版权合作、广告代理与合资出版——中国非学术类期刊的国际合作模式

#### 4.2.1 版权合作模式

版权贸易形式下的期刊国际合作,主要是指在内容上引进一部分国外期刊的资源,从国外同类期刊中选取国内约稿比较难于获得的内容,同时在引进内容的后面注明版权来源<sup>[3]</sup>。“版权合作”不是国外期刊的“中文版”。版权合作着重于有自己品牌的中文期刊购买外刊图文资料翻译后发表。新闻出版总署在这些期刊引用外刊资料比重方面有硬性规定,如时尚类杂志控制在50%以内,而科技类期刊由于其对现代化建设的进步意义则规定在60%至70%甚或更高<sup>[4]</sup>。与图书的版权贸易略有不同的是,期刊的版权贸易,除内容外还涉及品牌的授权使用问题,即授权出版,也就是外方将旗下名牌杂志的品牌授权给国内杂志使用<sup>[3]</sup>。

#### 4.2.2 广告代理模式

广告合作是外方以广告代理方式将一部分经营利润支付给中方,不参与刊物编辑出版业务的一种中外期刊合作模式,也可称为广告代理模式。根据实际情况,又可归纳为以

下两种模式<sup>[3]</sup>：

(1) 资源交换模式：由外方提供海外图文资料，中方自主编辑，广告收入归外方，外方不参与经营出版杂志本身。实际操作过程中又存在外方承担杂志的全部运营费用和不承担杂志的全部运营费用两种形式。前者如《健康之友》，1997年中国体育报业总社《新体育》杂志社与法国桦榭集团 Hachette Filipacchi Medias 合作；后者如《电器制造商》(中文版)，1998年年轻工业出版社与美国商业新闻出版公司合作。

(2) 文化传播公司模式：这是外资进入境内杂志的普遍方式，通常是境外资本参股广告公司或发行公司，通过代理广告或经销杂志获取收益。如时之尚广告公司与美国国际数据集团(IDG)签约，独家代理经营《好管家·Good Housekeeping》的广告业务。

#### 4.2.3 合资出版模式

合资出版包括中外合资出版和外方投资出版两种形式。中外合资出版是中外双方共同投资、共同负责刊物编辑、出版、发行、广告等具体业务，收益双方分成，亏损双方承担。外方投资出版是由中方负责组稿、编辑、印刷、发行等主要业务，外方只是单纯性投资或负责部分广告业务及国外发行业务。

合资出版的期刊主要集中在IT类杂志，如信息产业部电子科技情报研究所与美国国际数据集团合资出版的《计算机世界》《IT经理世界》等。此类合作均是在20世纪80年代获得新闻出版部门批准的项目，目前不再批准合资出版项目。

#### 4.2.4 外国期刊中文版模式

外文期刊的中文版，是对外文原版期刊的部分文章进行全文翻译或部分摘译，有的还加入国内学者的研究成果。这类合作主要集中在医学类学术期刊，如中华医学会与美国医学会、英国医学联合会合作出版的 *The Journal of the American Medical Association*, *JAMA* (《美国医学会杂志(中文版)》)、*Journal of the American Medical Association Ophthalmology* (《美国医学会眼科杂志(中文版)》)、*British Medical Journal* (《英国医学杂志(中文版)》)、*The Lancet* (《柳叶刀(中文版)》)等。

## 5 结语

目前，国家允许的期刊国际合作模式有海外营销代理、版权合作和广告代理3种，其中海外营销代理模式对于我国

科技期刊、尤其是学术期刊，在国际显示度、学术影响力、国际学术规范等方面起到了显著的促进作用。科技期刊开展国际交流与合作，有利于加快我国科学出版事业走向世界的步伐，有利于汲取国外先进的编辑技术和管理模式，有利于中国科技期刊进入国际著名检索系统，有利于培养新型的科技编辑人才和国际竞争能力，有利于我国科技文化的整合与发展<sup>[9]</sup>。在我国科技期刊市场机制尚未健全的情况下，走与外商合作之路是一种“曲线救刊”的权宜之计。通过合作，不仅在中国科技期刊市场上多了一种竞争元素，而且中国科技期刊也有了如何办好期刊的直接体验。需要强调的是，合作只是一种手段，最终目的是要发展中国的科技期刊，要从整体上将中国科技期刊带入良性发展的轨道。因此，对于中国科技期刊的国际合作，国家有关部门应本着“鼓励、引导、服务、规范”的总体指导原则，积极引导科技期刊实现国际合作目标。

致谢 感谢以下机构和人员，在本项目的研究过程中，他们或接受项目组的实地访谈、或接受邀请参加座谈会，为本项目的完成提供了数据支持和智力支持。他们是：国家新闻出版总署对外交流与合作司谢爱伟、王华；国家新闻出版总署(国家版权局)版权司高思；中国版权保护中心索来军；高等教育出版社学术期刊分社丁海珈；科学出版社期刊中心肖宏、王宝庆、华婉君；中国科学院植物所《植物学报(英)》崔金钟；中国科学院物理所《中国物理快报(英)》武建芳；中国科学院上海生命科学信息中心周兆康；施普林格亚洲有限公司北京代表处叶路；励德爱思唯尔信息技术(北京)有限公司 Arnout Jacobs、张玉国；牛津大学出版社中国代表处刘丽萍、苗晨霞；英国物理学会北京代表处吕铭方；英国爱墨瑞得出版集团中国区方理华。

#### 参考文献

- 1 王华. 以进带出, 双向共赢——中外期刊合作概况. 传媒, 2007, (5): 21-22
- 2 周兆康. 中国科技期刊与国际出版社的合作情况和初步分析. 中国科技期刊研究, 2007, 18(1): 38-42
- 3 朱卫青. 版权贸易形式下的期刊合作. 中国版权, 2003, (3): 44-45
- 4 房美丽, 许淳熙. 与境外合作办刊的现行模式和影响探析. 中国科技期刊研究, 2004, 15(5): 526-528
- 5 房美丽. 论科技期刊进行国际交流与合作的意义、原则和途径. 编辑之友, 2004, (增刊): 4-5