

期刊辑解

论文集

9

● 主 编：姜长喜

● 副主编：谔纪平 黄照平

● 辽宁人民出版社 二〇〇六年·沈阳

◎ 姜长喜 2006

期刊编辑论文集

89

主 编 姜长喜
副主编 湛纪平
黄照平

● 辽宁人民出版社

©姜长喜 2006

图书在版编目 (CIP) 数据

期刊编辑论文集. 9/ 姜长喜主编. —沈阳: 辽宁人民出版社, 2006.7

ISBN 7-205-06088-5

I. 期… II. 姜… III. 期刊—编辑工作—文集
IV. G237.5-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 063239 号

出版发行: 辽宁人民出版社

(地址: 沈阳市和平区十一纬路 25 号 邮编: 110003)

印 刷: 辽宁时报新华印刷业有限公司

幅面尺寸: 140mm × 203mm

印 张: 19 1/2

字 数: 424 千字

印 数: 1~700 册

出版时间: 2006 年 7 月第 1 版

印刷时间: 2006 年 7 月第 1 次印刷

责任编辑: 蔡文祥 张 序

特约编辑: 李丹歌 金 莹

封面设计: 赵多良

版式设计: 王珏菲

责任校对: 吴艳杰

定 价: 36.00 元

编 委 会

主 任 姜长喜

编 委 (以姓氏笔画为序)

李丹歌 邹本仁 姜长喜

贺 虎 谌纪平 黄照平

主 编 姜长喜

副主编 谌纪平 黄照平

序

○ 余昌祥

辽宁省期刊协会主持编辑的《期刊编辑论文集》已出到了第9辑，他们将期刊理论研究常态化，并以这种方式组织期刊编辑人员进行业务探讨与交流，是一件很有意义的工作。

这一辑论文集的主要内容是研究探讨期刊策划的。期刊策划一直是辽宁省期刊协会重点开展的工作，去年他们曾出版了一套“期刊策划视点书系”，分为《期刊的CIS策划》、《期刊的栏目策划》、《期刊的选题策划》、《期刊的标题策划》、《期刊的叙述策划》五种，在期刊界产生了很好的影响。今天，他们又以论文集的形式再次对期刊策划进行全方位的探讨，表明了他们对这一问题的看重。因为，精心的策划对于办好期刊至关重要。

首先，搞好策划是期刊生存、发展的需要。我们为众多的期刊要在市场上求生、谋发展，而市场空间总是有限的，你占有的份额多了，别人的就少了。反过来，你在这个市场中占不到能使你生存下去的份额，你就只能被淘汰。在这种无情的生存竞争中，只有对你的期刊进行精心

策划、精心打造，你才能够吸引读者，占有市场，避免在激烈的竞争浪潮中被淘汰。可以这样说，有策划的期刊不一定能赢得读者和市场，但没有策划的期刊一定会失去读者和市场。

其次，搞好策划是期刊塑造品牌的需要。期刊业现已进入了一个品牌取胜的时代，而达成品牌的重要途径就是策划，特别是个性化策划。美国《时代》周刊的个性化策划是这样的：“把一周发生的新闻分类出来，以易读的方式编成刊物，提供给忙碌的美国人。”这种个性是其他刊物所没有的，也是其他刊物后起难追的，所以它才成为超出其他的品牌期刊。从品牌期刊的这种特征看，精心的、个性化的策划是达成品牌的至关重要的手段。同样可以这样说，有策划的期刊不一定能成为品牌，但没有策划的期刊一定成不了品牌。

再次，搞好策划是期刊改进、创新的需要。在强大的市场压力下，以前期刊从内容、形式到外观设计都几年甚至几十年不变的办刊模式被摒弃，期刊的改进和创新受到了前所未有的重视。在这个多元、多变的时代，要使自己的期刊脱颖而出，就必须在策划上下大功夫，花大力气，从大的方面讲对期刊的理念、行为、视觉包括对内对外活动进行全方位的策划，从小的方面讲对每一个选题、栏目、封面、标题包括每一个形象宣传语进行精细的策划。非如此，难以在期刊市场中打出一片新天地。

辽宁省期刊协会编辑的这本论文集中，许多题目很有参考价值与借鉴意义。如刘海军的《期刊外部活动策划的三个层次》、崔晓晓的《谈少儿期刊视觉形象的整体策划》、姜成刚的《期刊专题策划的选题与执行》、史璞的《期刊策

划：《个性化生存之道》等，论题角度新颖，论述结合实际，读后给人以启发。

在改革开放二十多年的发展中，中国期刊在策划上有许多可圈可点之处。总结这些经验，进行理论探讨，用以指导办刊实践，是需要我们认真去做的事情。辽宁的期刊人在这方面做得很好，值得称道！

2006年6月于北京

(作者系新闻出版总署报刊管理司司长)

目 录

序	余昌祥 (1)
CIS 策划的思考	王 琦 (1)
浅析《党建文汇》发展中的成功策划	阎 佳 (8)
品牌策划 期刊竞争之强力保证	唐刻著 (15)
期刊策划：夹缝里求生存的比拼	杨 颖 (22)
浅谈期刊策划与传播信息的控制	杨志艳 (29)
简论期刊文化与期刊文化策划 (SPC)	于洪飞 (36)
浅谈品牌期刊的整体策划	宋喜仁 (42)
期刊外部活动策划的三个层次	刘海军 (48)
关于期刊整体策划的理论思考	苏 莉 (55)
期刊策划：个性化生存之道	史 璞 (61)
试述期刊品牌经营“七宗罪”	卢占昌 (68)
重谈社科学术期刊的发展问题	李延军 齐世武 叶景林 (76)
学术期刊的宏观策划	黄 伟 (83)
把握时代脉搏 打造品牌期刊	王 萍 (89)
科技期刊：策划决定发展	谢燕敏 马丽玲 (96)
科技期刊策划初探	高 敏 (103)

科技期刊的品牌策划与可持续发展

-孔繁学 李溪莹 修 桥 (110)
- 农业科普期刊的生存危机与科学发展.....朱四光 (117)
- 在精心策划中绽放.....朱国兴 李 宁 (123)
- 试论党刊策划要把握好“度”.....张丽萍 (129)
- “老”而不旧 策划出新.....丁 津 (136)
- 科学和文化：一本期刊的总体策划.....石 颖 (143)
- 区域性经济期刊总体策划的实践
- 与理论探索.....孙长宜 (150)
- 《地方财政研究》创刊策划的几点
- 理性思考.....王振宇 连家明 任东梅 (156)
- 注重色彩 让期刊更具特色.....田 原 (163)
- 教辅期刊总体策划浅议.....胡运江 (168)
- 论教辅类期刊叙述策划之原则.....解小沛 (174)
- 谈少儿期刊视觉形象的整体策划.....崔晓晓 (181)
- 文学期刊策划刍议.....曲圣文 (188)
- 文学期刊寻求市场运作的探究.....白凤德 (194)
- 普通高校学报生存策划之我见.....邓美艳 (201)
- 高校学报发展存在的问题及解决思路.....刘红薇 (208)
- 定位策划：高校学报不容忽视的问题.....王延香 (214)
- 谈高校学报的错位策划.....吉海涛 (220)
- 医文结合：医学院校社科学报的
- 个体特色.....刘 芳 (227)
- 策划 增刊必备的重要因素.....金 莹 (233)
- 项目管理在期刊策划中的应用.....金 娜 (239)
- 注重期刊的专题策划.....邹积宽 (247)
- 期刊选题策划要把握市场.....邱文昊 (254)

选题策划：创造精品期刊的保证·····	杨喜祥	(261)
如何提升重点选题策划的质量·····	范东雷	(268)
期刊的选题策划如何与市场对接·····	江丽	(274)
期刊的选题策划与市场定位·····	鞠肃	(280)
在细节中体现策划意识·····	刘东来	(287)
期刊专题策划的选题与执行·····	姜成刚	(295)
浅谈科技期刊编辑的选题策划·····	亓国	(302)
对外传播的目的性带来选题的特殊性·····	孙晓俄	(310)
以时空观优化招考类期刊选题策划意识·····	常红	(315)
科技期刊的选题策划浅见·····	郭继龙 常新	(323)
从“关注”栏目建设谈综合性科技 期刊的选题策划·····	郭晓岩	(330)
做好选题策划 发挥科技期刊的导向 作用·····	吕晓明	(337)
精心策划选题 打造学术精品·····	徐向东	(344)
学术期刊选题策划的构建·····	张放	(351)
高校学报也应重视编辑策划·····	付春玲 刘亚兵	(357)
论高校自然科学学报的选题策划·····	郑綏乾	(363)
浅谈高校学报选题策划·····	徐国艳 路杰	(369)
论学术期刊选题创新的基本功能·····	张念棠	(374)
问题——体育学术期刊选题策划的 第一切入点·····	郭长寿	(381)
期刊选题策划与编辑的综合素质·····	白华鲜	(388)
编辑理念更新与学报开拓发展·····	曹萌	(395)
学报编辑策划之我见·····	都媛	(403)
主编在期刊策划中的目标与实现·····	李雪松	(410)
高校学报的特色创建与编辑策划·····	闫玉奎	(417)

走规范创新之路 创科技期刊品牌

- 修 桥 孔繁学 李溪莹 (423)
- 加强策划意识培养 铸造文科学报精品 李新根 (427)
- 论高校学报编辑策划主体和客体的和谐 王 娟 (434)
- 浅析责任编辑工序质量控制策划及实施 霍阿俊 (441)
- 学报的选题策划与对编辑的要求 杨秀梅 (449)
- 期刊栏目策划: 风中亮出自己的旗 陈文阁 (456)
- 打造优势栏目 培育期刊品牌

- 刘晓萍 李新根 王 薇 (463)
- 杂志捆绑式叙述优势辨析 侯永东 (469)
- 期刊精品栏目的策划与培育 张秀红 (478)
- 装扮学术期刊栏目亮点 潘照新 郭志华 (485)
- 学报栏目策划与组稿的实践 林清华 李金丽 (491)
- 高校学报栏目策划的意义与组织方式 康 艳 (499)
- 《东北大学学报》的栏目策划 安碧丽 (505)
- 寻求全新的学术视角 精心做好栏目

- 策划 孙锦春 (510)

“名医”栏目策划: 展现大师风采

- 传播科学精神 高 森 任延刚 郑春雨 (516)
- 论高校学报“经济管理”栏目的选题

- 策划 王 薇 (523)
- 策划 标题因你而精彩 郑 军 (530)
- 论少儿期刊标题策划的形象性 徐家成 (537)
- 如何让标题具有“杀伤力” 张金学 (544)
- 医学期刊英文标题如何做到“信、达、雅” 王 蕾 (551)
- 试论党刊封面的策划与设计 李 钢 (560)
- 浅谈期刊封面的美术策划与设计 王 峥 (567)

彰显风格特色 拓展经营思路·····	刘敏跃 (574)
经营科技期刊的几点思考·····	覃 芳 (581)
浅谈科技期刊的经营策划·····	李秀敏 (588)
发行量是精心策划出来的·····	张 瑜 (594)
期刊低成本扩大发行的思考·····	刘铁涛 (601)
浅谈妇女期刊的广告策划·····	周开明 (608)

CIS 策划的思考

○ 王 琦

CIS是企业形象识别系统,是企业通过对自身的理念文化的确认、行为方式的选择、表现形式的设计,达到对内强化凝聚力,对外彰显独特形象,最终达到提升企业的经济效益和社会效益的经营战略。当 CIS 作为一种成功的管理模式引入期刊策划后,使办刊人眼前一亮,这种既是科学,又是艺术;既是技术,又是文化的战略方法,很容易赢得办刊人的认同。用这一方法检查自己的期刊,以期在“有心杀敌无力回天”的窘境中,提高刊物的质量和竞争力是多数办刊人的选择。

《新农业》是办给农民的科普期刊。其命运与中国农业的发展、农村的繁荣和农民的富裕息息相关。进入21世纪,特别是党的十六届四中全会以来,党中央、国务院作出了推进农业和农村经济结构战略性调整的重大决策,提出了

要把增加农民收入作为中心任务和基本目标,“多予、少取、放活”的方针必将促进农业实现新的跨越。《新农业》怎样应对新的形势,特别是在几十年形成的办刊模式的条件下,如何应用期刊研究的新成果提升刊物的生命力,CIS给我们以新的启迪。

一、《新农业》在CIS三要素构成中的缺欠

对比引入CIS这一战略方法的成功期刊,《新农业》存在着以下差距。

1.对刊社企业性质和期刊商品属性认识、运作滞后。大学办科普期刊的初衷是服务“三农”,学校对刊物的要求是成为窗口和品牌,杂志社的人员、经费由大学统一管理。大学注重《新农业》的意识形态属性,目前实行的是事业性质和事业化管理。大学曾提出过对杂志社试行业单位性质下的企业化管理,但是在既定的条件下,横向比较后,杂志社多数人员还是觉得依托大学更为稳妥。因此,对杂志社企业性质和期刊的商品属性存在模糊认识,面对激烈的市场竞争,缺乏必要的紧迫感和危机感,常常用强调社会效益来掩盖自己对期刊商品属性认识、开掘的浅薄和被动。

2.对CIS认识和运用缺乏科学性和过程的连续性。CIS战略方法是一个完整的体系。虽然我们在三十多年的办刊实践中,摸索和总结出了一些行之有效的经营管理方法,其中也不乏与CIS部分内容的异曲同工之处。但我们对舶来的管理模式没有认真地学习和掌握,对自己的体系还缺乏科学的总结和精心的运作,这就使我们的刊物在管理上处于一种依经验和惯性来运行的作坊状态,而对“为什么生存”和“靠什么生存”的拷问,缺乏理性的思考和深入的研

究。在对外交流与宣传,对内组织、管理和教育等方面,处于被动的上传下达,在平衡和等待中淡化思想层面的交锋,导致栏目的调整、选题的变动等视觉识别整体缺乏系统性的策划而成为治标的手段。

3. 在期刊视觉识别中随意性较大。期刊的视觉识别包括名称、标志、封面、字体、色彩、版式、刊期和开本等,是期刊这个金字塔含金量最直观的表现。农业科普期刊在整体上还落后于其他类期刊。我们常常以低成本为托辞来掩盖自己对基本系统把握和研究的不足。

二、《新农业》在 CIS 策划中作出的探索

作为农业科普期刊,特别是综合性农业科普期刊,在激烈的市场竞争中已经失去了昨日风采而处于劣势。如果我们仍以“农业”、“科普”为由,以大学办科普暂时衣食无忧为盾而高枕无忧,再优秀的期刊,再有影响的品牌,也难免被市场无情地淘汰。不进则退,《新农业》要生存必须在独特的办刊前提下,遵从办刊规律,作出新的尝试。

1. 对自我的探寻和确认。《新农业》是综合性农业科普期刊,介绍农业产业结构和经济结构的变化趋势,推广普及成熟新技术,是杂志的主要内容,也是读者需求的热点。《新农业》各专栏编辑都是相关专业的专家,那么,掌握农业科技发展趋势和存在的问题是我们做好科普的前提。比如利用生物的遗传潜力,强化种子资源的问题;保护和提高土壤肥力,通过土壤培肥和科学施肥,改善土壤物理化学性质问题;保持和有效利用水资源,使灌溉农业、节水农业和雨养农业、旱地农业协调发展问题;食物安全、人类营养和健康问题;提高科学种植与养殖水平,加强农业生

产各个环节的规范化、标准化，由粗放经营向集约经营转变问题；改进农产品加工、贮运技术问题，等等。明确了大背景和大方向，刊物才能在完成传统农业技术向现代农业技术转变中起积极的推动作用。这也是 CIS 策划的基础。

2. 对受众需求变化的掌握。在企业营销中，市场调查是一个重要的方面。在 CIS 中，有了这样的回馈才能保证系统的完整。尽管我们杂志还没有专设部门和人员做这样的科学调研和分析，但是保持与读者的联系和倾听他们的意见，是构建 CIS 的重要环节。

多年的办刊经验告诉我们，基层和农民群众的实践丰富而生动。《新农业》在 2002~2003 年，在大学和辽宁省农业厅的具体领导下，在全省开展了农民科技需求调查活动。杂志社印制了 10 万份读者科技需求调查表，向 100 余家涉农企业征集了 500 万份科技宣传资料，由 1000 名大学生带到农村乡镇去。在全省 14 个县、200 多个乡镇开始了调查。调查结果使《新农业》栏目调整有了依据。

2004 年 8 月，《新农业》刊出问卷，请读者对现有栏目做点评，为调整栏目提出意见。共收回问卷 5000 多份。研读问卷，不仅使调整栏目结构和内容的决心更强，同时提高了编辑们的责任感和使命感。

3. 栏目策划的着眼点和切入点。期刊栏目的定位和包装是 CIS 中三个识别层次都涉及的具体问题。它既是宗旨的体现，也是栏目定位的坐标，还是视觉选择中直观的导视。面对农民阶层的分化，《新农业》在栏目策划上明确了自己的着眼点和切入点。

(1) 认真维护农民的经济利益。农业面临的市场和效益问题，农村面临的增加就业和全面发展问题，农民面临的

维护经济利益和保障民主权利问题，重点、难点主要在增加农民收入。一份科普期刊怎么才能帮助农民增加收入？目前，农民在市场经济中渴望得到新技术、新成果，凡是传递到农村中的各种“新项目”都有农民去试去闯。但是，在科研单位经费相对短缺、中试不足的条件下，农民成为不成熟项目风险的承担者。不说农业的地域性差异和技术差异，甚至同一项目在同一地区由不同的人尝试结果也不同。作为科普期刊，必须将化转这个风险当成自己的责任，在深入调查和综合分析的基础上，为农民中试“新”成果出谋献策，保驾护航。

(2)努力为农民保障民主权利当好参谋。随着改革的深入，农村经济社会的变化广泛而深刻，改革发展面临的形势错综而复杂。虽然农民的劳动形式、收入形式呈多样化，但是土地问题、税费改革问题、利益纠纷等方面的问题是带有共性的问题。一份农业科普期刊怎样在维权中有所作为而又不帮倒忙，是栏目策划中必须回答的问题。特别是对一些政策弹性区间内的纠纷，把握政策尺度，让基层干部和农民朋友共同掌握，为读者当好参谋，是栏目策划的立足点。

(3)发挥优势办品牌栏目。大学有足够的技术储备，杂志社具有严谨求实、维护科普尊严的责任。在栏目设置上，一年里连续两次作出调整，以期突出这一优势和实力。做法是，开新栏：开出了“致富金点”（谁干什么富裕了）、“前车之鉴”（谁干什么，为什么赔了）、“市场信息”（大宗农产品期货走势）、“打工指南”等新栏；做大栏：适应农业产业结构的调整和变化，把“养殖技术”、“瓜菜生产”、“林木花卉”栏目做大；撤并栏：把传统“种植技术”、“土肥”等适