

# 中国农业科学院中文期刊网站建设现状与分析

单秀枝, 贾 硕

(中国农业科学院农业资源与农业区划研究所, 北京 100081)

**摘 要** 科技期刊网站是科学技术成果数字化传播和交流的重要平台。查找中国农业科学院主办和承办的 65 种中文期刊的网站, 并按基本信息、投稿评审系统、论文上传和开放获取、扩展内容以及新媒体应用进行调查和统计分析。这些网站基本信息和基本功能健全, 整体布局成熟稳定。需在论文在线优先发表和开放获取、内容资源增强开发、新媒体融合应用方面加强网站建设。建立期刊集群平台是提升网站水平的有效途径。

**关键词** 网站建设 基本信息 在线投稿评审 论文在线发布 开放获取 扩展内容 新媒体应用

随着互联网的发展和普及, 自 20 世纪 90 年代开始, 我国互联网和科技期刊逐渐融合, 形成了“互联网 + 科技期刊”的多种发展模式。进入 21 世纪, 数字化平台和移动互联网迅速发展, 科技期刊加强网络化建设, 自建网站的数量快速增加, 质量也有了很大的提高<sup>[1-3]</sup>。门户网站是期刊树立品牌形象的重要窗口, 是作者、编者、审者和读者交流的主要平台, 也是期刊数字化的关键标志。近年来, 期刊数字化已经进入了新的发展阶段, 将门户网站打造成复合型多媒体学术资源平台成为必然趋势<sup>[4-5]</sup>。农业科技期刊作为农业信息传播和人才培养的重要平台, 能否跟上科技期刊媒体融合的高速发展, 将关系到其发展前景。近几年, 农业科技期刊网站建设的相关研究逐渐增多, 但大多是探讨某个期刊或某类期刊门户网站的建设途径和发展状况<sup>[6-9]</sup>, 鲜有针对我国农业科技期刊网站建设现状的整体调查与统计分析。中国农业科学院是我国研究领域广、综合实力强的农业科研单位<sup>[10]</sup>。其主办和承办了 69 种科技期刊, 包括 39 种学术类期刊(含 5 种英文期刊)、27 种技术类期刊、2 种综合指导类期刊和 1 种科普类期刊<sup>[10]</sup>。其期刊数量多、种类全, 在农业期刊中影响力较高<sup>[10]</sup>。其期刊网站建设的情况代表了农业科技期刊网站发展的基本模式。可以通过中国农业科学院期刊网站了解我国农业科技期刊网站的现状和发展趋势。文章选取这些期刊作为调研对象, 分析其网站建设现状及发展

态势, 并提出发展建议, 为中国农业科学院期刊的数字化发展带来一定启示, 进而为我国农业科研院所期刊乃至我国农业期刊的数字化发展提供参考。

## 1 数据来源与研究方法

对中国农业科学院及其下属研究所主办和承办的 65 种中文期刊, 通过中国农业科学院网站(简称院网)资源条件板块中出版物的期刊栏目, 查找期刊及其网站, 查到 59 种刊, 其中 42 种刊有网址, 17 种刊无网址。对院网上没有查到网站的 17 种期刊, 再到主办和承办期刊的研究所网站(简称所网)上的相关栏目查找, 查到 3 种刊有网址; 对院网上没有查到的 6 种刊在所网上查找, 5 种刊有网址, 其中《农业大数据学报》为 2019 年创办的新刊, 1 种刊无网址。最后通过百度搜索引擎对院网、所网上没有查到网站的 15 种期刊名称进行搜索, 没有查到期刊自己的网站。

对查到网站的 50 种期刊的网站建设情况进行调研, 调研时间为 2020 年 2 月, 调研内容包括基本信息、投稿评审系统、论文上传和开放获取、扩展内容以及新媒体应用等。建立 Excel 表格, 对调研的各个项目进行整理和统计分析。

## 2 中国农业科学院中文期刊网站建设情况

综合调研情况, 65 种中文期刊中 50 种期刊(占 76.9%)拥有独立的门户网站或挂靠于主办或

承办单位的网站,15种期刊(占23.1%)没有网站。现就网站的50种期刊的网站建设情况调研结果进行分析,其中,《果农之友》网站备案中,其调查项目按无计算。

## 2.1 期刊基本信息

门户网站是期刊数字化宣传的主要阵地,是向用户提供服务的主要窗口<sup>[11]</sup>。网站首页是期刊的初次展现,给人以直观、深刻的印象。调研显示,有网站的50种期刊的网站首页内容丰富。46种刊即92%的期刊有封面照片,4种刊无封面照片。41种刊即82%的期刊列出了刊名、主管单位、主办单位、编辑出版单位、主编、标准连续出版物号、出版周期、创刊年份、出版年、卷号和期号、定价等版权标识内容以及编辑者及其联系方式,5种刊即10%的期刊有部分版权标识内容,4种刊无版权标识内容。46种刊即92%的期刊提供了编委会成员名单,4种刊无编委会名单。46种刊即92%的期刊有当期目次;1种刊有当期目次栏目,但无内容;3种刊无当期目次栏目。39种刊即78%的期刊有下载中心,包括版权协议、投稿须知、论文模版、相关知识等;6种刊即12%的期刊无下载中心栏目,但有下载中心相关内容;5种刊无下载中心栏目和相关内容。47种刊即94%的期刊有友情链接,包括上级单位、合作单位、所属数据库等;3种刊无友情链接。46种刊即92%的期刊有信息公告;1种刊有信息公告栏目,但无内容;2种刊无信息公告栏目,但有相关内容;1种刊《果农之友》无信息公告。有的期刊还有期刊获奖照片、领导或专家题词、科技成果介绍、专家照片及介绍、会议照片及介绍等配图,以静止或滚动等方式展出。

## 2.2 在线投稿评审系统

在线投稿评审系统是期刊网站的重要内容,也是期刊数字化的重要指标之一<sup>[12]</sup>。调研显示,有网站的50种期刊,48种刊已实现网上投稿评审,占96%;2种刊《农业开发与装备》《果农之友》无在线投稿评审系统。这些投稿评审系统虽然由不同开发商提供,但其功能基本相同,具有作者投稿、专家审稿、主编及编委审稿、编辑管理功能。极大地便利于作者投稿、查询和修改稿件,便利于同行评审,提高了编辑的工作效率,缩短了稿件

投、审、周转和编辑加工周期。其中,29种期刊(占58%)有主编及编委审稿功能,说明其主编和编委对期刊的重视,并发挥了重要作用。新刊《农业大数据学报》设有“特约编辑”功能,意味着期刊编辑工作跨出了编辑部,走向开放办刊。

## 2.3 论文资源上传与开放获取

论文资源是期刊网站建设的核心部分,关乎期刊的学术影响力、网站点击率、信息传播效率,乃至社会和经济效益<sup>[13]</sup>。调研发现,期刊网站的论文资源有当期、过刊论文上传和优先发表3种情况,论文上传内容可分为期刊目次(含论文题名、作者)、论文摘要、PDF格式和HTML格式全文。开放获取情况随网站功能开发商和上传论文时间有所不同。

### 2.3.1 当期上网与开放获取

有网站的50种期刊,上传目次、摘要和全文的37种,占74%;仅上传目次及摘要的8种,占16%;仅上传目次的2种,占4%;未上传论文资源的3种,占6%。上传了论文全文的37种刊全文均为PDF格式,其中13种学术影响力大、实力强的学报如《中国农业科学》《作物学报》《植物营养与肥料学报》和1种新刊《农业大数据学报》还有HTML格式,占上传全文期刊的37.8%。另外,1种刊《中国农业信息》有HTML摘要。3种刊有PDF全文位置但未上传全文,9种刊有HTML全文位置但未上传全文,可能是没有时间上传或者不具备上传的条件。

上传了论文全文的37种期刊中,25种刊(占67.6%)公开发布全文,供用户免费获取;采用中国知网采编系统的12种刊(占32.4%)在自建网站上公布了期刊目次和论文摘要,全文需链接知网付费获取。另外,2种刊《农业经济问题》《农业技术经济》目次、摘要不在首页,不利于用户快速查找和阅读。

### 2.3.2 过刊上网与开放获取

有网站的50种期刊,42种刊(占84%)有过刊目次、摘要和PDF全文,1种刊只有过刊目次,2种刊有过刊浏览栏目但无内容,5种刊无过刊相关栏目。有的刊如《中国农业科学》以过刊浏览方式获取过刊全文,有的刊如《中国土壤与肥料》是检索方式获取过刊全文。各刊的过刊内

容回溯年份不尽相同,有的回溯近几年、十几年,有的回溯到创刊年份。可能与网站创建时间有关,或许是一种开放获取策略。

上传了过刊论文全文的42种期刊中,30种刊(占71.4%)免费获取全文,没有阅读限制,采用中国知网采编系统的12种刊(占28.6%)需链接知网付费获取全文。

和当期是37种刊有PDF全文相比,5种刊当期无全文,但过刊有全文。如《茶叶科学》过刊内容全面,有目次、摘要、PDF和HTML全文;但当期仅有目次。这种全文滞后发表的形式也是一种开放获取策略。

### 2.3.3 在线优先发表与开放获取

在线优先发表有最新录用和预发表两种形式,将评审通过的论文在本刊网站上公布,取得论文首发权。公布内容包括题名、作者及其工作单位、摘要、全文。

有网站的50种期刊,14种刊(占28%)最新录用栏目各有一些内容在网上发布;其中,上传全文的有7种刊:1种刊《作物学报》全文可免费下载并有唯一和持久的DOI,1种刊《棉花学报》全文可免费下载但各页带有水印,1种刊《园艺学报》的品种推广类文章可免费下载,其余4种刊《畜牧兽医学报》《中国水稻科学》《中国稻米》《农业资源与环境学报》全文及《园艺学报》的其他文章不能下载,但摘要均可下载;5种刊《植物遗传资源学报》《中国油料作物学报》《中国种业》《中国农业信息》《农业科研经济管理》有题名、作者及其工作单位、摘要;2种刊《中国农业科学》《中国预防兽医学报》有题名、作者。10种刊(占20%)有最新录用栏目,但栏目内无内容。26种刊(占52%)无最新录用栏目。

1种刊《棉花学报》预发表栏目有题名、作者、全文,全文可下载、有水印;1种刊《中国种业》有预发表栏目,但内容为2012—2013年过刊全文,可下载;1种刊《植物营养与肥料学报》有题名、作者及其工作单位、摘要预发表;1种刊《植物遗传资源学报》有摘要预发表;5种刊有预发表栏目但无内容;41种刊(占82%)无预发表栏目。

综合两种在线优先发表情况,期刊对录用论文

在纸质版刊出前采取不同的形式在线优先发表全文或部分内容。仅有2种刊(占4%)上传全文并开放获取;5种刊(占10%)上传全文,但不能下载或部分论文可免费下载。8种刊(占16%)有题名、作者及其工作单位、摘要中的部分内容。35种刊(占70%)无在线优先发表栏目或有此栏目但没有相应内容。说明期刊对在线优先发表重视不够,或是顾虑版权和经济效益,或是碍于工作量大无暇顾及,也可能是缺乏平台支撑难以实现。

总之,网站上论文的开放获取程度关乎期刊和论文的学术影响力<sup>[13]</sup>。相比于纸质媒体,网络信息传播速度快、范围广,易于查找。及时发布论文全文有利于吸引在线读者,提高网站访问量和论文下载量,扩大期刊影响<sup>[13]</sup>;同时,论文及时在线发表,获得首发权,保证了作者的利益。但也存在一些问题,如增加了编辑工作量和期刊网络出版费用,影响纸质期刊发行量和发行收入<sup>[14]</sup>;版权保护难度大,增加了被抄袭和盗版的可能性。针对开放获取论文的网络传播优势及存在问题,期刊采取了各种不同的论文内容上传模式和开放获取策略,尤其是对全文在线优先发表更为谨慎。

## 2.4 扩展内容和新媒体应用

期刊网站作为一个开放的网络信息平台,还可以拥有相关扩展内容如论文增强信息、广告,搭载传播互动平台和订阅服务功能如微信公众号、Email Alert和RSS订阅、在线订阅和销售、留言、在线支付等。

### 2.4.1 论文增强信息

论文增强信息是纸质论文内容的扩展。借助新媒体,将与论文有关的信息如数据、图表、资料、文献等以附属材料的方式发布在网站上,使论文更完整、更有说服力。增强信息还包括对论文评价、和作者互动等。

10种刊的论文有增强信息:《中国农业科学》《作物学报》有图表、参考文献、相关文章、推荐阅读链接及分享、评价;《中国畜牧兽医》《中国油料作物学报》有参考文献、相关文章链接及评价;《植物营养与肥料学报》有图表、参考文献、相关文章链接;《中国农业科技导报》《生物技术进展》设置了图表、参考文献链接但无链接内容,有相关文章链接;《农业环境科学学报》有图表链

接;《灌溉排水学报》有评价;《农业图书情报》有赞。4种刊《农业经济问题》《农业技术经济》《中国畜牧兽医文摘》《果树学报》用中国知网采编系统,有参考文献链接和分享。其余36种刊(占72%)无增强信息。

近年来,出版融合发展(武汉)重点实验室发起了开放科学计划(ODIS),通过ODIS码,作者可增加语音介绍、图片和视频,还可以与读者互动交流。多家期刊已加入此计划,但调研中还未发现实质性内容展出。

#### 2.4.2 广告

该文将研究论文除外的商业广告、科技成果宣传、新闻资讯等传播内容统称广告。2种刊《中国农业科学》《畜牧兽医学报》有广告并链接广告主网站,1种刊《农业大数据学报》有广告图片并链接大幅更多内容的版面,1种刊《中国土壤与肥料》有广告标题但未链接广告内容,2种刊《园艺学报》《中国瓜菜》有新品种介绍、求购信息等相关内容,3种刊《中国种业》《中国蔬菜》《中国稻米》有协办单位链接,4种刊《中国种业》《农业经济问题》《农业技术经济》《农业科研经济管理》有广告位置但无内容,38种刊(占76%)无广告及相关内容。其中,《中国蔬菜》还有独立网站刊登广告,《中国瓜菜》科技成果推广信息丰富。

#### 2.4.3 传播互动平台

微信公众平台具有传播精准化、互动简单化、建设使用便捷化等特点<sup>[15]</sup>。近年来,越来越多的科技期刊开通微信公众号,微信公众平台已成为科技期刊传播科技信息、提供便捷服务的重要工具。有网站的50种期刊,24种刊(占48%)开通了微信公众号。这些微信公众号大多推送期刊目次、论文摘要及全文,提供稿件查询功能,发布相关通知、资讯等。如:《中国农业科学》推送最新一期目录,推送优秀文章摘要及PDF全文二维码,解答投稿咨询,发布行业最新动态及相关资讯;《植物营养与肥料学报》推送最新一期目录、论文摘要、PDF和HTML全文,提供作者查稿、专家审稿及期刊相关服务;《中国农业资源与区划》推送最新一期目录、论文摘要及PDF全文二维码,提供稿件查询、期刊相关服务;《作物杂志》推送每

期目次,点击题名可获取全文,提供投稿、检索等期刊相关服务;《农业大数据学报》推送每期目录、论文摘要、精选论文,发布期刊信息、会议通知等相关资讯;《中国农业科技导报》推送最新一期目次和已经发表的优秀论文摘要。

调研还发现,2种刊《中国农业科学》《园艺学报》有iPad移动阅读,2种刊《作物学报》《果树学报》有手机报,1种刊《植物遗传资源学报》有QQ群,1种刊《中国农业资源与区划》有微信群。

#### 2.4.4 订阅服务功能

数字出版时代,订阅模式、互动方式更为多元化<sup>[16]</sup>。Email Alert、RSS订阅、在线订阅等成为新的订阅模式。网上留言、移动支付等弥补了传统方式的不足。

Email Alert简称EA,是电子期刊信箱派发方式,根据EA用户的选择自动地向用户信箱发送所需信息,如当期目录、论文摘要以及基于主题或关键词搜索的内容。RSS是基于XML标准的互联网内容发布和集成技术,RSS服务根据用户订阅将最新消息即时主动发送到其桌面。用户不访问网站就能得到所需最新内容,节省了检索文献的时间。调研表明,22种刊(占44%)有EA、RSS订阅功能。如:《中国农业科学》EA提供主题订阅,RSS提供目录、栏目、主题订阅;《农业资源与环境学报》EA提供当期目录、预出版文章、关键词、栏目订阅,RSS提供最新录用文章、下期目录、当期目录和栏目订阅。另外,5种刊有网站在线订阅和淘宝、微店销售,1种刊注册订阅,3种刊手机免费订阅。

网上留言、QQ和微信留言作为电话、Email传统互动方式的补充,避开了电话即时接通回复,又较Email快捷。移动支付弥补了银行转账、邮局汇款、现金交付的不便,尤其是对审理费、订刊费等小额款项。调研结果表明,18种刊设置了留言板,占到了有网站期刊的36%。《植物遗传资源学报》的QQ群、《中国农业资源与区划》的微信群有留言功能。没有发现网站开通移动支付。

总之,约1/4的期刊网站上有论文增强信息、广告等扩展内容,近1/2的期刊搭载了微信公众平台和EA、RSS订阅功能,1/3的期刊设置了留言

途径,在线订阅销售、在线支付方面比较薄弱,新媒体应用如音频、视频的引入刚开始尝试。

### 3 期刊网站建设的建议

中国农业科学院中文期刊需加强网站建设。23.1%的期刊没有查到网站,需尽快建立网站或提高网站显示度;有网站的期刊需增强网站功能,尤其要加强论文在线优先发表和开放获取策略的探索、内容资源的增强开发、新媒体技术的融合应用。

#### 3.1 论文即时上网和出版格式多样化

论文快速在线发表,利于科研成果的及时公布、传播、应用和推广,又利于期刊获得首发权。调整数字出版流程,实现录用论文在线即时发表。论文被录用后及时编辑加工、排版校对、定稿发布;论文排版校对期间,每次校样上网发布。整期出版后替换已发布的单篇论文。形成高效、开放的出版模式,使论文从投稿到出版的流程成为一个有机整体<sup>[16]</sup>。单篇论文即时发布减缓了整期出版的工作压力;校对稿上网,便于作者、编者、排版人员沟通,提高工作效率。同时,可以提高学术成果的传播速度和传播效果<sup>[16]</sup>。在条件还不成熟时,可采用录用论文题名、摘要上网,优秀论文优先发表的方式。

论文结构化 HTML 格式,利于移动阅读,利于附加论文增强信息。利用 XML 排版技术,实现一次排版产生 TXT、PDF、HTML 等多种格式,多形式发表;还没有使用 XML 排版的期刊,可以将已有的 TXT、PDF 格式转换为 HTML 格式。

#### 3.2 探索复合多元的开放获取模式

开放获取可提升期刊影响力,但会影响经济效益<sup>[14]</sup>;也有人认为单刊网站无条件免费提供全文尤其在线优先发表,存在版权隐患<sup>[6]</sup>。一方面,随着经济的发展,人们的消费水平和观念不断升级,越来越多的网络用户愿意为所需知识付费<sup>[17]</sup>;另一方面,OA 模式给论文带来的学术影响力的提升主要表现在论文 OA 出版的早期,随着出版时间的延长,OA 和非 OA 论文的学术影响力慢慢趋同<sup>[18]</sup>。因此,将论文上传至期刊网站,根据自身条件,可以全部全时免费开放全文;也可以选择性地开放全文,采取优先发布、滞后发布、限时免费

等复合多元的开放获取策略,适当收费,权衡期刊影响力、经济效益的关系。在线优先出版可以借鉴《作物学报》和《棉花学报》的方式,既能取得首发权,便于被传播、引用,又利于保护版权。

#### 3.3 搭载传播互动平台和服务功能

微信公众号开发、维护成本较低,流行于各种移动终端,对提升期刊学术影响力有促进作用<sup>[19]</sup>。据科学网调研,80%以上的科研人员希望通过微信公众号获取期刊发布的信息<sup>[20]</sup>。科技期刊微信公众平台可以利用期刊原有用户基础,发挥微信普及率高、传播速度快、互动性强的特点,凝聚更广泛的读者。除了链接网刊内容,提供更灵活的咨询服务外;对网刊内容深度加工,抓取学科前沿和热点,提炼单篇论文核心内容,细分、重组同类内容,形成简短精悍、学术质量高的信息;突破网刊的局限,关注国家政策、行业动态、期刊动向,进行新颖独特、时效性强的资讯报道。简短活泼的优质内容激发用户阅读的兴趣,精准可靠的实用信息吸引用户关注;但不宜大量推送趣味性新闻和行业动态,以免打扰用户。设置互动栏目或区域<sup>[21]</sup>,对用户开展调研,收集反馈信息,寻找不足,提高服务质量。用户利用碎片化时间在微信平台上初步了解,再到网站精深操作,实现从浅阅读到深阅读转化。

开发 EA、RSS 订阅、在线支付等多种服务功能,满足人们快速检索和追踪文献、交费用度的需要。网站首页上设置 EA、RSS 栏目,开通免费推送服务。用户打开 EA 栏目,在期刊提供的项目中选取所需内容,输入邮件地址,完成 EA 订阅;期刊免费推送用户所需最新信息。用户下载、安装 RSS 阅读器,将所需内容的链接地址添加进去,完成订阅;RSS 自动推送新信息给订户,并有内容更新提醒。这样,期刊按需推送,用户及时获取最新资料。相比于期刊主观筛选用户的强制推送,EA、RSS 更精准、更能满足用户需要,推送内容的阅读率更高;相比于微信,EA、RSS 更适合推送深阅读全文。期刊可进一步筛选用户关注的相关内容,组成聚合信息,分类分别推送给 EA、RSS 用户,高度满足其需要。电子商务交易具有快速高效、双向实时沟通、全时性的优点<sup>[21]</sup>。移动支付的普及给人们的消费带来极大的方便,已成为目前主要的支

付款方式。期刊网站设置收费二维码,开通移动支付,用户可以快速、方便地交费,有助于缩短审稿、出版和发行周期。

### 3.4 开拓扩展内容

论文增强信息使论文展示丰富的材料、链接广泛的知识。数字化、网络化为增强信息提供了平台,结构化排版使增强信息能够更大程度地实现。开发论文增强信息可由简单到复杂、从内部向外部逐步进行。在内容上,首先开发作者、工作单位、材料、方法、结果、文献等链接,进一步可以为论文配上文章导读、作者访谈、评审意见、读者评论以及评价指标等。从结构上,首先开发图表、数据、引用文献等内部链接,进一步进行相关材料、知识和文献以及网址、Email、DOI等外部链接,还可以配置分享、评价等功能。链接文件可以是文本、照片、图像、表格、数据集,以及音频、视频等。一些学术影响大、实力强的期刊,可利用其优质的学术资源积极探索,引领其他期刊发展。

利用网站刊登商业广告、宣传科技成果、发布新闻资讯。网络广告有丰富的表现手段,不受时空限制,可以加载图像、音频、视频,实时、灵活、生动,可重复、可检索,速度快、效果好。相对于纸质媒体,网络广告成本低、交互性好,有链接广告、浮动广告、旗帜广告、弹出式广告、插图式广告等多种形式<sup>[22]</sup>。科技期刊网站以简洁的链接广告最适合,保持学术的严谨性、稳定性,对读者干扰少。广告丰富了网站内容,增加期刊收入;在微信公众号上推出效果更佳。加强网站资讯建设,对期刊影响力提升和产学研结合也有重要意义。

### 3.5 建立期刊网站集群平台

中国农业科学院期刊网站基本上是单刊网站,虽然有些主办单位相同的期刊网站依托同一家公司

创办,网站风格一致,但仍是各刊编辑部运作模式。单刊运作,期刊服务内容少,服务方式单一,整体运营水平和自主良性发展能力难以有效提升<sup>[16]</sup>。建立期刊网站集群平台,提高网站整体水平和品牌影响力。聚集出版资源,各刊发挥所长、优势互补、借力发展。提升数字出版水平,优化出版内容和全文开放策略。加快应用新媒体技术,提升在线服务水平。优势期刊起带动作用,各刊特色化、差异化发展。聚合各刊品牌力量,强化整体品牌形象,产生更大的传播效果和更深的影響力。建立期刊网站集群平台,还有利于保护版权,防控假冒网站。

## 4 结语

此次调研的中国农业科学院及其下属研究所主办和承办的中文期刊,是国内农业领域影响力高、类型全的期刊群,其网站基本信息较为健全、投稿评审系统基本普及、已发表论文全文上网率较高。还需在以下几方面加强网站建设:根据各刊自身情况选择适合的论文在线优先发表和全文开放获取策略;对内容资源深度挖掘和扩展,提高网站显示度;借助新媒体技术,提供更多增值服务;建立期刊网站集群平台,发挥各刊优势和集群效应,树立整体品牌形象。提高网站建设质量,需要管理人员能够了解现状、预见前景,提供政策支持;编辑要突破传统思维,提升对新知识、新技术的掌控能力,加强信息感知和集成技能;还依赖于具有高数字化水平的作者、审者队伍;依赖于网络平台和数字出版技术的换代升级。无论出版载体如何变化、出版技术如何更新,内容生产始终是科技期刊的核心工作。坚持内容质量把控,媒体和技术为内容服务,建设高质量的农业科技期刊网站。

## 参考文献

- [1] 程维红,任胜利,路文如,等. 2007—2011年中国科协科技期刊网站建设进展. 中国科技期刊研究, 2012, 23(4): 519-525.
- [2] 程维红,任胜利,沈锡宾,等. 2011—2015年中国科协科技期刊网站建设进展. 中国科技期刊研究, 2016, 27(11): 1156-1161.
- [3] 蒲素清,罗云梅,李纓来. 我国统计源核心期刊官方网站建设情况分析及其在国内主要搜索引擎平台中的排位情况. 编辑学报, 2020, 32(1): 72-75, 79.
- [4] 向飒. 国外学术出版集团数字化和智能化发展现状及我国对策建议. 中国科技期刊研究, 2019, 30(7): 740-744.
- [5] 史强,包雅琳,姜永茂. 国外四大医学期刊富媒体数字内容开发现状及对国内医学期刊的启示. 中国科技期刊研究, 2018, 29(2): 148-152.
- [6] 单秀枝. 把握期刊特色 寻求媒体融合出版之路. 编辑学报, 2015, 26(S1): 51-52.

- [7] 高峻. 农业综合类核心期刊“互联网+”发展现状研究. 中国科技期刊研究, 2017, 28 (10): 941-947.
- [8] 杜辉, 杨红, 李俊, 等. 如何进一步提升农业科技类期刊网站的吸引力. 编辑学报, 2019, 31 (S1): 93-96.
- [9] 徐琳君, 陈国荣, 程杉杉, 等. “互联网+”时代农业核心期刊网站的应用现状和提升策略. 编辑学报, 2018, 30 (1): 92-94.
- [10] 张娟. 中国农业科学院科技期刊学术影响力及发展趋势分析. 农业图书情报学刊, 2018, 30 (11): 131-134.
- [11] 朱琳, 张晓宇, 刘静, 等. 中国科学院科技期刊融合出版现状调研与分析. 中国科技期刊研究, 2019, 30 (6): 606-612.
- [12] 刘一鸣. 61种社科学报自建网站调研与统计分析. 科技与出版, 2014 (2): 84-87.
- [13] 吴涛, 袁天峰, 崔悦, 等. 国内核心医学期刊网站建设现状及改进建议. 中国科技期刊研究, 2018, 29 (12): 1247-1251.
- [14] 刘烜贞, 陈静. 开放获取期刊出版费及其对学术交流的影响. 中国科技期刊研究, 2015, 26 (12): 1244-1249.
- [15] 孔薇. 科技期刊微信公众号信息传播效果和运营策略研究. 中国科技期刊研究, 2019, 30 (7): 745-753.
- [16] 任胜利, 程维红, 刘筱敏, 等. 关于加快推进我国科技期刊高质量发展的思考. 中国科学基金, 2019 (6): 645-651.
- [17] 张帅, 王文韬, 李晶. 用户在线知识付费行为影响因素研究. 图书情报工作, 2017, 61 (10): 94-100.
- [18] 刘泖颖, 姚长青, 田瑞强. 复合开放获取期刊中开放获取论文学术影响力研究. 中国科技期刊研究, 2017, 28 (2): 156-165.
- [19] 王芳, 施贵军, 赵媛媛. “互联网+”环境中期刊数字化发展程度与学术影响力的关系. 编辑学报, 2016, 28 (1): 98-100.
- [20] 科学网. 你希望通过微信平台关注学术期刊发布的信息吗?. (2014-01-16) [2020-03-20]. <http://bbs.sciencenet.cn/thread-1340453-1-1.html>.
- [21] 汪汇源. 新媒体时代下科技期刊发展现状及对策研究——以农业科技期刊为例. 农业科研经济管理, 2019 (1): 40-44.
- [22] 程维红, 任胜利. 中国科协科技期刊的数字出版商业模式. 科技与出版, 2017 (1): 47-52.

## CURRENT SITUATION AND ANALYSIS OF CHINESE JOURNALS WEBSITE CONSTRUCTION SPONSORED BY CHINESE ACADEMY OF AGRICULTURAL SCIENCES

Shan Xiuzhi, Jia Shuo

(Institute of Agricultural Resources and Regional Planning, Chinese Academy Agricultural of Sciences, Beijing 100081, China)

**Abstract** The website of sci-tech journals is an important platform for the digital dissemination and exchange of scientific and technological achievements. The websites of 65 Chinese journals sponsored and undertaken by the Chinese Academy of Agricultural Sciences were searched and analyzed according to basic information, online submit and review system, online paper published and open access, extended content and new media application. The basic information and basic function of these websites are sound and their overall layout are mature and stable. It is necessary to strengthen the construction in the aspects of online priority publication and open access of papers, enhanced development of content resources, and new media integration application. The establishment of journals cluster platform is an effective way to improve the level of websites.

**Keywords** website construction; basic information; online submit and review system; online paper published; open access; extended content; new media application