

科技期刊如何实现双效

——以《警察技术》杂志为例

李海昕

(公安部第一研究所, 北京 100048)

摘要:根据作者多年来的期刊从业经验,结合《警察技术》杂志的办刊实践,通过总结《警察技术》杂志在市场经济下的办刊的特点及办刊体会,摸索出符合杂志自身特点的能够同时实现期刊社会效益和经济效益双结合的发展思路。

关键词:定位;内容;经营;双效

中图分类号:F239.21 **文献标志码:**A **文章编号:**1671-1807(2010)12-0144-03

《警察技术》杂志 1985 年创刊,由公安部所属科研院所主办。创办之初杂志主要定位于服务科研所,成为宣传本所科研成果的窗口和本所科研人员进行技术交流的平台。杂志自办发行,主要发往研究所的基层合作单位及少部分相关专业技术人员,所需经费来源于事业拨款。2005 年,随着文化出版改革号角的吹响,作为已创刊 20 年的期刊,《警察技术》杂志在很多公安基层单位还不为人知,甚至很多人认为它只是内部刊物。如何全面提升杂志的认知度、扩大受众面?如何顺应期刊改革的方向,在实现杂志社会效益的基础上取得经济效益?成为一本有着一定历史的期刊要面临的新课题。通过几年来的努力,今天的《警察技术》杂志已成为面向全国 190 万公安民警,全面报道警用技术及装备的专业权威期刊。如今杂志致力于引领警用尖端技术、推广优秀执法方案、介绍实用装备产品、普及警用科技知识,为提高警力、科技强警做出了卓越贡献,基本上实现了期刊的社会效益和经济效益双结合。

期刊实现双效是一个系统工程,有特色的内容才能有固定的受众,实现其社会效益,有了一定数量的受众才能有品牌和知名度,有了受众和品牌才能赢得市场的青睐,实现经济效益。这些因素环环相扣,一个都不能缺少。本文结合《警察技术》杂志的实际情况,对科技期刊如何适应市场经济体制,实现双效谈认识和看法。

1 精确期刊定位,寻找自身亮点

收稿日期:2010-11-25

作者简介:李海昕(1976—),男,吉林人,公安部第一研究所信息中心,《警察技术》杂志执行主编,研究方向:编辑出版。

《警察技术》杂志是面向全国公安干警的科技期刊,每期杂志由公安通信、刑侦技术、电子警务等十几个栏目组成。一直以来在公安领域与《警察技术》杂志共存的其他技术类期刊有六七种,所不同的是其绝大多数是仅定位于某一专业的期刊,如刑侦类、消防类、网络安全类等均有相对应的专业期刊,而《警察技术》的内容同时涵盖这些不同的专业。如何与这些特定专业的期刊共存又能显出自身的特点?凭借多年来对公安行业的了解,通过分析公安读者的需求和特点,分析同类期刊的内容及定位,我们进一步精确杂志的定位,找到了属于自己的亮点^[1]。

首先,《警察技术》杂志应定位于全面报道警用技术的科技期刊。虽然其他公安技术类杂志各有侧重,但是“全面”却可以成为《警察技术》的亮点,只要是公安执法能使用到的技术都是我们杂志所应包含的内容,重要的是我们应在“全面”的基础上强调新、实用和普及。基于这样的定位,我们在原有的技术栏目上增加了新技术及一些实用有效的执法方案的比重,并增设了“科技成果推广”及“实战攻略”这样推广公安科研成果及警用实战知识的栏目,其中“科技成果栏目”推出后得到公安部主管部门的认可和好评,并且《警察技术》杂志因此被授予“公安科技成果推广指定期刊”称号。

其次,警用技术应该包括警用装备。通过几年来对公安类期刊的了解和对比研究,警用装备内容是当时公安类期刊的一个空白,以往,我们只关注某一类

技术的更新和发展以及它在公安领域的应用,并不曾涉及到具体的警用装备和产品,而当时警用装备已作为一个新生的行业冉冉升起。主管部门需要了解装备的配备情况,基层干警需要知道都有哪些装备、别人都在用什么、一些装备产品如何使用,装备厂商需要平台来宣传自己的产品,因此我们把握时机,果断决定在杂志中增加警用装备内容,开发潜在的读者群。我们在每期固定增加了一个警用装备方面的专题,并推出“警用装备”和资讯栏目,精心组织了“俄罗斯反恐防爆技术与装备”、“警用侦观设备”、“俄罗斯个体防护装备”、“指纹检验设备”、“警用机器人”等系列专题文章。警用装备内容增加后不久就引起了部里相关业务局、组织机构及基层干警的关注,纷纷打电话来索阅杂志,达到了预期效果。

2 增加内容深度,提高杂志可读性

《警察技术》杂志由十几个涉及不同警用技术的栏目组成,每个栏目平均2—3篇文章,并无侧重,每期杂志读起来都很平淡。如何做精这十几个栏目是我们每期都必须面临和思考的问题,既要紧紧围绕公安科技工作中心、热点,又要兼顾不同层面读者的需要,成为提升杂志可读性必须解决的问题。

通过摸索我们发现,警用技术虽然是应用技术,但结合公安工作的特殊性和特定期内的特定任务,很多尖端、能够进一步提高公安工作效率、甚至是本该普及的技术并未被基层干警掌握和了解,以往的一两篇文章只能起到提供信息的作用,不能对公安工作有实际的指导意义。因此我们采用专题的形式,每期固定从技术应用角度和警用装备角度组织两个专题,结合当前公安工作重点、热点,把一个技术或装备问题深入浅出的展现在读者面前,其内容核心是技术、应用和普及^[2]。我们先后尝试组织了“350兆数字集群通信”、“公安指挥中心系统与三台合一建设”、“9mm警用转轮手枪”、“非致命武器”等专题,通过专题的组织策划,使每期的杂志内容产生一个焦点,很大程度的缓解了《警察技术》杂志长期以来由于涉及的技术面太广而无法聚焦读者的问题。

3 拓宽思路,开展多种经营

《警察技术》杂志自创刊以来其经济来源一直是靠主办单位拨款,由于最初定位于服务主办单位,因此杂志是免费发往公安基层相关兄弟单位,广告也仅限于宣传主办单位自己的产品,可以说杂志的整个运作是与市场脱节的^[3]。2005年为响应期刊改革大潮,杂志开始放眼于整个公安,在重新定位、办刊质量提高的基础上,拓宽思路,积极探索期刊市场化运作

之路,逐步达到自收自支,双效结合^[4]。

对于一本专业性期刊来说,杂志的发行工作一直是这几年来我们工作上的难点,她没有强大的行政支持,也没有雄厚的行业背景,更没有纵横交错的发行网络,可以说发行工作刚刚起步。2006年5月份杂志与邮局签署了报刊发行代理协议,从此杂志有了邮发代号,通过邮发代号,大家能够在每年的全国报刊发行目录公安类中很容易的找到《警察技术》杂志,并只需简单的上报一个号码就可订阅,这样简单快捷的代理方式为什么从前没有做,那是有理由的,因为邮局的代理费用在杂志发行量低于1万册时高达80%,社会效益为首,哪怕每一份杂志只卖出了1/5的价格。通过邮局报刊系统发行,至此《警察技术》杂志的发行主渠道建立起来,这也是目前大多数期刊杂志发行的主渠道。此外我们与国内十几家发行代理公司签订了发行代理协议,来辅助主渠道发行,此为第二渠道。但是作为一本专业性技术杂志来说她的受众毕竟是有限的,期刊发行的通常渠道建立起来之后,对我们来说真正困难的是寻找并建立第三条渠道,也就是最符合杂志特点的渠道。作为尝试,杂志聘请了专门做发行的业务人员,请他调研其他公安类媒体的发行渠道,试着摸索出我们杂志的可行之路。通过几年的努力,基本上摸清了目前其他几份公安类报刊的发行渠道和方式,并认为其中的一些方式是值得我们借鉴和学习的。同时先后与全国16个省厅政治部、12个省厅刑侦总队、26各厅局宣传处、100多个地级市、县分局的相关单位建立了联系。

随着杂志形象和知名度的提升,广告经营方面也呈现出可喜的变化:一是广告数量逐年增长,从仅宣传本单位产品到2006年全年60多个广告,2007年的80多个,2010年达到100多个;二是广告单价几乎翻了一番,单就普通彩插来说,由以前的每版2000元左右到现在的5000元左右;第三,广告客户层次更高,杂志从前的客户主要是一些国内的小厂商,而近几年杂志吸引了很多像EADS、华为3COM、联想、杜邦、摩托罗拉、霍尼韦尔、爱国者、松下等这样的知名企业在杂志上投放广告,很多企业在年初就签订了全年的广告合同;第四,客户更具有长期稳定性,以前广告客户总是一期一签,临时性和随意性很强,封面广告也总是我们每一期广告业务的难点,经常是快要出刊了,封面还没有着落,没办法的时候就找所内公司赞助,而现在杂志有很多长期稳定的大客户,合同一签就是一年,并且形成惯例,把我刊作为长期的媒体投放对象,杂志的封面封底等特殊版位基本上在年

初就全部被预定^[5]。

此外杂志通过举办公安技术培训、交流等活动与公安各领域专家建立了紧密的联系,近距离地了解了基层干警的实际需要,更在无形中扩大了杂志的知名度和影响力^[6]。

4 结语

《警察技术》从一本闭门编刊、仅服务于本单位的杂志,到今天在公安领域内颇具影响、被广泛认知,她所走过的路虽然艰辛,却也从容淡定。回首这一段历程,我们发现期刊的生存、发展直至实现双效之路,唯有遵循期刊自身的生存发展规律,才会变为可能。她的内容是根,读者是土壤,而期刊人对于期刊的热爱是她生长的空气和阳光。只有更精心的思考她的定位,策划她内容,关注她的读者,才能真正实现预期的社会效益,社会效益之后,结合灵活健康的经营办法,经济效益便是水到渠成。社会效益是基础,经济

效益能够为更好的实现社会效益提供保障。
愿本文对正在迎接期刊改革的各位同行有所借鉴和帮助。

参考文献

[1]朱晓红,王丽生. 办出学术期刊特色提升期刊整体水平——《应用声学》的办刊实践[J]. 中国科技期刊研究,2010,21(4): 489—492.
[2]杨永庆,任延刚. 策划特色栏目 打造精品期刊[J]. 编辑学报, 2009,21(4):346—347.
[3]邹昕,选题策划——科技期刊市场化的制胜法宝[J]. 中国科技期刊研究,2010,21(3):376—378.
[4]赵文义,科技期刊发行与广告经营的互动性分析[J]. 中国科技期刊研究,2009 20(1):176—178.
[5]朱小艳,邓国用. 技术类期刊的广告经营及对策[J]. 编辑学报,2009,21(4):328—329.
[6]江澜,游苏宁. 合作办会:探索科技期刊多种经营的模式[J]. 编辑学报,2008,20(6):521—523.

Comment on the Way for Science Magazine such as Police Technology to Achieve Double Benefits

LI Hai-xin

(First Research Institute of MPS,Beijing 100048,China)

Abstract: Based on her many years experiences on the magazine management, linking with the magazine management practice on Police Technology, the author has found and summarized the characteristics of magazine management under the background of market economy and obtained her own experience. This article has introduced the developing consideration on the way for magazine to achieve simultaneously both social benefit and economic benefit in according with the magazine's own characteristics.
Key words: orientation; content; management; double benefits

(上接第 143 页)

The Domestication of Chinese Piano Song Composition

ZENG Xu

(Art Department,Putian University,Putian Fujian 351100,China)

Abstract: This article reviews the Chinese piano song composition over the last one hundred years, pointing out that the subjects of Chinese piano songs have been based on the music of different peoples in China. It describes from different aspects how the composers have been exploring and innovating the piano songs during their composition, producing piano music characteristic of different Chinese peoples.
Key words: music subject; national characteristics; composing features