

场经济中保持稳定发展,获得了较好的社会和经济效益。按照新闻出版总署的要求,科技期刊将在新形势下进行集团化、集约化发展。2009年,为顺应改革,增强自身发展活力和综合实力,转变发展方式,促进科技期刊企业化发展,经新闻出版总署批准成立《中华医学杂志》社有限责任公司^[7],中华医学会杂志社向深化文化体制改革又迈出了坚实的一步。

3 结语

经过几代人的共同努力,已使中华医学会系列杂志成为我国科技期刊界的品牌期刊和我国医学科学重要的核心期刊群,并被业内人士亲切地誉为“中华牌”杂志,同时被公认为国内医药卫生领域内学术水平最高、编辑出版质量最好、最具学术权威性的医学期刊。无论世事如何变迁,中华医学会杂志社始终勇立传播最新医学知识、交流最新科研成果、引导学术发展方向、推动医学科技进步的潮头,将打造“双效”、“双爱”的期刊为己任^[8]。目前,中华医学会杂志社从规模效应和集约化上初具集团化雏形;在办刊理念、期刊管理、编辑规范、出版流程、编辑培训等方面取得了一些经验;在体制机制改革、组织机构建设、信息化建设、多元化经营以及品牌延伸等方面还需要进行不断探索。为了创办出更多高水平、高质量的精

品期刊,中华医学会杂志社肩负着对昨天的传承,对今天的鞭策和对明天的引领的重任,在“传承百年经典,铸就精品中华期刊群;再现世纪华章,打造医学信息新航母”目标指引下,中华医学会杂志社的发展必将更加辉煌。

参考文献

- 1 袁桂清,燕鸣,刘小梅等.《中华医学杂志》编辑出版史.中国科技期刊研究,2003,14(5):580-586
- 2 袁桂清,徐宏道.中华医学杂志史略.中华医学杂志,1996,76(8):635-639
- 3 蔡丽枫,游苏宁,王旌等.传承经典,再创辉煌——中华医学会系列杂志期刊的发展历程.中国科技期刊研究,2010,21(1):1-7
- 4 游苏宁,石朝云.应重视科技学术期刊的社会责任.编辑学报,2008,20(6):471-473
- 5 中华医学会杂志社.中华医学会第五次杂志工作会议资料汇编.北京:中华医学会,2009:47-190
- 6 王旌,游苏宁.强强联合:探索百年期刊数字化发展道路,编辑学报,2008,25(5):436-438
- 7 王旌,游苏宁.医学期刊出版单位转企改制面临的问题与应对策略——基于中华医学会系列杂志的思考,编辑学报,2010,22(4):331-333
- 8 游苏宁.“双效”“双爱”期刊:办刊人的最高追求.编辑学报,2005,17(2):79-80

注重办刊特色与创新 实现期刊可持续发展 ——《蜜蜂杂志》的办刊实践

张素芳 吴银松* 胡书红 李淑琼 罗辅林

收稿日期:2011-06-10
修回日期:2011-08-05

《蜜蜂杂志》编辑部,650224 昆明市盘龙区北辰小区68幢D座,E-mail:wyinsong@yahoo.com.cn

摘要 介绍了近年来《蜜蜂杂志》采取科学合理定位、创新期刊栏目设置、提高期刊质量、加大宣传与多元化营销、实现期刊持续快速发展的实践和经验,以供同行借鉴参考。

关键词 蜜蜂杂志 期刊创新 期刊营销 可持续发展

1 基本情况

《蜜蜂杂志》是由云南省农业科学院主管主办的农业科普类期刊,主要宣传党和国家对发展养蜂业的方针、政策,传播蜜蜂科学文化知识,普及推广养蜂的新成果、新技术、新产品、新经验,宏扬蜜蜂精神。1981年,在《云南养蜂》(内部刊物)的基础上,创刊了《蜜蜂杂志》,时为季刊,它依托原云南

省农科院农业科技情报研究所,1986年改为双月刊,1990年改为月刊,国内刊号CN 53-1061/S,国际刊号ISSN 1003-9139,大16开本,48页,常设14个栏目和专题。读者群定位在农业大专院校师生,农业科技部门,养蜂管理部门,蜂产品加工、销售企业,生产第一线的养蜂生产者以及广大蜂产品消费群体。

“十五”、“十一五”期间,杂志共出版发行124期(含4

* 通讯作者:吴银松,副研究员,E-mail:wyinsong@yahoo.com.cn

增刊)共 600 余万册,刊发文章近 5000 篇,其中科普文章 4500 余篇,每期发行量覆盖全国 25% 的蜂农,工作获得广大读者和蜂农的赞誉,为广大蜂农增收和蜜蜂知识普及等方面作出了显著贡献。在服务全国养蜂业发展的同时,期刊自身也逐步发展壮大,杂志社在为社会服务中每年能获得 200 余万元的收入;期刊影响因子在 2005 年曾超过 0.50,在同类期刊中位居前列;2001 年进入中国期刊方阵双效期刊,2006 年和 2009 年两次荣获云南省优秀期刊奖,杂志社团队和编辑也曾多次获得主办单位的先进集体和先进个人等各种表彰。《蜜蜂杂志》成为云南边疆科技期刊中较少的社会效益和经济效益显著的科技期刊之一。

2 期刊创新与办刊特色

2.1 定位创新,扩大读者群

我国是世界养蜂大国,中国养蜂业的发展至今已有三千多年历史^[1],养蜂业产业链较长,在农民增产增收中占有重要地位。养蜂除能直接为人们带来蜂蜜、蜂王浆、蜂花粉、蜂胶等健康食品外,蜜蜂授粉还能间接为经济林木、牧草等农作物增加产量、提高品质,授粉所带来的社会效益至少是养蜂收入的 10 倍,所以养蜂业在大部分国家都受到重视。近年来,国内养蜂业快速发展,据统计^[2],到 20 世纪 90 年代全国就已有 20 多万户蜂农,700 多万群蜜蜂,是世界上蜂产品消费群体最大的国家,同时也是世界上最大的蜂蜜和蜂王浆出口国。但是,首先从生产环节读者来看,处于生产第一线的蜂农,大部分文化水平较低,掌握的科学养蜂知识不多,具有流动性、分散性或闭门饲蜂的特点,他们渴求科学的养蜂知识以达到增产增收、养蜂致富的目的,对于理论性较强的蜂业著作理解有一定难度,他们更容易接受一些通俗易懂的科普性知识。

其次,从蜂产品流通环节读者来看,大部分蜂农、蜂企对蜂产品市场行情和市场信息比较闭塞,渴求信息的交流与沟通。

再次,从蜂产品消费环节读者来看,大部分消费者虽有消费蜂产品的习惯,但对蜂产品的功效却不甚了解,对蜂产品行情、产品真假往往难以辨别,有的消费者担心购买到假蜂产品,干脆就不消费,这些现状的存在直接影响到养蜂业的发展,造成这些不正常现象的原因之一就是信息不通畅,蜂产品知识普及不足。

《蜜蜂杂志》通过对这些状况的分析,率先调整选题内容和创作思路,科学准确定位,通过栏目调整和增减,加强科普创作,提升科普作品刊登比率,准确把握期刊的市场定位、读

者定位和层次定位^[3],以期达到作者、读者、市场、消费及技术、资金、资源等各种要素的整合,实现各要素的共赢,促进产业链条的健全和发展,获得社会对期刊的关注和认可。

2.2 科学合理设置文章栏目,培育和打造特色栏目

科技期刊内容的创新与策划,关系到期刊的可持续发展^[3]。根据《蜜蜂杂志》的办刊宗旨和定位,常设栏目 14 个,分别为“实验研究报告”、“饲养管理”、“中华蜜蜂”、“蜜蜂生物学”、“蜜蜂机具”、“病敌害防治”、“蜜蜂育种”、“蜂产品的开发与利用”、“蜜源与授粉”、“蜂业论坛”、“蜂业与法制”、“养蜂人生”、“各地蜂业”、“蜂业时事”等。除“实验研究报告”刊登少量具有较高学术水平的最新科研论文,报道蜂业研究的新动向,取得的新技术、新方法和新成果,向读者传递蜂业研究领域的最新信息外,其余栏目均以科普为主导,实用为基础,注重普及性。不少栏目是在同行业中最具有特色的,如“中华蜜蜂”栏目针对中国特有中华蜜蜂的生物学特性、生活特点和饲养技术都与西方蜜蜂有所区别,用专门栏目介绍和普及推广“中蜂活框饲养技术”,对保护和发展我国特有蜂种作出了一定贡献;“蜜源与授粉”栏目充分利用我国复杂的地理气候等自然条件和蜜源植物多样性的特点,合理开发资源,同时顺应现代农业、设施农业,利用蜜蜂授粉技术提高农作物产量和品质的技术实践;“蜂业与法制”栏目针对我国的养蜂业面临“入世”后的挑战,蜂业经济由计划经济向市场经济转变,在新的机制下,如何在经济一体化中进一步宣传国家产业政策、普及法律知识,保障养蜂业的合法权益是一个重要问题,栏目邀请掌握养蜂专业政策和熟悉养蜂业的专业律师撰写论文或审稿,通过典型案例教导蜂农通过法律途径维权,“蜂业与法制”栏目成为全国农业科技期刊中为数不多的特色栏目,2006 年被云南省新闻出版局评为“优秀栏目”。

2.3 不断提高期刊质量,突出养蜂新知识普及推广主旨,形成精品和特色

科技期刊学术质量建设是品牌建设的基础和核心^[4]。《蜜蜂杂志》主旨是突出养蜂新知识、新技术普及推广,提高蜂农饲养管理水平,促进蜂农之间互动与沟通。“饲养管理”、“中华蜜蜂”、“蜜蜂生物学”、“蜜蜂机具”、“病敌害防治”、“蜜蜂育种”、“蜜源与授粉”等栏目是《蜜蜂杂志》普及科学养蜂知识的重点栏目。

在文稿组织工作中不拘于常规,力求创新,一方面面向专家、学者和相关科研课题组加大主动组稿力度;另一方面,面对养蜂生产第一线的蜂农和业余养蜂爱好者,解决他们在实际生产中遇到的技术难题,注重科学性、针对性与实用性,

刊登大量的来自生产一线的文章。

在编辑过程中,严格实行三级审稿制度,努力提高文章采编质量,严格缩短审稿时间。始终坚持以人为本,一切为读者服务的原则,针对养蜂员流动在各地,相互沟通和交流技术都不方便,不利于养蜂实践中所取得经验和技术交流普及的特点,《蜜蜂杂志》刊发来自生产第一线作者文章时一律刊登作者的真实姓名和详细通讯地址,为他们架起了一座桥梁,间接地普及和推广了养蜂实践中得来的新技术、小经验。

与时俱进,及时调整版面大小和版式设计,随着读者审美程度的提高,及时改进装帧、印刷品质,如从2001年起,改封页只刊登蜂场场景的单一选题为蜂业知识、企业家形象、蜂产品广告等,增强封面的美观性和实用性,提升了期刊外观质量。

2.4 发挥自身优势,提高期刊影响力

蜂产品中含有自然界中具有营养保健、医疗功效的许多天然营养成分,如氨基酸及微量元素,也含有许多天然的维生素和蜂产品特有的有效成分,对人们强身健体和防病治病有独特的效果。但更多的消费者对此一知半解,不利于正常、合理消费蜂产品,加之人们对真假蜂产品辨别知识的缺乏,也使掺假“蜂产品”得以滋生发展,严重损害了蜂农、蜂产品企业和消费者的利益,进而危害到整个养蜂业的发展。针对这种情况,期刊设置了“蜂产品的开发与利用”栏目,内容包括真假蜂产品辨别、蜂产品的医疗保健功能、蜂产品质量标准和中医蜂疗法治疗疑难杂症等方面。为满足蜂产品企业和蜂产品消费者的需求,按照读者的要求和发挥杂志优势,在原来出版刊登的专栏中选择最新的知识和信息,先后编辑出版了普及蜂产品知识的增刊——《蜂产品与蜂疗专号》共5集,印刷了60万册。许多蜂产品经销企业都是成百上千册的购买,用于送给消费者。“蜂产品的开发与利用”栏目的快速发展和《蜂产品与蜂疗专号》的编辑出版满足了读者和市场的需求,对普及蜂产品知识、介绍蜜蜂医疗、促进蜂业发展,尤其引导人们科学、合理地消费蜂产品,扩大期刊读者,提高期刊影响力发挥了积极作用。

2.5 扩大对外交流与合作,加大宣传与营销,提高期刊的知名度

面临商品经济社会期刊生存和发展的竞争,《蜜蜂杂志》主要采取多元化宣传和营销策略^[5]。在建立得力的编委会

基础上,首先,是加强和广大作者、读者和企业的各种信息沟通。近年来,随着《蜜蜂杂志》知名度和影响力的提高,读者范围越来越广,广告量也随之增大,目前,每期的广告增页都在40个页码以上。每年约有200余家企业在杂志社刊登广告,内容囊括了蜂业领域的蜂群、蜂种、蜂药、蜂具、蜂产品,蜂产品类的保健品、化妆品,加工设备、蜂业书刊、培训招工等方面。丰富和全面的产品信息为蜂业企业和消费者之间架起了一座联系和沟通的桥梁,也为蜂农生产、销售蜂产品,蜂业企业的经营决策提供了参考和借鉴。

其次,编辑部利用和创造一切条件,积极参加各种专业活动。近年来,先后主办或参与协办了全国蜂产品市场信息分析会、海峡两岸蜜蜂与蜂产品研讨会、第九届亚洲养蜂大会等多届行业会议,多次走出去参加海峡两岸蜂业论坛、亚洲养蜂大会、世界养蜂大会等专业会议,积极参加国家和云南省相关部门组织的期刊博览会、农家书屋捐助等活动,在这些活动中把握机遇、开阔视野、扩大交流,使期刊的发展真正融入到整个行业中去。

再次,利用现代信息技术,积极筹备和建设《蜜蜂杂志》网站。

3 结语

在我国逐步完善社会主义市场经济体系的今天,科技期刊同样面临市场的冲击和竞争的挑战,农业科普类期刊的生存价值就是要为农业适用技术的推广和三农发展服务,只有坚持这一宗旨,不断增进服务意识、提高服务质量、改进服务方式,才能体现出自身的价值,也才能获得自身的发展。《蜜蜂杂志》坚持以人为本,做到贴近蜂业、贴近读者,坚持把为蜂业发展、蜂农增收致富以及为人民健康服务作为己任,获得了自身发展的空间,走出了自己的路。

参考文献

- 1 陈耀春. 中国蜂业. 北京:农业出版社,1993:3-19
- 2 中国农业百科全书编辑出版领导小组养蜂卷编辑委员会. 中国农业百科全书养蜂卷. 北京:农业出版社,1993:307-321
- 3 倪集裘. 论期刊的创新. 中国科技期刊研究,2007,18(5):850-853
- 4 袁桂清,潘旸,石朝云等. 中国科学技术协会期刊品牌建设与发展对策研究. 中国科技期刊研究,2010,21(3):257-264
- 5 陈培颖,胡蓉,张哲等. 科技期刊的多元化宣传策略. 编辑学报,2009,21(5):429-430