

# 试论我国科技期刊如何进入国际书刊市场

何学锋 彭超群 吴家泉

## 1 我国科技期刊的海外发行现状

我国现有近 4 000 种科技期刊,<sup>[1]</sup> 其中英文版 110 多种。<sup>[2]</sup> 很多期刊的载文质量很高, 不仅代表了中国的科学技术水平, 甚至还代表了某些学科领域在全世界的最高水平。由于各种因素的限制, 我国有许多优秀科技期刊在创办了几十年之后, 尽管在海外学术界拥有一定的读者群, 但海外发行量 (含交流刊物) 仍然很小, 少则几份, 多则几百份,<sup>[3, 4]</sup> 真正能进入国际书刊市场的科技期刊屈指可数。这种困难局面在一定程度上影响了我国同其他国家进行科研交流与合作的深度与广度, 不利于国外科研人员深入了解我国科研工作现状及水平, 更不利于加快发展我国的科学技术, 提高我国科学界的国际地位。因此, 如何使科技期刊进入国际书刊市场, 已是我国广大科技期刊编辑部迫切需要解决的一大难题。

笔者所在编辑部出版有《中国有色金属学报》英文版。该英文版创刊于 1991 年 10 月, 是中国有色金属学会的会刊。经过两年多的努力, 于 1993 年 10 月同美国阿勒顿出版公司 (Allerton Press, Inc.) 签订了 5 年的海外发行合同, 由该公司每年独家代为销售 300 份。本文将根据笔者近年来的对外宣传联络工作的体会, 谈谈我国科技期刊如何进入国际书刊市场谈几点浅显的认识, 供广大同仁参考。

## 2 我国科技期刊进入国际书刊市场的条件

众所周知, 在我国众多科技期刊中, 真正

能成批量地对海外发行或被国际重要文摘/索引机构持续收录的期刊为数很少。根据文献[5]中的数据, 1992 年我国被 SCI 收录的期刊仅 9 种, 被 EI 收录的期刊仅 39 种, 被 CA 收录且进入其千名表中的期刊仅 44 种。这一方面表明了语言文字因素妨碍了我国科技期刊的载文被收录, 也从另一方面体现了我国科技期刊在海外发行量极小, 距离国际书刊市场要求的条件还有差距。因此, 创造进入国际书刊市场的条件是我国科技期刊走向世界的前提和基础。根据我们的体会, 科技期刊要进入国际书刊市场必须具备以下三个主要条件。

### 2.1 高质量的期刊载文

笔者认为, 高质量的期刊载文具有这样几个特点: (1) 学术水平高; (2) 研究内容新; (3) 图、表内容均用英文; (4) 英文文摘做得好; (5) 参考文献完整规范。如何做到这几点可以参见文献[3], 该文已就这个问题作了详细的探讨。笔者在这里只想强调一点, 进入国际书刊市场的科技期刊在选题方面必须有重点、有特色、有数量, 这样才能产生规模效应, 受到国外学术界和有关文摘/索引机构的重视, 从而推动国外书刊市场的需求量加大。

### 2.2 高标准的装帧质量

与国外同类科技期刊相比, 我国科技期刊的装帧质量还存在着明显的不足, 这主要表现为: (1) 编排规范和标准与国际标准不统一; (2) 大多数期刊开本是小 16 开而不是大 16 开; (3) 排版印刷技术落后; (4) 国产纸张质量差等。装帧质量差也在一定程度上影响了我国科技期刊进入国际书刊市场。

要提高期刊的装帧质量必须投入一定的人力和财力, 改进工作方式, 加强质量管理。应对期刊出刊过程中所有影响装帧质量的环节实

何学锋, 男, 29 岁, 硕士, 编辑, 《中国有色金属学报》

编辑部, 410083 长沙市中南工业大学内

彭超群, 吴家泉, 通讯地址同第一作者

收稿日期: 1995-09-18

行控制,派专人负责将质量事故隐患消除在出刊之前,确保期刊成品有较高的装帧质量,为进入国际书刊市场提供坚实的物质基础。

### 2.3 科技期刊在海外的知名度较高

较高的海外知名度是科技期刊进入国际书刊市场的必备条件,应投入大量的人力、财力和物力。做好以下几方面工作将有助于提高期刊在海外的知名度。

(1) 重视组稿工作。有针对性地向国内著名学者约稿。由于他们在国外学术界有一定影响,刊发他们的高水平论文必然会引起国外学者的关注,从而达到宣传期刊的效果。此外,向在国外的留学生和访问学者征稿,优先刊发他们在国外写成的研究论文,尤其是与国外同行合写的论文,可以迅速地扩大期刊在海外的知名度。

(2) 重视在学术交流活动中的宣传工作。积极参加在国内举办的国际性学术交流活动,派人在会场上散发期刊宣传资料、征稿征订资料和赠送样刊,可以起到以点带面的效果。此外,还可以请出国参加学术会议的学者帮助散发征订单和宣传资料,直接向海外学者推荐期刊,引起他们的注意。

(3) 加强海外赠刊宣传。前述两个方面的工作是提高科技期刊在海外知名度的辅助性手段,更为重要和关键的是有针对性地向海外赠送样刊。赠送对象首先是各大文摘/索引机构,其次是相关科研机构、高等院校和知名学者。这项工作对提高科技期刊在海外的知名度起着决定性的作用。向海外赠送样刊,必须有针对性、有一定的广度和时期。无针对性地赠刊会使宣传效果事倍功半,巨大的邮寄费用也往往会使编辑部难以承受,没有一定范围的广泛赠刊就起不到宣传效果;没有足够长的赠刊时期就不能引起海外有关机构的关注,从而无法达到提高海外知名度的目的。

## 3 进入国际书刊市场的步骤

### 3.1 国际书刊市场特点分析

(1) 国际书刊市场的需求特点。国际书刊市场对我国科技期刊的需求量主要受期刊载文

质量、内容、数量的影响,此外装帧质量和海外知名度也对科技期刊的需求产生一定的影响。因此,只有具备了前述三个进入国际书刊市场主要条件的科技期刊才有可能进入国际书刊市场。此外,根据文献[5]的统计结果,1987—1991年间SCI收录我国论文被引证数较多的6个学科是:物理、化学、基础医学、生物、电子和通讯、冶金和金属学。这表明我国以这6个学科领域论文为主要载文的科技期刊进入国际书刊市场的可能性要大些,可以积极争取早日走出国门。

(2) 国际书刊市场销售特点。国际书刊市场比国内书刊市场发展的程度要高得多,市场的垄断性很大,整个市场早已被各个大型销售网所控制,没有加入销售网的图书贸易公司很难在国际书刊市场上成批量地销售书刊。这种特点致使我国很多自办对外发行的科技期刊长期无法扩大海外发行量,只能收到一些零星的征订单或只能与国外某些期刊编辑部实行交流。此外,由于代理我国大多数科技期刊海外征订发行业务的两家国有图书贸易公司也未能加入国际书刊销售网,依赖他们来扩大海外发行量实际收效不大。

因此,进入国际书刊市场的最佳方式就是寻求国外的图书代理商,利用他们的优势来达到扩大海外发行量的目的。

### 3.2 自办发行阶段

科技期刊在进入国际书刊市场前,首先要经过自办发行阶段。在这一阶段的最大目标就是尽可能地提高期刊的海外知名度,为将来的海外代销阶段作准备。因此,自办发行阶段主要有这样三项主要工作:赠刊征订,建立海外读者地址库和寻求海外代理商。

自办发行阶段的赠刊活动在持续两年后便可声明结束,以便让读者正式向编辑部订购,使对外发行工作的性质由以宣传为主转为以征订为主,但即使如此,实际上的赠刊活动仍不能停下来,编辑部应该继续向没有订购但却表示愿意收藏期刊的读者或机构免费赠刊。

在自办发行阶段建立一个海外读者地址库是一项事半功倍的工作,一方面可以更有效地

开展赠刊征订工作,方便发行管理,另一方面可以从其中了解到海外市场的需求量和读者分布特点。这个信息库将来在与海外代理商联系或谈判时,是一张很重要的王牌。

在自办发行阶段应尽快与海外有关书刊销售公司和信息传播机构取得联系。同时也应该通过国内的一些学术机构与国外同类机构联络,向他们赠刊并介绍自己的合作意向。因为目前能代销我国科技期刊的主要就是这三类机构,他们不是拥有自己的销售网就是某大型书刊销售网的成员。我们科技期刊通过他们的代理便可以顺利进入国际市场或成批地销售。

在自办发行阶段的赠刊、征订和对外联络工作中,一定要让对方产生一种信任感,要及时准确地答复他们的询问,寄送期刊和发票,否则对方就会认为你办事不认真负责,效率低,自然也就不愿同你打交道了。

### 3.3 海外代销阶段

进入海外代销阶段的标志就是与海外代理商签订代销合同,将自己的期刊成批量地销往世界各国。

在期刊编辑部找到海外代理商,并与之达成合作意向的共识后,便可进入拟定代销合同

内容的实质性谈判。这一谈判过程对期刊编辑部都是极为重要和关键的,因为合同的内容关系着期刊在海外的发 展前途,合同一旦签订后就成为具有法律约束力的文件,双方必须遵守并执行其中的条款和规定。关于这方面的注意事项笔者将另文作详细阐述;这里只强调一点,这就是期刊编辑部在谈判时必须要有长远目光,看到期刊将来的发展趋势,这是我国科技期刊编辑部要特别注意的事项。

### 4 参考文献

- 1 中国科技信息研究所. 中国科技论文统计源期刊(1993年版). 北京:中国科技信息研究所,1994.1.
- 2 田剑云. 科技期刊的国际注册. 编辑学报,1994,6(增刊):150.
- 3 刘永新,于剑锋,郭景富等. 关于我国科技期刊走向世界的几点思考. 编辑学报,1995,7(1):35.
- 4 薛鸿瀛. 试论科技期刊如何面向市场经济. 编辑学报,1994,6(增刊):55.
- 5 中国科技信息研究所. 一九九二年中国科技论文统计与分析(年度研究报告). 北京:中国科技信息研究所,1993.76.

## · 消息 ·

# 《科学技术期刊编辑教程》已经出版

《科学技术期刊编辑教程》是中国科学技术期刊编辑学会组织编著的。全书约100万字,16开本,精、平装。已由人民军医出版社出版。

朱光亚院士为该书作序。该书是由中国科学技术期刊编辑学会约请20位资深编辑,根据科技期刊的特点,针对编辑人员的需要,以1987年以来举办的科技期刊编辑专业培训班、研修班讲义为基础,参阅有关文献资料,总结自己多年积累的编辑实践和编辑教学经验编著而成。全书共分5篇计35章。

该书特点是内容翔实、新颖、系统、全面。既重视理论阐述,又突出实际应用;既可作为科技期刊编辑专业培训班、研修班教材,又可作为科技书刊编辑人员学习和工作的案头书。对广大科技人员撰写论文和编写专著也有参考价值。该书还可供有关院校培训编辑、出版、排录人员的参考。

购买者请与中国科学技术期刊编辑学会联系,地址:100081北京海淀区学院南路86号702室。电话:62178877-536