

走向新世紀

——湖南省期刊编辑工作论文集

湖南教育出版社

《走向新世纪》编纂委员会

编委会主任	马如俊		
编委会副主任	何英琼	罗永康	
编委会成员	马如俊	何英琼	罗永康
	唐仲扬	肖义根	唐春元
	蒋方才	刘光裕	黄琳
	蒋崇恒	周利纯	胡德池
	王美珍	钟毅	盛忠
	杨俊杰	易维	

封面题字 刘鸣泰

序

马如俊

改革开放以来，我省期刊事业取得了飞速的发展，全省期刊数量增加，品种增多，整体质量有了明显的提高，编辑队伍也不断壮大。现在，我省共有社会科学和自然科学正式期刊 234 种，从事期刊编辑工作的人员 1106 人，其中有高级职称的 312 人，有中级职称的 388 人。在全国第一届、第二届优秀科技期刊评选中，我省期刊取得了十分突出的成绩，《小溪流》被评为第二届全国百种重点社科期刊。《中南工业大学学报》（自然科学版）、《电池》、《机车电传动》荣获首届国家期刊奖，《小溪流》、《湖南师范大学报》（自然科学版）获首届国家期刊奖提名奖。应该说，湖南期刊目前已进入稳定发展时期。

随着社会主义市场经济体制的建立，期刊业也面临着走向市场，参与竞争的现实。期刊的竞争，实质上是人才的竞争。国内外获得成功的期刊，无不有高水平的主编和高素质的编辑队伍。期刊是一种特殊的文化商品，要想赢得市场，必须要有独到的策划和准确的定位，同时还要有新颖的栏目设置和高质量的文章，这些都离不开主编独创性的思维和编辑们创造性的劳动。“惟楚有才，于斯为盛”，湖湘文化有着十分深厚的底蕴，湖南历来是人才辈出的地方，正因为如此，改革开放以来，经过近几年的努力，湖南的出版工作取得了十分突出的成绩，湖南已经成为全国出版大省之一。作为出版事业的一个重要方面的期刊，在湖南这块土地上也在茁壮成长，这和我们有一支高素质的编辑队伍是分

不开的。从1994年开始，我们对全省400名科技期刊的主编和编辑进行了培训；1998年，又对全省社科期刊的138名社长、主编进行了培训；1998年10月湖南省期刊协会成立后，也积极参与了这项工作。整个培训工作，严格按照国家新闻出版署颁布的培训大纲进行。在短短10天的时间里，省内外有关专家、学者和从事管理工作的同志，从期刊出版的政治方向，期刊出版的法律、法规，期刊的选题策划，期刊的质量要求等期刊出版工作的方方面面，结合我省期刊的实际，向参加培训的同志进行专题讲授，以期提高大家的理论水平。学员们相互交流，研究探讨，集思广益，从理论到实践，认真探索社会主义期刊发展的道路。对期刊的出版规律，期刊的内在要素特点，对如何办好刊物，如何振兴湖南期刊等问题进行了认真的理性思考，这本论文集就是同志们思考的结晶。

我非常认真的阅读了同志们的这些稿子，读着这些文章，看着这些熟悉的名字，欣喜、钦佩、激动之情，不断在我心头涌动。同志们积极思考，勇于探索的责任心和热情，令我欣喜；同志们结合社会主义市场经济，结合湖南实际，从理论到实践，对期刊出版的各个方面进行深入、细致的研究，提出了许多独到、新颖的观点，这些文章反映出来的同志们研究问题的能力和水平，令我钦佩；我为湖南期刊界有这样一批具有强烈事业心，又有一定理论水平和实践经验的主编、编辑而激动。只要我们努力思考，勤于实践，锲而不舍，我们的目的就一定能够达到。

编辑这本集子，一方面是要给广大主编、编辑开辟一个研究、探索的园地；一方面要向社会展示湖南期刊界的理论水平；当然，更重要的是给广大办刊者提供学习、借鉴的资料，作为提高全体办刊人员素质的一项有效措施。

当这本集子问世的时候，可能是1999年的年末了，新春的气息向我们扑面而来，新的世纪离我们越来越近，我们要坚定信

心，振奋精神，努力工作，以崭新的面貌迎接春天的到来，迎接新世纪的来临！

目 录

序	马如俊 (1)
期刊发展要走向市场走向联合	熊 剑 (1)
市场经济条件下党刊生存与发展的哲学思考	盛 忠 (9)
社会主义市场经济体制下党的纪检期刊发展走 向设想	许厚文 (18)
党史期刊 路在何方	张学军 (24)
特殊商品——期刊的市场化探微	黄旭东 (30)
地方社科学术理论期刊走出低谷的途径探讨	郑 洁 (36)
立足行业 面向社会 放眼世界 ——浅谈社会主义市场经济下行业类期刊的发展出路	彭杰菊 (43)
谈专业期刊走向市场	曾阳光 (49)
面向市场改革：劳动和社会保障期刊走出困境的 惟一出路	熊成文 (56)
论市场经济条件下科技期刊的生存与发展	魏 晓 (59)
高校自然科学学报的特点、现状及其在市场经济 下的定位	邓白罗 (65)
林业指导类科技期刊适应市场经济的办刊思路与对策	邓双文 (72)
试析机关刊物的现状及其发展	萧 林 (78)
办刊中的矛盾与出路	刘 超 (83)
机关期刊：当心八大误区	梅金华 (90)
研究读者需求 开拓市场空间	马正谊 (95)

论社科期刊的市场定位	肖建军 (100)
文学期刊的生存处境与对策	萧元 (105)
困境中纯文学期刊的策划和运作	王静怡 (112)
浅析诗歌报刊的生存和发展	冯明德 (116)
地(市)级文学期刊如何排解办刊矛盾	邓宏顺 (122)
浅谈民族科普期刊的现状与发展对策	赵治太 (127)
我国科技期刊发展对策	彭超群 吴家泉 (133)
正确认识“以刊养刊” 促进科技期刊发展	黄寿恩 (139)
对我国科技期刊国际发展的思索	胡传焯 (146)
从国外成熟期刊看中国财经杂志的发展方向	谢不周 (151)
湖南科技期刊的现状与发展对策	杨俊杰 (157)
努力探索指导性与可读性的结合点	李志民 (164)
专业期刊与精品策划	刘晓渡 (169)
试论文学期刊的价值走向	邓开衡 (176)
期刊必须坚持正确的舆论导向	彭雁峰 (183)
论党建期刊的指导性	黄定三 (189)
增强党建刊物可读性的思考	伍国用 (196)
创新: 期刊突围的必然选择	龙海清 (203)
创意——推进期刊发展的不竭动力	李少清 (210)
地方政治理论期刊的特色构建	钟毅 (214)
突出特色 努力办好刊物	林富高 (221)
论商业高校学报的特色构建	朱栋梁 (227)
地域文化的魅力 ——浅析《新创作》杂志的地域文化及其文学性	彭国梁 (232)
试论期刊的个性风格	全开家 (238)
论期刊策划——高校学报呼唤策划	李昌佳 (245)

关于精品学报有关问题的思考	成凤明 (252)
对外交流是提高刊物档次的途径	文 力 (259)
试论增强农业科普期刊的生命力	肖义根 (266)
办好人事期刊的几点思考	钟吉元 (272)
期刊品牌观	易 维 (278)
论编辑对期刊的质量控制	胡弼成 (284)
质量——科技期刊的系统工程	袁作兴 (290)
综述文章的质量评定	郭 伟 (297)
对当前高校文科学报学术质量普遍滑坡的反思	任俊华 (300)
办好党刊要处理好的一些关系	胡德池 (306)
通俗文学期刊用稿浅谈	向本贵 (313)
关于选题意义的认识	王 毅 (317)
年鉴选题浅论	杨盛让 (322)
如何缩小高校学报稿件的“时间差”	何厚发 (329)
谈教育期刊教学版的编辑策划	叶仁波 (333)
试论学生杂志如何加强策划意识	吴新宇 (340)
让孩子们喜闻乐见	骆晓戈 黄亦鸣 (346)
让专栏成为读者的良师益友	曹 筠 (351)
期刊标题的制作方法	石建初 (357)
谈主编对期刊装帧设计的再认识	聂 浩 (364)
编排合一运行模式分析	王竊惠 (371)
儿童期刊的装帧设计	袁 江 (378)
科技期刊的栏目划分、命名及方法评价	李建安 (383)
科普期刊降低差错率的途径	许小波 (390)
编后悟语	马 核 (396)
论文作者和期刊编辑应重视著录和核查参考文献	姚利民 (401)

关于期刊专题摄影的编辑思考	秦勇军 (407)
谈谈期刊主编应具备的基本素质	郝 安 (412)
期刊社社长(主编)应成为复合型人才	姜庆华 (420)
论学报主编文化素养的独特性	刘景慧 (425)
政治理论期刊主编素质论	蒋方才 (431)
试论科技期刊主编的主要职责	周柳霞 (439)
关于期刊编辑的统筹能力及其应用的思考	刘小明 (443)
论编辑责任的文化行为及作用内涵	龚维忠 (450)
编辑学者化与学者化编辑	龙爱良 (457)
强化编辑主体意识 提高期刊品位	王树槐 (463)
论文艺理论期刊编辑意识	彭 诚 (470)
浅论党刊编辑的职业意识	王美珍 (474)
期刊编辑的读者意识	曾祥斌 (480)
老年期刊编辑的专门知识浅探	王苑文 (486)
试论学报编辑的现代意识	邱玉梅 (493)
注重隐性编辑含量	蓝甲云 (499)
谈科技编辑的审读	陈 菁 (505)
科技期刊广告编辑素质浅谈	周建成 赵一凡 (512)
编辑学理论若干问题之我见	张汉芳 (517)
编辑主体性辨正	刘寒辉 (522)
浅议社刊主编与图书编辑应具素质的差异	丁双平 (529)
关于期刊经营的一点思考	欧阳勋 (534)
抓期刊经营 求“双效”统一	李经武 (541)
发展农业科技期刊广告业务的几点浅见	肖秀华 阳建国 (548)
科技期刊产业化运作的思考	王冬武 黄金玉 (555)
试论期刊的企业化管理	刘春才 (562)
浅谈期刊的深度报道	胡 燕 (569)

“材料思路”与“文学语言”相结合

——谈经验报道的写作	胡宏文 (576)
教育类期刊的社会效益和经济效益浅析	余健乐 (584)
社科工作指导类期刊时事宣传略论	骆 辉 (590)
高校学报经济效益评估指标新认识	王素琴 (597)
对高校学报以文摘率作为主要考核指标的反思	帘 青 (603)
科技期刊中应注意的几个统计学问题	李庆俊 陈 波 (610)
浅谈高校科技期刊档案建设	陈 新 曾文军 黄耀湘 (615)
浅谈出版业的信息化与网络化	刘清华 (619)
论期刊评审制度的建立与完善	刘良初 (624)
中西年鉴实用性之比较研究	姚洪波 (630)
运用知识经济对策 优化科技期刊管理	熊楚才 (636)
期刊产业化的几点思考	罗永康 (642)
编后	(648)

期刊发展要走向市场走向联合

熊 剑

一、中国期刊号脉

期刊，在普通意义上讲，是指某个编辑实体，围绕既定的办刊宗旨，依照一定的编辑方针组稿，有固定的名称，汇集多名作者不同内容的文章，按一定时序连续编辑出版的出版物。在我国，绝大部分是党政部门主办的“官方期刊”，有的虽属非党政部门主办，但也必属于某一团体，直接或间接地接受政府的津贴，其实质仍为“官方期刊”。这是中国期刊的第一个病症——官能症。

因为期刊是官办的，那么，期刊的编辑、编务、经营管理人员便都是官方指派的，办刊经费、人头经费也多由官方全部或部分拨款，期刊只是按长官的意志进行文字编辑。这是中国期刊的第二个病症——温饱症。

市场经济的大潮早已席卷中华大地，当期刊真的立上潮头的时候，办刊者和主管者露出了不同的心态。一方面，没有走出高墙，没有走出政府襁褓的办刊者们被滚滚涛声和压肩的潮流吓住了，他们怕政府“断奶”。于是，他们紧含政府这颗乳头，紧闭市场经济的大门。另一方面，在市场经济的大潮中站稳了脚跟，尝到了甜头的办刊者，却受着主管者的制约，因为他们是单位的摇钱树。这是中国期刊第三个病症——软骨症。

二、中国期刊，你大胆地往前走

走官场还是走市场是期刊成为产品还是商品的分水岭。二者有着质的差别。在我国，期刊是和新闻事业紧密联系在一起的。期刊必须有明确的政治主张。特别是在建立社会主义市场经济体系的同时，不忘加强两个文明建设的今天，我国期刊呈现出自身新的特点：一是讲求“两个效益”，即社会效益和经济效益。因为期刊既是政治的又是经济的，是政治和经济的共生体；二是讲求“两个文明”，即物质文明和精神文明。因为期刊的载体是物质的，内容是精神的，是物质和精神的结晶体；三是讲求“两个品味”，即文化品味和商业品味。因为期刊的形象是文化的，行为是商业的，是文化和商业的承载体。由于期刊呈现出这些新特点，所以，期刊的发展到底是走官场还是走市场，已成为期刊界和政府管理部门关心的问题。我认为，期刊要发展就要走向市场，走向联合。

1. 期刊社就是一个企业，是企业就要成为市场经济的主体，就要走向市场。

任何一个经济实体，都必须根据市场情况对自己的行为进行经济谋划，而不是一味地听任于行政主管。所以，任何一本期刊都要根据自己的读者定位来确定自己的办刊宗旨和编辑方针。只有明确给谁看，才能明确看什么。只有先给读者定好位，才能给自己定好位。知己知彼，才能真正体现自我，办出特色，让读者爱不释手，喜闻乐见。同时要立足现在，面向未来，要预测读者市场的发展变化，着眼于未来。明年的市场怎么样，明年的读者喜欢什么，明年应辟什么新栏目，明年的价格如何定位等等，今年就必须谋划好并开始执行。

以《当代警察》杂志为例，1990年7月1日以前，虽是公

开刊物，但实际上是靠行政命令发行，靠政府拨款编稿，虽然每年发行3万多册，但由于价廉质低，日子过得紧巴巴的。1990年7月1日经国家新闻出版署批准更名《当代警察》，正式决定向社会发行，读者对象除公安保卫人员外，主要定位于社会各界关心社会治安，关心警察工作和生活，关心法制建设的读者。将办刊宗旨定为“弘扬人间正气，鞭挞社会丑恶，传播法制文明，服务寻常百姓”。将编辑方针定为“立足公安，面向社会，宣传警察，服务群众”。由于策划细，定位准，首发便突破了13万册，当年盈利30万元。近年来他们按照“出精品，出效益，出人才”的思路对《当代警察》进行全新策划，全新包装，使之年年都有新发展。这就是市场的回报。这就是读者的厚爱。

期刊的发展，必须走向市场，这是大势所趋。但是如何走向市场，如何在市场中立于不败之地，这就要求我们面对市场，做好经营决策。所谓经营决策，是指期刊面向市场和读者，根据党和国家的政策法规法规，通过计划、组织、协调和技术手段等，充分利用期刊的内部和外部的一切条件，最大限度地满足社会和读者的需要，争取期刊的生存和发展，争取自身的社会效益和经济效益，保证国家、读者、期刊社及全体员工都增加收益。但是，在我国现有的期刊管理体制下，期刊是国家直接管理的，因而，期刊本身的管理职能受到很大的限制。我们一贯重视东方经验，忽视和排斥西方经验。这就大大限制了期刊经营管理人员的视野。随着我国管理体制的进一步改革，以及产品经济向市场经济的转变，管理工作正由单纯生产型的管理逐步向全方位的经营型管理转变。期刊经营将逐步成为期刊管理工作的主体。

在社会主义市场经济条件下，期刊经营决策在坚持“四项基本原则”，坚持办刊宗旨，坚持“两为方向”，坚持“两个效益”，突出社会效益的前提下，具有四个目的：

① 谋求经济效益。把经营策划的重点放在未来的战略目标

和决策上，并强调经营目标与外部环境之间的关系，同时要求两者达到动态协调，力求利润最大化。

② 围绕发行渠道和资金运动过程，突出市场分析与预测，策划编辑什么，怎样编辑，以及编辑印刷出来的商品的实现问题，力求质量最优化。

③ 以市场需求为起点，根据市场规模进行成本分析与控制，力求经济风险最小化。

④ 定性管理与定量管理（宏观管理与微观管理）相结合，对期刊经营的各个环节制定具体措施，用“制度说话”，用“数据说话”，找出节约、高效实现期刊目标的最佳途径，力求管理科学化。

期刊的经营决策是一项系统工程。每一本期刊是一个小的系统，有各自的办刊宗旨、编辑方针、发行网络，也有各自的赚钱方法。但整个期刊界联合起来，就是一个大的系统工程，要做好期刊的经营工作，一般要对八个方面进行决策：

① 编辑决策。包括办刊宗旨、编辑方针、读者定位、作者定位等。它决定你出版哪一类期刊，给哪些人看，能看到哪些内容等具体问题。编辑决策直接影响期刊的生产、销售、财务等方面的决策。

② 成本决策。成本决策决定期刊资金最有效的使用问题，同时也决定期刊的物质质量和精神质量。选用哪一类印刷厂，选用哪一种纸张，选用哪一种印刷机器和印刷材料，聘用哪一档次的编辑编务人员，约请哪一类作者撰稿等，都直接影响成本。对于经营者来说，要计算实际的经济效益，以决定取舍，尤其应考虑获利时所付出的种种“牺牲”，权衡利弊，判断其经济合理的程度与界限。

③ 竞争决策。期刊竞争决策，主要解决按什么方向竞争，采取什么样的竞争方式和竞争手段。它是决定期刊在激烈的竞争

环境中能否谋求生存和发展的关键问题。一是同类期刊竞争，二是期刊行业与其他出版行业的竞争，三是期刊与社会大市场的竞争。作为单个期刊，应该确定自己的竞争对手，制定竞争策略和目标。作为期刊行业更应该加强行业管理，促进行业内部的横向联合。

④ 价格决策。价格决策决定着期刊作为商品得以实现的程度，采用什么样的定价方法和定价策略，原则上要求既要谋取最大限度的利润，又能使其得以顺利销售，满足读者的需要。因此，不能单凭理论定价，而要结合自身的特点，加强市场预测。进行理论加经验加市场风险的综合定价，我刊近几年采用的是“三个1/3”定价，即成本（含编辑印刷、稿酬、广告宣传费用）占1/3，发行占1/3，毛利占1/3。

⑤ 发行决策。发行是使期刊获得经济回报的有效途径。发行决策的好坏，直接影响资金的流动和经济效益的好坏。客户是上帝，但上帝不只一个，多条腿走路，是发行决策的大趋势。但是，如何制定合理的发行费率标准和奖励机制，加强感情投入，提高对读者的后期服务质量，做到买卖公平，是发行决策必须考虑的重要内容。

⑥ 广告决策。广告经营是期刊经营不可分割的一部分。广告决策的好坏直接影响期刊的形象和效益。广告过多，或档次太低或可信度太低，损害了读者的利益，就会减少发行量，减少发行收入。广告过少，期刊的广告媒介作用没有得到充分发挥，读者希望获得的广告信息得不到满足，也会降低读者的注意力。同时，期刊也会减少广告收入。因此，广告决策的关键是通过广告价位控制广告版面，通过精选广告客户提高广告的素质构成和读者信誉度。

⑦ 投资决策。期刊经营过程中，获得的利润怎么办？最好的办法是进行投资。一是向期刊投资，进一步提高期刊档次，回

报读者，扩大发行量。二是向社会投资，开展多种经营，发展其他产业。对这类长期投资问题，要进行风险分析，并考虑货币的时间价值，使所投资金能够发挥最好的效益。作为期刊，利用自己的资金优势，一年或两三年兴办一个实体，用期刊带实体，发展到一定的时期，组成实业集团或大型公司一类，企业有了雄厚的资金就能扶持期刊了，那时，我们的期刊档次会更高，品位会更高，社会效益会更好，真正实现良性循环。

⑧ 形象决策。这是一个自身形象设计和包装的问题。期刊和期刊的编辑都是乐为他人做嫁衣的。但在社会主义市场经济条件下，我们的期刊应该更好地包装自己，设计好自己的形象，搞好自己的形象策划和形象定位。一种期刊，就是一种品牌，一个好的品牌，就是一笔无形资产，它能让你在具体的经营活动中，获得有形的回报。期刊要有策划有组织地参加一些社会公益活动，举办培训班和作家联谊活动，鼓励读者评刊，参与有关书刊的编辑等，要努力服务读者，回报社会，奉献爱心，才能树立良好的公众形象。同时，要增强商业意识和市场意识，树立精品意识和广告意识。一方面要按经济规律和读者需求来策划、经营、管理期刊，仅用政治口号是无法获得好题材的，是无法为群众提供喜闻乐见的东西的。另一方面要有“王婆婆卖瓜”的精神。杂志是商品，是一种特殊的文化商品或精神化作的物质商品。是商品就要走市场，要走市场就要出精品，就要做宣传，就要广而告之。

读者是上帝，都有一双慧眼。形象决策不是凭王婆婆的能耐就能实现的，必须有精品作后盾。因此，要有一批高档次的作者队伍，有一系列精心策划的贴近生活的选题，有一批有高度责任感的编辑，有高质量的物质载体。只有这样，期刊的形象才会逐步完美。

2. 期刊走向了市场，也在市场中获得了利益，怎样才能谋

求更大的发展？道路只有一条，那就是走向联合。

随着竞争的日益激烈，小的出版社或杂志社因为经济实力束缚逐渐在竞争中处于劣势，人、财、物通过市场逐渐向大出版社或杂志集中并形成大的出版集团，使出版真正商业化、产业化。因此，期刊的发展如果不走横向经济联合的集团化道路，前景不会广阔。横向经济联合是一个含义很广的概念，它是跨地区、跨部门、跨行业的联合。因为，自身的发展到一定程度，总是受着行业的局限，只有横向联合，才能打破旧的管理体制，扩大企业的自主权，摆脱“小企业”、封闭式、低效率体制的束缚，实现信息共享，优势互补。因此，我们要既做编辑家，又做出版商，以期刊的经济联合，带动相关产业如造纸业、印刷材料业、印刷业、发行业以及其他出版业等的发展，再以产业带动期刊，实现良性循环。只有这样，期刊的发展才有后劲才有基础。

期刊能进行哪些方面的联合？一般来讲可以进行资金联合、技术联合和市场联合。

走向市场的期刊，只要经营得当，都创造了一定的经济效益，但期刊赚的是几个血汗钱，加上期刊的经营者多是文人型的，资金数量又有限，所以不敢进行资金操作，于是造成资金闲置。但是，期刊如果能进行资金联合，以湖南省为例，227家正式期刊，至少可以集中资金5000万元以上，如果能充分利用好这笔资金，比闲着在银行要强很多倍。

很多期刊社都有一定的技术力量和技术设备，由于是单兵作战，业务量不足，人员和设备的利用率低，回报率低，相当于重复建设，相对地造成了投资浪费。若期刊之间将技术编辑和技术设备进行联合，一定能达到精简人员、节约投资、减少消耗、降低成本的目的。

期刊之间最重要最迫切的联合是市场联合。市场联合是多方面的。针对邮发渠道不畅，邮局服务不到位的现状，期刊社应该