

李济滨 著

新时期期刊

出版研究

XIN SHI QI QIKAN CHUBAN YANJIU

河南出版集团 中原农民出版社

新时期期刊出版研究

李济滨 著

江苏工业学院图书馆
藏书章

河南出版集团
中原农民出版社

图书在版编目(CIP)数据

新时期期刊出版研究/李济滨著. —郑州:河南出版
集团,中原农民出版社,2006.8
ISBN 7-80739-000-X

I. 新… II. 李… III. 期刊-出版工作-研究
IV. G237.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 113609 号

出版社:中原农民出版社

(地址:郑州市经五路 66 号 电话:0371—65751257

邮政编码:450002)

发行单位:全国新华书店

承印单位:河南省诚和印制有限公司

开本:850mm × 1168mm 1/32

印张:7.25

字数:176 千字

印数:1-5 000 册

版次:2006 年 8 月第 1 版

印次:2006 年 8 月第 1 次印刷

书号:ISBN 7-80739-000-X/G·001

定价:25.00 元

本书如有印装质量问题,由承印厂负责调换

前 言

在编辑出版经营农业科技期刊工作中,有几个重要问题一直备受关注,不少专业理论工作者对此进行了深入的研究探索,在理论与实践上总结出了许多创新观点和运作模式,为推动期刊事业的发展作出了积极的贡献,也为后人的继承与发展奠定了许多经验基础。正是他们富有成效的工作,使得现在出版经营农业科技期刊的工作更加规范化、标准化、市场化、科学化和理性化。

把创办农业科技期刊过程中探索出来的实践经验,用以诠释出版经营现代农业科普期刊活动中的问题;将经营与运作期刊过程中应当把握的核心和举措付梓,讨教同仁,以求受到再次启迪,是我写这本《新时期期刊出版研究》的最初设想。

针对某些期刊至今仍然存在的违背出版宗旨、弄虚作假、用不正当的竞争手段、扰乱市场秩序等一些难以遏止的现象以及农业期刊发行过程中存在的影响期刊健康发展的问題,特别是一些期刊极端的“唯上不唯实”的办刊方法,提出自己的见解,点驳微词,试求读者甄别美丑良劣并“引以为戒”,以维护期刊行业的形象和信誉,推动期刊事业健康发展是我的另一设想。

余从事期刊的出版和研究工作数十年,特别是对农业科普期刊,有着深切的感受。现将感受和联想整理汇集成册,以求系统地探析农村读物需求市场,进一步办好农业科技期刊,为建设社会主义新农村作出新贡献,是我出版该书的深层含义。

该书以实用为目的,将早已形成的观点用创新的思维编辑加工,整合为适宜新时期的办刊观点,力求推陈出新地回答和解决一些办刊过程中使人颇感困惑的问题。诸如:期刊的质量作为期刊内在素质如何以“言”和“行”向外辐射传播;期刊如何物化为外在表现;期刊如何遵循着“双效统一”的运动轨迹,在内容上突出“专业表现”,在经营运作中实践完全市场化;在编辑程序上如何抓住“素材准”,在发行程序上如何抓住“容易销”这个基本环节;在策划操作上如何把握“以市场定位”,在具体实施上如何确保“尊重市场客观规律”;在调整期刊出版经济增长方式的过程中,实现“双赢”;等等。

本书在编写过程中,借鉴和吸收了不少国内外研究者的成果、数据和参考文献,由于篇幅所限,难以一一注明出处,在此,我诚挚地表示感谢。

由于本人的水平有限,写这本书尽管付出了很大的努力,但良好的用意怕仍难以如愿。书中存在的欠缺甚至是个人认识上的错误,敬请同仁和读者不吝赐教。

李济滨

2006年8月



李济滨，中共党员，毕业于河南大学新闻编辑在职研究生进修班，现就职《河南农业》杂志、《书画》杂志。

发表的专业论文代表作有《冲击与对策》、《农业产业化经营及其发展研究》、《农业信息的范畴和效用以及前景分析》、《期刊网络化发展与变革编辑方式刍议》、《发展农业期刊网络化适应农村发展需求》等；参与或作为主编出版的书籍有：《一年多熟模式化栽培技术》、《河南新世纪农业结构调整方略》、《驻村科技服务手册》、《全国核心期刊与期刊国际化网络化研讨会文集》、《书画家》杂志、《农业科技创新方略与探索》、《新农业探索文集》等。

研究发展方向：新农村远程教育和农业技术资源共享数据库的建设，以及“三农”发展问题的一些实践研究，推进所办期刊的发展。

目 录

期刊概况	1
一、期刊的定义和构成要素	1
二、期刊的发展简况	2
三、期刊的媒体特征	3
四、期刊的种类	4
期刊生命追溯	6
一、创新是期刊的生命源泉	6
二、现代期刊的生存形式	7
世界近代成功期刊	9
一、世界成功期刊	9
二、著名期刊较为完善和独具特色的经营机制简介	11
全国农业科技期刊的世态格局	17
一、全国科技期刊的出版状况	17
二、农业科技期刊的发展历史	18
三、农业期刊的分类	20
四、农业期刊的发展成就	21
五、农业期刊以往存在的主要问题	24
六、农业期刊的发展趋势	28
七、农业期刊编辑选题策划与期刊策划	36
期刊市场激战对农业期刊的影响	43
一、期刊市场的多样化竞争手段	43

二、销售终端多元化	45
三、期刊市场正在规范化、专业化、品牌化发展	46
四、期刊品牌化与农业期刊细分的发展趋势	48
五、“版权合作”与农业期刊的创新发展	51
六、农业类期刊求发展的征战手段	52
七、报刊治理整顿对农业期刊的影响	55
网络杂志	63
一、网络杂志的兴起与发展	63
二、典范网络杂志介绍	65
三、对网络杂志的前景展望	68
国外传统媒体与数字化转型	70
一、期刊如何迎接数字时代	70
二、国外传统媒体向数字化转型	73
三、国外媒体的数字化转型主要模式	74
四、中国报刊业危机和传统媒体的数字化转型	75
五、纸介报刊媒体与网络媒体未来走势	77
期刊的困境与创新	79
一、传统媒体的转向问题	80
二、期刊的“突围”策略	80
三、多元经营与创新经营	84
提高期刊发行量	86
一、中国期刊的营销市场分析与前景展望	86
二、期刊的网络营销	128
发行与分类广告经营的互动关系	138
一、发行市场培育了广告市场	138
二、成熟的分类广告,又促进了发行	138

三、报刊发行与广告必须产生良性互动	139
四、期刊的发行与广告的“黄金”平衡点	140
五、对媒体活动的新认识	146
DM 杂志	150
一、DM 杂志与传统期刊的区别	150
二、DM 期刊市场现状、竞争及潜力	155
新时期期刊运作着力点研究	161
一、科技传播与期刊现代化	161
二、质量与特色是期刊的生命与灵魂	167
三、网络时代对期刊编辑的新要求	169
四、期刊的编辑策划	182
五、广告在新时期期刊运作中的作用	186
期刊发展总趋势研讨	191
一、中国期刊发展趋势	191
二、出版期刊发展趋势	195
三、期刊发展趋势中的新表现	207
新环境下科技期刊的发展趋势与对策	212
一、科技期刊发展趋势	212
二、科技期刊发展对策	214
科技期刊新词意解释	216
一、引文、引文量、引文分析等名词解释	216
二、影响因子、半衰期、载文量等名词解释	218
三、科技期刊的评价	220

期刊概况

从世界上的第一份期刊问世到现在,已经有三百多年。如果说期刊一开始只是在少数人群中流传,那么今天它已走入千家万户。中国每天有 38.8% 的人阅读期刊,仅次于看电视和读报纸的人数,所以我们完全可以说,期刊现已成为中国人日常生活的一个有机组成部分,是人们重要的精神食粮之一。2003 年我国共出版期刊 9 238 种,创新中国成立以来期刊出版新高。目前,我国期刊业的总体经营收入大约在 154 亿元人民币,有学者认为我国期刊业已经进入蓄势待发时期。

一、期刊的定义和构成要素

1. 期刊的定义 据《中国大百科全书新闻出版》期刊条所述,联合国教科文组织期刊定义通过专门的决议,指出:“凡是标题连续不断(无限期)定期与不定期出版,每年至少出一期(次)以上,每期均有期次编号或注明日期的称为期刊。”所称期刊,是指有固定名称,用卷、期或年、月顺序编号,成册的连续出版物。这是我国对期刊的法定定义。

2. 期刊的构成要素 根据期刊定义可知,构成期刊的要素是:连续出版;有一个稳定的刊名;每年至少出版一期(次),有卷、期或年、月等表示无限期连续出版下去的序号;由众多作者的作品汇编成册。

这些要素是期刊不可或缺的基本部分,由此可以把期刊与报纸、图书等其他出版物区别开来。此外,期刊在形式上还有其他几个比较明显的特点,如一般不再版或修订;有统一的开本和装帧形式;有国际标准连续出版物编号(ISSN)、国内统一刊号(CN);有稳定的编辑部和内容范围等。

二、期刊的发展简况

1. 国际期刊 世界上最早的期刊产生于三百多年前的法国。1664年,有个叫戴萨罗的法国议院参事,提出了每周出版一期科学期刊的建议。1664年12月他拟创办的《学者杂志》(*Journal des Sçavans*)获准注册出版。1999年世界期刊出版品种超过7.6万种。2000年后,出版品种最多的前10个国家依次是:美国、英国、中国、德国、荷兰、日本、波兰、法国、奥地利、西班牙。期刊销售数量的前3名国家是:美国(60.07亿册)、日本(50.49亿册)、中国(23.88亿册)。

期刊质量也有较大提高,产生了一大批享誉世界的品牌期刊,如美国的《国家地理》、《读者文摘》、《科学》,英国的《柳叶刀》、《自然》,法国的《法国科学院会议录》、《法国化学会通报》,德国的《焦点》、《明镜》等。值得关注的是荷兰出版的期刊,它们往往具有反映当前学术进展快、学术范围小、发行量少、定价高等特点,而且还有很大很强的国际化特色。

最早的中文期刊,学术界一般认为是《察世俗每月统记传》(*Chinese Monthly Magazine*),由英国传教士马礼逊和米怜于1815年8月5日在马六甲创办。

2. 国内期刊 中国期刊的发展历程可分为六个阶段:

第一阶段是1815~1890年。这一时期的期刊大多为外国传教士所办。1890年美国传教士范约翰提供出一份此阶段办

的 76 种中文报刊目录,其中宗教性质的要占 40 种。

第二阶段是 1891 ~ 1936 年。这一时期中国发生了许多重大社会事件,如戊戌变法、辛亥革命、五四运动、中国共产党成立等。社会的变革不但结束了外国人垄断中国期刊的局面,而且还催生了许多有重大影响的期刊,如《新青年》、《小说月报》、《科学》、《民报》、《时务报》、《东方杂志》、《中国地质学会志》、《气象学报》等。全国出版中心从南北对峙向上海转移。抗日战争前夕,中国期刊出现了急剧繁荣的景象。

第三阶段是 1937 ~ 1949 年。这一时期中国经历了抗日战争和解放战争,期刊步入一个十分困难的境地。在中国出版重镇上海沦陷后,期刊出版中心转移到了武汉、重庆、桂林等地,并形成了以解放区、国民党统治区、沦陷区为代表的三种内容和风格截然不同的期刊类型。

第四阶段是 1950 ~ 1966 年。中华人民共和国成立后,期刊获得了恢复和发展的大好机遇,1949 年,全国有期刊 257 种,年总印数 2 000 万册;到 1959 年,全国期刊达 851 种,是 1949 年的 3.3 倍,年平均增长率为 13.75%。

第五阶段是 1967 ~ 1977 年。

第六阶段是 1978 年 ~ 至今。

三、期刊的媒体特征

期刊是继书、报之后出现的第三类出版物,与书报有着千丝万缕的联系。

期刊与报纸比较,两者的差异性主要表现在形态、周期、时效和容量方面。

1. 形态 期刊较常用的开本主要有 16 开、32 开、大 16 开和大 32 开 4 种,而且期刊要装订成册;而报纸是散页,一般采用

大张纸折叠。

2. 出版周期 期刊一般有周刊、旬刊、半月刊、月刊、双月刊、季刊和半年刊,周期最短者为一星期;而报纸周期最长者为一星期。

3. 新闻时效 由于期刊的出版周期较长,所以在新闻时效性方面要远逊于报纸,但也正由于时间较为充裕,期刊可以对客体作较长时间的调查、观察与分析,从而进行有效的深度开发和新闻挖掘。

4. 内在容量 报纸与期刊相比,传播信息具有短、平、快的优点,人们在了解最新信息及其发展动态时,报纸往往是首选的媒体之一。不过由于报纸的内在容量比期刊要少,所以有一些较好的材料往往难以一次完全使用,其集束效果有时比不上期刊。

一般情况下名为“××××”刊、“××××”杂志的为期刊,名为“××”报的为报纸,但有时却正好相反,例如《新华月报》、《昆虫学报》是刊而不是报,而《生活周刊》却是报而不是刊。

四、期刊的种类

1. 期刊的种类划分 在各种连续出版物中,种类繁多者非期刊莫属。

(1)按内容性质分类 主要有学术理论、时事政治、工作指导、文学艺术、综合文化生活、教育教学、信息文摘、技术资料、科学科普、情报检索等。

(2)按出版周期分类 按出版周期划分,期刊一般有周刊、旬刊、半月刊、月刊、双月刊、季刊、半年刊(比较少见)等。从世界范围来看,月刊是期刊中较为理想的一种。因为它不像周刊那样节奏过于紧张,也不如双月刊和季刊那样过于迟缓。

(3)按读者对象分类 主要有两种分法:一是按读者的接

受能力和水平粗分,有高级、中级和初级3种。二是按照年龄层次的不同需求分,有老年、青年、少年儿童等几大类。

(4)按载体性质分类 主要可分为纸质的、缩微胶片的和电子载体的。目前期刊的载体主要是纸张、缩微胶片(仅供图书情报机构馆藏用),而电子期刊是随着信息技术的发展而出现的新型期刊,在我国已经公开发行。电子期刊主要以CD-ROM为载体,具有信息容量大,图、文、音、像共存,互动性强,检索方便的特点。

(5)按主办单位分类 一般可分为以下几种:一是学术团体、研究机构 and 高等院校编辑出版的期刊;二是出版社、报社出版的期刊,也称“社办期刊”;三是政府有关部门出版的周刊,它们所反映的是该部门的政策、科研任务、动态与成果,涉及社会生活各个方面,又具有政治性、法律权威性,是重要的情报源;四是公司、企业出版的期刊,具有行业性的科研、服务、指导的刊物特色。

2. 期刊出版增刊的规定 期刊不得随意出版增刊,如确有必要出版增刊(含精选、精华本),应报新闻出版行政管理部门核批。

3. 关于期刊版本的记录

(1)版本形式 期刊必须在封底或目录页上刊载版本记录,包括主办单位、出版单位、印刷单位、发行单位、出版日期、主编姓名、发行范围、定价或工本费、国内统一刊号或准印证编号和广告经营许可证编号。其中国内统一刊号或准印证编号须印在封底下方。领有国际标准刊号的期刊,应同时刊载此项刊号。

(2)期刊名称 正式期刊必须在封面上刊载期刊名称和年、月、期、卷。不得以要目替代刊名。

(3)期刊条码 期刊要使用条形码,实行一刊一码的原则。

期刊生命追溯

一、创新是期刊的生命源泉

“期刊”创造性地记载了历史,成为人类不可缺少的读物。在全世界的几十万种期刊里面,出类拔萃、最能代表全球不同阶层价值观和平面传媒的期刊,发行量和利润都不是它的唯一标准,有的只是它永不停止的创新精神,这是“期刊”魅力非凡、历久弥新,并令世人甘之如饴的核心所在。

1. 期刊发展的定位 期刊定位是期刊的生命线。根据 BPA (Business of Performing Audits) 国际权威审核机构的审核标准规定,期刊的定位不准确将没有源泉。每一个期刊都要有自己的读者对象,各个期刊也都有它的定位,定位体现了杂志编辑的思维观念和办刊方向。

2. 期刊成功的标准 一份期刊成功与否,看它能不能跨越三个门槛:市场化、精品化、个性化。市场化是期刊的必由之路。这在许多国家完全不必讨论,因为其基本上不存在非市场化的东西,但在中国,还是一个很大的问题。当今中国的期刊队列中,存在大量非市场化的期刊,它们大致有这样几种情况。

(1)官方权威性期刊 不必为资金来源伤神费心,也就不必接受市场的取舍。

(2)学术性期刊 受到广大读者的冷落,没有办法从发行

或者经营广告上来赚钱。

(3) 输血性期刊 原来靠政府或者有关机构拨款来办的期刊,一直靠“输血”。

(4) 鸡肋期刊 办刊质量不高,市场化水平低,半死不活,弃之可惜,留之可恼。

这几种期刊,除了第一种可以继续走它的非市场化道路之外,其他的都很难“置身市外”。如果在市场化的路口迈不出步子,不能取得通行证,则大致都没有生命力。

3. 期刊的活力 市场是一个流动的概念。有的期刊,在一段时间里,市场是需要的,但市场像一个水性杨花的风骚女子,它不会对不能与时俱进的期刊痴情不改。市场上,多种文化产品、多种媒体在竞争,受到大众眼球的取舍。资本的力量往往左右大势。水无常形,风云变幻,成王败寇,由此来影响期刊乃至媒介的发展。

二、现代期刊的生存形式

经营现代期刊,在有了市场化的观念后,紧接着就要进行实实在在的市场调查,看清从业的大环境和小环境,掌握同行的情况。然后,找到自己的定位,找到市场的切入点,对所要办的期刊进行总体的规划和策划,包括编辑思想、经营管理、刊物风格等。

1. 精品化是期刊的发展之路 当今的中国期刊市场,除了非市场化的东西太多,非精品化的东西也太多。时代已经进入21世纪,消费品几经更新换代,但是许多期刊依然故我。大路货,低质品,从办刊路子到文稿质量,从包装编排到纸张印刷,让人惨不忍睹。落后没有出路,非精品难以立足,对所有的期刊来说都是一样的。精品并不一定要高档高价,精品首先是从期刊

的文化品位、美学品位来说的。精品也是对期刊的鲜明的时代特色来说的。

2. 期刊的专业化 期刊的专业化即个性化问题。个性化也是不败之路。如今的期刊,有一个致命的弱点,就是趋同化,了无个性。在社会生活类期刊中,这个缺陷尤为突出。封面设计要么是会议场面,要么是一个一个大美人。刊载内文要么枯燥无味,要么是一篇一篇煽情的文章,甚至标题制作、语言风格、栏目设置、美术包装都一样,盖住刊名,你就不知道谁是谁。期刊如果没有个性,就没有发展空间,没有继续发展的前景。在激烈的市场竞争中,难免败下阵来。期刊也需要居安思危,从长计议。最可行的办法,就是塑造个性,锻造品牌。个性是品牌的基础,品牌是个性的升华。期刊的经营,最终靠的就是品牌的经营。品牌可以也应该立体化经营。只有到了这时,你才可以说,你所办的期刊成功了。