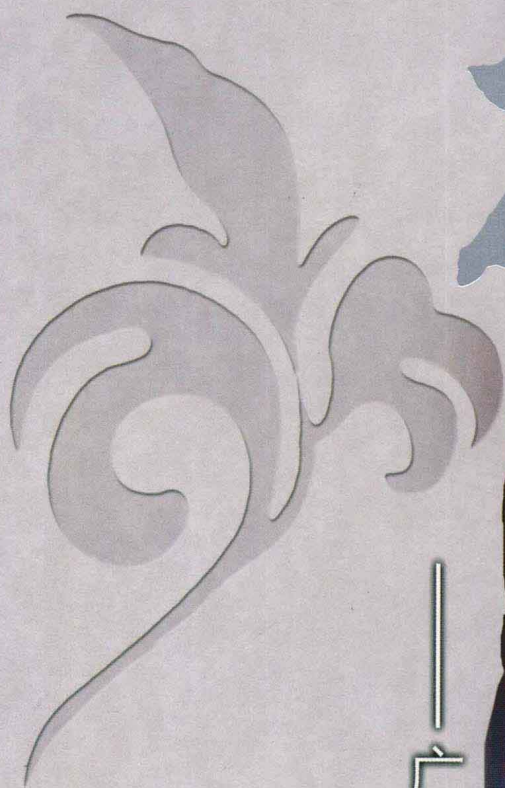


主编◎卢锡铭



椰城

——广东期刊优秀论文集

中的求索

改革开放风气之先，上世纪八、九十年代获得以《广东青年》改为《黄金时代》为标志，掀创新的热潮，先后涌现了《家庭》、《家庭医生少女》、《南风窗》等一批大刊名刊，颇有起、百舸争流之势，当时无论期刊的规模、期及期刊的影响力都走在全国的前列。

联网等新兴媒体的异军突起，日益影响并改变习惯和消费行为，对包括期刊在内的传统纸介大的冲击。由于改革锐气和创新意识减弱了，制、经营理念没有及时跟上市场环境的变化，

强势地位有所削弱，有些昔日的名刊甚至萎缩到难以为计的边缘，这与

广东省出版集团

优秀出版社 全国百佳图书出版单位

广东教育出版社

化，广东期刊界没有回避，没有退缩

主编◎卢锡铭



初战

中的求索

——
广东期刊优秀论文集

广东省出版集团

全国优秀出版社 全国百佳图书出版单位

广东教育出版社

·广州·

图书在版编目 (CIP) 数据

挑战中的求索：广东期刊优秀论文集/卢锡铭主编.
—广州：广东教育出版社，2010.6
ISBN 978-7-5406-7869-2

I. ①挑… II. ①卢… III. ①期刊-出版工作-文集 IV. ①G237.5-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 099126 号

责任编辑：李木子 叶曙明
责任技编：杨启承
装帧设计：黎国泰

广东教育出版社出版发行
(广州市环市东路 472 号 12-15 楼)
邮政编码：510075
网址：<http://www.gjs.cn>
广东新华发行集团股份有限公司经销
广东新华印刷有限公司印刷
(佛山市南海区盐步河东中心路)
787 毫米×1092 毫米 16 开本 32 25 印张 645 000 字
2010 年 6 月第 1 版 2010 年 6 月第 1 次印刷
ISBN 978-7-5406-7869-2
定价：53.00 元
质量监督电话：020-87613102 购书咨询电话：020-87621848

《挑战中的求索》编委会名单

总 策 划：朱仲南

主 编：卢锡铭

副 主 编：黎民安

编 委：蔡玉明 陈湘年 宫瑞华 郑子谦

陈 中 叶金宝 李国伟 于绍文

陈跃龙 董玉整

特约编辑：黄秀玲 卢晓霞



在改革创新中铸造辉煌

顾作义

广东期刊得改革开放风气之先，20 世纪八九十年代获得快速发展，以《广东青年》改为《黄金时代》为标志，掀起一股改革创新的热潮，先后涌现了《家庭》、《家庭医生》、《少男少女》、《南风窗》等一批大刊名刊，颇有一种群雄并起、百舸争流之势，当时无论期刊的规模、期刊的质量以及期刊的影响力都走在全国的前列。

近年来，互联网等新兴媒体的异军突起，日益影响并改变人们的阅读习惯和消费行为，对包括期刊在内的传统纸介媒体产生巨大的冲击。由于改革锐气和创新意识减弱了，加之管理体制、经营理念没有及时跟上市场环境的变化，这些年来，广东期刊的强势地位有所削弱，有些昔日的名刊已风光不再，有些期刊甚至萎缩到难以为继的边缘，这与经济强省的地位和文化强省的要求很不相称。

面对新的形势新的变化，广东期刊界没有回避，没有退缩，而是沉着应对，大胆探索，开始走上了一条以改革创新促科学发展的道路。2008 年，省委宣传部、省新闻出版局联合召开“广东期刊改革创新座谈会”，并联合制定《广东期刊业发展纲要》，对广东期刊的发展作出了全面的规划和部署。为了贯彻落实发展纲要的精神，广东省期刊协会精心策划、组织了期刊优秀论文的评选活动，评选出一批很有质量的文章，并结集出版，这是一件十分有意义的事情。广东期刊业要成为期刊大省和强省，的确需要发动大家一起来把把脉，一起来研究如何在新形势下进一步解放思想，更新观念，破解发展的难题，创新发展思维，重振昔日雄风，再创新的辉煌。

总的来看，这批优秀论文有如下几个特点：一是时代性。这批论文能站在时代的前沿，从世界期刊的最新趋势这个大背景去审视广东期刊的问题，有一定的高度和深度。二是新锐性。这批论文能用最前沿的理论，最新的思路、最新的角度，去分析问题，提出解决问题的思路 and 对策，有新意，有锐气。三是针对性。这批论文



不是从理论到理论，而是联系实际去提升经验，去破解难题，有一定的指导作用和实用价值。四是广泛性。这批论文不是就某个期刊、某个领域去探索，而是涉及各类期刊以及期刊的方方面面，有一定代表性和普遍性。从这个意义上说，这是一批有关广东期刊改革创新发展的阶段性研究成果，我们大可以利用这批文章来学习，来讨论，来交流，从中碰撞出一些火花来。倘若我们把探索这篇文章做好了，把理论问题弄透了，我们发展的思路就会更加清晰，前进的脚步就会更加坚定。

翻阅这本书稿，我还有三个强烈的感觉：一是面对新媒体的冲击，广东期刊人有种强烈的危机感；二是在这些年来广东期刊人憋着一股劲，渴求突围的潜流一直在涌动；三是广东期刊界，不乏勇于探索的有识之士。这正是广东期刊加快发展、创新发展、再创辉煌的强大动力和希望所在。

当前，广东期刊业正处在一个关键的发展阶段，我们既要认清形势，正视不足，努力破解发展难题，更要抓住机遇，迎难而上，勇挑历史的重担，为广东期刊重振雄风，为广东文化强省建设作出应有的贡献。希望广东的期刊人，尤其是期刊社的社长、总编，要发扬当年敢为天下先的精神，志存高远，敢于担当，努力争当一个有理想、有责任、有作为的期刊领军人。

(本文作者是广东省委宣传部副部长、省文明办主任)

目录

一等奖

- 1 期刊数字化出版的趋势与应对 郝 选
- 7 中国期刊：如何从“小作坊”到全球化
——考察法国华榭菲力柏契出版集团的启示与思考 郑 谦
- 20 涉性期刊的伦理责任 董玉整
- 34 传统期刊，在网络媒体冲击下如何突围 李林平
- 39 老年群体的身份焦虑与媒体责任 鹿 麟
- 45 教育期刊品牌战略发展的构思 李柏宁
- 51 如何延伸期刊的生命周期
——以教育期刊为例 陈湘年
- 57 科技期刊产业化探讨 周全/刘淑华
- 67 解读学术期刊印数减少的另一种视角 王素琴
- 73 电子期刊的发展现状与未来态势分析 林旭娜
- 89 市场调研：中国期刊发展的关键 郑 晨
- 96 报纸对医学科普期刊的冲击及应对措施 黄绮生/王甲东/周昆
- 101 杂志：被低估了的广告投放地带 郑文艺/刘荣/周昆
- 105 广东省 174 种科技期刊学术质量调查与分析
..... 洪悦民/朱佩玲/吴秋玲/张振弘/林燕薇/邹凤琼/刘穗云/杨江瑜
- 112 期刊经营呼唤广告策划 欧阳志刚
- 117 论新时期的编辑主体意识 李曙豪
- 122 个性心理特征对编辑工作的影响 幸建华/王昌栋/陈翔
- 128 试谈高校学报青年编辑的职业倦怠问题 曾志红
- 135 心理平衡——高校学报青年编辑保持心理健康的关键 庄晓琼
- 143 一次成功的活动策划
——关于“关注阿富汗战争孤儿”活动的人文思考 周 琪



优秀奖

- 154 论当代期刊编辑的文化定位 范琳
- 161 略论危机传播中媒体与企业的关系 黄厚珍/黄秀珍
- 169 我国期刊出版增长趋势探析 刘贵全/耿玉莲
- 174 论商品社会中期刊所承担的使命 王薇薇
- 179 论编辑传播信息的周延性 褚胜修
- 185 学习型编辑与编辑学习 赵小华
- 192 高校学报改革：专业化与社会化 翁佩莹/郭志浩
- 197 女性生活类期刊的危机以及内容定位反思 范国平
- 206 教育期刊编辑的现代意识 王清平
- 211 社科期刊的市场化之路 祝林浩
- 217 高校学报名栏研究述评 欧翠珍
- 231 党刊如何找准市场定位
——以广东《南方》为例 赵媚夏
- 236 论新形势下公安高校学报的使命 李卒
- 244 财经期刊的发展机遇与挑战 郭颂平
- 249 论科普编辑专业化与专业编辑科普化 王甲东/周昆/王莹/欧阳菁
- 255 地方高校学报的特色与出路 陈冠华/刘亚民
- 259 科技期刊的品位 刘淑华
- 268 浅谈编辑综合素质与精品科技期刊 常湘珍/甘章平/汪华侨
- 274 广东省部分科技期刊编辑心理健康状况的调查研究
..... 朱佩玲/吴秋玲/李苏玲/洪悦民/林燕薇/温秋珍/凌莉/温盛霖/
周成宜/张振弘
- 284 我国地理学术期刊发展回顾与展望 李小玲
- 297 网络时代编辑的角色定位及素质要求 梁念琼
- 305 试谈党史书刊的编辑 王国梁
- 311 教育期刊话题类栏目编辑的“三定” 潘孟良
- 318 突出优势学科，打造特色栏目 王昌栋/陈翔/辛建华
- 323 从认知特征谈科技论文的编辑加工 尹萌芽
- 329 重视青年编辑工作，提高青年编辑的素质 肖辉林
- 332 编辑策划阶段逻辑方法刍论 李艳中
- 338 社科学术文摘的功能与责任 孙永怡
- 344 高职高专院校学报质量的影响因素分析 何永红
- 351 谈学术期刊稿件中的“挤出效应” 张建蓉
- 356 科技期刊评价服务功能指标探讨 王璐

361	实施全面质量管理 推动科技期刊品牌建设	李 嘉
367	论模糊语言在编辑稿件处理中的应用	王景周
375	科技期刊文题存在的几个问题	曾思红
379	科技期刊编辑部实行目标管理的研究	曾莉/吴惠勤/黄晓兰/宾仁茂
385	《护理学报》“以读者为中心”战略的实施	方玉桂/李亚洁
389	新时代信息不对称理论与科普期刊编辑关系及对策研究	郭云祥/王甲东
392	运用信息不对称理论研究杂志社和作者之间的关系	周昆/王甲东/张意
399	关于文后参考文献中期刊增刊著录格式的探讨	阙杰/王夏慧/陈春晓
405	对学术论文评价中的“刊本位”探析	胡慧河
410	国外编辑出版高等教育发展实践及启示	汤 菲
419	论编排规范操作中的三个矛盾关系	余树华/张秀萍
430	期刊著作权侵权问题之管见	陈锐锋/黄汉林/丘创逸/何以平
437	医学论文中 t 检验误用分析	郑巧玲/何以平
441	树立三气象理念, 促进《广东气象》改革	吴婉萍
447	医学期刊编校工作者应具备的素质	陈嘉伟/李强/吴淑金
456	医学期刊的“文责自负”与“编辑把关”	王冰/苏焕群/庄晓文/张素文/祝华
462	科技论文标题的要求与确定方法	刘少华
468	试论消防期刊之选题策划	桂小玲
475	科技期刊网络版的版式研究	陈 庄
482	做一个合格的点灯人	钟睿祺
486	整合资源和力量 拓展学报生存发展空间	陈伟群/成晓星
490	略论期刊企业的“资源流转”与“期刊产业联盟”	林文强
494	透视英美期刊广告经营现状及特点	何海林/辛枝
500	论稿酬机制与出版资源的开发	李慧云

出版业数字化转型

以牺牲环境为代价的经济发展模式早已落后，高消耗、高污染的粗放型经济是经济发展错误的观念，也应该摒弃，取而代之的是自然和谐发展的现代意识，而数字出版正是这种现代发展观的最好体现。

出版

二、期刊数字化的发展方向

数字期刊的形式可谓千姿百态，国内首届数字出版博览会上诸多有展示，但总结起来，从阅读方式上可分为三大类：

网络阅读

网络阅读是数字出版的主要形式，也是目前最成熟、应用最广泛的形式。网络阅读具有传播速度快、信息量大、检索方便、交互性强等优点。随着网络技术的不断发展，网络阅读的形式也将不断丰富，如在线阅读、在线阅读、在线阅读等。

一等奖

2. 电子书 (E-book)

电子书又称电子阅读，是指以数字形式存储、传播和阅读的文字、图片、音频、视频等信息。电子书具有存储容量大、携带方便、检索方便、交互性强等优点。随着电子书技术的不断发展，电子书的形式也将不断丰富，如在线阅读、在线阅读、在线阅读等。

3. 手机阅读

手机阅读是指通过手机、平板电脑等移动终端进行阅读。手机阅读具有便携性强、随时随地、交互性强等优点。随着手机阅读技术的不断发展，手机阅读的形式也将不断丰富，如在线阅读、在线阅读、在线阅读等。



期刊数字化出版的 趋势与应对

郝 选

进入 21 世纪，互联网使我们的生活有了革命性的变化，工作、学习、沟通、娱乐，都离不开互联网。人类知识形态的传承，因记录载体的演变越来越便利多元。正是在这种社会形态下，数字出版应运而生。而有识之士在它刚刚出现时就预言了它终究会取代纸质媒体成为出版的主流。

数字出版的出现有着社会、科技、环境保护等方面的原因，从其发展来看，以阅读方式可分为网络阅读、电子书、手机阅读三大类。

如何迎接数字出版的到来？本文提出了应从三个方面积极做好准备：一是前瞻性地思考期刊发展的未来，依托市场，依靠科技，使期刊出版形态始终走在变革的前列；二是牢固树立创新意识，提升核心竞争力，做强大的内容提供商；三是积极探索数字期刊的发行、广告等新的经营模式。

一、数字出版的必然性

社会文化形态是和社会发展同步的，数字出版是社会发展的必然产物。

第一，它适应了现代社会生活节奏更快、有效阅读时间不断缩短、人们对文化产品要求更加便捷等特点；特别是数字出版产品在设计上更加人性化、综合化，它不但为我们呈现了未来的出版新形态，还将以此改变我们的生活。

第二，科学技术的发展进步，为出版新形态奠定了物质基础。随着电脑容量不断扩大，网络传输速度不断提高，手机日益普及功能不断加强；这些都为数字出版奠定了物质技术基础，特别是电子纸张的出现，更是显示形式的一个革命，必将对数字出版产生巨大的推动作用。

第三，传统出版业是对环境破坏最大的行业之一，除了每年消耗大量的

原始森林外，造纸业、油墨、印刷等行业对环境的污染也不可小视。当今，以牺牲环境为代价的经济发展模式早已落后，那种把人均纸的消耗量列为衡量经济发展标识的观念，也应该摒弃，取而代之的是环境保护意识，是人与自然界和谐发展的现代意识，而数字出版正是这种现代发展观的最好体现。

二、期刊数字化的发展方向

数字期刊的形式可谓千姿百态，国内首届数字出版博览会上也多有展示，但归纳起来，从阅读方式上可分为三大类：

1. 网络阅读

网络阅读本不是什么新鲜事，例如：注册在北美的“龙源网站”早在三年前就低价整合了近三千种中文刊物，以10美元一张阅读卡任意阅读，但其刊物多为纯文字的“电子版本”。随着互联网的发展，数字期刊在网上的表现已不再是简单的纯文字的“电子版本”，电脑容量的增加、显示精度的提高，使得数字期刊像精美印制的纸质期刊一样，呈现在读者面前。比平面纸质期刊更优越的是，它的广告画面或插图画面点击后，可弹出活动画面，并配有音乐，大大增强了视觉冲击力；在文字方面，假如你疲劳了，不愿阅读，点击一下，就有人为你阅读，甚至你不愿意听男声，转换一下就可改成女声，而你则可闭目静听了。

2. 电子书 (E-book)

电子书又称电子阅读器，其实已出现了十多年，但由于显示方式问题，阅读起来不舒服，加之容量有限、过于笨重，携带也不方便，一直未能推广开来，而随着电子纸张的出现，给电子书注入了新的活力，这种纸利用正、负电荷本身性质显示，不借助光源，轻便、省电，甚至还可以曲卷。它的出现，使电子书具备了纸质出版物的所有优点，而又优于纸质出版物，因此，取而代之是必然趋势。用电子书阅读期刊，可采用网上下载或购买碟片、储存卡等进行。

3. 手机阅读

手机阅读类似电子书，缺点是显示面太小，同时受内存量和传输方式的影响，阅读起来太慢。但因其普及方便，地铁、公车，候车、等人，随时随

地都可阅读，很受年轻人欢迎，据说，日本、韩国的年轻人已逐步接受了这种阅读方式。随着技术的发展，存储量和传输速度都会大幅提高，对于那些以文字为主的期刊来说，手机阅读是不错的选择。例如：上海《故事会》就已经利用 WAP 技术开通了手机阅读，通过订制，你可以阅读创刊以来任何一期杂志。

三、面对数字化，期刊社如何应对

现今的出版业正面临着数字出版的巨大挑战，数字出版终将占据出版的主导地位。如果把数字期刊比作在山顶上助跑的滑翔机，那么，从起跑点到悬崖边这段时间，是所剩不多的，我们传统纸质媒体依然占主导地位的时间，而我们已不能等待，除了精心准备好自己的翅膀，还要努力迎风奔跑，以其获得巨大的升力，一旦脱离了陆地，我们就能腾飞起来。

为此，期刊社应该从以下三个方面着眼，积极做好准备：

1. 前瞻性地思考期刊发展的未来形态

期刊的发展，是与社会发展同步的，数字期刊的出现也不是一蹴而就，而是有一个逐步发展的过程，期刊社的领导人应该有一种眼力，在这个过程中就能看到期刊发展未来的走向，作出正确的战略决策。在这当中，最需要注意的是两个方面：

第一，紧紧依托市场，关注市场变化，及时应对。市场变化是期刊发展的晴雨表，要用各种探测手段了解自己的读者群，如：刊登读者调查表、利用发行渠道调查、利用广告客户调查，甚至利用专业调查公司进行读者抽样调查。一旦城市年轻读者减少，就要考虑他们是否已转为网络或手机阅读？发行总量下降，高年龄段读者和偏远地区读者比重增加，除了表明读者学历水平下降外，是否也有网络普及的影响？这些都是我们要随时考虑的问题，并未雨绸缪，及时作出相应对策。如：尽快建立网站，保证期刊品牌在数字化过程中的连续性，同时，编辑期刊网络版，采取优惠政策，使具有网络阅读条件的读者平稳过渡；随刊赠送期刊电子版或延伸阅读内容的光盘，这样做，除了满足已习惯新的阅读方式的读者外，还可不断扩大数字期刊的影响，争取数字版的读者。

第二，要及时了解数字出版方面的技术进步。科学技术的发展是无止境的，要不断把新的技术融于或用于现有的编辑方式及出版形态中，如新的存

储方式、下载方式、传输方式、显示方式及阅读方式，使你的期刊出版形态始终走在变革的前面。这样，除了在激烈的期刊竞争中立于不败之地，还会为今后的数字化奠定技术基础。

2. 培养编辑的创新意识，为成为完全的内容提供商做好准备

随着数字期刊的发展，刊社传统的赢利模式将发生改变，刊社最终将变为纯粹的内容提供商，依靠内容取胜，依靠内容盈利。要保证这两点，就要培养具备创造、创新意识的编辑队伍。如果说，新的技术、新的出版形态也属于竞争力范畴的因素，那么，编辑不断的创造力则属于核心竞争力，而核心竞争力将是期刊立于不败之地的有力保证。

创新意识要贯彻在三个方面：

一是管理创新，这是对期刊社的领导而言。要建立一整套的制度或机制，如：创新实施规则、奖惩制度、学习制度等，以其保证创新的连续性；二是技术创新，任何新技术最终都要落实到实际应用之中，从编辑方式到出版流程，再到发行方式及渠道，都要敢于打破传统的模式，积极探索，采用新的技术含量高的模式；三是产品创新，期刊是连续出版物，它的特性决定了创新的必要性，编辑要深入社会生活，挖掘、采撷第一手材料，不断推出新的策划与选题，使得期刊不管是数字形态还是传统形态，都能以内容取胜。

3. 积极探索数字期刊的发行、广告等经营模式

数字期刊的出现将深刻改变期刊原有的发行、广告模式，如何适应新的期刊形态，探索出新的发行、广告经营模式，是摆在所有期刊工作者面前的课题。

在发行方面，以读者为本，在传统期刊向数字期刊过渡时，不惜一切留住读者，如：当纸质期刊还占主导地位时，就要思考数字期刊的发行模式，如夹赠数字光盘、网站提供会员免费下载等，在数字期刊用户逐步增加时，可改为订数字期刊赠纸质期刊的做法，目的都是留住读者。数字期刊的出现为编者、读者互动也提供了极大的方便，要充分利用新的技术手段，不断加大读者的参与性，倡导互动，对订制数字期刊的读者给予多种优惠，体现真正意义上的立体办刊。

广告方面，在整个过渡期，要给予广告客户超值的服务，保证其广告效果。在平面期刊还占主导地位时，就开始在刊社网站上给予老广告客户赠送相关板块的广告，使得品牌广告也能顺利地由平面媒体过渡到数字媒体，在

实现数字期刊后，利用数字传播的特性，调查、反馈市场信息，积极为广告客户服务，做好把读者变为广告受众的工作。

数字期刊的广告虽然较平面广告有更大的优势，点击后有活动画面和配音，但由于广告是被动接受，又有多少人愿意主动点击广告呢？因此，要认真策划和设计广告首页，在保证首页美观漂亮的基础上，设计各类有奖活动，增加其神秘性、趣味性、参与性，以其提高点击率。

数字期刊的新形态也会带来广告的新形态，我们要不断地创造出新的广告表现形式来适应市场需要。

数字期刊虽然是期刊发展的方向，但随着它的出现，也会产生大量的问题，例如：盗版问题、版权、著作权问题、更多的一稿多投问题等等，这些都有待于我们进一步去探索解决。

(作者单位：佛山期刊出版总社)



中国期刊： 如何从“小作坊”到全球化

——考察法国华榭菲力柏契出版集团的启示与思考

郑 谦

中国期刊能否做强做大？如何做强做大？这是近年来上至出版总署领导，下至办刊人都不断探索与思考的问题。

近二十年来，尤其是随着中国加入 WTO，已有 33 家外国期刊（未来将有更多）以各种方式在我国内地着陆，在中国的市场与中国期刊短兵相接，期刊的全球化浪潮就这样汹涌而来，势不可挡。国内办刊人该如何应对？

笔者有幸作为由石峰副署长挂帅、李宝中副司长任团长的中国期刊代表团成员，赴法国对华榭菲力柏契出版集团（以下简称 HFM）进行为期半个月的学习与考察。HFM 非常重视，派出 26 名高层管理人员分别向我们考察团介绍其经营管理及运作的经验。这次考察，我们真切地感受到中法期刊之间巨大的实力落差。震惊之余是冷静的思考。笔者试从国情出发，用拿来主义的心态，对 HFM 的经验做一些梳理，并就如何把我国期刊做强做大提出几点建议。

一、印象：市场，市场，还是市场

在国内，能用数据和图表准确地描述自己执掌的刊物在市场中的位置的办刊人，的确少之又少。这种状况不是妄自菲薄。国内大多数办刊人由于缺乏调研意识，往往是跟着感觉走，只凭经验去评估市场，难免犯经验主义的错误。

相比之下，HFM 十分理性，他们的每一项决策都建立在充分的市场调研的基础上，他们每时每刻都关注全球市场的千变万化。作为 HFM 的高层人物，他们至少对三个市场如数家珍：



1. 欧洲期刊市场

就期刊的品种、数量而言，欧洲并没有形成大市场，期刊的总销量远不及中国一个国家：排在第一位的是英国（3174种），其次是波兰（2128种）、德国（2012种）、西班牙（300多种）。尽管期刊的品种、数量及销售额有限，但不因此影响期刊的地位，因为期刊的实力还可以通过广告衡量。

欧洲各国期刊的分销方式各不相同，除法国以外的其他欧洲国家，杂志分销有的由出版商负责（如俄罗斯），有的由批发商负责（如波兰）。欧洲有两种期刊市场，一种是封闭式市场（如德国、北欧等国），外国的期刊是很难进入的，申请许可证的难度很大；另一种是开放式市场，外国期刊可以自由进入，所受的限制比较少。杂志要在欧洲国家立足，就必须考虑不同的国情。欧洲各国除分销方式存在差异外，成本也不尽相同，发行费率一般在35%~50%之间。订阅情况各国也不一样，通常与当地的习俗、民情有关，如在北欧、德国、法国等地区和国家，订阅的数量就较大，而在南欧、英国等地区和国家，订阅的数量就较小，杂志主要靠零售。

就收入而言，欧洲期刊以销售收入为主（占56.5%），广告收入为次（占43.3%）；而美国杂志的赢利模式恰恰相反。

就广告收入而言，广告额最大的是美国（年收入高达170亿美元），欧洲也达163亿美元，其中德、法、英三国的广告市场最为活跃，占据欧洲主要广告市场的份额。欧洲广告收入2000年比1999年增加10%，2001年却出现滞胀，2002年则下降得更厉害。导致广告收入下降的原因主要是，美国很多大众化期刊进入欧洲市场，导致欧洲本土期刊的广告收入锐减，同时因为欧洲期刊市场发展受制于各国经济增长速度，如增长最快的英国才2%（而我国2002年增长速度为7%），势必影响整体广告的投放。在一些市场封闭的国家，大众化期刊的广告市场基本是由为数不多的大集团控制。例如，在德国，六家大出版商就占领75%的广告市场；而在西班牙，60%的广告市场及销售市场由六家大出版商控制的。在开放的市场（如波兰），广告市场基本上被外国占领。

总之，欧洲是成熟的期刊市场，但因受经济衰退的影响，期刊业正处于衰退。目前，一些实力雄厚的大集团正千方百计地开拓海外市场，而中国正是他们的重要选择。HFM总裁在对我们考察团致欢迎词时曾直言不讳地说：我们集团不能不在中国存在，正如20年前我们到美国去一样。