

如何进行网络发行和销售？

李彩 杜冰

（四川大学华西口腔医学院编辑部）

随着网络信息技术的迅速发展，电子版期刊的网络发行和销售已经成为一种重要方式。与传统发行方式相比，网络发行和销售具有以下优势：1) 网络发行节省了纸张印刷和发行的高额成本，降低了发行风险，减少了库存；2) 发行范围广，传播速度快，可迅速实现全球范围内的发行和销售；3) 便于检索和阅读，实现了信息检索与直接阅读的一体化，已成为读者获取信息的主要途径。在网络发行和销售中，只有充分了解和利用期刊网络发行和销售的途径及方式，才能开展好期刊发行工作。

1 网络发行和销售的途径

数字化技术的进步与网络时代的到来，为学术期刊实现跨越式发展提供了机遇。学术期刊可以通过自建网络平台、与期刊论文数据库及网络发行代理商合作、与移动终端相结合以及信息推送等方式实现学术期刊的网络发行和销售。

1) 自建网络平台发行

出版者将期刊内容数字化后刊载在自建的网络平台上发行，并提供相应的浏览以及付费下载服务，读者通过访问网站来浏览、阅读期刊。自建网络平台发行模式发挥了互联网的优势，省略了中间代理环节，使期刊社能够最大程度地控制发行过程，避免了与代理发行商的利润分成，同时可以提高期刊网站的流量，为销售网络广告奠定基础^[1]。

2) 与期刊论文数据库合作

出版者将纸质期刊的电子版出售给期刊论文数据库，借助这些集成数据库实现刊物的数字化发行，如 CNKI 数据库、万方数据库、维普数据库等。期刊论文数据库将每篇文章分散上网传播，并通过集成和数字化加工制成学术论文数据库，实现了信息检索与直接阅读的一体化，用户通过题目、全文、关键词、作者等信息进行单篇指定或多篇集成搜索，极大地促进了期刊单篇文章的下载和阅读。

3) 与网络发行代理商合作

出版者借助数字化期刊平台发行，与期刊网络发行代理商如龙源期刊网等合作，期刊社提供纸质版期刊，数字化期刊平台负责制作电子版期刊，通过其网络发布平台实现期刊网络出版，提供在线阅读、订阅和发行电子版期刊。网络发行代理商向读者提供多种版本的电子版期刊，包括原貌版、文本版、手机版、多媒体版等，其中原貌版是最常见的格式。这种发行模式解决了普通中小期刊社没有资金和实力开展数字化发行的困难，不仅使发行商积累了品牌和资源优势，也给期刊社带来了一定的发行收益^[1]。

4) 与移动终端相结合

除了大力开发网络平台外，期刊出版者和数字期刊平台还可以将期刊发行与 iPad 等各种手持移动终端相结合，提供宣传、阅读、下载服务，使读者可以检索移动平台上丰富的学术期刊，进一步扩大期刊的发行量。

5) 信息推送

信息推送，即期刊社直接按用户的需求，通过电子邮件、短信或 RSS 的方式将期刊中的文献主动发送给用户。这种发行方式改变了过去的用户单向被动获取文献，发展为现在的期刊主动出击，从而加强了用户与期刊的互动与合作，为用户提供了更及时、主动和有针对性的文献服务，同时提升了期刊文献的显示度、利用率和影响力。这种方式的特点是具有较强的针对性、及时性和可获取性^[2]。

2 网络发行和销售的方式

在网络时代，期刊的发行和销售方式更加灵活和多样化，不但可以整刊订阅，还可以单篇下载，订购方式也从单一机构订购发展到了集团采购。

1) 整刊订阅与单篇下载

整刊订阅既适用于传统的纸质版时代也适用于网络时代，但网络订阅途径与方式都发生了变化。整刊订阅的网络销售分为两种情况，一种是纸质版期刊的网络订购，一种是纸质版期刊电子化的在线阅读销售。前者是将纸质版期刊通过互联网向读者提供订阅服务，读者可以通过网上查看每期的目录和主要内容后订阅期刊的纸质版。后者是在网络平台上销售期刊全文的电子版，读者可以在网络上直接阅读期刊，即时订购即时阅读。

单篇下载是网络时代下出现的一种新型期刊发行方式，即每一篇稿件均通过网络独立地发行在学术期刊平台上。这种方式突破了整刊发行的局限性，实现了对单篇文章的分割，读者可以根据自己的需要订购一本期刊中的一篇或几篇文章，而不是整刊订购，满足了读者在阅读内容的专业性、全面性以及检索的便捷性等方面的更高层次的要求，已经成为读者订阅期刊获取资源信息的最主要途径。出版者在实行单篇发行时，可以与优先数字出版方式相结合，在纸质版期刊出版前以单篇定稿的形式在网上优先出版，供读者在网站中检索和下载。这种方式的优点是出版发行速度快，大大缩短了从成果形成到读者获取之间的时间，可以进一步提高期刊的订购量。

2) 单一机构订购与集团采购

传统的纸质版期刊形式下，期刊资源无法实现多个机构之间的共建共享，所以订购方式主要是单一机构的独立订购。随着网络信息技术和期刊数字化的发展，多个机构之间的资源共建共享已经成熟，此时集团采购已经成为期刊订购的一种重要方式。集团采购是指多个采购机构组织起来联合采购期刊资源，以最少的经费，获取最优价格、最佳服务和最符合需求的资源^[3]。集团采购方式对于出版者、采购单位和读者来说是一种多赢的模式。对于采购单位来说，改变了各自为政、自行采购的传统的单一机构采购方式，降低了采购成本；对于出版者来说，集团采购节约了电子资源的推广成本，促销了信息产品，有助于向新的市场渗透和扩大市场份额，并简化了销售过程，加快了销售速度，降低了销售和售后服务成本，并可得到稳定的收益。

网络技术的发展使期刊网络发行和销售的途径及方式越来越多样化，在期刊发行工作中一定要及时更新理念，联合应用多种发行和销售的途径及方式，不断创新发行模式，同时注意加强版权保护意识以及与网络发行商的利益分配问题，这样才能在激烈的期刊竞争中立于不败之地，实现期刊的可持续发展。

参考文献

- [1] 玉晓光, 何姣, 李巧明, 等. 消费类期刊数字化发行模式研究. 2010, 18(3):84-86.
- [2] 吕赛英, 王维朗. 电子邮件系统进行期刊文献推送的策略. 科技与出版, 2012(4):85-86.
- [3] 孔庆杰, 杨浴琮. 图书馆数据库资源集团采购策略分析. 图书馆建设, 2006(3):52-54.