

会展经济在医学期刊经营中的作用

曾 玲¹,徐川平²,冯 涛^{1△}

(1. 重庆医科大学公共卫生与管理学院 400016;2. 重庆卫生信息中心 400014)

doi:10.3969/j.issn.1671-8348.2012.31.040

文献标识码:B

文章编号:1671-8348(2012)31-3338-02

医学期刊的经营模式,是期刊根据其办刊目的,为实现其所确定的社会、经济效益,对资源进行整合而采取的某一类方式方法的总称。根据期刊“三次售卖”理念,会展业是期刊的品牌价值延伸的衍生产品之一,也是全国各大城市重点发展的产业之一^[1]。因此在追求社会效益的前提下,各大医学期刊开始不断地举行学术会议,探索会展经济的发展道路。但不少期刊对待会展还是抱有一种孤立的态度,认为开会仅仅具有会议的功能,没有意识到其带来的经济效益,而且还会促进期刊会展经济的发展。目前我国的会展经济从展会规模,专业人才等方面来说,还不太成熟,发展相对成熟的城市主要分布在沿海,如香港,由于其地理优势,又处于重要的国际贸易港口,会展行业发展迅猛,而内陆地区的会展除了规模不够大,专业会展人才缺乏等,还存在不同行业的办会理念不同。因此,作者对医学期刊学术会议的现状作以下介绍,并探讨会展经济在医学期刊经营过程中的重要作用及其实施措施。

1 医学期刊的学术会议概况及问题

目前,对于会展经济的概念没有固定统一的诠释,张水清等^[2]认为会展经济是一种通过以各种类型的会议或者展览销售为手段的,从而产生直接或间接社会、经济效益的经济现象和行为,也称作“会展产业”或“会展市场”。王新刚^[3]提出,会展经济是通过举办各类会议和展览而在取得直接经济效益的同时,带动一个地理区域的相关产业的发展,促进经济和社会的发展,即以经济活动为基础,以会展产业发展为中心的经济形态。综上,会展经济是指通过举办各类型的会议和展览取得经济效益、社会效益的经济行为。

各类医学期刊办刊的主要目的就是在获得社会效益的同时,并获取经济效益,因此在其办刊过程中都会举办不同层面的学术会议,有以学术交流为主的交流会,有以某专题为研讨的讨论会。有效的学术交流能很好地传授知识,传递信息,创新思维,找到创新的突破口,促进学科的建设 and 人才的培养^[4]。但总的来说,还存在不足之处。一方面,从会展经济的社会效益来看,会议形式及会议规模都不太完善,对促进学术交流的效益也不够显著,有的期刊对会议行程安排不恰当,偏重广告、旅游,专题会议内容过简等都违背了会展经济的社会效益层面,也背离学术期刊的办刊宗旨。另一方面,从会展经济的经济效益来看,会议收入主要来自于论文发表费、参会费,以及为数不多的商业赞助,部分期刊为维持其盈亏,对参会人员收取过高的会务费,提供低质的服务,最后导致参会人员的不满,影响其对期刊的评价,对今后该刊主办的会议期望低,导致恶性循环。

2 会展经济在医学期刊经营过程中的作用

期刊的销售模型包括“三次售卖”,第一次卖内容即发行经营,第二次卖读者即广告经营,第三次卖品牌,狭义上的期刊品牌经营包括图书、增刊、合订本等衍生产品的销售。广义上的

期刊品牌经营,首先是以期刊的内容为根本,是其学术价值和社会价值体现的核心,然后决定其发行、广告、衍生产品的经营,实现期刊的经济价值,期刊的网站建设及加入国内国外数据库平台为期刊数字化、国际化奠定基础,促进期刊影响力的扩大。期刊的多种经营模式是以品牌为核心不断进行产品扩展的一系列方式方法,会展经济作为期刊的衍生产品经营之一是期刊品牌价值的体现,同时也促进期刊的品牌建设,见图 1。

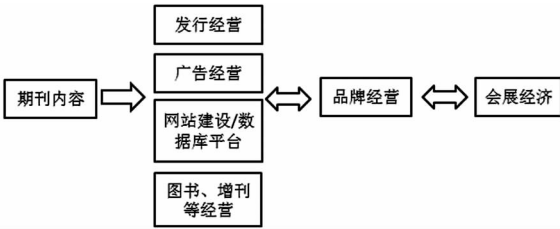


图 1 医学期刊经营过程

3 发展医学期刊会展经济的机遇

首先,中共中央关于“十二五”规划的建议中提出“繁荣发展文化事业和文化产业。坚持一手抓公益性文化事业、一手抓经营性文化产业,始终把社会效益放在首位,实现经济效益和社会效益有机统一。在政府引导下发挥市场机制积极作用,推动文化产业成为国民经济支柱性产业。加强对外宣传和文化交流,创新文化走出去模式,增强中华文化国际竞争力和影响力。”会展经济作为促使医学期刊实现其社会效益与经济效益的新型文化产业的发展是刻不容缓的。其次,学术期刊是为适应科技和教育发展的需要而创办的,主要发表原创性基础理论的研究成果,而学位论文的发表有两个途径,一是学术期刊,二是学术会议^[5],正是由于这一需求,医学期刊争先恐后地去举办各种学术会议,将办刊与办会相结合。最后,会展经济是期刊多种经营模式中的一种发展方向,也是期刊独立办刊的重要资金来源的来源。目前大部分科技期刊的经费来源除了政府有拨款外,主要是收取审稿费、版面费、广告赞助费等,随着学术会议的不断召开,以及其带来的可观的经济效益,不断地促使期刊向办会这一经营模式探索。

4 发展医学期刊会展经济需要采取的措施

4.1 医学期刊会展经济的特性 医学期刊是医学技术类研究交流学习的平台,促进了科学研究的发展。期刊社会效益的经营是一个培养期刊文化的过程,并以提高期刊学术质量为目的。因此医学期刊要建立以读者为导向的品牌,不断扩大其社会影响力,针对医学期刊的特点,体现其学术价值,最大化地促进其社会效益的实现^[6]。医学期刊会展经济,不仅要实现其社会效益,还要满足会展活动的各方需求,实现其追求的经济效益。第一,参会的学术代表需要的是一个学术交流的平台,宣传自己的学术知识,提高自己在相应医学领域的学术地位;第

△ 通讯作者, Tel:13983786671; E-mail:478240069@qq.com.

二,参会的商家代表需要的是宣传自己的产品,让该医学领域的专家、代表了解其产品;第三,医学期刊需要的是通过展会宣传自己,吸引了众多医疗工作者的优秀稿件,为其创建一个学术平台,扩大期刊影响力。因此好的办会模式便会吸引越多的专家学者和商家参与会议。

4.2 医学期刊办会的类别及努力方向 按照中华医学会对学术会议的规模分类,分为三类,国际学术会议(包括国际、双边),国内学术会议(全国学术大会/年会学术会议、青年学术会议;专题学术会议、专科分会学习班/培训班会议),其他(杂志社和音像社举办的学术会议)。按照学术会议的类型的分类,第一,学术会议、学术大会/年会,如《中华泌尿外科杂志》2011 年举办的“尿外科学术会议”及“男科学术大会”。第二,研讨会/讨论会/交流会/研讨班、论坛,如《中华儿科杂志》2011 年举办的“小儿支气管炎防治学术研讨会”,《中华病理学杂志》2011 年举办的“个体化医学和病理诊断学术论坛”;第三,培训班、学习班、研修班等突出医学期刊办会的特色,与其他会议模式相区别会议模式,如《国际呼吸杂志》2011 年举办的“医学论文中、英文摘要写作学习班”。

目前各类医学期刊办会的主要努力方向:一方面应为广大医学工作者提供一个学习平台,邀请专家就某一科学领域进行讲座,另一方面应改进学术会议的经营形势,将会议与展览相结合,在举办专题学术会议,或是组织专家学者进行学术交流的同时,邀请相应医学研究领域的医疗器械、药材、试剂的厂家赞助,为厂家提供宣传自己的平台。

4.3 完善医学期刊办会模式流程 首先,确定会议主题,即专题内容,必须具有新颖性,如某医学领域的研究进展、某项疾病的诊治进展、近来热点问题等。然后联系该领域的专家学者,并与相关医学领域产业化的商家联系赞助,同时,也可以接受商家推荐的专家。在确定会议主题、赞助商、专家之后,就应确定会议时间、地点、会议流程、参会人员、会议费用,并发送会议邀请函,准备会议资料(包括会议讲课专家简介、该医学期刊简介、会议流程、赞助公司产品等资料)。会议内容可包括学术讲座(专家由主办方或承办方负责邀请)、医学期刊讲座(围绕医学论文写作、审稿、发表等过程与大家进行交流)、赞助公司介绍等。同时,会议的形式多样化也有助于取得良好的效果。

5 讨 论

随着医学期刊工作者对期刊经营模式的不断探索,发现会
• 卫生管理 •

展不仅可以带来可观的经济收益,推动相关企业的发展,还可以提升期刊的知名度,促进期刊全面的发展^[7-8],因此会展经济这一新兴产业如今已成为众多期刊争先学习的经营方式。同时鉴于发达城市会展行业的良好发展前景,会展经济作为一种新兴的经营模式,现如今已被众多学者所推崇,如何确保医学期刊在编辑出版高质量学术杂志的前提下,适时举办本学科的学术会议,并取得良好的社会效益和经济效益^[9],把会展与论坛相结合将是医学期刊会展经济的经营模式发展向导。目前,医学期刊在良好的学术环境、经济环境以及政府政策大力支持的前提下发展,应该突出医学期刊区别于其他期刊的特色,将医学会展与医学论坛和医学期刊相结合,完善会展模式,完善论坛制度,完善医学期刊的学术质量,实现其社会学术效益的同时获得相应经济效益。

参考文献:

[1] 彭思量. 会展行业协会发展的困境与出路——以重庆市会展行业协会为例 [J]. 人民论坛, 2011(26):188-189.
[2] 张水清, 李慎亭. 会展经济特性与都市功能的提升 [J]. 地域研究与开发, 2002, 21(3): 71-74.
[3] 王新刚. 中国会展经济研究 [D]. 吉林: 吉林大学, 2004.
[4] 汪晓. 科技期刊专业学术会议的经营之道 [J]. 黄冈师范学院学报, 2007, 27(5): 134-136.
[5] 孙艺红, 杨峻岩, 曹洪武, 等. 精心策划和组织切实办好学术会议 [J]. 理论界, 2008(2): 232-233.
[6] 袁桂清. 中国科技学术期刊经营模式与赢利模式研究 [C]. 中国科技期刊编辑学会医学委员会, 中华医学会杂志社. 第六届全国医药卫生期刊编辑出版学术会议资料汇编, 2007.
[7] 杨凡. 基于梯度推移视角下的会展经济浅析 [J]. 内江科技, 2009(10): 117, 135.
[8] 冯克江, 洪达喜. 会展人才培养与会展经济研究综述 [J]. 重庆科技学院学报: 社会科学版, 2010(15): 197-198.
[9] 胡玲. 科技期刊举办学术会议的实践与思考 [J]. 引进与咨询, 2002(5): 50, 53.

(收稿日期: 2012-03-15 修回日期: 2012-06-18)

基于顾客价值链理论的医院客服中心建设构想

梁 娜, 张宏雁, 张 勇, 吴 昊, 李景波[△]
(第三军医大学西南医院医教部, 重庆 400038)

doi:10.3969/j.issn.1671-8348.2012.31.041 文献标识码: B 文章编号: 1671-8348(2012)31-3339-03

随着社会的不断发展和医药卫生体制改革的深入推进, 患者在寻求医疗服务的过程中, 选择医院的自由度大大提高。尤其随着医疗市场的开放, 医疗服务作为创造价值的内在因素已为大多数医院管理者所接受^[1], 医院开始重视医疗服务和医患关系。作为西部地区大型综合性医院之一的西南医院, 数字化体系建设完备, 病员量丰富, 引入顾客价值链理论开展顾客关

系研究, 对于深入落实医药卫生体制改革, 构建和谐医患关系具有十分重要的意义。

1 建设客服中心的必要性和可行性

1.1 必要性

1.1.1 建设客服中心是贯彻落实国家医药卫生体制改革, 促进适应性增长的必然要求 国家医药卫生体制改革的重点内

[△] 通讯作者, Tel: (023) 68754000; E-mail: liangna0208@163.com。