

国际科技期刊的最新发展及其对我们的启示

颜帅

2012-04-21 厦门

背景一

- 2011年11月21日至12月2日访问英国自然出版集团、牛津大学出版社、爱思唯尔（Elsevier）出版公司牛津办公室、查尔斯沃思集团、Maney出版社，德国斯普林格（Springer）出版公司等商业出版机构，以及英国工程与技术学会、皇家学会和位于巴黎的经合组织（OECD）等学会、政府间组织的出版机构。

背景二

- 2012年3月随中国科协学术与学会工作专门委员会赴上海、云南开展科技期刊创新发展专题调研

启示一： 传播学术是科技期刊的重要使命

- 牛津大学出版社现出版270种经过同行评议的期刊，其中三分之二是学术和专业协会所拥有的。期刊专业范围很广，基本上是科技、医学和人文社科各占一半。牛津出版社始终把学术作为办刊的根本和生命线。在访问期间，出版社的几位负责人一再强调出版社是学校的一部分，出版高质量的学术书刊是大学出版社的重要使命。

- 伦敦的工程与技术学会（The Institution of Engineering and Technology, IET）业务范围包括制定标准和条例、举办研讨会和讲座、出版书刊、编写政策报告、提供数据库服务等等。IET现出版22种期刊，所有期刊都有汤森路透的影响因子。

- IET十分重视学术期刊出版，在维护好已有期刊学术声誉同时，还不断创办新刊，不断创新期刊出版模式，比如从自己或其他机构组织的会议中挑选论文出版专刊，以单刊名义主办学术会议等等。

IET Journals

- Electronics Letters
- Micro & Nano Letters
- IET Circuits, Devices & Systems
- IET Communications
- IET Computers & Digital Techniques
- IET Computer Vision
- IET Control Theory & Applications
- IET Electric Power Applications
- IET Generation, Transmission & Distribution
- IET Image Processing
- IET Information Security
- IET Intelligent Transport Systems
- IET Microwaves, Antennas & Propagation
- IET Nanobiotechnology
- IET Optoelectronics
- IET Power Electronics
- IET Radar, Sonar & Navigation
- IET Renewable Power Generation
- IET Science, Measurement & Technology
- IET Signal Processing
- IET Software
- IET Systems Biology
- IET Biometrics
- IET Networks

Professional Journals for Engineers and Technicians

- 自然出版集团出版期刊120种，和其他出版机构比期刊数量不是最多的。在2010年影响因子前50名科技期刊中，自然集团占17种（34%），自然集团有16种科技期刊在其各自领域影响因子排第一。《自然》是世界上最早的国际性科技期刊，自从1869年创刊以来，始终如一地报道和评论全球科技领域里最重要的突破。其办刊宗旨是“将科学发现的重要结果介绍给公众……，让公众尽早知道全世界自然知识的每一分支中取得的所有进展”。

现阶段我国科技期刊国际化的目的

- 提升**我国**在相应学科领域的话语权
- 为**我国**科研人员提供交流平台
- 提高**我国**期刊的影响力
- 拓展**我国**文化领域的软实力

地方科技期刊的发展

- 虽然不排除地方期刊有可能发展成全国性、国际性的期刊，但其主流还应是为地方科技、经济和社会发展服务。
- 地方科技期刊的底线是发表真实的研究发现、当地实用的技术以及有利于提高当地生产生活水平的科学知识等，编辑出版质量符合国家规定的基本要求。
- 地方期刊尤其不要承担为职称评定、晋升以及学位授予等服务的职能。

启示二：

专业化是国际科技期刊发展的主流

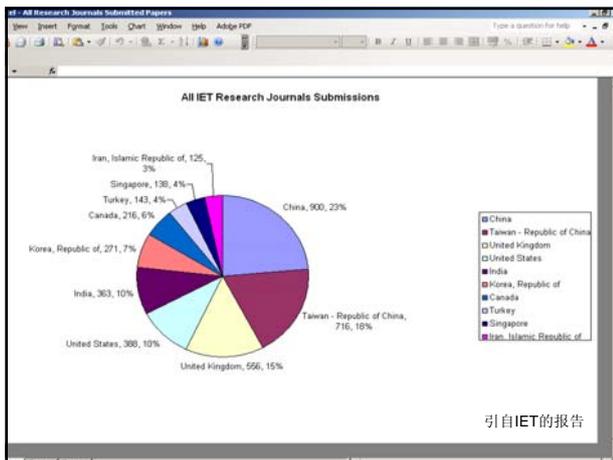
- IET的期刊如《IET纳米技术》（*IET Nanobiotechnology*）、《IET计算机和数字技术》（*IET Computers & Digital Techniques*）、《IET信息安全》（*IET Information Security*），都是专业性非常强的期刊。他们的期刊数量还在不断增加，2012年将创办《IET生物统计学》（*IET Biometrics*）、《IET网络》（*IET Networks*），也都是细分到各专业领域的。

- 自然出版集团从1996年开始实施出版自然系列刊计划，专业方向十分明确，比如《自然生物技术》（*Nature Biotechnology*）、《自然细胞生物学》（*Nature Cell Biology*）、《自然化学生物学》（*Nature Chemical Biology*）、《自然遗传学》（*Nature Genetics*）、《自然免疫学》（*Nature Immunology*）、《自然材料》（*Nature Materials*）、《自然神经科学》（*Nature Neuroscience*）、《自然结构生物学》（*Nature Structural Biology*），等等。

启示三：高水平稿源、编委、审稿是提高期刊学术影响力的重要手段

- 斯普林格从事学术出版已有170多年的历史，每年出版新书5 500多种，出版期刊2 100种（其中34%与学会合作出版）。斯普林格是全世界出版期刊最多的出版机构（紧随其后的是爱思唯尔（1904种））。每年斯普林格期刊收到的投稿超过30万篇，它有 6 000名编辑、5万名编委，审稿人有10万多，遍布全世界。

- 各出版机构都希望从中国得到更多的高质量稿源。2010年中国投到IET期刊的稿件数量是900篇，占其收稿总数的23%。2010年中国在IET期刊发表论文数也占到了约25%，而2006—2009年这一数据是18.7%。IET最近还在中国新聘了一些编委。从中国吸收稿件和增加中国编委，一方面表明中国的研究实力增强了、成果数量增加了，另一方面他们也是借机扩大其期刊在中国的学术影响力，扩大在中国的市场份额。



《分子细胞生物学报》（JM CB, OUP出版）编委会

- 主编、名誉主编
18位副主编
57位编委（来自12个国家）
 - 中国(21)、美国(40)、瑞士(4)、日本(3)、德国(2)、加拿大(1)、法国(1)、印度(1)、爱尔兰(1)、意大利(1)、挪威(1)和英国(1)

《纳米研究》（Nano Research）（清华大学出版社）

- 主编：斯坦福大学、清华大学
- 副主编：清华大学、浙江大学
- 编委：36位（中国12位，美国20位（其中9位中国人））

编委的主要作用

- 协助主编确定期刊的目标和范围
- 协助主编和编辑部组织优质稿源
- 组织专辑
- 推荐审稿人或亲自审稿

好稿子不是自己来的，是争取来的

- 组织前沿性的专辑或专题
- 积极参加学术会议
- 合理安排稿源结构，比如保持一定综述论文的比例

启示四：技术创新是科技期刊不断发展的重要推手

- 在过去的10多年里，国际主流科技期刊都实现了从印刷出版到数字出版的转型。

- 20世纪50年代，《自然》发表的有关DNA结构的论文只有1页篇幅、2个作者、1个图，就是一张简简单单的“纸”。2001年《自然》发表的有关人类基因组研究的论文长达62页、150个作者、49个图、27个表，论文有了“电子版”。今天的期刊除了印刷形式外，还有在线可链接的参考文献、数据库，论文等有了“数字对象标识符（DOI）”，可演示的图形图像；除了电脑浏览、存储、阅读外，还有手机、电子阅读器等多种阅读、检索途径。在自然集团等出版机构，因为在线技术的广泛应用，论文发表和期刊出版时间越来越短，传播和利用方式越来越多。自然出版集团的技术研发队伍有几十人，充满现代气息的办公场所给人留下深刻印象。

- 对中国期刊而言：有了好稿源，还需要有一个好的发布平台！
- 目前中国期刊主要是与国外出版商合作：《细胞研究》与自然出版集团（NPG），《分子植物》《分子细胞生物学报》与牛津大学出版社，《中国化学》与威利公司（Wiley），《纳米研究》与斯普林格……
- 传播渠道成了限制中国期刊发展的瓶颈

启示五： 科技期刊也要努力开展市场营销

- 我把英、法、德科技期刊出版模式归为3种。第1种是大学出版模式——以牛津大学出版社为代表。牛津虽强调自己主要是为学校的教学科研服务的，他们出版期刊不是以赢利为目的，但要考虑成本，要扩大发行、增加收入。目前牛津出版社的期刊有约1 000个集团订购协议（consortia），这些集团采购占到机构订阅收入的42%，其中45%来自亚洲。集团订购涵盖了全球大约9 000个站点。牛津出版社在世界各地有61个销售代表（其中中国4个）。

- 第2种是学会出版模式——以IET为代表。IET期刊的出版经营也是要有收益的，尽管它也不以赢利为目的。IET根据特定用户的需要，把其期刊分成5个包征订——电力与控制、通讯与电子、车辆技术、计算机图形与视频、计算机与安全。IET的期刊通过IET在线图书馆和IEEE Xplore全球在线发布。

- IET十分希望在中国扩大影响，比如利用其期刊品牌在中国举办学术会议、在中国高校组织出版讲座等。他们还希望吸引中国高端作者投稿、合作出版学会期刊、出版中国会议论文集以及在英、美、欧洲发行推广中国期刊、通过中国出版社授权或翻译出版IET期刊和图书。当然，这些活动都是IET的经营内容。

- 第3种是商业出版模式——包括麦克米兰及NPG、爱思唯尔、Maney、斯普林格。这些机构出版期刊都是以赢利为目的的，但他们强调学术第一、质量至上。他们普遍认为，没有好的内容，学术期刊是卖不出去的。

- 虽然我把访欧考察的期刊出版者分成了3种模式，但共同点还是十分明显的：办刊宗旨都以学术质量为先；采取商业运作模式；都十分注重国际化、提升国际影响；他们都时刻在研发新的编辑出版新技术，不断提高数字出版水平、丰富在线产品、强化网络功能，以方便读者利用、扩大发行量。

启示六：具有一定规模、有一定品牌影响力的期刊才能有更大的市场

- 深刻印象：科技期刊要搞好经营，必须要有一定的规模为基础。

- 爱思唯尔是一家世界领先的科学、技术和医学信息产品和服务提供商。基于与全球科技和医学界的合作，公司每年出版近 2 000种期刊，包括《柳叶刀》、《细胞》等世界著名期刊。它有7 000多雇员，分布在24个国家。与爱思唯尔期刊合作的编辑有7 000多人，编委有7万多人，审稿人有30多万人。

- 自然出版集团（NPG）是麦克米兰出版公司（Macmillan Publishers Ltd）的一个子公司。NPG现出版120种期刊，包括1869年创办的《自然》，34种“自然”系列刊，53种学会、协会刊，16种杂志（比如《科学美国人》（*Scientific American*））。NPG在5个国家有17个办公室，1 000多雇员。其合作学会有28家。

- “自然”系列刊能取得成功，与其深度开发利用和珍视“自然”品牌密不可分，与其规模扩张的战略密不可分；53种学会、协会期刊加入“自然”集团，也是各刊看中“自然”品牌、“自然”品牌延伸发展的自然结果。

- 斯普林格在全球有5 500名雇员，年收入10亿美元。它现有420万篇论文在线，每年有1万多个机构1.3亿次以上下载。斯普林格认为电子消费的一个重要特征就是集团订购，而集团订购某一出版机构的期刊一般都要有一定规模。即使是将来手机、电子阅读器等订阅方式普及开了，个人订阅数量增加，出版机构的品牌仍会左右人们的期刊订阅行为。

- 根据牛津大学出版社、爱思唯尔、自然出版集团、斯普林格等所有考察对象期刊出版的经验，只有形成一定规模、品牌，学术期刊整体实力才能提升，才具竞争力。目前国内部分期刊最大的问题是分散弱小、定位不尽合理。现在期刊出版单位体制改革给国内期刊提供了新的发展机遇，我们必须尽快抓住并利用。

讨论的问题

- 期刊出版模式如何创新？
- 科技期刊出版单位体制如何改革？

- 谢谢大家！
- 联系方式：yshuai@yahoo.com