

改革开放40年的期刊出版

秦洁雯¹⁾ 董毅敏²⁾

1) 暨南大学人文学院, 519000, 广东珠海; 2) 中国新闻出版研究院, 100073, 北京

摘要 改革开放40年以来, 我国期刊呈现出稳中有序、蓬勃发展的良好态势, 以科学技术的进步与国家政策发展为参考, 将改革开放至今的期刊业分为3个时期: 快速发展时期(1978—1999年)、转型发展时期(2000—2012年)、融合发展时期(2013年至今)。文章总结了改革开放以来期刊业取得的成就: 期刊规模迅速扩大、期刊结构不断优化、期刊质量稳步提高、期刊影响力不断增强、期刊产业链已趋成熟、期刊数字化程度不断提高、期刊海外传播力不断拓展。从宏观上考察了我国期刊业发展的趋势: 期刊内容个性化、增强多元服务、期刊质量精品化、期刊市场完善化、期刊队伍学者化、期刊出版产业化、期刊营销数字化、期刊传播国际化。

关键词 改革开放; 40年; 期刊出版; 期刊传播

DOI:10.16510/j.cnki.kjyjb.2018.12.004



开放科学(资源服务)
标识码(OSID)

改革开放以来, 期刊业在国家政策和科学技术的支持下迅速崛起, 在出版规模、数量以及效益质量等方面逐渐能与世界期刊强国比肩, 成为期刊大国。然而进入了社会全面快速发展的信息时代, 我国期刊业也面临着不少新的机遇和挑战。

1 改革开放40年的期刊业发展历程

改革开放后复刊、崛起的学术期刊, 许多都是在改革开放前创办的, 有优良的学术传统。结合我国期刊业的阶段性发展特征和我国的具体国情, 笔者以科学技术的进步与国家政策发展两方面为参考方向, 结合各个阶段不同的主要影响因素, 将改革开放至今期刊业发展阶段划分为以下3个时期。

1.1 快速发展时期(1978—1999年)

自我国实行改革开放起, 我国的期刊业就迎来了迅猛发展。这一时期的期刊业呈现出以下特点。

1.1.1 规模逐年扩大

这一阶段我国期刊业发展的突出特点, 是期刊业规模的逐年扩大与完善。随着读者群体的总

体增加, 越来越多人涌入期刊市场, 1978年我国的期刊种数仅930种, 印数7.62亿册, 到了1999年, 期刊种数已达8 187种, 印数28.46亿册。这一时期, 我国期刊在种数和印数上每年都以极快的速度增加。

1.1.2 期刊管理开始规范化

我国期刊业在这一阶段取得快速发展的最主要原因, 是改革开放与一系列早期期刊政策的颁布。先是1977年10月1日颁布的《关于新闻出版稿酬及补贴试行方法的请示报告》, 使中断11年的稿酬制度得以恢复, 在一定程度上为改革开放后各类期刊吸引了大批作者群。而1979年我国实行改革开放的方针政策, 一扫“文革”时期文化发展停滞的现象。“文革”时许多被迫停刊的老牌期刊和大学学报纷纷复刊, 如江苏社会科学院、社科联主办的《江海学刊》、北京大学创办的《北京大学学报》等。新闻出版署于1988年11月24日颁布的《期刊管理暂行规定》是新中国成立以来发布的第一个对期刊进行全面管理的法规性文件, 对期刊的创设、申报、审批、管理、以

及期刊社的经营都有明确具体的条例规定；国家工商管理总局、新闻出版署于1990年3月25日颁布的《关于报社、期刊社和出版社刊登、经营广告的有关规定》确立了期刊社经营广告的基本管理制度；1990年2月16日颁布的《新闻出版署关于对期刊发表纪实作品加强管理的通知》与国家科委1991年6月5日颁布的《科学技术期刊管理方法》，对期刊的类型和学术期刊的分类管理作了详细划分。一系列的期刊政策集中表明，这一时期我国的期刊业发展正处于迅猛发展的上升期，是一股注入时代脉搏的新鲜血液。

1.1.3 期刊出版发行技术的变革

互联网自1987年开始进入中国，促进期刊产业的编印技术跃入新台阶。在互联网的助推下，编辑工作逐渐实现计算机化和数字化，编辑人员的事务性、劳务性工作负担被减轻，在提高编辑效率的同时也改善了编辑质量；同时，印刷设备的更新改进，不仅提高印刷质量，也拓展了杂志的表现手段和表现力。^[1]互联网信息技术对期刊发展的影响，则表现为电子出版的发展与网络电子期刊数量的增加。网络电子期刊凭借其自身的即时性、大容量、交互性、低成本等诸多优点，自1989年诞生以来，已由1991年的110种发展到1998年的近万种。^[2]

1.2 转型发展时期（2000—2012年）

处于世纪之交的期刊业，面临着经济格局的改变及期刊政策的更加完备所带来的重大挑战。市场经济的不断发展与渗入，使得期刊——特别是大众期刊——自身的转型成为期刊发展的重中之重，转型的成功与否，直接关系到期刊的生存前景。在期刊业转体改制的进程中，学术期刊与家庭生活类期刊受的影响相对较少，而处在世纪之交的文学期刊，“既失去了50年代发行上百万

的辉煌，也失去了80年代人们如饥似渴地对文学期刊的热切追求”^[3]，有的发行量减少，有的甚至停刊。2000年之后期刊的种数、印数增长速度均放缓，1977—1999年间，我国期刊种数和印数的年平均增长率分别为12.38%和7.68%，而在2000—2008年间分别只有1.13%和0.68%。^[1]需要注意的是，在2004—2005年间，期刊种数迎来大的“跃迁”，由2003年的9 074种一路跃至2005年的9 468种，但期刊的印数却降到“冰点”，由2003年的29.47亿册降至2005年的27.59亿册（见图1、图2）。^[1]但是从2005年开始，期刊总印数持续8年增长，2012年达到33.48亿册，年印数量突破了30亿册大关。

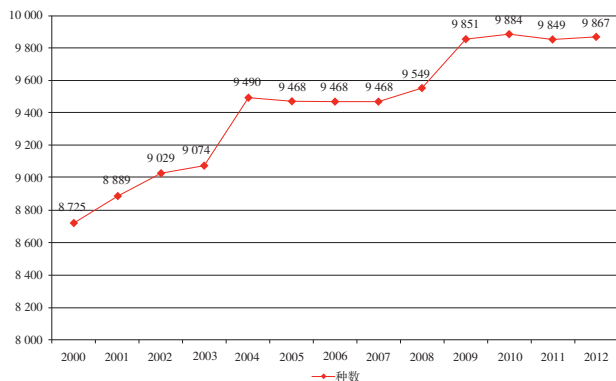


图1 2000—2012年期刊种数增长曲线

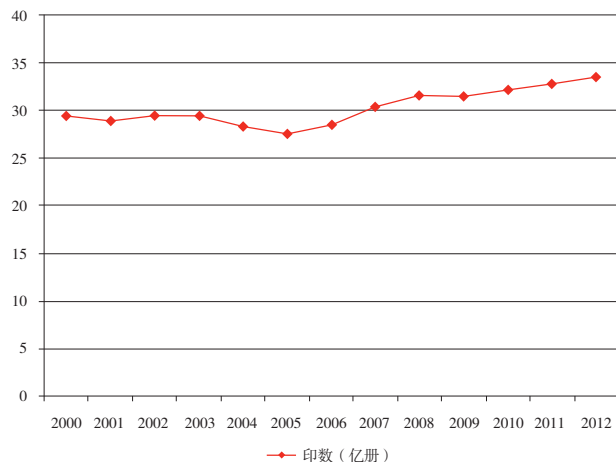


图2 2000—2012年期刊印数变化曲线

这一时期影响期刊业发展格局形成的最主要原因，是我国市场经济的不断发展、完善与渗

入。期刊种数与印数的增速在2000年之后下降的现象表明,我国期刊业发展在此之后开始脱离高速增长期,进入到慢速增长、稳步发展的阶段;已渐渐由粗放型发展转向集约型发展,进入质量、效益双增长阶段。

期刊种数和印数以2003年为节点,市场经济环境对期刊业的影响可分为两段,一是2000—2003年的转型初期,二是2003—2012年的深入转型期。转型初期期刊发展具有如下特点:期刊改革初步展开、互联网技术深入应用于期刊编印发流程、版权合作急速升温等。深入转型期的期刊呈现出以下特点:期刊品牌化,期刊企业集团化高速发展;期刊跨媒体、跨国界、跨行业深度合作;期刊“走出去”步伐加快,传播力增强;期刊行业组织进一步发挥作用。

1.3 融合发展时期(2013年至今)

互联网的迅速普及以及大数据时代的到来,使我国期刊业的发展遭受了又一番冲击。在2012年实现年印数达到33.48亿册的顶峰后,自2013年开始逐年下滑,下滑到了32.72亿册;2014年总印数为31.0亿册,利润总额27.1亿元,降低5.4%;2015年总印数28.8亿册,利润总额26.3亿元,降低3.0%;2016年总印数27.0亿册,利润总额25.7亿元,降低2.2%。2017年总印数为24.9亿册,降低7.6%;利润总额27.4亿元,增长6.6%。自2013年以来,大数据时代强有力的渗入与科学技术(特别是手机等电子设备与网络普及覆盖)的发展大大压缩我国传统纸媒的生存空间,如何进一步实现经营管理和结构调整,从急速更新的信息环境与大众阅读取向中抓住平衡,从而实现自身与互联网的融合,成为这一时期我国期刊业必须面对的重要问题。

2 改革开放40年的期刊业成就

改革开放40年间,我国期刊业迎着改革的春风,不断进步创新,推进文化产业发展。从1978—2008年的30年间,我国期刊业实现了由小到大、由弱到强的根本性转变,为日后期刊业的深入全面发展打下了坚实的基础。期刊类别和等级的细分,显示出不同时期我国消费类期刊、商业类期刊和学术类期刊的不同发展态势,期刊结构随着国际化趋势的显现和读者需求的波动而不断优化;相关制度的出台和奖项的设立,使得期刊的质量标准进一步细化和明朗化,有关部门和从业者的重视使得期刊的质量逐年稳步提高;经历改革开放的市场化洗礼后,期刊市场的细分程度和广告投放的密集程度亦不断提高,并在对西方期刊业的借鉴与学习中逐渐探索出一条本土化的市场化道路,集团化、跨媒体化经营成为期刊业发展的新趋向;品牌期刊的不断涌现,使得期刊从窄众化走向大众化,并形成具体可观的格局与版图,衍生出产业链的经营模式;改革开放以后,我国先后开放了书报期刊的零售市场与期刊市场,国内外资本联合办刊的新模式不断涌现,国内期刊业者也纷纷迈出国门,期刊业的对外合作领域逐步拓宽。而在全球化、市场化和数字化全面发展的第四个十年,我国期刊业牢牢地把握住了发展的机遇,呈现出了新常态。在机遇与挑战并存的新时期,期刊业在发展中不断迎合时代潮流,取得了令人瞩目的成就,主要集中在以下方面。

2.1 期刊规模迅速扩大

《2017年全国新闻出版业基本情况》显示,2017年,全国共出版期刊10 130种,与上年相比,增长0.46%;总印数24.92亿册,与上年相比,降低7.59%,总印张136.66亿印张,与上年

相比,降低10.06%,定价总金额223.89亿元,与上年相比,降低3.67%。期刊出版实现营业收入196.6亿元,与上年相比,增长1.5%;利润总额27.4亿元,与上年相比,增长6.6%。单从品种来看,我国期刊业十年间保持平稳的态势,目前品种过万,2008年,我国共出版期刊9 549种,近十年增长了581种,而1978年全国期刊只有930种。

总印数一般被认为是期刊的实物量,而实物量是期刊业发展的重要标志。1978年,中国期刊业的总印数为两亿册,此后8年间达到25.6亿册。1998年期刊总印数为25.37亿册,随后期刊总印数开始超越1987年的26亿册,1999年为28.46亿册,其后均在28亿册线上浮动。至2000年,期刊业总印数达到29.42亿册,之后几年有所波动,从2013年持续下滑,至2017年下滑到24.92亿册。但是,在期刊定价总金额223.9亿元,降低3.7%的同时,2017年期刊出版实现营业收入196.6亿元,增长1.5%;利润总额27.4亿元,增长6.6%。我国期刊品种稳定的同时,期刊总体收入、利润均显示持续下滑的趋势,这也成为我国期刊发展的新常态。期刊业的新常态是我国政治、经济、社会和文化发展出现的新情况反映在期刊业的结果,对期刊从业者的思想观念、经营策略等都将产生深刻的影响。中国期刊学会会长石峰预测,我国期刊实物量将下滑到一个合理区间,到25亿册左右,又会有一个相对稳定期。在我国期刊业规模不断扩大的新常态下,我国期刊结构调整进一步深化,期刊专业化、细分化趋势加快。

此外,期刊企业也从改革开放40年间实现了从无到有,逐渐壮大的发展。出版传媒集团整体规模进一步扩大,行业集中度有所提高。2017年,全国118家集团共实现主营业务收入3 559.6亿元,拥有资产总额7 023.0亿元,实现利润总额

305.4亿元。随着期刊企业的发展壮大,相关的期刊人才队伍建立也逐步完善,专业结构配置逐步合理化,学历结构不断优化,年龄结构呈“橄榄型”,职称结构也逐步实现了科学化,为期刊规模的扩大提供了充足的人才条件。

2.2 期刊结构不断优化

从1978年党的十一届三中全会以来的30年间,中国期刊产业在不断调整过程中进行着优胜劣汰的检验,从而促进其产业结构的优化。以中国出版科学研究所提出的期刊分类法为依据,我国全部期刊可分为消费类、商业/行业/专业类和学术类3个一级类别,并进一步细分为10个二级类别和74个三级类别。根据新闻出版总署报刊司2002年组织编撰的《中国期刊名录》,以及近年来期刊品种变更情况,对我国9 782种期刊按上述三大类进行了分类汇总。《中国期刊年鉴》

(2016)将我国期刊按照内容划分为综合、哲学社会科学、自然科学技术、文化教育和文学艺术5类。2017年,全国共出版期刊24.92亿册,与上年相比,降低7.59%。具体来看,综合类期刊总印数16 679万册,降低8.51%;哲学、社会科学类期刊119 654万册,降低5.76%;文化、教育类期刊58 717万册,降低4.90%;文学、艺术类期刊20 814万册,降低19.35%;自然科学、技术类期刊33 349万册,降低9.67%。2017年,期刊主题出版、主流媒体的传播力持续彰显。《时事报告(大学生版)》平均期印数名列第一,《求是》跻身期刊平均期印数前三位;《中国纪检监察》平均期印数突破100万册;《时事报告(中学生版)》也位列平均期印数前10位。2017年平均期印数排名前10位的期刊中,《读者》《小学生时代》《青年文摘》《家庭医生》等文摘类、少儿类期刊超过半数。

新闻出版业积极贯彻落实中央要求,积极推进报刊结构性改革。同时随着我国社会结构与居民消费结构的重大转变,细分读者市场已经成为推进期刊业供给侧改革的重要手段。众多期刊出版单位主动寻求“转身”和“变脸”,纷纷更名重新定位,在市场变革中重新寻找市场机会的“战略转移”。国家新闻出版广电总局2017年批准创办61种、更名110本期刊,2016年批准创办63本新期刊、更名135本期刊,2015年,创办57本新期刊、更名116本期刊。

中央各部门和全国各省市自治区也都积极推动报刊集约经营,纷纷成立报刊集团,推动专业和区域报刊集群建设。2017年1月,中国科技出版传媒股份有限公司在上交所挂牌上市,成为我国首个上市的科技期刊出版单位。同时,以中国光学期刊联盟、中国文学期刊联盟、中国航天期刊群等为代表的专业期刊线上集聚、线下聚合,也积极推进我国期刊集群化、集约化发展。^[4]

2.3 期刊质量稳步提高

改革开放以来,我国期刊从业者认识到,期刊的质量就是期刊业的生命线所在,只有质量好的期刊才能吸引读者的眼球,满足读者日益增长的精神需求。在期刊从业者内部管理与外部政策的双向把控下,改革开放40年间,期刊的质量不断提高。新闻出版总署出台了许多关于期刊质量管理方面的规章制度,如《关于严格执行期刊三审制和三校一读制度保证出版质量的通知》《关于发布〈社会科学期刊质量管理标准〉(试行)的通知》《期刊出版管理规定》《书刊印刷产品质量监督管理暂行办法》等。这些规章制度的施行规范了期刊的校对和印制标准,提高了各期刊的质量意识。国家也通过开展中国期刊奖等奖项来表彰期刊产业的优秀期刊。国家期刊奖于1999年

创办成立,是中国期刊的最高奖项,每两年评选一次,主要从期刊的编校质量内容、出版规范等方面进行审查,这更加促进了期刊质量的提高。广大期刊从业者开展了企业质量文化创建活动,严格遵循三审制和三校一读制度,并建立质量奖惩制度,以追求期刊质量“零缺陷”为目标。如上海文艺出版总社的《咬文嚼字》,现在已经成为汉字规范用法的一面旗帜。2008年,《咬文嚼字》杂志正式发起名为“登坛品酒”的活动,专门给《百家讲坛》节目及相关图书挑错。

2.4 期刊影响力不断增强

品牌期刊是指在社会上已稳固确立了自己形象,能产生巨大经济效益和社会效益的刊物。纵观40年期刊品牌建设,品牌期刊不断涌现,可以总结出以下2种形式。一是期刊定位立于更大格局。最先引起期刊界关注的,是崛起于中国西部的《读者文摘》(后改称为《读者》)。它的初期成功,是借势发力、迅捷发展的典型。其后是20世纪80年代后期的《家庭》(原名《广东妇女》)和《知音》(原名《湖北妇女》),通过更名、改刊,这些妇女杂志脱去了仅定位于特定人群的枷锁,跃上了更为广阔的阅读舞台。以后进入人们视野的又有《女友》《青年文摘》《故事会》等这些中国品牌期刊,从南到北,从西到东,渐次形成了版图,从而也就有了新的品牌期刊发展的格局。二是品牌期刊通过设立子刊,以“母子刊”刊群方式产生连带效应。在市场上已经获得认可的品牌期刊通过改刊细分,创办子刊,实现品牌刊群连带的效应。这是中国品牌期刊20世纪90年代后半期急速发展的最重要特征。所谓“母子刊”,是指品牌期刊自身由月刊纷纷改为半月刊,掀起一波又一波此起彼伏的改刊浪潮,比如《读者》等刊物纷纷利用自身的影响

力,争办了一些子刊。如《知音》旗下的《海外版》《好日子》《商界名家》《良友文摘》《财智文》《打工》等。又如《瑞丽》期刊,目前以瑞丽女性网、B2C电子商务、web2.0业务、瑞丽女性社区、瑞丽无线增值业务、瑞丽银行卡、瑞丽电子杂志、瑞丽Book等“《瑞丽》新媒体”的形式与《瑞丽》期刊立体互动,更加促进了《瑞丽》期刊的品牌影响力和品牌号召力。

除了建立传统品牌期刊外,在我国纸质媒体持续低迷的大环境下,专业性的期刊市场通过深度挖掘“窄众”资源,打造品牌特色,赢得了刚性的市场需求,保持了平稳的增长势头。例如《农村百事通》在市场竞争日益激烈的环境中,依然坚持“农业、农村、农民”的三贴近原则,紧紧抓住了农民群体,紧跟行业发展数字化潮流,不但实现了社会效益,而且创下了年利润500万的业绩。

同样保持增长势头的还有党刊。新媒体时代,传统期刊普遍面临发行下滑的残酷现实,而党刊,特别是地方党刊的发行几乎没受影响,甚至还实现了逆势增长。据统计,我国45家地方党刊,每期发行总量达1 009万份,平均期印1 100万册;平均期印数在15万份以上的有28家,平均期印数在30万份以上的有20家。对党刊来说,这是一个最好的时代。

目前,中国期刊界已经有这样的共识,全球化大潮之下,面对国际传媒巨头的挑战,中国期刊业必须迅速做大,在规模经营中寻找做强的机会和途径。在当前期刊出版国际化、市场化、数字化以及媒体融合背景下,集群化发展无疑更能发挥期刊群的资源共享优势、品牌优势、成本优势和竞争优势。从期刊集群化发展趋势来看,改革开放以来,期刊群建设逐步转向包括出版物

群、服务产品群和新媒体产品等多种产品类型的产品群建设,并取得了一定的成就。中国少年儿童出版总社(以下简称“中少总社”)依靠5报13刊积累的内容金矿,形成了一种融合凝聚力,根据受众需求制定了新的出版体系,以《幼儿画报》为基础,成立了低幼读物出版中心;以《儿童文学》为基础,成立了儿童文学读物出版中心;并逐渐形成了三大产品群——大众读物产品群、校园读物产品群、少先队读物产品群;依托群聚效应,中少总社正建立少年儿童出版智能采编系统,所有的素材进入系统后,产品编辑根据内容的属性将其分发到图书、报刊、微信、微博等渠道,让读者能够获得及时、便捷和准确的知识服务。

同时,在数字化转型和融合发展的大趋势下,中国期刊业的发展更加注重“跨界合作”,一方面,期刊经营多元“跨界”。“期刊+”电商、旅游、教育等一系列新的“期刊+”产品不断产生,这也为传统期刊出版业带来了新的经济效益和社会效益,成为我国期刊转型升级的新路径。另一方面,一些老牌期刊集团在产权清晰、权责明确、政企分开、管理科学的现代企业制度探索过程中频频跨行业,多元经营。知音传媒集团在以期刊出版和发行为主的基础上,逐渐布局报业、动漫开发、印刷制版、广告经营、物业开发、房地产等多种业态,不断挖掘市场蓝海,成为我国期刊业跨界经营的典型代表。

2.5 期刊产业链已趋成熟

改革开放以来,期刊业对集团化、跨媒体化经营的探索,为期刊产业链运作起了先导的作用。产业链中的各主体充分发挥作用,推动了整个行业的繁荣。产业链的完善也意味着该行业是一个发展成熟的行业,分工明确。产业链条的每

次向外延伸都意味着产业面临的新的市场机遇和新的产品的呈现,也意味着产业链在发展中不断探索和完善。目前,各大型期刊集团、各大类期刊的产业链结构从垂直一体化结构逐渐发展为较为完善的、开放合作式产业链。以专业期刊尤其是科技期刊产业链最为完善。我国的科技期刊出版产业链是包含了内容创作、产品生产、技术开发、市场营销及消费等环节相互联系的链条。具体如纸张制造商、办公设备制造商、网络服务提供商、通信运营商、发行运作商、政府机构等。产业链构成主体多元,产业分工细化。期刊数字出版产业链也逐渐形成,主要包括作者、期刊社、数字出版平台运营商、终端读者等在内的成熟链条。随着技术的进步和合作模式的不断探索,未来期刊产业链将进一步聚焦以内容资源为基础,多种媒体互动共赢的“大期刊”局面。科技期刊产业链向着系列化产业链(图书、期刊报纸、广播电视、多媒体)、一体化产业链(造纸、科技期刊出版、印刷发行)、多元化产业链(科技期刊出版)、其他相关行业等方面进行发展,从而进一步形成以内容资源为基础,纸质媒介及其他各种媒体介质互动共赢的“大传媒、大出版”的局面。

依目前的状况来看,期刊数字出版产业链的主要形式可概括为:作者+期刊社+数字出版运营商+终端读者。随着产业链的不断成熟,及个别主体力量的壮大,该公式还可能被不断缩短。如电子纸阅读器因电子平台集成商、电信运营商、传统出版商介入,其网络订阅、收费、广告机制的产生和发展对学术期刊盈利模式产生了影响。但随着移动阅读设备的更新换代和手机、pad等功能完善,电子纸阅读器提供的信息传播、交互和技术兼容的完善,有可能重整期刊数字出版

和阅读产业链。

2.6 期刊数字化程度不断提高

改革开放以来,随着信息传播数字化的发展,以及互联网、广播电视网和电信网“三网融合”的步伐加快,期刊出版的形式逐步从传统的纸质出版向数字化转变,“电子杂志”“互动期刊”等新媒体业态成为期刊业新一轮的发展热点。

期刊数字化是指从主要以传统纸质出版方式到逐步利用数字化技术将期刊内容分享给大众的转变过程,表现形式有电子期刊、数据库、手机App等。期刊数字化发展已经成为期刊业发展的一种趋势。原新闻出版总署发布的《关于加快我国数字出版产业发展的若干意见》要求,到2020年,传统出版单位基本完成数字化转型,其数字化产品和服务的运营份额在总份额中占有明显优势。据统计2017年,数字期刊年收入达到20.1亿元,相比2005年的5亿元增加了15.1亿元,数字期刊年收入持续增长。但从数字期刊在数字出版产业整体收入中所占比重来看,如图3所示,数字期刊占数字出版产业整体收入的比重从2005年的2.5%下降到2017年的0.28%。由此可见,数字期刊年收入虽然持续增长,但是与数字出版产业总体收入增长速度相比,增长缓慢。这意味着,在期刊数字化的发展中仍存在着问题,随着数字出版经验的不断成熟和网络的发展,期刊数字化可以从中不断吸取经验与养分,从而获得更大的增长空间。

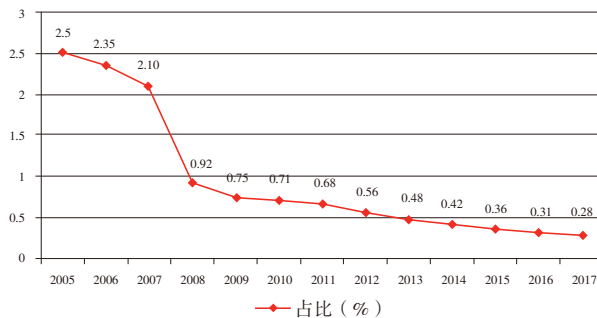


图3 2005—2017年数字期刊占数字出版总收入比例

近两年数字期刊发展势头迅猛，数字化技术尤其在学术期刊出版和学术传播方面起到了强心针的作用。目前，学术期刊数据库建设和应用最为成熟，如中国知网、万方数据、维普数据等大型在线数据库，中科院科技期刊开放获取平台（COAJ）、中国科技论文在线等目前国内有代表性的开放存取出版平台。未来，数字期刊及移动数字出版将成为学术期刊的主要出版和传播形态，将对学术发展的不断深入产生积极作用。

诸多老牌期刊敏锐地发现了受众阅读习惯的转向可以为期刊业的发展提供新平台与新市场，纷纷利用自身的品牌优势和资源优势，不断加大对期刊移动市场的投入，取得了诸多成效。2013年4月，读者出版集团“读者云图书馆”正式上线，开始发力期刊移动市场。随后与中国联通合作推出的“沃·读者”可通话平板电脑也迅速跟进。目前，读者出版集团以“读者云图书馆”作为主体提供内容，以“沃·读者”作为终端提供工具，通过集团下属的读者数码有限公司为数据加工业务提供保障，一体两翼的发展格局基本建立，不但标志着读者出版集团由传统出版向数字出版的成功转型，更是读者出版集团争夺未来移动阅读市场的战略布局。

2.7 期刊海外传播力不断拓展

随着20世纪90年代我国加入《伯尔尼公约》和《世界版权公约》，20世纪初我国加入WTO，外国资本和外国同行纷纷看好中国市场，进军中国想分一杯羹。与此同时，国内的期刊业者也纷纷跨出国门，毋庸置疑，中国期刊正在走向全球化。中国的一些期刊如《读者》《女友》《今日中国》等相继在国外开设期刊发行点、设立海外分社。通过以上这些方式，中国期刊内容质量和运作模式逐渐与国际接轨。日前中国的科普、时

尚类品牌期刊与国际同类品牌的质量已经相当接近，既出现了像《世界服装之苑》《牛顿科学世界》这样的与国际大刊同步的品牌，也出现了像《时尚》《中国国家地理》这样中西交融、本土与国际结合的品牌。其他类型的期刊也正在迎头赶上，多方位扩展对外合作的范围和层次。

社科学术期刊是在更高理论层面进行国家话语建构与国家话语传播的重要渠道，社科期刊的国际化则是国家话语快速传播的重要方式。根据学术期刊出版及传播特点，社科学术期刊走出去主要有3种标准：一是通过期刊平台、期刊数据库的走出去。如中国知网通过打造“国际中国学多语言文献数据集成平台”“英文信息集成检索平台”“全英文出版&双语出版全文集成平台”的建设，推动国内优秀的期刊“走出去，走进来”。二是通过传统的版权贸易方式走出去。2017年，全国期刊进口311.74万册、13 595.01万美元。与上年相比，数量降低7.87%，金额降低3.84%。期刊出口335.19万册、金额504.37万美元。与上年相比，数量增长26.16%，金额增长13.65%。期刊进口数量和额度下降，而出口数量和金额都持续上涨。如《孔子学院》多语种期刊面向全球逾120个国家和地区发行，每期全球发行20万册左右，面向全球超5 000万汉语学习者。该系列期刊已经成为全景展示孔子学院建设，汉语国际推广和中国文化传播的精彩画卷。三是期刊通过被国外图书馆收藏或被国际上有较大影响力的数据库收录走出去，从而展现其国际影响力。从图书馆收藏情况来看，在2 073种中国社科学术期刊中，有1 931种被国外图书馆收藏，收藏率达93.15%；而在27种中国出版的英文社科学术期刊中，有25种被国外图书馆收藏，收藏率达92.59%，主要集中于历史学、语言学、艺术学、文学、考古学、经济学

等学科，且专业性期刊数量远高于综合性期刊。而从数据库收录现状来看，截至2013年，共有12种中国（不包括港澳台地区）社科学术期刊被相关数据库收录（如EBSCO学术期刊集成全文数据库、Scopus数据库等），2014年SSCI收录来自中国的社科学术期刊13种，A&HCI收录来自中国的社科学术期刊8种。

2017年，中办、国办相继印发的《关于加强和改进中外人文交流工作的若干意见》和《关于实施中华优秀传统文化传承发展工程的意见》规划走出去战略。作为中国文化走出去的重要组成部分，期刊走出去近年来取得了不菲的成果。仅2017年，我国期刊出口335.19万册、金额504.37万美元。与上年相比，数量增长26.16%，金额增长13.65%。部分期刊走出去效果明显，《中国国家地理》共发行了11种语言版本，2009年，《中国国家地理》英文版双月刊创刊并进入欧美市场。《女友》分别进入澳洲和北美市场出版了澳洲版和北美版。期刊走出去为我国期刊产业更大规模地参与国际竞争、传播我国优秀文化奠定坚实基础。2017年，中国科学技术协会等部门继续组织“中国科技期刊国际影响力提升计划”D类项目新创办英文科技期刊申报工作，采取“以奖代补、定额资助”的形式，支持创办能够代表我国前沿学科、优势学科或填补国内学科空白的英文科技期刊，提升我国期刊国际的影响力、竞争力及国际话语权。2017年底，《人民文学》外文版《路灯》共出版了10个语种。该刊创建了与优秀译者和汉学家的良好合作模式，用最快捷的方式把中国当代著名作家和批评家的一些作品翻译成不同文字，让不同国家能比较全面、整体地了解中国当代作家的优秀作品。

期刊走出去有利于我国期刊及科研人员成果

影响力的扩大。2015年6月19日，汤森路透集团发布2014年《期刊引证报告》，我国科技期刊各学科领域期刊种数、总被引频次、影响因子等学术指标有所提高。2018年，中国科学技术信息研究所发布“中国科技论文统计结果”，我国科研产出规模继续增长的同时，已由高速增长阶段转向高质量发展阶段，实现了高质量发展的良好开局。我国在国际顶尖学术期刊上发表论文数量排名前进到世界第4位。截至2018年9月，中国高被引论文数为24 825篇，占世界总量的17.0%，数量比2017年增加了23.3%，世界排名保持在第3位。2008年至2018年（截至2018年10月）我国科技人员发表的国际论文共被引用2 272.40万次，与2017年统计时比较，数量增加了17.4%，排在世界第2位。通过不断深入的专业化办刊模式提高期刊内容的质量和深度，我国期刊“走出去”的水平将不断提升。

综上，改革开放40年间，我国期刊市场逐步与新媒体新营销发展融合，逐年呈现出向优势媒体聚合的发展态势。可以预见，未来我国期刊发行市场竞争也将进一步从传统零售订阅发行领域中脱离，从而过渡到数字化、多元化、多终端、与新媒体更多融合的发展竞争阶段，未来期刊发展将持续走集团化、品牌化、国际化的发展之路，在改革与创新中继续发展壮大。^[5]

3 改革开放40年的期刊业发展趋势

总的来说，我国期刊产业在改革开放40年中取得了不凡的成就，经历了从小到大，由弱变强的过程。但显著的发展成绩背后尚存改进空间，其中既有来自宏观层面保守的期刊管理体制与尚未深入的数字化转型，也有中观层面的期刊市场发展困境，以及微观角度期刊的质量、版权、人才三大问题的制约。认清我国期刊在显著成就背

后隐藏的不足，才能更有针对性地探索期刊发展的路径，从而将我国的期刊做大做强，继而拥抱数字化、全球化。从宏观上考察，我国期刊业发展呈现如下几点明显趋势。

3.1 期刊内容个性化

期刊的品牌化愈加受到重视，一个期刊只有形成自己的特色继而发展成一定规模才能在市场上拥有稳定的地位。精品栏目的设置最能体现期刊的独具匠心之处，它体现了主导性、原创性、动态有序性等特点，同时以精简的内容赢得读者的心理认同继而产生良好的口碑。精品栏目的内容篇幅有限，却是吸引较高文化品位和较稳定的读者群的利器，是最具开发价值的资源，期刊未来会更加重视精品栏目的设置。

3.2 增强多元服务

期刊的设计越来越迎合读者需求，期刊专业化趋势会一直持续。若是面对专业人员的专业期刊，就会对各类专业进行更为细致的专业分工，这些往精深方向发展的期刊更容易形成自己的特色风格，进而在其专业领域中形成一种品牌效应，拥有自己的核心读者群。综合类期刊则是更多利用目标读者的年龄、职业特性等分类，这种专业化趋势也促使了期刊更加关注读者，把读者置于中心地位，围绕目标读者提供更加精细的信息，以服务不同类型的读者，满足读者不同的精神需求。期刊的分类细化，是为读者提供更为专业、精致的服务，而期刊的出版专业化则是贴近读者需求，降低出版成本的一种新方式。有关学者认为按需出版也许是未来期刊出版的一个重要发展趋势。在出版频率方面，期刊出版周期越来越短。科学技术和网络媒体的发展提高了编辑出版工作效率，而人们紧张繁忙的生活节奏要求

缩短了期刊的出版时间周期，加快期刊出版的频率。之前普通期刊的出版频率大多是一个季度或者一个月出版一期，近几年半月刊、周刊是市面上更为常见的出版方式。

3.3 期刊质量精品化

期刊的封面设计越来越精美，既激发了大众的阅读又提高了期刊的收藏价值。期刊版式设计更加科学、合理，所用字符更多样化，期刊用纸也趋向于高档化。一般期刊用纸是油墨印刷，时尚杂志、摄影杂志追求高光泽的印刷效果大都选择铜版纸或有质感的哑粉纸、双胶纸。目前，品质较好的高档期刊倾向于使用全彩全铜版纸印刷，这类期刊同时具有收藏价值，而读者也更为喜爱这种视觉享受。不过，有的期刊另辟蹊径，利用智能手机应用让印刷媒介重新夺回用户。在最新一期的《时代周刊》中，读者可以通过智能手机应用将纸质页面变成眼睛的一场AR视觉盛宴，这对读者来说是新的阅读体验，带来新的阅读感受。有了《时代周刊》开的先例，在未来会有更多期刊结合手机智能技术或者注重纸张的新型材料研发来提高期刊的质量。

3.4 期刊市场完善化

中国期刊发展需要建立一个现代期刊制度，它是一个系统性的整体，包括期刊设立制度、期刊营运制度、期刊评价制度等。现代期刊制度是建立在科学的期刊管理模式的基础上，结合社会模式，从而形成在市场中发挥不同作用的期刊活动框架。^[6]2017年5月7日，《国家“十三五”时期文化发展改革规划纲要》出台，鼓励期刊业继续深化改革，打破市场障碍，建立符合现代期刊出版单位的制度，完善期刊法人治理结构，确立优秀人才选用和激励机制，为期刊转型升级和融合

发展提供良好的制度环境。

中国期刊协会会长石峰曾提到，在保证党管媒体的大原则下，寻求对期刊业发展起到积极作用的融资渠道，目前有两个方面可进行尝试：一是实行有条件的股份制，既使得期刊社获得充足的资金支持，维持期刊的高效运营，又促使期刊管理体制的改革，提升期刊管理水平；二是对事实上存在并已经在期刊出版发行中发挥着重要作用的民营机构，进行合理的兼并、重组、联合，在规范民营机构经营为期刊服务的同时，增强了期刊业的经营实力。中国自加入世贸以来，业外与境外资本随之介入中国期刊市场，中外合作项目加强了期刊的出版，也促进了经营制度的转变，为期刊业注入了新的生命力。

3.5 期刊队伍学者化

编辑队伍的建设是做好编辑工作的前提和基础。从90年代以来，期刊界就一致提出编辑要学者化，提高编辑团队的整体文化素养，不少编辑在自己专业领域专注学习新知识，及时掌握行业新动态，积累了深厚的专业知识基础。但是全国期刊总数巨大，特别是网络期刊普遍发达，编辑的专业水平分层明显，编辑的整体素质有待提高。

改革人事管理制度，对于进一步加强期刊建设是有必要的。当前期刊业人才使用机制与期刊业的市场不相适应，既懂期刊经营又懂期刊采编的复合型管理人才高度缺乏。对世界范围的前沿问题和重大科学问题有一定把握能力的专家级的主编及编辑也极度缺乏。期刊要改革人事管理制度，得从人事管理向人力资源管理转变，大力加强人才资源的综合能力建设。第一，聘用编辑要综合考量多方面的素质，除了出版编辑的专业基础知识，也要对编辑人才的心理素质、团队精神和继续学习能力做进一步考察。第二，加强编辑

的培训力度。第三，深度挖掘有潜力的创新型编辑人才。编辑部在未来需加大资金投入和政策扶持力度，才能培育有高文化素质水平和全方面发展的创新型人才，特别是引进科研人员加入编辑队伍，进一步优化编辑队伍结构。^[7]

3.6 期刊出版产业化

期刊产业化是指在期刊编辑、出版、发行以及相关经营活动中，以市场需求为导向，按产业方式和规律组织出版及相关活动的一种办刊模式与管理方式。期刊产业化以生产优质高效的精品期刊为目的，以市场需求和市场调节为导向，以现代企业制度为产业运作的基本模式，遵循期刊生产规律，逐步建立起期刊社的资源配置、期刊编辑的运作、期刊产品的营销等市场机制，走专业为主，多种经营、综合发展的道路，实现期刊社社会效益和经济效益的最优化和最大化。^[8]

3.7 期刊营销数字化

进入新媒体时代，期刊业除了重视内容生产也应该把市场营销作为重点，思考如何利用媒体制定合适明确的营销策略紧跟时代潮流，完善期刊盈利机制，提高市场竞争力。新技术推动着营销方式的革新，微博、博客、电子邮件、手机应用软件等成为期刊行业发展的重要手段。“当微信公众号全文刊发以后，我们把七篇专家文章统一放到中国知网进行网络首发。2017年11月25日，这些文章又刊发在《财政科学》第11期纸质版上。”《财政科学》杂志副主编邢丽认为，这个由新媒体、互联网、纸媒构成的传播链条，实现了将一个学术话题“反复置顶”的效果，能够促使相关学术研究持续发酵。而国外数字化营销经验也具有一定借鉴意义，通过探索期刊的网络增值模式、加强内容的深度开发与制作上的机制

创新、推动新旧媒体融合发展实现盈利。

3.8 期刊传播国际化

经济全球化, 伴随而来的是文化全球化, 英文期刊是影响力最大、受众最广的期刊, 现阶段我国期刊也在传播国际化发展上进行探索。国家新闻出版广电总局新闻报刊司司长李军在第十三届中国科技期刊发展论坛开幕式上介绍, 2013年中国科协、国家新闻出版广电总局等六部门联合启动“中国科技期刊国际影响力提升计划”, 面向全国英文科技期刊进行择优奖补, 目前累计资助经费4.84亿元, 支持创办科技期刊34种, 推动我国英文科技期刊在引证指标、国际化程度等方面取得长足进步。科技期刊质量是衡量期刊业发展水平的重要指标之一, 率先推动科技期刊国际化发展有利于带动整个期刊业的繁荣发展, 促进期刊内容国际化。学术期刊是针对当前国内外科学界前沿问题和热点的探究和思考, 是世界范围内的学术交流。学术期刊的规范化便于借鉴国际经验, 也便于收录于数据库供学者交流。同时, 也将促使期刊的编辑制作符合国际规范, 促使期刊的编委会、读者、作者国际化, 强化国际科研项目合作。近年, 由中国国际图书进出口总公司在海外出版发行期刊的海外版的现象也有所增加。期刊通过国际交流交换的期刊、国际会议等方式开拓海外市场, 利用期刊广告因其国外读者关注等多样化方式促进了期刊传播的国际化。近年来, 中国内容、中国出版“走出去”正在形成“政府推动、企业主体、市场运作、社会参与”的工作机制。中国期刊的国际化程度远不及期刊强国的发展程度是我国的普遍认识, 因此不断地学习借鉴国外成功经验并结合我国期刊特点, 规

划走出去战略, 应是持续实施的策略。

参考文献

- [1] 梁玮. 中国期刊产业现状及发展对策研究[D]. 兰州: 兰州大学硕士论文, 2010.
- [2] 邱薇. 网络期刊的发展探讨[J]. 科技情报开发与经济, 2006(20): 3-4, 298.
- [3] 宋应离. 中国期刊发展史[M]. 郑州: 河南大学出版社, 2000: 326.
- [4] 段艳文. 2017年期刊的机遇、转型、突围[J]. 青年记者, 2017(36): 18-19.
- [5] 张志强. 纸质出版的现状与未来[J]. 新闻界, 2018(2): 90-94.
- [6] 崔保国. 2013年中国传媒发展报告[M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2013-97.
- [7] 朱海龙. 深化改革背景下的中国期刊发展研究[J]. 编辑之友, 2016(7): 52-59.
- [8] 林松清, 余诗刚. 试论科技期刊编辑人才梯队建设与对策[J]. 中国科技期刊研究, 2012, 23(3): 494-498.
- [9] 朱习文. 我国期刊产业化发展之思考[J]. 湘潮(下半月)(理论), 2009(11): 78-79, 81.
- [10] 马莹. 2017中国期刊业现象观察与趋势研判[J/OL]. 出版广角, 2018(4): 11-15[2018-03-25]. <https://doi.org/10.16491/j.cnki.cn45-1216/g2.2018.04.002>.
- [11] 刘明寿. 科技期刊出版产业链的资源整合[J]. 编辑学报, 2009, 21(6): 471-473.
- [12] 马强. 电子纸阅读器对数字期刊出版产业链的影响[J]. 编辑学报, 2010, 22(S1): 1-3.
- [13] 张小强, 汪红春, 游滨. 中国期刊市场数字环境走势分析: 基于总局2005—2015年统计数据和新闻出版研究院报告[J]. 西南民族大学学报(人文社科版), 2018, 39(3): 234-240.
- [14] 总编视角: 华文学术期刊发展趋势国际研讨会论文集[M]. 1版. 北京: 社会科学文献出版社, 2016: 461.
- [15] 明伦出版学丛书·中国社会科学学术期刊“走出去”研究[M]. 1版. 北京: 社会科学文献出版社, 2015.

(责任编辑: 韩婧)