

从 2007 年龙源网络传播排行发布综合分析 看期刊发展新走势

龙源网络传播课题调研组

2007 年龙源期刊网在过去两年网络传播 TOP100（分国内海外、数据来源于龙源国内外的服务器，下同）期刊排行发布的基础上，又增加了 TOP100 文章和分类别 TOP10 期刊，从而使龙源网络传播数据的发布从刊社群体延伸到内容和类别层面，对我们客观地了解我国近 2000 种期刊的网络传播的态势和由此折射出的期刊运营状况增加了新的视角。本文仅对龙源的这三项发布做一些粗浅的分析，以探究期刊网络传播的特征和期刊发展的新走势。抛砖引玉，就教于方家。

一、关于 TOP100 期刊

1、从 TOP100 期刊的类别分布、地域分布、刊期分布看网络阅读的整体态势

根据龙源 2007 年国内阅读 TOP100 期刊排行的数据显示，最受读者欢迎的 100 个期刊中，文摘综合类期刊所占比重最大，达到 20%；其次是管理财经类期刊，占 19%；女性家庭类期刊占 15%；文学类期刊占 11%；体育健康类期刊和时事政治类期刊各占 8%；时尚生活类期刊占 6%；人文艺术类期刊占 4%；军事科普类期刊和科技网络类期刊各占 3%；教育教学类期刊占 2%；社科学术类期刊所占比率最少，仅为 1%，见图 1：

图 1.

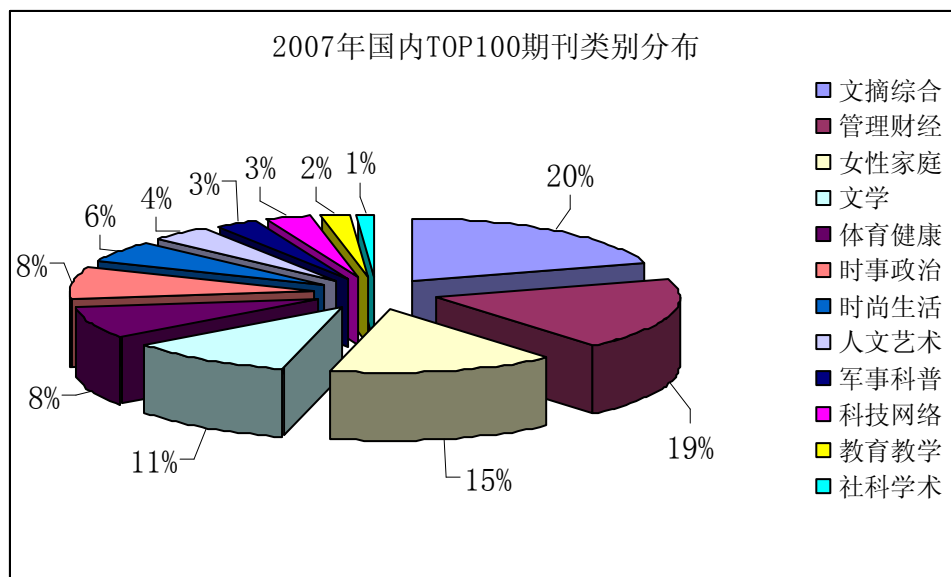
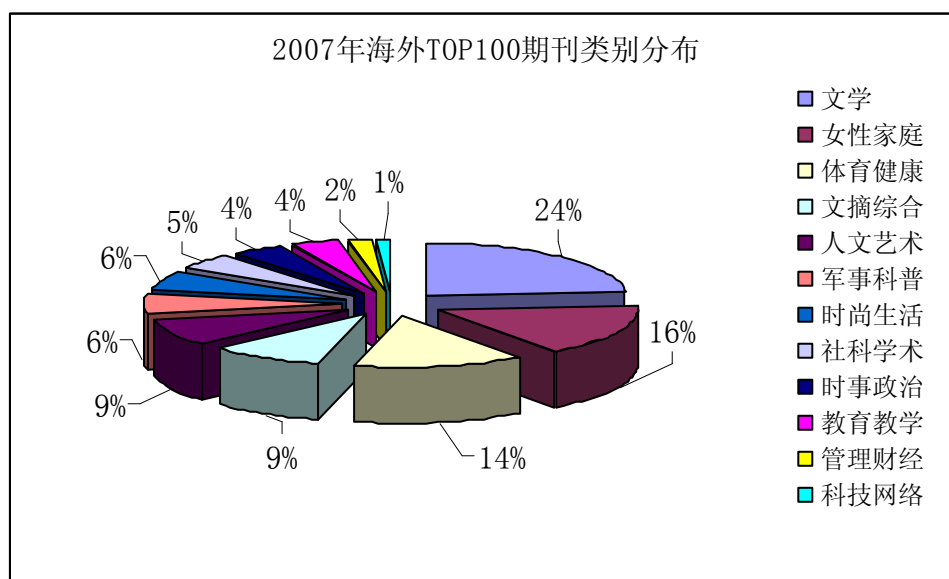


图 2.



海外阅读 TOP100 中，文学类期刊占 24%；女性家庭类位居第 2，占 16%；体育健康类期刊排在第 3 位，占 14%、文摘综合类期刊和人文艺术类期刊各占 9%、军事科普类期刊和时尚生活类期刊各占 6%、社科学术类期刊占 5%、时事政治类期刊和教育教学类期刊各占 4%、管理财经类期刊占 2%、科技网络类所占比率最小，仅为 1%，见上图所示（2）。

TOP 双百期刊海内外显示出不同的类别偏重，文学类一直是海外最受欢迎的期刊，几乎占 TOP100 刊的四分之一、女性家庭类和体育健康类也始终是海外读者的偏好，加上文学类比重占 54%！

相对于海外阅读 TOP100 期刊的上述特征，国内阅读 TOP100 期刊则呈现出主流文化环境中读者阅读取向的不同态势。国内榜首先是文摘类期刊高居榜首，并且总体阅读量高耸，反映出人们在快节奏的日常工作和学习中，对综合、拔萃内容的偏爱，其次由于泛财经和理财信息与每个人的经济生活细细相关，尤其是今年股市走俏，管理财经类的阅读登上了第 2 位（相反财经类在海外阅读中是倒数第 2），反映出国内读者的网络阅读已经从泛阅读逐渐开始把网络当成工具，实用性地获取网络信息了。

国内 TOP100 期刊的 地域分布

国内 TOP100 排行的地域分布涉及到 21 个省或直辖市（见图 3）、海外地域分布涉及 24 个城市，北京分别以 44 家和 37 家期刊拥重而立。后四位国内是上海、广州和黑龙江、湖北、海外是湖北、上海、河南、广西，这其中的变化令人玩味。广州大学城 华南师范大学文学院编辑出版系刘晖先生以龙源 2005 年 top100 期刊为例曾经撰文“北京地区人文社科期刊数字化阅读特点分析”，他说，2005 年北京出版期刊 2810 种，在全国具有强大的影响力。“数字北京”工程更是如虎添翼，强化了它的区域影响力与文化幅射力，吸引着全国乃至全世界的读者，使数字化阅读形成一种强大的向心力的作用。上海和广州一个作为国内第二大城市、一个是沿海发达城市，在第 2、3 位也在情理之中，湖北正在成长为期刊重镇。

图 3 国内阅读 TOP100 期刊地域分布

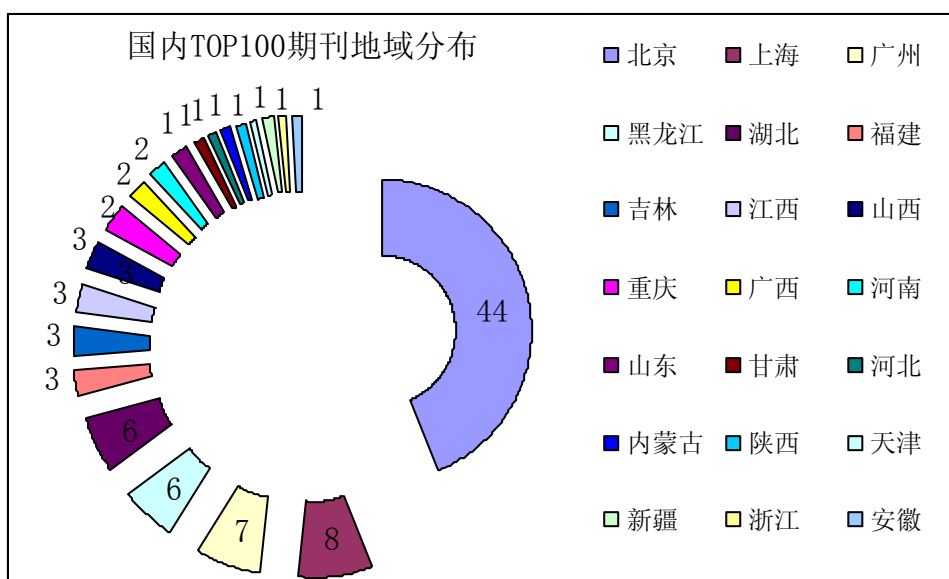
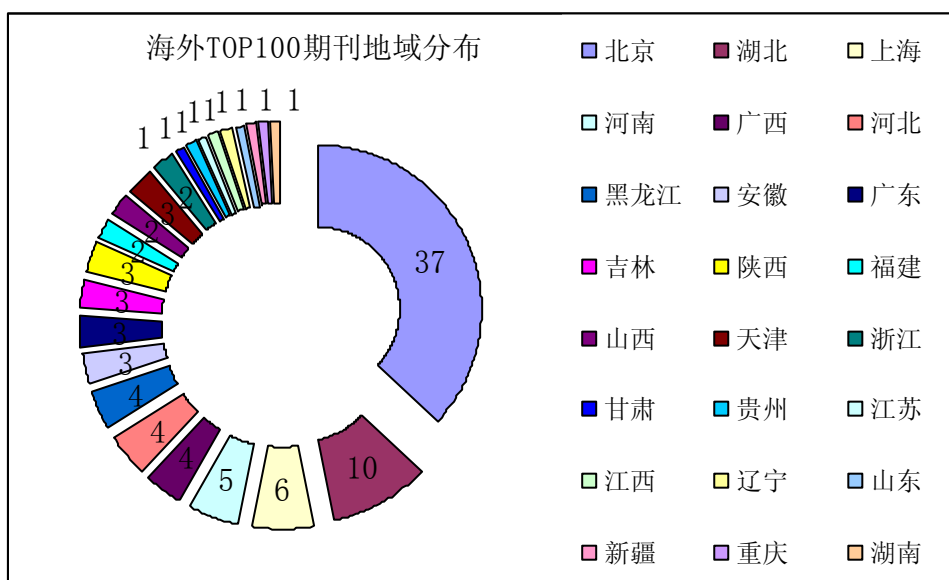


图 4 海外阅读 TOP100 地域分布



注重地域的阅读分布,对宏观了解期刊行业的整体态势有帮助,具体到某个地域的刊物,可以借鉴这些数字,调整发行布局、甚或需要改进编辑策划,借鉴同类同区域期刊的地区发展经验,改善自我的运营。

刊期分布

国内 TOP100 刊期分布以月刊、半月刊为主。其中月刊占 58%，半月刊占 31%，旬刊占 4%，周刊占 3%，双月刊占 3%，双周刊占 1%。

海外 TOP100 月刊最多，占到 78%；半月刊占 14%；双月刊占 5%；旬刊占 2%；周刊仅占 1%。

图 5.

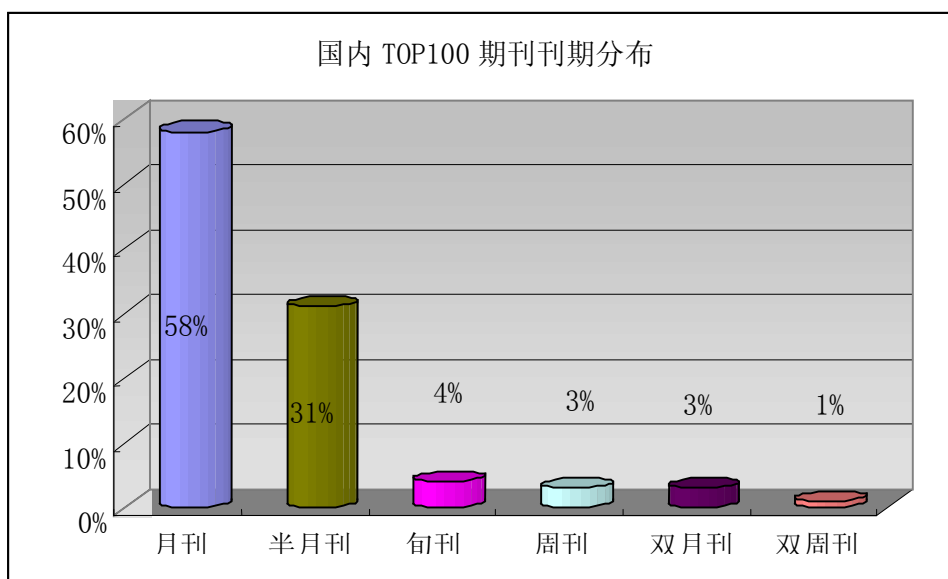
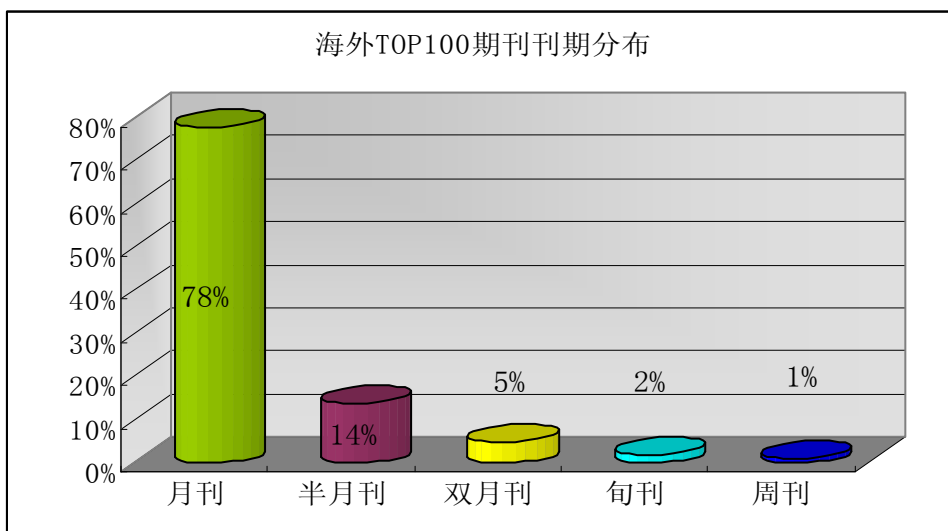


图 6.

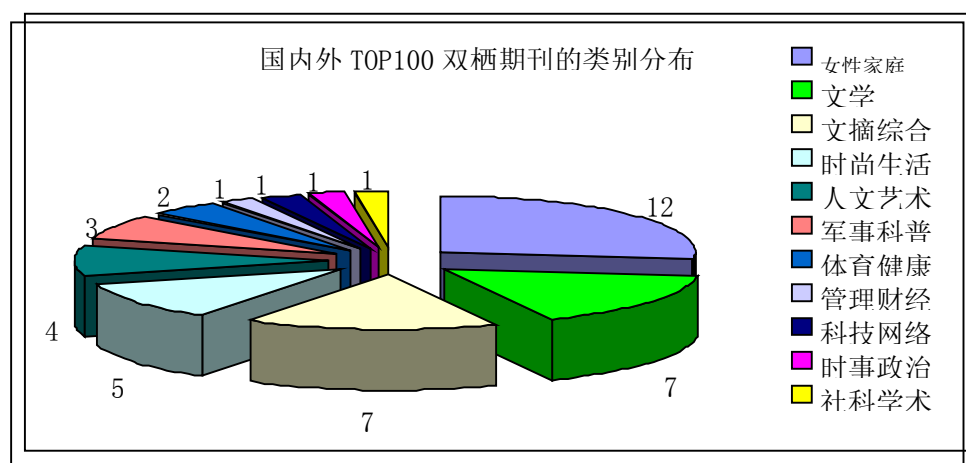


刊期可以调动或形成读者的周期性阅读期待,上图月刊的高比率和周刊的底比例都不可以认为是绝对的数值,更不能代表这些刊期内的刊物受欢迎的程度。因为现实期刊世界中月刊本来就是基本的刊期形式。我们作这样的比较和图示,还是希望有一定的参考作用,比如期刊在考虑分版时,可以作为一个参照依据。

海内外阅读 TOP100 双栖期刊是品牌+内容的代表

TOP100 期刊中海内外均有占位的期刊,龙源称之为“双栖期刊”和 2005、2006 年相比,双栖期刊显示出较强的稳定性,换句话说,这个群体变化性不多,这显示的期刊运营的稳定性,和网络读者对他们的高度认可和认知,这其中既有品牌的影响力,也有内容的吸引力,品牌+内容是凝聚读者的要素。

图 7.



07 年国内阅读 TOP100 排行变化大，但前端稳定

07 年国内阅读 TOP100 排行总体呈上升趋势，其中排名上升的期刊占 43%，新上榜期刊占 28%；海外阅读 TOP100 排行中新上榜期刊数较多，占到 35%，排名上升的期刊占 33%，呈上升趋势的期刊共占排行榜 68%。一个比较重要的特征，一般新上榜的期刊绝大多数都位于榜单后 50 位。TOP100 期刊位列前 50 位的期刊通常比较稳定，这反映了网络传播的“前端稳定性”。即在网络传播中，传播被关注度达到了一定的程度，便有了相对固定的受众群体，其影响力和被认知程度相对而言会比较稳定。

2、2007、2006、2005 年海内外阅读 TOP100 期刊的比较

品牌就是品牌，网络传播人气依然

在 05，06，07 三年，国内 TOP100 期刊名次连续上升的有 10 种，分别为《意林》《商界》《炎黄春秋》《青年文摘（红版、绿版）》《视野》《中国企业家》《书报文摘》《小品文选刊》《大众电影》《瞭望东方周刊》《电脑爱好者》，同样的，我们将 05，06 以及 07 三年海外榜单做比较，共有 41 种期刊连续三年上榜，知名刊物位置相对稳定，表现出海外受众对国内知名刊物具有“粘性”关注。

上升多于下降，中小期刊上升快

我们将 05，06 以及 07 年三年上榜期刊进行比较，发现共有 59 种期刊连续上榜，在连续上榜期刊中，06 年到 07 年排行平均变化 19.97 次，有 29 种期刊排行上升，平均上升名次为 18 名，有 6 种期刊排行没有发生变化，其余 24 种期刊排行下降，平均下降名次为 27.3 次。

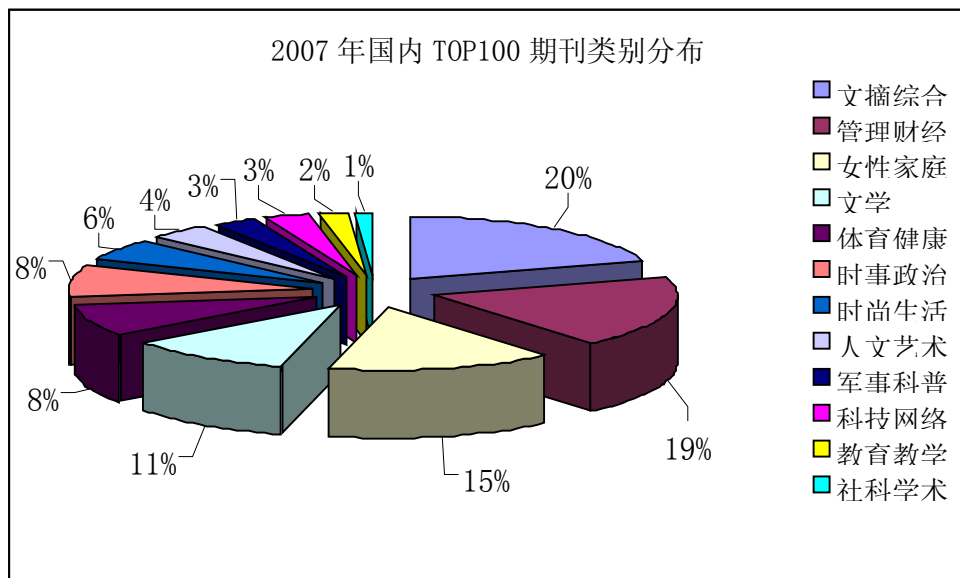
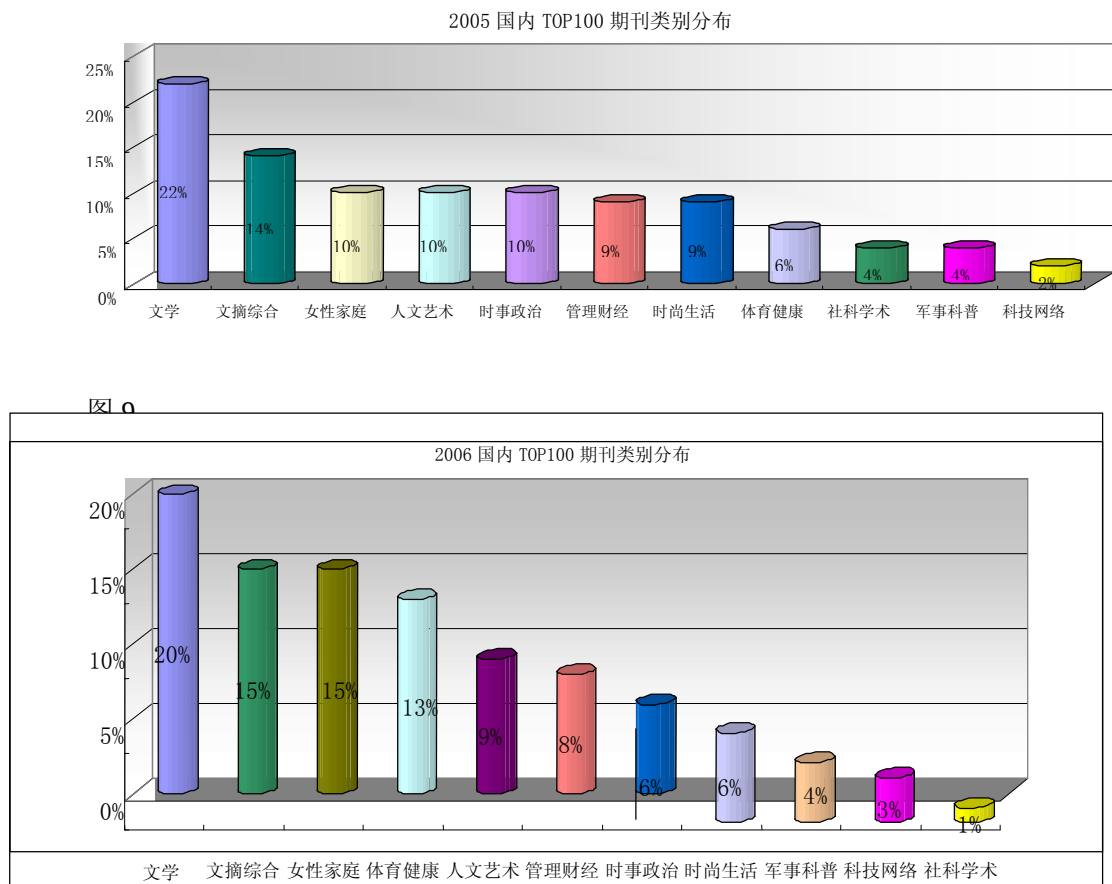
三年的类别变化柱状图

1) 05、06、07 国内阅读 TOP100 的类别变化与差异

比较国内阅读 TOP100 期刊 05、06、07 三年的变化发现，文学类期刊从 05 年、06 年的第一位，07 年变为第四位；文摘综合类 05、06 都是第二位，07 年跃居第一；女性家庭类连续三年保持第三位不变，一个特异的现象，财经管理类在 05、06 的第六位高调出山，

坐上了 07 年的第二把交椅。玩味三年的变与不变，网络阅读正在走向成熟的印象深刻。

图 8.



2.05、06、07 海外阅读 TOP100 的类别变化与差异分析

三年内文学类分别以 21%、23%、24%持续攀升位居第一，女性家庭类在 06、07 年占据了第二把交椅、体育健康类在 05 排第二、07 年排第三位，总体上看三年内各类阅读变化差异不大，文学类、女性家庭类和健康体育类期刊一直是海外读者的挚爱。海外读者阅读取向的相对稳定反映出他们在国外特定的生活环境中不变的身心诉求。龙源连续三年网络阅读 TOP100 期刊的分析发现的这一稳定的读者诉求，将为我国期刊走出去战略提供一个重要的参考依据。

图 10.

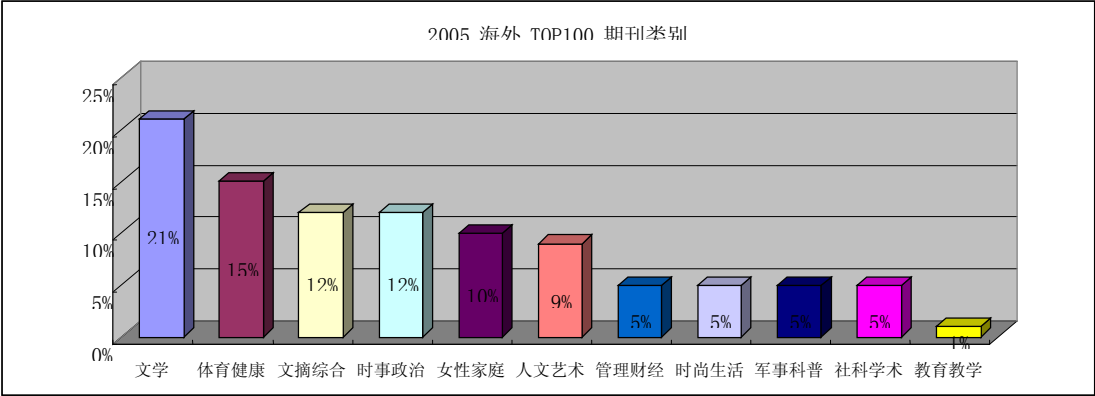


图 11.

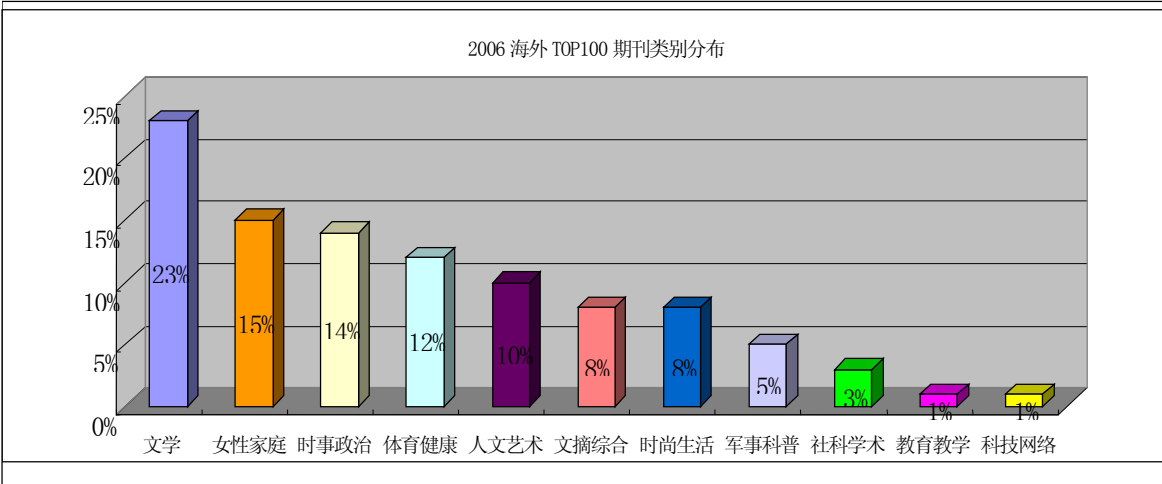
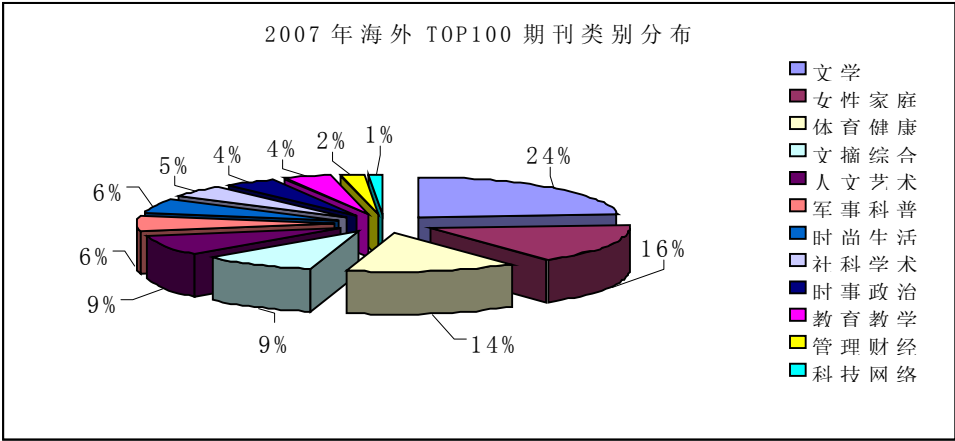


图 12.



国内 TOP100 期刊上升、下降、新上榜分析

国内 TOP100 上升期刊 TOP10 （表 1）

刊名	类别	刊期	05 排名	06 排名	升/降	07 排名	UP/DOWN
财经	管理财经	双周刊	尚未签约合作	90	N	7	u83
新周刊	时事政治	半月刊	尚未签约合作	66	N	13	u53
理财周刊	管理财经	月刊	尚未签约合作	88	N	38	U50
领导文萃	文摘文萃	月刊	36	60	D24	15	U9
商界	管理财经	月刊	59	63	D4	19	u44
人生与伴侣	女性家庭	旬刊	39	52	D13	9	u43
商业时代	管理财经	旬刊	25	73	D48	32	u41
书报文摘	文摘文萃	周刊	79	48	U31	11	U20
家庭	女性家庭	半月刊	尚未签约合作	62	N	26	u36
交际与口才	人文艺术	月刊	73	59	U14	27	u32

国内 TOP100 新上榜期刊（表 2）

刊名	类别	刊期	05 排名	06 排名	升/降	07 排名
商场现代化	管理财经	旬刊	——	——	——	25
教师博览	教学教辅	月刊	——	——	——	35
新财经	管理财经	月刊	——	——	——	40
科学投资	管理财经	月刊	52	——	d	43
电脑迷	科技网络	半月刊	——	——	——	44
中国经济信息	管理财经	半月刊	29	——	d	47
青年文摘(彩版)	文摘综合	月刊	——	——	——	56
杂文选刊	文学	半月刊	——	——	——	59
青年博览	人文艺术	半月刊	——	——	——	66
看世界	时事政治	月刊	83	——	d	67

海外 TOP100 上升期刊（表 3）

刊名	类别	刊期	05 排名	06 排名	升/降	07 排名	UP/DOWN
电脑爱好者	科技网络	半月刊	——	37	n	13	u26
军事文摘	军事科普	月刊	15	46	d31	16	u30
时代影视	时尚生活	半月刊	——	55	n	17	u38
医学美容	时尚生活	月刊	38	54	d16	34	U20
现代养生	体育健康	月刊	——	87	n	43	U44
海燕	文学	月刊	——	79	n	48	U31
传奇故事(上半月)	文学	月刊	64	92	d28	50	u42
健身科学	体育健康	月刊	——	94	n	54	U40
海外文摘	文摘综合	月刊	1	81	d80	60	u22
百年潮	时事政治	月刊	10	97	d87	78	u19

海外 TOP100 新上榜期刊（表 4）

刊名	类别	刊期	05 排名	06 排名	升降 1	06 排名	07 排名
北京体育大学学报	理论学术	月刊	——	——	——	——	27
中小学信息技术教育	教育教学	月刊	——	——	——	——	30
爱情婚姻家庭·冷暖人生	女性家庭	月刊	——	——	——	——	31
养生大世界	体育健康	月刊	——	——	——	——	34
祝您健康	体育健康	月刊	——	——	——	——	38
诗刊	文学	半月刊	——	——	——	——	39
杂文月刊(选刊版)	文学	月刊	——	——	——	——	46
启蒙（0-3 岁）	教育教学	月刊	——	——	——	——	50
上海采风月刊	文化艺术	月刊	95	——	d	——	52
学术月刊	理论学术	双月刊	——	——	——	——	54

以上罗列的四个表格向我们揭示了这样几个问题：（1）2007 年龙源 TOP 双百期刊排行整体呈上升趋势，一些期刊升幅较大；（2）三年中，由高位排行到下降低位，然后再回升，为期刊社和龙源提供了研究的课题，有可能是网络传播的社会适应度的问题，也有可能是期刊本身的问题，应该从诸多方面探讨究竟；（3）较少的期刊出现了排行下降，一个重要的原因是龙源期刊网的刊物越来越多，同类竞争加剧了。

二、关于 TOP100 文章

1、从 TOP100 篇文章的刊社占有率（分国内海外）看品牌期刊的影响力

2007TOP100 篇文章的排行像一个试金石，提炼出了期刊的品牌和品牌期刊的精华。

从如下图示，大刊名刊的高占有率证实了一句我们每个人都熟悉的话：真金不怕火来炼，又如“大浪淘沙”，好的就是好的，网络阅读留下了客观、公正的记录，不用再作任何解释。

图 12.

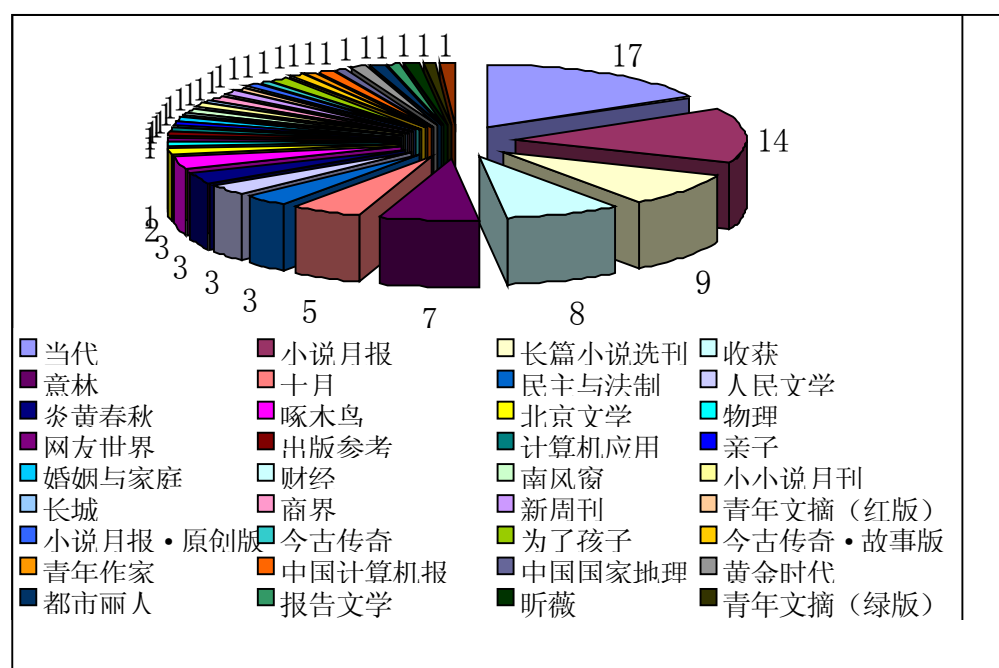


表 5.

刊名	占 100 篇比例%	刊名	占 100 篇比例%
当代	14	中国针灸	1
收获	6	成功营销	1
十月	3	学术探索	1
当代经济	2	中国林业教育	1
党员文摘	2	海事大观	1
读书	2	新华文摘	1
男生女生(金版)	2	时代影视	1
人民文学	2	祝您健康	1
书报文摘	2	男生女生(银版)	1
中国音乐教育	2	首席财务官	1
装饰	2	红蜻蜓	1
花生文摘	1	青岛科技大学学报(社会科学版)	1
文学界	1	世界文化	1
小说月报·原创版	1	文苑	1
网络与信息	1	当代小说(上半月)	1
青春潮活力派	1	电脑爱好者	1
章回小说	1	故事大王	1
理论观察	1	名作欣赏	1
语文世界(高中版)	1	新概念·英文阅读	1
电子商务世界	1	家庭医药	1
中学政史地·高三综合	1	管理科学文摘	1
书摘	1	现代家庭	1
历史教学	1	潇洒	1
互联网周刊	1	三月三·故事王中王	1
求是学刊	1	收藏	1
领导文萃	1	社会科学论坛	1
国外科技新书评介	1	中国改革(综合版)	1
销售与市场	1	商业时代	1
上海采风月刊	1	译文	1
新晨	1	健康必读	1
教育艺术	1	企业经济	1
电影画刊	1	烹调知识	1
丝绸之路	1	东方剑	1
炎黄春秋	1	检察风云	1
流行色	1	婚姻与家庭	1
小学生时代·综合版	1	东南大学学报(哲学社会科学版)	1

2、从 TOP100 篇文章的发布时间构成看期刊网络营销的长尾效应

当 TOP100 文章从龙源服务器提库生成之后,我们发现许多文章有些都是过刊内容,国内 TOP100 文章 2006 的占 25%、2007 占 75%,具体构成也多是 07 的过刊内容,请看图示:

国内 Top100 文章过刊内容比例: (表 6)

2007	合计占 75%	2006	合计占 25%
第 1 期	12	第 5 期	2
第 2 期	12	第 6 期	3
第 3 期	10	第 7 期	1
第 4 期	19	第 10 期	7
第 5 期	2	第 11 期	1
第 6 期	6	第 12 期	2
第 7 期	3	第 13 期	2
第 8 期	2	第 24 期	5
第 10 期	4	第 26 期	1
第 12 期	1	第 89 期	1
第 16 期	4		25

海外 TOP100 篇文章过刊内容比例 (表 7)

年份	TOP100 篇占 %
2001	1%
2002	1%
2003	12%
2004	12%
2005	25%
2006	29%
2007	10%

分析此表,2007 年之前的期刊不仅在数量上占据优势地位,而且其整体排名也比较靠前。本年度 TOP100 篇文章排行三甲位置的文章期号均为 2006 年,分别是 2006 年第 2 期《花生文摘》的《Lohas! “乐活族”席卷全球》、2006 年《文学界》第 1 期的《曼娜回忆录》和 2006 年《小说月报·原创版》第 4 期的《绑定爱情》。国内和海外双百文章揭示了在互联网传播的过程中期刊的“期”不会“过期”、好的内容在互联网的空间内具有出色的长尾效应,可以为期刊创造长期的持续的效益,同时也为作品传播提供了长久的生存和传播平台。

3、阅读内容的多元化

国内外 TOP100 文章中网民阅读覆盖面涉及到 10 多个领域,从文摘、小说、女性、时尚、时事政治、文化艺术,到财经、电脑、教育等专业领域,都有数量不等的文章上榜。

4、互联网的文学消费依然突出 小说最受欢迎

中国文学的消费性在互联网时代日益彰显出来,文学活动全面市场化,文学期刊策划频繁,而小说是文学中最具消费型的一种体裁,小说精彩好看,符合了大众阅读小说的最基本的需求,小说的牵涉面很广,可以小到个人生活家庭伦理,也可以大到国家政治、宗教文化,

能够综合反映出现代人的许多问题，比如城市生活的压力、社会的多样诱惑、情感的漂浮不定等等，而个人在社会中承受的各种压力也需要在阅读中得以释放。

5、国外读者关注中国的宏观经济状况

从国外的 TOP100 文章可明显看出，国外读者对中国改革、金融、房地产、物流等比较关注。近几年，中国经济过热，房地产业高温不退，金融业也迎来历史少有的黄金时期，股市火爆，各种投资机会很多。国外读者浏览这些内容，一方面可管中窥豹，揣测中国的经济政策导向、宏观经济走势，另一方面可能与投资意向有某些关联，有些读者在寻找一些商业机会。

三、关于分类 TOP10 期刊

1、期刊分类 TOP10 国内与海外阅读取向差异（表 8）

类别	国内阅读 排位	海外阅读排位
文摘文萃	1	5
管理财经	2	12
时事政治	3	9
女性家庭	4	2
科技网络	5	11
体育健康	6	4
文学	7	1
人文艺术	8	3
军事科普	9	6
时尚生活	10	7
综合学术	11	8
教育教学	12	10

2、海内外读者最希望阅读的三个类别及其 Top10 期刊

国内读者最希望阅读的三个类别的 TOP10 期刊（表 9）

文摘综合类 TOP10	管理财经类 Top10	人文艺术类 TOP10
青年文摘（红版/ 绿版）	财经	中国新闻周刊
意林	卓越理财	南风窗
书报文摘	商界	新周刊
领导文萃	商场现代化	瞭望东方周刊
今日文摘	商业时代	炎黄春秋
视野	理财周刊	南方人物周刊
交际与口才	新财经	看世界
海外文摘	科学投资	世界知识
东西南北·大学 生	中国经济信息	民主与法制
读书文摘 青年版	销售与市场·营 销版	新民周刊

海外读者最希望阅读的三个类别的 TOP10 期刊（表 10）

文 学 类 TOP10	女 性 家 庭 类 Top10	人 文 艺 术 类 TOP10
当代	婚姻与家庭	大众摄影
北京文学	幸福	大众电影
人民文学	现代家庭	时代影视
长江文艺	女性天地	中国国家地理
十月	伴侣	读书
收获	现代妇女	中国京剧
故事林	爱情婚姻家 庭·冷暖人生	电影画刊
啄木鸟	妇女之友	艺术市场
诗刊	女子世界	漫画月刊
山花	爱情婚姻家 庭·生活纪实	钢琴艺术

以《青年文摘（红版、绿版）》《意林》为代表的青年励志类刊物显然受到网络青年读者的喜爱。关于成长、爱情、亲情方面的指导，温暖了一代网络青年。此类刊物在龙源期刊网中较多，《青年文摘》和《意林》成为此类当然的领军刊物。

管理财经类是龙源期刊矩阵中数量较多的一类，此类期刊的总体表现在本年度颇为抢眼。在管理财经类（国内）TOP10 的榜单上值得注意的是其群体性的卓越表现。管理财经类（国内）TOP10 的第 10 位《销售与市场·营销版》在 TOP100 总排名中位列第 56 位，而未进入管理财经类（国内）TOP10 的刊物中还有 8 种进入国内总排行 TOP100 期刊。此种期刊中，泛财经类的期刊有《财经》、《新财经》、《中国经济信息》，偏重于投资理财类的期刊有《卓越理财》、《理财周刊》和《科学投资》，内容偏重营销管理类的有《商界》、《商场现代化》、《商业时代》和《销售与市场》，由此可见管理财经类期刊的群雄并起的外部刺激因素是本年度国内较热的经济形势，而其内部的动因是刊物类群内部结构的相对合理性配置。

结束语

综上所述以数据为先导，着重探讨了由此表现出的期刊走势。本文偏重于数据展示，将研究分析的可能更多地留给专家学者和行业话语权者。这里我们仍然要强调：龙源期刊网的网络传播排行数据不是绝对的，但它是客观的。TOP100（包括分类 TOP10）只是一个切点，我们也可以 TOP200、TOP300 为切点，无论切点放在哪里，排行榜都有一个根本性的特征，就是决定“期刊排行位置”的，是内容。因此，期刊排行体现的不是“龙源的评判”、亦非“刊物的优劣”（排行并不说明期刊质量的绝对优劣），而是展现了“读者的选择”——读者的阅读选择，决定期刊或文章的排行。龙源以篇为单位而非以刊为单位的独特阅读方式，使得用户对每篇文章及每种期刊及以主题为核心不同期刊的内容捆绑阅读具有独立性，用户的浏览和阅读记录完全能客观地反映出用户的需求，它体现了以读者需求为导向，在网络传播、网络阅读中延伸期刊品牌的新趋势。

第一部分 2007 年度网络传播排行发布项

—

2007 中文期刊网络传播国内阅读 TOP100

排行	刊名	刊号	刊期
1	青年文摘	1003-0565B	月刊
2	意林	1007-3841	半月刊
3	电脑爱好者	1005-0043	半月刊
4	新华文摘	1001-6651	半月刊
5	婚姻与家庭	1003-2991	半月刊
6	中国新闻周刊	1009-8259	周刊
7	财经	1671-4725	双周刊
8	棋艺	1000-7679	半月刊
9	人生与伴侣	1003-5001	旬刊
10	轻兵器	1000-8810	半月刊
11	书报文摘	CN12-0025	周刊
12	南风窗	1004-0641	半月刊
13	新周刊	1007-7006	半月刊
14	卓越理财	1008-4177	月刊
15	领导文萃	1005-720X	月刊
16	瞭望东方周刊	1672-5883	周刊
17	大众摄影	0494-4372	月刊
18	今日文摘	1007-5186	半月刊
19	商界	1008-1313	月刊
20	炎黄春秋	1003-1170	月刊
21	伴侣	1003-4935	半月刊
22	视野	1006-6039	半月刊
23	幸福	1003-4196	半月刊
24	中国国家地理	0257-019X	月刊
25	商场现代化	1006-3102	旬刊
26	家庭	1005-8877	半月刊
27	交际与口才	1005-216X	月刊
28	听薇	5064-2631	月刊
29	海外文摘	1003-2177	月刊
30	读书	0257-0270	月刊
31	兵器知识	1000-4912	月刊
32	商业时代	1002-5863	旬刊
33	大众电影	0492-0929	半月刊
34	当代	0257-0165	双月刊

排行	刊名	刊号	刊期
35	教师博览	1008-5009	月刊
36	东西南北·大学生	1000-7296B	月刊
37	精武	1002-6177	月刊
38	理财周刊	1009-9832	月刊
39	北京文学	0257-0262	月刊
40	新财经	1009-4202	月刊
41	军事文摘	1005-3921	月刊
42	今古传奇·故事版	1009-7856	旬刊
43	科学投资	1006-9208	月刊
44	电脑迷	1672-528X	半月刊
45	时代影视	1003-0816	半月刊
46	故事林	1002-2554	半月刊
47	中国经济信息	1003-5974	半月刊
48	书摘	1005-2968	月刊
49	大众医学	1000-8470	月刊
50	爱情婚姻家庭·冷暖人生	1003-0883	月刊
51	南方人物周刊	1672-8335	半月刊
52	销售与市场·营销版	1005-3530	月刊
53	意汇(黑白版)	1002-1272	月刊
54	食品与健康	1004-0137	月刊
55	计算机应用文摘	1002-1353	半月刊
56	青年文摘(彩版)	1673-4955	月刊
57	搏击	1004-5643	月刊
58	知识窗	1006-2432	月刊
59	杂文选刊	1008-3936	半月刊
60	都市丽人	1009-9182	月刊
61	装饰	0412-3662	月刊
62	财经界	1009-2781	月刊
63	烹调知识	1004-5783	月刊
64	收获	0583-1288	双月刊
65	小品文选刊	1672-5832	半月刊
66	青年博览	1004-4558	半月刊
67	看世界	1006-0936	月刊
68	人民文学	0258-8218	月刊
69	现代青年·细节版	1004-2555	月刊
70	深圳青年	1006-219X	半月刊
71	东西南北	1000-7296	月刊
72	女子世界	1004-3411	月刊
73	为了孩子	1000-4319	半月刊
74	钱经	1672-8092	月刊

排行	刊名	刊号	刊期
75	中国企业家	1003-5087	半月刊
76	武当	1044-5821	月刊
77	中外管理	1002-6525	月刊
78	读书文摘(青年版)	1671-7724B	月刊
79	诗刊	0583-0230	半月刊
80	新青年	1002-3593	月刊
81	祝你幸福·午后版	1003-8752A	月刊
82	家庭百事通	1008-7532	月刊
83	财经文摘	1726-9040	月刊
84	优雅	1672-1276	月刊
85	妇女之友	1002-4005	月刊
86	沿海企业与科技	1007-7723	月刊
87	大众理财顾问	1672-5964	月刊
88	科学养生	CN23-1414	月刊
89	现代家庭	1000-4300	半月刊
90	美文	1004-8855	半月刊
91	悦己	1005-1872	月刊
92	十月	0257-5841	双月刊
93	恋爱婚姻家庭	1003-9244	月刊
94	女性天地	1003-0778	月刊
95	北方经济	1007-3590	半月刊
96	男生女生(金版)	1009-5594	月刊
97	商界·城乡致富	1004-7395	月刊
98	婚育与健康	1006-9488	月刊
99	世界知识	0583-0176	半月刊
100	民主与法制	1003-1723	半月刊

2007 中文期刊网络传播海外阅读 TOP100

排行	刊名	刊号	刊期
1	当代	0257-0165	双月刊
2	青年文摘	1003-0565	月刊
3	北京文学	0257-0262	月刊
4	轻兵器	1000-8810	半月刊
5	人民文学	0258-8218	月刊
6	长江文艺	0528-838X	月刊
7	婚姻与家庭	1003-2991	半月刊
8	十月	0257-5841	双月刊
9	幸福	1003-4196	半月刊
10	大众摄影	0494-4372	月刊
11	收获	0583-1288	双月刊
12	现代家庭	1000-4300	半月刊
13	电脑爱好者	1005-0043	半月刊
14	大众电影	0492-0929	半月刊
15	中老年保健	1002-7157	月刊
16	军事文摘	1005-3921	月刊
17	时代影视	1003-0816	半月刊
18	听薇	5064-2631	月刊
19	女性天地	1003-0778	月刊
20	烹调知识	1004-5783	月刊
21	故事林	1002-2554	半月刊
22	伴侣	1003-4935	月刊
23	现代妇女	1007-4244	月刊
24	炎黄春秋	1003-1170	月刊
25	大众医学	1000-8470	月刊
26	北京体育大学学报	1007-3612	月刊
27	中国国家地理	0257-019X	月刊
28	东西南北	1000-7296	月刊
29	中小学信息技术教育	1671-7384	月刊
30	爱情婚姻家庭·冷暖人生	1003-0883	月刊
31	啄木鸟	1002-655X	月刊
32	优雅	1672-1276	月刊
33	养生大世界	1671-2269	月刊
34	医学美学美容	1004-4949	月刊
35	妇女之友	1002-4005	月刊
36	海事大观	1009-5586	月刊

排行	刊名	刊号	刊期
37	祝您健康	1003-4242	月刊
38	诗刊	0583-0230	半月刊
39	读书	0257-0270	月刊
40	山花	0559-7218	月刊
41	保健与生活	1005-5371	月刊
42	新华文摘	1001-6651	月刊
43	现代养生	1671-0223	月刊
44	中华传奇	1003-9619	月刊
45	杂文月刊(选刊版)	1009-2218B	月刊
46	纵横	1004-3586	月刊
47	女子世界	1004-3411	月刊
48	海燕	0438-3818	月刊
49	启蒙（0-3岁）	1004-4873A	月刊
50	传奇故事(上半月)	1003-5664	月刊
51	章回小说	1002-7548	月刊
52	上海采风月刊	1005-8842	月刊
53	学术月刊	0439-8041	双月刊
54	健身科学	1008-0295	月刊
55	中国京剧	1004-3837	月刊
56	兵器知识	1000-4912	月刊
57	文艺生活(精品故事)	1005-5312B	月刊
58	文史精华	1005-4154	月刊
59	爱情婚姻家庭·生活纪实	1003-0883B	月刊
60	海外文摘	1003-2177	月刊
61	海外英语	1009-5039	月刊
62	芳草	1004-7107	月刊
63	孩子	1671-2943	月刊
64	健康向导	1006-9038	月刊
65	家庭	1005-8877	半月刊
66	传奇故事(下半月)	1003-5664B	月刊
67	今日文摘	1007-5186	半月刊
68	为了孩子	1000-4319	半月刊
69	家庭医学·新健康	1001-0203	半月刊
70	党史博览	1005-1686	月刊
71	书报文摘	CN12-0025	周刊
72	读书文摘	1671-7724	月刊
73	电影画刊	1007-1164	月刊
74	人生与伴侣	1003-5001	旬刊
75	金融博览	CN11-4118	月刊
76	科学养生	CN23-1414	月刊

排行	刊名	刊号	刊期
77	现代军事	1013-9214	月刊
78	百年潮	1007-4295	月刊
79	海外星云	1002-4514	旬刊
80	求医问药	1672-2523	月刊
81	小说月报	0257-9413	月刊
82	科学投资	1006-9208	月刊
83	养生月刊	1671-1734	月刊
84	艺术市场	1671-7910	月刊
85	漫画月刊	1003-7128	月刊
86	悦己	1005-1872	月刊
87	福建文学	0257-0297	月刊
88	时代姐妹·情人坊	1002-7459	月刊
89	山西文学	0257-5906	月刊
90	浙江中医杂志	0411-8421	月刊
91	读书文摘(青年版)	1671-7724B	月刊
92	大家故事·天下事	0672-1489	月刊
93	武汉大学学报(社会科学版)	1671-8828	双月刊
94	当代军事文摘	1672-7886	月刊
95	家庭医药	1671-4954	月刊
96	启蒙(3-7岁)	1004-4873B	月刊
97	家庭百事通	1008-7532	月刊
98	传奇·传记文学选刊	1007-8215	月刊
99	文史春秋	1005-9563	月刊
100	知识窗	1006-2432	月刊

2007 中文期刊网络传播国内海外 TOP100 双栖期刊

序号	刊名	类别	刊期	国内排行	海外排行
1	爱情婚姻家庭·冷暖人生	女性家庭	月刊	50	30
2	伴侣	女性家庭	半月刊	21	22
3	北京文学	文学	月刊	39	3
4	兵器知识	军事科普	月刊	31	56
5	大众电影	人文艺术	半月刊	33	14
6	大众摄影	人文艺术	月刊	17	10
7	大众医学	体育健康	月刊	49	25
8	当代	文学	双月刊	34	1
9	电脑爱好者	科技网络	半月刊	3	13
10	东西南北	文摘文萃	月刊	71	28
11	读书	人文艺术	月刊	30	39
12	读书文摘(青年版)	文摘文萃	月刊	78	91
13	妇女之友	女性家庭	月刊	85	35
14	故事林	文学	半月刊	46	21
15	海外文摘	文摘文萃	月刊	29	60
16	婚姻与家庭	女性家庭	半月刊	5	7
17	家庭	女性家庭	半月刊	26	65
18	家庭百事通	女性家庭	月刊	82	97
19	今日文摘	文摘文萃	半月刊	18	67
20	军事文摘	军事科普	月刊	41	16
21	科学投资	管理财经	月刊	43	82
22	科学养生	体育健康	月刊	88	76
23	女性天地	女性家庭	月刊	94	19
24	女子世界	女性家庭	月刊	72	47
25	烹调知识	时尚生活	月刊	63	20
26	青年文摘	文摘文萃	月刊	1	2

序号	刊名	类别	刊期	国内排行	海外排行
27	轻兵器	军事科普	半月刊	10	4
28	人民文学	文学	月刊	68	5
29	人生与伴侣	女性家庭	旬刊	9	74
30	诗刊	文学	半月刊	79	38
31	十月	文学	双月刊	92	8
32	时代影视	时尚生活	半月刊	45	17
33	收获	文学	双月刊	64	11
34	书报文摘	文摘文萃	周刊	11	71
35	为了孩子	女性家庭	半月刊	73	68
36	现代家庭	女性家庭	半月刊	89	12
37	听薇	时尚生活	月刊	28	18
38	新华文摘	综合学术	半月刊	4	42
39	幸福	女性家庭	半月刊	23	9
40	炎黄春秋	时事政治	月刊	20	24
41	优雅	时尚生活	月刊	84	32
42	悦己	时尚生活	月刊	91	86
43	中国国家地理	人文艺术	月刊	24	27

二

2007 中文期刊网络传播国内分类阅读 TOP10

人文艺术类	管理财经类	学术理论类	文摘综合类
大众摄影	财经	新华文摘	青年文摘（绿版）
中国国家地理	卓越理财	社会科学论坛	意林
读书	商界	名作欣赏(学术专刊)	书报文摘
大众电影	商场现代化	文艺研究	领导文萃
时代影视	商业时代	新闻爱好者	今日文摘
电影画刊	理财周刊	文史月刊	视野
收藏	新财经	理论前沿	交际与口才
文化博览	科学投资	新闻与写作	海外文摘
电影评介	中国经济信息	旅游学刊	东西南北·大学生
收藏界	销售与市场·营销版	文艺争鸣	读书文摘（青年版）

科技网络类	女性家庭类	体育健康类	文学类
电脑爱好者	婚姻与家庭	棋艺	当代
电脑迷	人生与伴侣	精武	北京文学
计算机应用文摘	伴侣	大众医学	今古传奇·故事版
互联网周刊	幸福	食品与健康	故事林
微型计算机	家庭	搏击	杂文选刊
中国计算机报	爱情婚姻家庭· 冷暖人生	武当	收获
IT 时代周刊	都市丽人	科学养生	小品文选刊
电脑知识与技术	女子世界	婚育与健康	人民文学
网友世界	为了孩子	中国医药导报	诗刊
网络与信息	祝你幸福·午后版	现代养生	美文

时事政治类	军事科普类	教育教学类	时尚生活类
中国新闻周刊	轻兵器	教师博览	昕薇
南风窗	兵器知识	班主任	装饰
新周刊	军事文摘	教育艺术	烹调知识
瞭望东方周刊	百科知识	中学语文教学	优雅
炎黄春秋	海事大观	新东方英语	悦己
南方人物周刊	坦克装甲车辆	考试周刊	中国化妆品（时尚版）
看世界	当代军事文摘	中小学心理健康教育	医学美学美容
世界知识	现代兵器	语文教学与研究(综合天地)	时尚内衣
民主与法制	现代军事	海外英语	双语时代
新民周刊	农村百事通	课外阅读	缤纷家居

2007 中文期刊网络传播海外分类阅读 TOP10

人文艺术类	管理财经类	学术理论类	文摘综合类
大众摄影	金融博览	北京体育大学学报	青年文摘（红版）
大众电影	科学投资	新华文摘	东西南北
时代影视	理财周刊月末版	学术月刊	上海采风月刊
中国国家地理	卓越理财	文史精华	海外文摘
读书	财经	武汉大学学报(社会科学版)	今日文摘
中国京剧	财会通讯	文史春秋	书报文摘
电影画刊	中国市场	文史月刊	读书文摘
艺术市场	环球企业家	江苏大学学报(社会科学版)	海外星云
漫画月刊	大众理财顾问	中国道教	读书文摘(青年版)
钢琴艺术	商务周刊	人文杂志	新闻世界

科技网络类	女性家庭类	体育健康类	文学类
电脑爱好者	婚姻与家庭	中老年保健	当代
数码世界	幸福	大众医学	北京文学
电脑知识与技术	现代家庭	养生大世界	人民文学
互联网周刊	女性天地	祝您健康	长江文艺
视听技术	伴侣	保健与生活	十月
计算机应用文摘	现代妇女	现代养生	收获
电脑学习	爱情婚姻家庭·冷暖人生	健身科学	故事林
网络与信息	妇女之友	健康向导	啄木鸟
IT 时代周刊	女子世界	家庭医学·新健康	诗刊
微电脑世界	爱情婚姻家庭·生活纪实	科学养生	山花

时事政治类	军事科普类	教育教学类	时尚生活类
炎黄春秋	轻兵器	中小学信息技术教育	听薇
纵横	军事文摘	启蒙（0-3 岁）	烹调知识
党史博览	海事大观	海外英语	优雅
百年潮	兵器知识	启蒙（3-7 岁）	医学美容美容
民主与法制	现代军事	21 世纪	悦己
法律与生活	当代军事文摘	娃娃画报	中国化妆品（时尚版）
世界知识	坦克装甲车辆	幼儿智力世界	旅游纵览
南风窗	世界科幻博览	男生女生(银版)	潇洒
党员文摘	现代兵器	数理天地(高中版)	舒适广告
检察风云	解放军生活	快乐语文	装饰

三

2007 中文期刊网络传播国内 TOP100 文章

排名	刊名	栏目	文章
1	北京文学	作家人气榜	万箭穿心（中篇小说）
2	收获	长篇小说	初夜
3	当代	长篇小说	白麦
4	意林	专栏	各行各业
5	意林	新知博览	巴黎街头的吻
6	意林	成功之钥	我有一双画家的眼睛
7	意林	专栏	稚语灵光
8	炎黄春秋	一家言	民主社会主义模式与中国前途
9	收获	长篇小说	启蒙时代
10	小说月报	中篇小说	男女关系之悲喜剧
11	啄木鸟	特别推荐	执政者
12	收获	长篇小说	陈大毛偷了一枝笔
13	当代	长篇小说	新结婚时代
14	收获	长篇小说	道德颂
15	物理	前沿进展	有机自旋电子学
16	网友世界	技高一筹	电脑功耗巧测算 匹配电源心有数
17	出版参考	港澳台之窗	成功的博客营销案例
18	计算机应用	软件技术与典型应用	用户类文档测试研究
19	亲子	喂养	秋风拂面耐寒锻炼时
20	小说月报	中篇小说	哑炮
21	当代	长篇小说	中国虎（下）
22	炎黄春秋	沉思录	陆定一晚年的几点反思
23	当代	中篇小说	白对联
24	啄木鸟	特别推荐	执政者
25	小说月报	中篇小说	天亮就走人
26	十月	中篇小说	一个诗人的世俗生活
27	当代	中篇小说	双人床条约
28	意林	心灵鸡汤	十年
29	婚姻与家庭	情感篇	和你上床不意味着什么
30	长篇小说选刊	长篇小说	黑白
31	财经	边缘	邱兴华罪与罚
32	南风窗	盘点中国	部委“利益分殊”进行时
33	长篇小说选刊	长篇小说	等等灵魂
34	十月		锄奸
35	长篇小说选刊	长篇小说	山河入梦
36	当代	中篇小说	幸福的女人
37	炎黄春秋	亲历记	国务院大院的记忆

排名	刊名	栏目	文章
38	小说月报	中篇小说	你为谁辩护
39	长篇小说选刊	长篇小说	青木川
40	十月		小街西施
41	当代	中篇小说	麻将
42	小小说月刊	尘世灯	一对失落的玉镯
43	长城	小说界	明人暗事（中篇小说）
44	商界	人物	铁血奇瑞
45	当代	中篇小说	滑坡
46	民主与法制	案海	跳槽飞行员遭遇天价索赔
47	收获	长篇小说	誓 鸟
48	北京文学	作家人气榜	哑炮（中篇小说）
49	民主与法制	狱所	阳光总在风雨后
50	当代	长篇小说	刺猬歌
51	当代	长篇小说	中国虎（上）
52	小说月报	中篇小说	空心人
53	新周刊	专题	有一种毒药叫成功
54	民主与法制	趣读	谁把恨种进她心里
55	当代	中短篇小说	下一站
56	小说月报	中篇小说	桑小娜的城市生活
57	十月		爱情史
58	青年文摘（红版）	每月欣赏	我只看我拥有的
59	小说月报	中篇小说	月色撩人
60	啄木鸟	特别推荐	绝密行动
61	人民文学	小说	桃花落
62	当代	中篇小说	守口如瓶
63	当代	纪事	中国申奥亲历记
64	小说月报·原创版		杏林春暖
65	意林	心灵鸡汤	分数之外，学会感动
66	今古传奇	新悬念小说	夜莺计划（下）
67	收获	中篇小说	本命年短信
68	当代	中篇小说	最后一课
69	小说月报	中篇小说	情人港咖啡
70	为了孩子	父母参考	小宝宝，“要”交往
71	长篇小说选刊	长篇小说	夜凉如水
72	今古传奇·故事版	拍案惊奇	画像 1
73	青年作家	新文本·特稿	闲话成都人的文化性格
74	当代	中短篇小说	还乡记
75	小说月报	中篇小说	福翩翩
76	长篇小说选刊	长篇小说	乌尔禾
77	小说月报	中篇小说	天堂女友
78	中国计算机报	新论语	电讯盈科股权变动的背后
79	长篇小说选刊	长篇小说	机器

排名	刊名	栏目	文章
80	人民文学	小说	相爱的日子
81	小说月报	中篇小说	像白云一样生活
82	中国国家地理	特别策划	阿尔山，喧嚣后的宁静
83	小说月报	中篇小说	奶香
84	意林	智慧札记	来自阿米西人的慰问
85	黄金时代	故事	中国姑娘的非洲姻缘
86	当代	往事	第一代白领
87	人民文学	小说	前往东京的关隘
88	收获	长篇小说	等待夏天
89	小说月报	中篇小说	老赫的乡村
90	都市丽人	新视角	2 0 0 7 星座运程抢先看
91	当代	中篇小说	教案
92	报告文学	长篇连载	在地狱门前徘徊的灵魂
93	昕薇	狂爱大牌	D & G
94	长篇小说选刊	长篇小说	青瓷
95	长篇小说选刊	长篇小说	生死疲劳
96	十月	中篇小说	今夜去裸奔
97	青年文摘（绿版）	情感	我不很想你
98	收获	中篇小说	隐秘
99	家用电脑与游戏	极限攻略	无冬之夜 II 主线支线任务全攻略
100	小说月报	中篇小说	你来我往

2007 中文期刊网络传播海外 TOP100 文章

排行	刊名	栏目	文章名
1	花生文摘	生活艺术	Lohas! “乐活族”席卷全球
2	文学界	梦女	曼娜回忆录(小说)
3	小说月报·原创版		绑定爱情
4	网络与信息	e 态万千	关于购买新电脑的请示 给网虫的分手信
5	青春潮活力派	FASHION	川口歌织的美好生活
6	章回小说	人生百味	同居时代
7	当代	纪事	黄河殇
8	理论观察	金融视界	论商业银行操作风险防范措施
9	当代	中篇小说	命案高悬
10	语文世界(高中版)	写作俱乐部	“全国中学生话题作文竞赛”获奖作品展示未来的向往
11	电子商务世界	淘金路	Google 的崛起耐人寻味
12	当代	长篇小说	香水
13	收获	长篇小说	夜凉如水
14	当代	报告文学	中国农民调查
15	十月	中篇小说	黑庄稼
16	书报文摘		大学女教授跳楼真相
17	当代	长篇小说	中国虎(下)
18	当代	中篇小说	我的激情故事
19	当代	中篇小说	双人床条约
20	男生女生(金版)	精口连载	失落人间的花火(3)
21	中学政史地·高三综合	试题评析	2006 年河南省普通高中毕业会考 6 月份考试试卷及评析
22	书摘	历史与内幕	我的第一次素描人体写生
23	收获	中篇小说	女孩和三文鱼
24	当代	短篇小说	一辈子
25	历史教学	资料	上海“韩国临时政府”旧址
26	互联网周刊	专栏	期待报业辛迪加
27	求是学刊	海外来稿	高等教育的新基石
28	领导文萃	主题阅读	和谐世界, 始自周边
29	读书		城中村: 拼命抱住最后一些土
30	装饰	信息时空	海外文摘
31	国外科技新书评介	物理学	甚高能量宇宙伽马辐射: 宇宙尽头的重要窗口
32	销售与市场	品牌与传播	影视巨无霸, 天天好电影
33	上海采风月刊	甲方乙方	男人为什么欣赏男人抽烟
34	收获	长篇小说	启蒙时代
35	新晨	关注	空姐为什么越来越丑?
36	教育艺术	智慧论坛	“骆驼常怀忧患之心”议

排行	刊名	栏目	文章名
37	中国针灸	临床研究	围刺飞针加电针治疗斑秃 128 例疗效观察
38	成功营销	物流特刊	中国物流的国际化契机
39	学术探索	特稿	树立科学的稳定观 深化青少年犯罪问题研究
40	中国林业教育	校园文化建设	构建和谐校园文化的思考
41	海事大观	关注	中国台湾空军的“鹰眼 2000”
42	新华文摘	经 济	新制度经济学究竟“新”在哪里
43	十月	中篇小说	那一刻你不再担保
44	时代影视	偶哈日韩	金在元&韩彩英 爱在北京的日子
45	祝您健康	养生有道	朗读健身法
46	男生女生(银版)	校园一百单八将	贱男春世家
47	首席财务官	运营	税收背后的猫腻
48	红蜻蜓	童年七彩路	李白小时候的故事
49	青岛科技大学学报(社会科学版)	文学研究	情有独钟 矫矢多变
50	世界文化	人物	克里斯蒂娜·罗塞蒂其人其诗
51	文苑	哲思	曾经的玫瑰
52	当代小说(上半月)	青春驿站	大鱼
53	当代	中篇小说	最后一课
54	电脑爱好者	聪明用电脑	又晃又抖 制作酷酷的震动签名
55	故事大王	寓言树	不要同蚂蚁打赌
56	书报文摘	史海钩沉	政治局给毛泽东江青约法三章
57	名作欣赏	鉴赏文谭	不著一字，尽得风流
58	新概念·英文阅读	娱乐翻天	春日华尔兹
59	家庭医药	健康食府	防癌抗癌食疗妙方（一）
60	中国音乐教育	杂谈随感	音乐课后反思什么？
61	收获	长篇小说	受活
62	当代经济	学术理论	试论我国住宅抵押贷款证券化的经济效应
63	当代	直言	得了玉的益似的
64	管理科学文摘	管理中国化	论先进文化的发展方向
65	现代家庭	海外纪事	在美国当“嬉皮士”
66	潇洒	CHIC STAR	怪怪美少女陈怡蓉
67	三月三·故事王中王	读者笑谈	《不敢和你谈恋爱》等
68	收藏	清乾隆文玩专号(下)	乾隆时期的缙毛画
69	社会科学论坛	学术评论	学术批评网与公共知识领域
70	中国改革(综合版)	经济全局	中国金融风险评估报告
71	商业时代	财经视线	影响商业房地产抵押贷款评估因素分析

排行	刊名	栏目	文章名
72	译文	译文长廊	拥抱逝水年华
73	健康必读	康博士信箱	“红丝带”是什么标志？它有哪些含义？等
74	企业经济	区域经济	广西电子商务战略发展对策研究
75	烹调知识	饮食文化	中西餐文化各有特色
76	收获	长篇小说	道德颂
77	装饰	民艺之窗	论全球化语境中民间美术对现代设计思维的启示
78	东方剑	女狱警手记	勇气，重写的人生
79	男生女生(金版)	精口连载	迷魂记
80	检察风云	副刊	管教孩子要赶早
81	党员文摘	峰回路转	百万富翁重成打工仔 巧抓商机闯出阳关道
82	婚姻与家庭	主打栏目	不懂 ABC 的母亲，如何教出个英语冠军
83	人民文学	小说	桃花落
84	当代	中篇小说	白对联
85	东南大学学报(哲学社会科学版)	艺术学研究	中西古典园林艺术风格比较
86	电影画刊	经典对白	韩剧经典爱情对白
87	收获	长篇小说	誓 鸟
88	当代	长篇小说	第九位寡妇
89	人民文学	留言	打火机
90	中国音乐教育	他山石	格式塔心理学美学
91	当代经济	经贸纵横	加强金融信贷管理的对策
92	丝绸之路	古道遗韵	解语之花杨玉环
93	当代	短篇小说	少校程罗锅子
94	读书		虚空的农村和空虚的主体
95	炎黄春秋	九州景	长江三峡反腐古诗联
96	流行色	趋势预测	2 0 0 7 春夏色彩趋势
97	当代	长篇小说	笨花
98	小学生时代·综合版	娱乐	中国网坛的“超女”
99	十月	短篇小说	市长马宝汉
100	党员文摘	港澳台一瞥	台湾三姑娘同嫁上海一家人

2007 龙源网络传播国内阅读 TOP 100 篇文章各刊占有率

刊名	所占比率(%)	栏目	文章
当代	17	中篇小说	白对联
			双人床条约
			幸福的女人
			麻将
			滑坡
			守口如瓶
			最后一课
			教案
		长篇小说	白麦
			新结婚时代
			中国虎（下）
			刺猬歌
			中国虎（上）
		中短篇小说	下一站
			还乡记
		纪事	中国申奥亲历记
		往事	第一代白领
小说月报	14	中篇小说	男女关系之悲喜剧
			哑炮
			天亮就走人
			你为谁辩护
			空心人
			桑小娜的城市生活
			月色撩人
			情人港咖啡
			福翩翩
			天堂女友
			像白云一样生活
			奶香
			老赫的乡村
			你来我往
长篇小说选刊	9	长篇小说	黑白
			等等灵魂
			山河入梦
			青木川
			夜凉如水
			乌尔禾
			机器
			青瓷
			生死疲劳

刊名	所占比率(%)	栏目	文章
收获	8	长篇小说	初夜
			启蒙时代
			陈大毛偷了一枝笔
			道德颂
			誓 鸟
			等待夏天
		中篇小说	本命年短信
			隐秘
意林	7	心灵鸡汤	十年
			分数之外，学会感动
		专栏	各行各业
			稚语灵光
		成功之钥	我有一双画家的眼睛
		新知博览	巴黎街头的吻
		智慧札记	来自阿米西人的慰问
十月	5	中篇小说	一个诗人的世俗生活
			今夜去裸奔
			锄奸
			小街西施
			爱情史
民主与法制	3	案海	跳槽飞行员遭遇天价索赔
		狱所	阳光总在风雨后
		趣读	谁把恨种进她心里
人民文学	3	小说	桃花落
			相爱的日子
			前往东京的关隘
炎黄春秋	3	一家言	民主社会主义模式与中国前途
		沉思录	陆定一晚年的几点反思
		亲历记	国务院大院的记忆
啄木鸟	3	特别推荐	执政者
			执政者
			绝密行动
北京文学	2	作家人气榜	万箭穿心（中篇小说）
			哑炮（中篇小说）
物理	1	前沿进展	有机自旋电子学
网友世界	1	技高一筹	电脑功耗巧测算 匹配电源心中有数
出版参考	1	港澳台之窗	成功的博客营销案例
计算机应用	1	软件技术与典型应用	用户类文档测试研究
亲子	1	喂养	秋风拂面耐寒锻炼时
婚姻与家庭	1	情感篇	和你上床不意味着什么
财经	1	边缘	邱兴华罪与罚

刊名	所占比率(%)	栏目	文章
南风窗	1	盘点中国	部委“利益分殊”进行时
小小说月刊	1	尘世灯	一对失落的玉镯
长城	1	小说界	明人暗事（中篇小说）
商界	1	人物	铁血奇瑞
新周刊	1	专题	有一种毒药叫成功
青年文摘（红版）	1	每月欣赏	我只看我拥有的
小说月报·原创版	1		杏林春暖
今古传奇	1	新悬念小说	夜莺计划（下）
为了孩子	1	父母参考	小宝宝，“要”交往
今古传奇·故事版	1	拍案惊奇	画像 1
青年作家	1	新文本·特稿	闲话成都人的文化性格
中国计算机报	1	新论语	电讯盈科股权变动的背后
中国国家地理	1	特别策划	阿尔山，喧嚣后的宁静
黄金时代	1	故事	中国姑娘的非洲姻缘
都市丽人	1	新视角	2007 星座运程抢先看
报告文学	1	长篇连载	在地狱门前徘徊的灵魂
听薇	1	狂爱大牌	D & G
青年文摘（绿版）	1	情感	我不很想你
家用电脑与游戏	1	极限攻略	无冬之夜 II 主线支线任务全攻略

2007 龙源网络传播海外阅读 TOP 100 篇文章各刊占有率

刊名	所 占 比 率 (%)	栏目	文章名
当代	14	中篇小说	命案高悬
			我的激情故事
			双人床条约
			最后一课
			白对联
		长篇小说	香水
			中国虎（下）
			第九位寡妇
			笨花
		短篇小说	一辈子
			少校程罗锅子
		纪事	黄河殇
收获	6	长篇小说	中国农民调查
			直言
			得了玉的益似的
			夜凉如水
			启蒙时代
			受活
十月	3	中篇小说	道德颂
			誓 鸟
		中篇小说	女孩和三文鱼
当代经济	2	学术理论	黑庄稼
		经贸纵横	那一刻你不再担保
党员文摘	2	短篇小说	市长马宝汉
		试论我国住宅抵押贷款证券化的经济效应	
读书	2	加强金融信贷管理的对策	
		峰回路转	百万富翁重成打工仔 巧抓商机闯出阳关道
男生女生(金版)	2	港澳台一瞥	台湾三姑娘同嫁上海一家人
		城中村：拼命抱住最后一些土	
人民文学	2	精口连载	虚空的农村和空虚的主体
		小说	失落人间的花火(3)
书报文摘	2	留言	迷魂记
		桃花落	
中国音乐教育	2	打火机	
		大学女教授跳楼真相	
		史海钩沉	政治局给毛泽东江青约法三章
		杂谈随感	音乐课后反思思什么？
		他山石	格式塔心理学美学

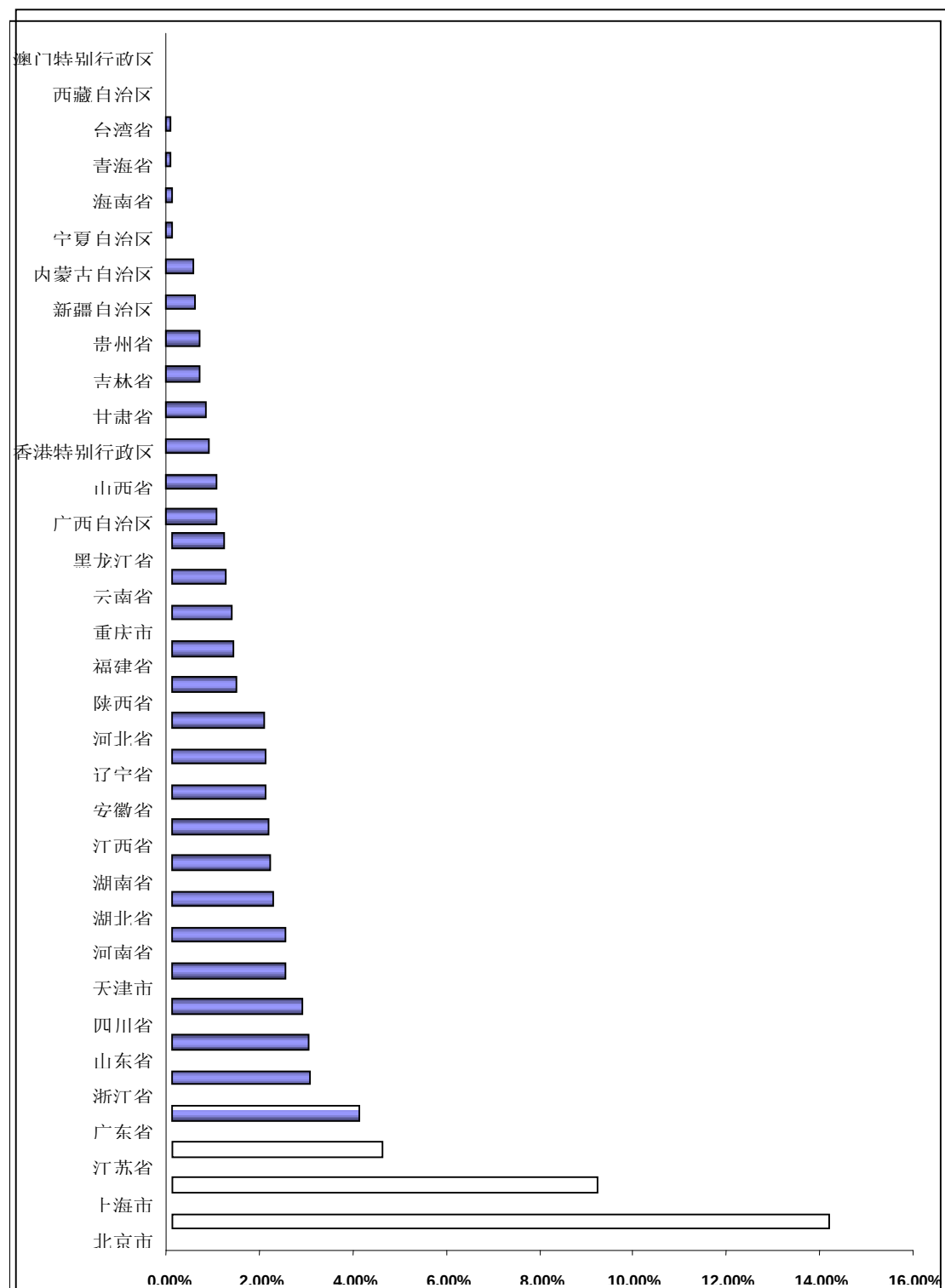
装饰	2	信息时空	海外文摘
		民艺之窗	论全球化语境中民间美术对现代设计思维的启示
花生文摘	1	生活艺术	Lohas! “乐活族”席卷全球
文学界	1	梦女	曼娜回忆录(小说)
小说月报·原创版	1		绑定爱情
网络与信息	1	e 态万千	关于购买新电脑的请示 给网虫的分手信
青春潮活力派	1	FASHION	川口歌织的美好生活
章回小说	1	人生百味	同居时代
理论观察	1	金融视界	论商业银行操作风险防范措施
语文世界(高中版)	1	写作俱乐部	“全国中学生话题作文竞赛”获奖作品展示未来的向往
电子商务世界	1	淘金路	Google 的崛起耐人寻味
中学政史地·高三综合	1	试题评析	2006 年河南省普通高中毕业会考 6 月份考试试卷及评析
书摘	1	历史与内幕	我的第一次素描人体写生
历史教学	1	资料	上海“韩国临时政府”旧址
互联网周刊	1	专栏	期待报业辛迪加
求是学刊	1	海外来稿	高等教育的新基石
领导文萃	1	主题阅读	和谐世界, 始自周边
国外科技新书评介	1	物理学	甚高能量宇宙伽马辐射: 宇宙尽头的重要窗口
销售与市场	1	品牌与传播	影视巨无霸, 天天好电影
上海采风月刊	1	甲方乙方	男人为什么欣赏男人抽烟
新晨	1	关注	空姐为什么越来越丑?
教育艺术	1	智慧论坛	“骆驼常怀忧患之心”议
中国针灸	1	临床研究	围刺飞针加电针治疗斑秃 128 例疗效观察
成功营销	1	物流特刊	中国物流的国际化契机
学术探索	1	特稿	树立科学的稳定观 深化青少年犯罪问题研究
中国林业教育	1	校园文化建设	构建和谐校园文化的思考
海事大观	1	关注	中国台湾空军的“鹰眼 2000”
新华文摘	1	经济	新制度经济学究竟“新”在哪里
时代影视	1	偶哈日韩	金在元&韩彩英 爱在北京的日子
祝您健康	1	养生有道	朗读健身法
男生女生(银版)	1	校园一百单八将	贱男春世家
首席财务官	1	运营	税收背后的猫腻
红蜻蜓	1	童年七彩路	李白小时候的故事
青岛科技大学学报(社会科学版)	1	文学研究	情有独钟 矫矢多变

世界文化	1	人物	克里斯蒂娜·罗塞蒂其人其诗
文苑	1	哲思	曾经的玫瑰
当代小说(上半月)	1	青春驿站	大鱼
电脑爱好者	1	聪明用电脑	又晃又抖 制作酷酷的震动签名
故事大王	1	寓言树	不要同蚂蚁打赌
名作欣赏	1	鉴赏文谭	不著一字，尽得风流
新概念·英文阅读	1	娱乐翻天	春日华尔兹
家庭医药	1	健康食府	防癌抗癌食疗妙方（一）
管理科学文摘	1	管理中国化	论先进文化的发展方向
现代家庭	1	海外纪事	在美国当“嬉皮士”
潇洒	1	CHIC STAR	怪怪美少女陈怡蓉
三月三·故事王中王	1	读者笑谈	《不敢和你谈恋爱》等
收藏	1	清乾隆文玩专号(下)	乾隆时期的缂毛画
社会科学论坛	1	学术评论	学术批评网与公共知识领域
中国改革(综合版)	1	经济全局	中国金融风险评估报告
商业时代	1	财经视线	影响商业房地产抵押贷款评估因素分析
译文	1	译文长廊	拥抱逝水年华
健康必读	1	康博士信箱	“红丝带”是什么标志？它有哪些含义？等
企业经济	1	区域经济	广西电子商务战略发展对策研究
烹调知识	1	饮食文化	中西餐文化各有特色
东方剑	1	女狱警手记	勇气，重写的人生
检察风云	1	副刊	管教孩子要赶早
婚姻与家庭	1	主打栏目	不懂 ABC 的母亲，如何教出个英语冠军
东南大学学报(哲学社会科学版)	1	艺术学研究	中西古典园林艺术风格比较
电影画刊	1	经典对白	韩剧经典爱情对白
丝绸之路	1	古道遗韵	解语之花杨玉环
炎黄春秋	1	九州景	长江三峡反腐古诗联
流行色	1	趋势预测	2007 春夏色彩趋势
小学生时代·综合版	1	娱乐	中国网坛的“超女”

第二部分 2007 年度龙源期刊网综合数据

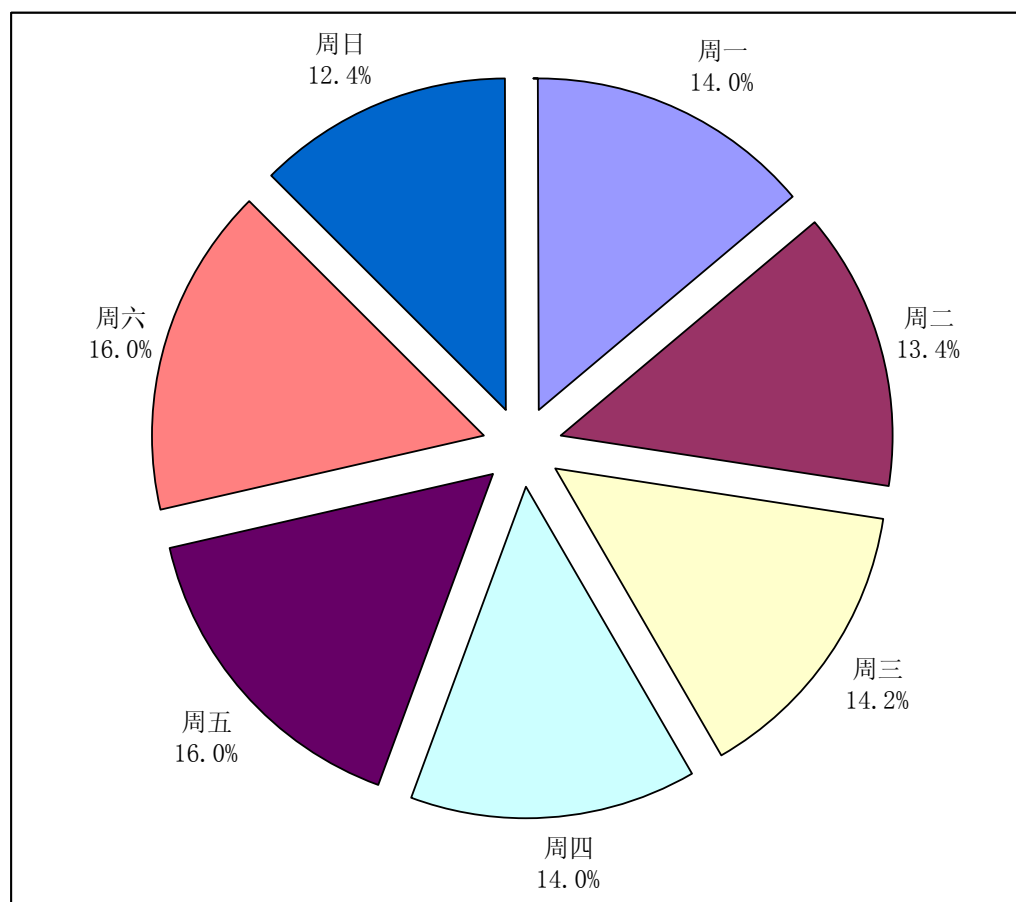
1、2007 龙源期刊网用户区域分布

来自上海（14.05%）、北京（9.11%）、江苏（4.51%）的用户占据了龙源期刊网 1/4 以上的用户。



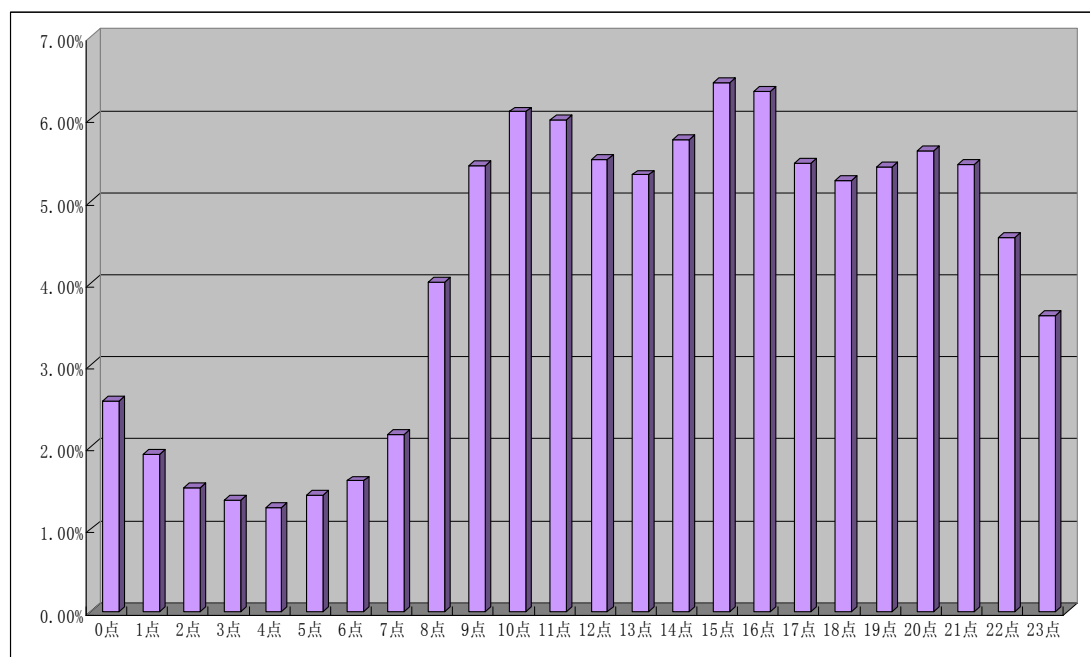
2、2007 龙源期刊网用户访问时间段（按星期）数据

从每周的时间段来看，周五、周六是用户访问龙源期刊网的高峰期，其他时段则相差不大。



3、2007 龙源期刊网用户访问时间段（按小时）数据

用户访问龙源期刊网主要集中在每天上午 10: 00—11: 00、下午 15: 00—16: 00 和晚上 19: 00—21: 00。



4、2007 龙源期刊网用户使用最多的 100 个关键词

热门词	总次数
青春期性教育	14186
意林	8165
张钰	6802
古保祥	6604
易中天	5905
陈晓旭	5209
中国股市	5005
越狱	4950
艾滋病	4920
于丹	4894
课堂教学	4828
沈南鹏	4798
教案	4310
马英九	4178
播客	4040
小学教育	3787
疯狂英语	3773
腐败	3570
毕淑敏	3417
爱情	3413
周鸿祎	3312
电子杂志	3225
萨达姆	3212
长征	3205
流氓软件	3177
随笔	3174
青年文摘	3164
油价	3134
心理健康教育	3132
伊朗	3074
学术	3034
班级管理	2909
web2.0	2875
黄健翔	2854
相声	2850
基金	2826
夜宴	2704
创新	2642
电影	2626
读者	2625

热门词	总次数
郭德纲	2617
新华文摘	2569
音乐	2565
核试验	2561
品牌战略	2525
国学	2522
张恩照	2513
红包	2496
中成药	2467
火车票	2463
青藏铁路	2442
网恋	2421
签证	2418
航母	2370
家庭	2344
校园幽默	2323
财经	2216
人物	2203
饮食调理	2186
收藏	2169
反腐败	2161
记者节	2152
创业	2151
再婚	2121
雪小禅	2118
宝宝	2116
明清时期	2098
减肥	2096
网婚	2090
经济法	2088
霍英东	2075
颈椎病	2052
收购	2045
婆媳关系	2040
历史	2037
核潜艇	2026
博弈	2020
和谐	2013
历史文献	2005
男生女生	2000
南京大屠杀	1999
周海亮	1997

热门词	总次数
空中力量	1962
大国崛起	1961
何洁	1961
新职业	1936
陈良宇	1923
剩女	1920
精品男人	1888
余秋雨	1877
恶搞	1876
春节	1865
北大	1862
更年期	1858
胎教	1834
鼻炎	1834
流行趋势	1831
党政	1828

5、龙源期刊网国内外最活跃的 100 个用户
国内最活跃的 100 个用户

排名	email	num
1	rtrurturun@sina.com	55109
2	taishanzhangqi@163.com	33642
3	lhtlby@yahoo.com.cn	32462
4	yayajianchi@yahoo.com.cn	30439
5	hanbiao183@yahoo.com.cn	18092
6	asdfsdds@sina.com	15035
7	caijing1025@163.com	12227
8	pl33000268@yahoo.com.cn	12161
9	qqkkaa@sina.com	12141
10	lzp2006@126.com	11954
11	361653035@qq.com	11925
12	whlnb@sohu.com	11093
13	qqkkbb@sina.com	10466
14	eyuj74_junq@sina.com	10390
15	8896756yu@yahoo.com.cn	10124
16	liuhongjie_123@sohu.com	9767
17	hzgdzll@163.com	9496
18	zz3z864@yahoo.com.cn	9358
19	checheche@126.com	8934
20	asdfsdfsfsd@sina.com	8794
21	xieshaode@hotmail.com	8653
22	qqkkcc@sina.com	8097
23	chenfang1@126.com	8052
24	fgzx@163.com	8010
25	luyongchun1959cn@sina.com	7894
26	lydlyd126@126.com	7801
27	duoer1120duoer@sina.com	7762
28	zhangfengyang07@126.com	7760
29	lixiaoguang19790623@yahoo.com.cn	7746
30	mingjielin@163.com	7526
31	wxcatv2@163.com	7395
32	jiajia811110@126.com	7386
33	hqxw0508@sina.com	6949
34	huayuwulei@sina.com	6942
35	shortway@163.com	6925
36	zhanglj_21@126.com	6777
37	wang83843@sina.com	6755
38	21@mlh.sina.net	6667

排名	email	num
39	zsmywfwzjy@eastday.com	6654
40	jssunsl@163.com	6624
41	yimimi1027@126.com	6440
42	yangsong09290021@sina.com	6383
43	xiaoqin116@163.com	6250
44	zhoufeng068@163.com	6212
45	zz11z892@yahoo.com.cn	6179
46	luyongchun302@163.com	6133
47	piaoyu@126.com	6098
48	qqkkdd@sina.com	6067
49	tongxin0523@sina.com	5938
50	jilida@bk.ru	5903
51	catherine_713@163.com	5872
52	zhangjiahui@163.com	5866
53	lnwz11111@163.net	5698
54	test@becom.com.cn	5445
55	longshayue@126.com	5425
56	fanren1016@sina.com	5401
57	luhu@sina.com	5381
58	tqhboy163163@tom.com	5353
59	jianglei@sh163.net	5272
60	lwl345@sina.com	5268
61	xcsjb@sina.com	5224
62	hmw-00001@163.com	5166
63	user17160@tjl.tj.cn	5130
64	feeling@tom.com	5080
65	zhoupsh@hotmail.com	4834
66	qnwzcb@vip.sina.com	4792
67	wangfujun770518@163.com	4740
68	liuqun690914@sina.com	4723
69	oooooo15@163.com	4649
70	zhangzhuhui@sina.com	4604
71	jsxy888@126.cm	4522
72	sxdong720325@126.com	4463
73	huaji125@163.com	4447
74	gaohc@163.com	4399
75	wang123321@126.com	4356
76	dzwzxb@yahoo.com.cn	4294
77	jxsdljm@163.com	4294
78	hula_la@126.com	4273
79	xicuo@sina.com	4200
80	jiafeimaols@163.com	4096

排名	email	num
81	xiaoyong@msn.com	4042
82	86-0575@163.com	3996
83	lymws12004@126.com	3902
84	mhuilian02@yahoo.com.cn	3888
85	mj@jsedu.net.cn	3806
86	laobei1987@126.com	3785
87	lina@macrochina.com.cn	3748
88	kittybrother@163.net	3731
89	taijixianshi@hotmail.com	3667
90	hsgjsxs@163.com	3661
91	13948128686@sina.com	3661
92	nyjdwr@yahoo.com.cn	3658
93	daf@163.com	3541
94	happyliu-hui@hotmail.com	3520
95	nejiaquan@gmail.com	3517
96	aywty721521@yahoo.com.cn	3506
97	ylzhytt@sohu.com	3477
98	flygdr@163.com	3466
99	guifang.lin@drcnet.com.cn	3435
100	yaowangqiu@hotmail.com	3426

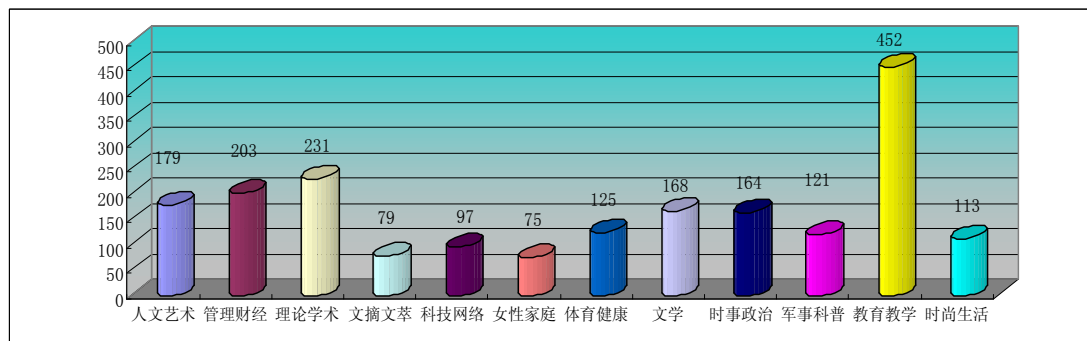
国外最活跃的 100 个用户

排名	email	num
1	John.Liao@bellsouth.com	1375
2	lisaxu@yahoo.com	1286
3	lilywu@fuhsuan.com	1159
4	le.bmelile@gmail.com	1144
5	xin-xin.shi@gmx.de	1070
6	yonglib@yahoo.com	711
7	sheriefeng@hotmail.com	702
8	cbesam@hotmail.com	498
9	trtgfcweb@chinaacc.com	492
10	qsun97@yahoo.com	480
11	nanxi.shen@gmail.com	444
12	fl122122@hotmail.com	436
13	liu53215@yahoo.com	425
14	xqq0825@sina.com	323
15	deer3679@sohu.com	319
16	yi.qiao.1@vanderbilt.edu	306
17	houseofwei@gmail.com	293
18	704819004@qq.com	284
19	fgmzzz@163.com	265
20	chun-ie.fang@sympatico.ca	258
21	oldlazycat@yahoo.com	258
22	xudong.19691205@yahoo.com.cn	255
23	zip1130@hotmail.com	242
24	abao0708@hotmail.com	239
25	liuyingxue1016@163.com	237
26	yhr@ucla.edu	236
27	lili73@singnet.com.sg	232
28	killjapan@newhua.com	226
29	hjprm@hotmail.com	213
30	gzxm2008@yahoo.com	212
31	pchen99@verizon.net	210
32	jianpingzou@yahoo.ca	201
33	wyfccj@163.com	194
34	rong030218@hotmail.com	192
35	liluliyang@126.com	181
36	fulmindyang@yahoo.co.kr	180
37	s122655774@yahoo.com.tw	161
38	yi_ye_zhang@hotmail.com	159
39	alice_jul_2001@yahoo.com	156
40	helenge@yahoo.com	154

排名	email	num
41	yurui_bu@yahoo.com	150
42	jingchen20@hotmail.com	146
43	test002com@qikan.com	145
44	wkon3675@sina.com	141
45	appleping7478@yahoo.com.hk	135
46	jie_liao@yahoo.com	135
47	tianxu19740509@yahoo.com.cn	129
48	jwywong@ca.inter.net	124
49	kannno330@s8.dion.ne.jp	122
50	jianpingli@sympatico.ca	121
51	nclj@126.com	120
52	suny_yan@yahoo.com	119
53	cly2784137@163.com	117
54	nbcc@ms19.hinet.net	114
55	gzsc-7396@163.com	112
56	xgao@umsis.miami.edu	110
57	rikki225@sohu.com	108
58	zhaonancn@yahoo.com	108
59	rzpdjrzdj@sohu.com	105
60	chantale05@gmail.com	103
61	annie.peng@kone.com	101
62	acupuncture9@yahoo.com	98
63	fhq4611105@yahoo.com	97
64	maggie_gecn@yahoo.com.cn	97
65	bambie392@yahoo.com	95
66	czdalhy@163.com	90
67	songwei@mail.qikan.com	86
68	zlq@123.com	85
69	f18vjsf@126.com	84
70	wanj@travel-jx.gov.cn	82
71	p_ming@126.com	81
72	tm56621346@hotmail.com	80
73	wzrlqf@163.com	79
74	hema109@163.com	78
75	sales@augct.com	77
76	tljtghsk@sina.com.cn	76
77	gzx1202@163.com	74
78	romanov1842@yahoo.com.tw	71
79	zhangtf2005@gmail.com	70
80	xiaohansun854@hotmail.com	68
81	jtang@cse.sc.edu	66
82	mxsword@163.net	65

排名	email	num
83	gzq19745516@sina.com	63
84	lihai6918@tom.com	63
85	psyq1969@163.com	63
86	evelynnesong@hotmail.com	62
87	zhanglilit@163.com	61
88	peterjim311@yahoo.ca	61
89	helenaztt@gmail.com	60
90	lmj7938@hotmail.com	60
91	lxx6668@hotmail.com	60
92	ntxw@ntxw.cn	60
93	waha_2004@163.com	60
94	chunie-fang@rogers.com	60
95	keyidao@yahoo.com	60
96	muyi96@126.com	60
97	sharonqiu2004@hotmail.com	60
98	trent_chn@yahoo.com	60
99	leiw16@hotmail.com	59
100	zhjpj@eyou.com	56

6、龙源期刊网签约期刊类别饼状图



7、2007 年第 1、2、3 季度期刊服务报告中的季度阅读排行（海内外）

2007 年第 1 季度国内期刊访问排行榜

注：此排行是浏览排行，具体付费情况请参看各刊社年终销售报告

排行	刊名	排行	刊名	排行	刊名
1、青年文摘（红版）		35、卓越理财		69、女人花	
2、电脑爱好者		36、军事文摘		70、中学语文教学	
3、新华文摘		37、销售与市场·营销版		71、乒乓世界	
4、意林		38、啄木鸟		72、爱情婚姻家庭·情感美文	
5、当代		39、读书		73、新财经	
6、青年文摘（绿版）		40、章回小说		74、今古传奇·故事版	
7、婚姻与家庭		41、海外文摘		75、婚育与健康	
8、棋艺		42、精武		76、祝你幸福·午后版	
9、收获		43、小说精选		77、今日财富	
10、长篇小说选刊		44、看世界		78、祝你幸福·综合版	
11、人民文学		45、中华传奇		79、小说月报·原创版	
12、商界		46、瞭望东方周刊		80、食品与健康	
13、南风窗		47、海事大观		81、意汇(黑白版)	
14、视野		48、电脑迷		82、现代妇女	
15、幸福		49、美文		83、新东方英语	
16、十月		50、今古传奇		84、大众医学	
17、钱经		51、听薇		85、长城	
18、北京文学		52、大众电影		86、搏击	
19、科学投资		53、人生与伴侣		87、女性天地	
20、大众摄影		54、书摘		88、为了孩子	
21、伴侣		55、兵器知识		89、计算机应用文摘	
22、中国国家地理		56、中国新闻周刊		90、中小学心理健康教育	
23、今日文摘		57、教师博览		91、长江文艺	
24、中国作家		58、深圳青年		92、文史精华	
25、都市丽人		59、新家庭·情爱时尚		93、东西南北·大学生	
26、轻兵器		60、健与美		94、杂文选刊	
27、领导文萃		61、现代家庭		95、作家杂志	
28、财经		62、科学养生		96、短篇小说	
29、家庭		63、坦克装甲车辆		97、知识窗	
30、书报文摘		64、交际与口才		98、现代养生	
31、新周刊		65、烹调知识		99、东西南北	
32、小说月报		66、财经界		100、健康之友	
33、故事林		67、大众理财顾问			
34、炎黄春秋		68、女子世界			

2007 年第 1 季度海外期刊访问排行榜

注：此排行是浏览排行，具体付费情况请参看各刊社年终销售报告

排行	刊名	排行	刊名	排行	刊名
1、当代		35、健康向导		69、为了孩子	
2、收获		36、女子世界		70、中国京剧	
3、北京文学		37、读书		71、西湖	
4、十月		38、章回小说		72、数理天地(高中版)	
5、人民文学		39、爱情婚姻家庭		73、民主与法制	
6、长江文艺		40、女性天地		74、兵器知识	
7、婚姻与家庭		41、女报		75、西江月（打工纪实）	
8、啄木鸟		42、祝您健康		76、百年潮	
9、幸福		43、传记文学		77、养生大世界	
10、大众摄影		44、炎黄春秋		78、海外文摘	
11、现代家庭		45、现代养生		79、书报文摘	
12、中华传奇		46、芙蓉		80、孩子	
13、海事大观		47、现代妇女		81、小说月报	
14、轻兵器		48、妇女之友		82、COMO 可人	
15、电脑爱好者		49、上海采风月刊		83、健康世界	
16、中国国家地理		50、电影画刊		84、短小说	
17、中国作家		51、保健与生活		85、科学投资	
18、党史博览		52、人生与伴侣		86、家庭医药	
19、青年文摘（红版）		53、海外英语		87、求医问药	
20、时代影视		54、读书文摘		88、传奇·传记文学选刊	
21、大众电影		55、黄河		89、党史文汇	
22、青年文摘（绿版）		56、文史月刊		90、山西文学	
23、烹调知识		57、家庭百事通		91、悦己	
24、中老年保健		58、优雅		92、理财周刊月末版	
25、东西南北		59、传奇故事(上半月)		93、台港文学选刊	
26、小说精选		60、文艺生活(精品故事)		94、时代文学	
27、伴侣		61、世界知识		95、博览群书	
28、故事林		62、现代军事		96、卓越理财	
29、军事文摘		63、外国文艺		97、南风窗	
30、昕薇		64、纵横		98、文史春秋	
31、大众医学		65、诗刊		99、新青年	
32、山花		66、文史精华		100、辽河	
33、新华文摘		67、海燕			
34、医学美容		68、漫画月刊			

2007 年第 2 季度国内期刊访问排行榜

注：此排行是浏览排行，具体付费情况请参看各刊社年终销售报告

排行	刊名	排行	刊名	排行	刊名
1、	青年文摘（绿版）	35、	中国经济信息	69、	现代青年·细节版
2、	意林	36、	伴侣	70、	恋爱婚姻家庭
3、	新华文摘	37、	教师博览	71、	知识窗
4、	电脑爱好者	38、	中国作家	72、	中外管理
5、	当代	39、	视野	73、	乒乓世界
6、	青年文摘（红版）	40、	商场现代化	74、	爱情婚姻家庭·冷暖人生
7、	收获	41、	中国企业家	75、	东西南北
8、	财经	42、	家庭	76、	精武
9、	婚姻与家庭	43、	交际与口才	77、	意汇(黑白版)
10、	炎黄春秋	44、	今古传奇·故事版	78、	文史精华
11、	新周刊	45、	今日文摘	79、	现代妇女
12、	人生与伴侣	46、	新财经	80、	博览群书
13、	南风窗	47、	商业时代	81、	悦己
14、	中国新闻周刊	48、	大众电影	82、	今古传奇
15、	轻兵器	49、	海外文摘	83、	海事大观
16、	中国国家地理	50、	东西南北·大学生	84、	班主任
17、	大众摄影	51、	财经文摘	85、	销售与市场·营销版
18、	瞭望东方周刊	52、	书摘	86、	社会科学论坛
19、	卓越理财	53、	中外文摘	87、	家庭百事通
20、	科学投资	54、	电脑迷	88、	女子世界
21、	人民文学	55、	健与美	89、	商界·中国商业评论
22、	小说月报	56、	中华传奇	90、	搏击
23、	读书	57、	杂文选刊	91、	当代经理人
24、	书报文摘	58、	读书文摘(青年版)	92、	优雅
25、	商界	59、	南方人物周刊	93、	沿海企业与科技
26、	领导文萃	60、	军事文摘	94、	读书文摘
27、	兵器知识	61、	诗刊	95、	故事林
28、	长篇小说选刊	62、	昕薇	96、	现代家庭
29、	棋艺	63、	时代影视	97、	食品与健康
30、	幸福	64、	天涯	98、	养生大世界
31、	十月	65、	青年文摘(彩版)	99、	纵横
32、	啄木鸟	66、	为了孩子	100、	互联网周刊
33、	北京文学	67、	章回小说		
34、	财经界	68、	大众医学		

2007年第2季度海外期刊访问排行榜

注：此排行是浏览排行，具体付费情况请参看各刊社年终销售报告

排行	刊名	排行	刊名	排行	刊名
1、当代		35、金融博览		69、文史精华	
2、收获		36、武汉大学学报(社会科学版)		70、康复	
3、北京文学		37、爱情婚姻家庭·冷暖人生		71、养生月刊	
4、人民文学		38、上海文学		72、烹调知识	
5、长江文艺		39、大学时代		73、啄木鸟	
6、中小学信息技术教育		40、幸福		74、人文杂志	
7、北京体育大学学报		41、微型小说选刊		75、今古传奇	
8、十月		42、韵味		76、兵器知识	
9、小说月报		43、艺术市场		77、医学美学美容	
10、军事文摘		44、中国国家地理		78、侦探推理	
11、故事林		45、读书文摘(青年版)		79、恋爱婚姻家庭	
12、长篇小说选刊		46、昕薇		80、长城	
13、优雅		47、大众摄影		81、飞天	
14、现代妇女		48、青年文摘(绿版)		82、家庭医学·新健康	
15、杂文月刊(选刊版)		49、中华传奇		83、坦克装甲车辆	
16、学术月刊		50、星火·中短篇小说		84、保健与生活	
17、电脑爱好者		51、江苏大学学报(社会科学版)		85、都市文萃	
18、爱情婚姻家庭·生活纪实		52、山花		86、现代养生	
19、传奇故事(上半月)		53、女性天地		87、芳草	
20、现代家庭		54、家庭		88、四川文学	
21、福建文学		55、北京文学·中篇小说月报		89、短篇小说(原创作品版)	
22、诗刊		56、读书		90、党史博览	
23、中老年保健		57、新华文摘		91、清明	
24、养生大世界		58、青年文摘(红版)		92、祝你幸福·综合版	
25、婚姻与家庭		59、时代姐妹·情人坊		93、青年文学	
26、时代影视		60、读书文摘		94、大众医学	
27、天下奇案		61、中国京剧		95、新闻世界	
28、传奇故事(下半月)		62、上海采风月刊		96、中国道教	
29、中国作家		63、妇女之友		97、中国残疾人	
30、轻兵器		64、章回小说		98、旅伴	
31、海燕		65、数码世界		99、蓝盾	
32、大众电影		66、中外文摘		100、八小时以外	
33、你		67、山西文学			
34、炎黄春秋		68、纵横			

2007 年第 3 季度国内期刊访问排行榜

注：此排行是浏览排行，具体付费情况请参看各刊社年终销售报告

排行	刊名	排行	刊名	排行	刊名
1. 意林		35. 商业时代		69. 名作欣赏(鉴赏专刊)	
2. 青年文摘(绿版)		36. 伴侣		70. 故事林	
3. 青年文摘(红版)		37. 商场现代化		71. 南方人物周刊	
4. 新华文摘		38. 棋艺		72. 搏击	
5. 当代		39. 新民周刊		73. 爱情婚姻家庭·冷暖人生	
6. 电脑爱好者		40. 交际与口才		74. 深圳青年	
7. 北京文学		41. 大众摄影		75. 三联生活周刊	
8. 收获		42. 视野		76. 中国企业家	
9. 中国新闻周刊		43. 大众电影		77. 双语时代	
10. 财经		44. 长江文艺		78. 江门文艺	
11. 商界		45. 海外文摘		79. 国际经济合作	
12. 炎黄春秋		46. 今古传奇·故事版		80. 销售与管理	
13. 家庭		47. 中外文摘		81. 财经界	
14. 书报文摘		48. 北方经济		82. 诗刊	
15. 婚姻与家庭		49. 听薇		83. 军事文摘	
16. 人生与伴侣		50. 东西南北·大学生		84. 读书文摘	
17. 南风窗		51. 新财经		85. 知识窗	
18. 瞭望东方周刊		52. 健与美		86. 妇女之友	
19. 领导文萃		53. 大众医学		87. 传奇故事(上半月)	
20. 兵器知识		54. 中国经济信息		88. 意汇(黑白版)	
21. 小说月报		55. 青年文摘(彩版)		89. 中华传奇	
22. 男生女生(金版)		56. 会计之友		90. 装饰	
23. 十月		57. 时代影视		91. 文史春秋	
24. 理财周刊		58. 百科知识		92. 微型计算机	
25. 新周刊		59. 考试周刊		93. 精武	
26. 读书		60. 幸福		94. 中国经济周刊	
27. 轻兵器		61. 乒乓世界		95. 银行家	
28. 啄木鸟		62. 中国作家		96. 商界·城乡致富	
29. 青年博览		63. 教师博览		97. 环球企业家	
30. 中国国家地理		64. 沿海企业与科技		98. 经济与社会发展	
31. 卓越理财		65. 销售与市场·营销版		99. 恋爱婚姻家庭	
32. 人民文学		66. 书摘		100. 家庭百事通	
33. 今日文摘		67. 纵横			
34. 长篇小说选刊		68. 新青年			

2007 年第 3 季度海外期刊访问排行榜

注:此排行是浏览排行, 具体付费情况请参看各刊社年终销售报告

排行	刊名	排行	刊名	排行	刊名
1.	当代	35.	电脑爱好者	69.	天涯
2.	北京文学	36.	兵器知识	70.	现代兵器
3.	收获	37.	纵横	71.	女子世界
4.	人民文学	38.	青年文摘(绿版)	72.	女报
5.	啄木鸟	39.	医学美学美容	73.	福建文学
6.	长篇小说选刊	40.	海外英语	74.	八小时以外
7.	十月	41.	爱情婚姻家庭•冷暖人生	75.	当代小说(上半月)
8.	中国作家	42.	党员文摘	76.	旅游学刊
9.	轻兵器	43.	读书	77.	文史精华
10.	长江文艺	44.	传奇故事(上半月)	78.	花雨
11.	女性天地	45.	山西文学	79.	中华散文•我的故事
12.	海事大观	46.	家庭医学•新健康	80.	上海文学
13.	大众电影	47.	食品与健康	81.	天下奇案
14.	大众摄影	48.	当代军事文摘	82.	中国化妆品(时尚版)
15.	小说月报	49.	中老年保健	83.	坦克装甲车辆
16.	炎黄春秋	50.	章回小说	84.	文史春秋
17.	伴侣	51.	韵味	85.	电影画刊
18.	滇池	52.	好主妇	86.	北京文学•中篇小说月报
19.	中国国家地理	53.	浙江中医杂志	87.	男生女生(银版)
20.	时代影视	54.	听薇	88.	幸福•红颜情报
21.	幸福	55.	知识窗	89.	报告文学
22.	妇女之友	56.	意汇(黑白版)	90.	档案春秋
23.	家庭	57.	中国针灸	91.	检察风云
24.	启蒙(0-3岁)	58.	传奇•传记文学选刊	92.	党史博览
25.	故事林	59.	现代军事	93.	书摘
26.	新华文摘	60.	时代姐妹•情人坊	94.	广州文艺
27.	青年文摘(红版)	61.	中华传奇	95.	恋爱婚姻家庭
28.	烹调知识	62.	海外文摘	96.	健身科学
29.	婚姻与家庭	63.	山花	97.	父母必读•专业育儿资讯
30.	现代家庭	64.	山东文学下半月	98.	电脑知识与技术
31.	军事文摘	65.	星火•中短篇小说	99.	今日文摘
32.	大众医学	66.	芙蓉	100.	中外书摘
33.	祝您健康	67.	爱情婚姻家庭•生活纪实		
34.	科学投资	68.	女士		

第三部分 关于 2007 龙源期刊网络传播数据的分析报告

期刊网络传播以“篇”取胜

——2007 龙源网络传播 TOP100 文章的启示

龙源网络传播课题研究组

龙源期刊网自创立以来始终以传播中国优秀文化为己任,8年来始终站在中国期刊网络出版的前沿,不遗余力地对中国 2000 种期刊的数字化的内容在全世界范围内进行营销推广,取得了良好的效果。继 2005、2006 年龙源连续两年成功举办了年度网络传播排行发布,并为合作刊社分别提供了年度数据分析报告之后,本年度,龙源在原有对 TOP100 期刊解析的基础上进一步拓宽数据发布范围,对期刊网络传播的国内、海外 TOP100 篇文章进行公开发布,并对其分析和解读以期对刊社提供一些可以借鉴的内容。

一、由“刊”到“篇”:聚焦内容层面

本年度龙源期刊网推出的国内外 TOP100 篇文章,其目的就在于为刊社提供更加符合网络传播特质的资讯。期刊由网下的纸版发行到网上的数字传播,其内在涵义不仅是期刊传播方式的变化而且还是读者阅读方式的改变,通过解析国内外阅读 TOP100 篇文章,由“刊”到“篇”,聚焦内容层面,其目的在于通过对期刊篇章内容的分析来发现网络受众的阅读倾向提醒期刊编辑过程中值得注意的一些问题,通过对文章样态(文章类型、文章所属刊期)的分析来告诉刊社网络传播中期刊内容潜在的增值点。

分析传统的纸版期刊受众消费和阅读期刊的方式是以“期”或“册”为基本单位,而期刊的网络传播是以“篇”甚至是“标题”为单位,期刊网络传播的消费行为发生是以“篇”为计费单位。从这个层面上说期刊网络传播的“整刊传播”是网下的纸版期刊在网络空间内品牌与期刊形态的延伸,而由“标题”到“篇”再到“刊”的阅读路径才是网络传播的现实意义。

如果说纸版期刊之间的竞争是“刊”与“刊”之间的激战,那么在网络这个统一的平台之上,当受众面对搜索引擎和海量积聚的内容资源时更多或者说更直接竞争将细化到单篇文章。当打破了原有期刊的外部形态时,标题就成为吸引受众眼球的关键,导语成为指引受众阅读的路标,而单篇文章的内容质量则成为实现网络售卖的根本。

由“刊”到“篇”聚焦内容层面,其目的不仅仅是要通过对 TOP100 文章的分析透视其所隐含的内容编辑的意义,揭示在日趋成型的网络阅读环境中,刊社在编辑刊物的时值得注意的内容和要素。而且还期望通过对内容层面的发掘和研究为刊社提供相关的参照依据,与刊社共同探讨在网络传播环境下期刊内容编辑、资源整合和刊社经营。通过对国内外阅读 TOP100 篇文章的分析去发现网络阅读的一些特征或趋势,以期进一步打造好内容,推动网络和平面媒体的和谐发展,为刊社和龙源带来更好的社会效益和经济效益。

二、TOP100 文章的总体态势:绝对集中与相对分散的双面性

本年度的国内 TOP100 文章的上榜文章共涉及与龙源合作的近 2000 种杂志中的 30 种期刊,涉及到龙源 12 种期刊类别中的 9 类,分别是文学、文摘综合、时事政治、科技网络、女性家庭、管理财经、综合学术、人文艺术、时尚生活。值得注意的是,其中文学类的期刊

在百篇上榜文章占 68%，其他 8 类期刊占到其余的 32%，文学期刊由此显示出强劲的网络优势，这与文学在传统的平面媒体阅读中偏向疲软的整体态势形成了鲜明的对比。

图 1：国内 TOP100 文章各类别占有篇数

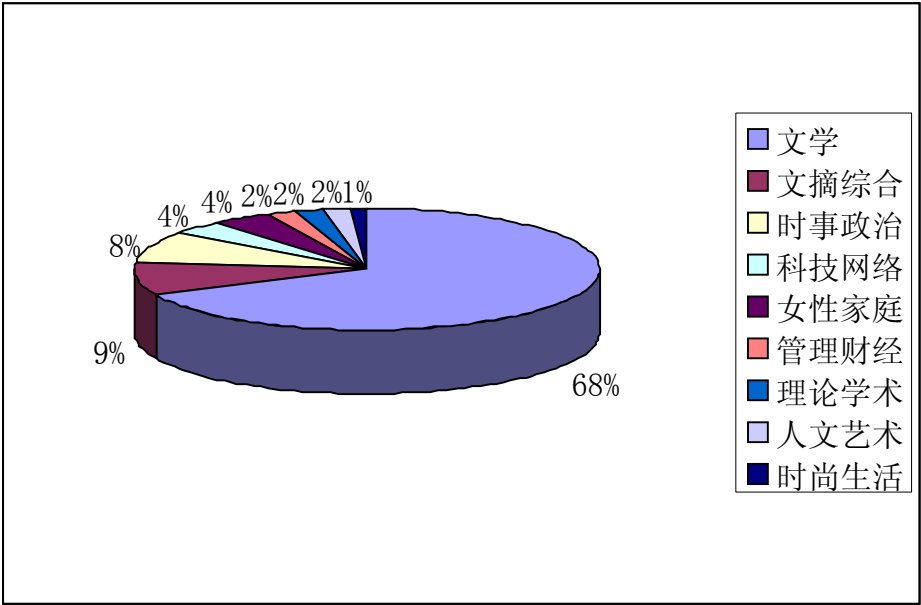
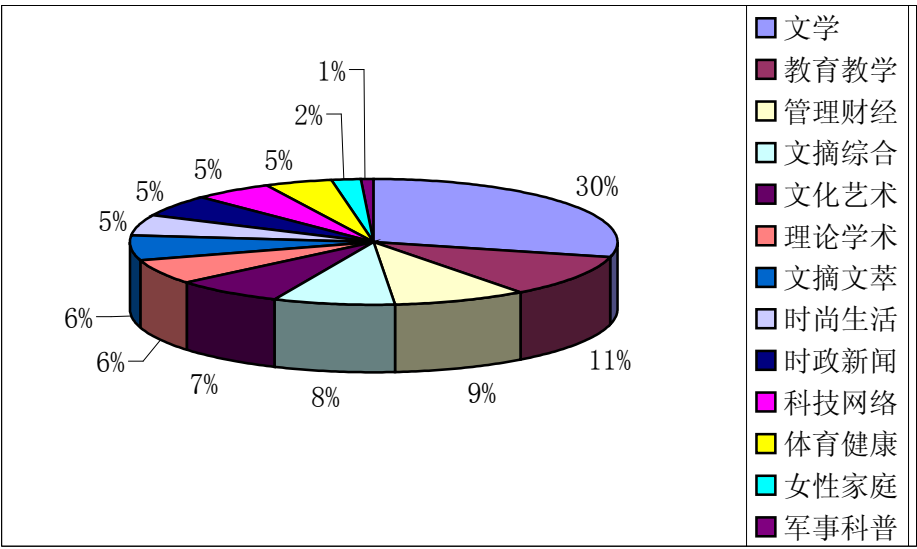


图 2：海外 TOP100 文章各类别占有篇数



相对国内来说,海外的入围 TOP100 篇文章在期刊类别上稍显均衡, 12 大类的期刊在海外的 TOP100 篇文章中或多或少都有所占位。与国内 TOP100 篇相似的是文学类期刊依然占据最大的份额, 在 TOP100 篇文章占有 32 篇的份量。与国内有所区别的是: 在国内没有入围 TOP100 的教育教学类期刊的文章在海外 TOP100 篇文章中却有 12 篇文章上榜, 为教育教学类期刊走出国门、接受世界范围的阅读或多或少增强了一些信心。

概观国内和海外 TOP100 篇文章类别占有情况, 一个比较明显的态势: 绝对集中与相对分散的同时并存。对比图 (1)、图 (2) 可以发现无论国内还是海外, 文学类期刊的文章在 TOP100 中占有绝对的优势位置, 显示了“绝对集中”, 而其余各类期刊入围 TOP100 文章在

数量上相差不大，显示了较大的“分散型”，这似乎可以提示我们在以“篇”为单位的网络传播中，读者阅读取向并非在各类别期刊之间完全泾渭分明，也并非“非某类刊物不读”或“非某刊不读”，龙源期刊矩阵打破了期刊在现实发行和传播过程中类与类、刊与刊之间的种种界限，在网络传播中为读者在不同类别期刊之间跨类别阅读提供了可能。网络传播中“好看”才是硬道理，如何打造好看的内容，那就是本项排行发布留给我们所有期刊人的课题了。关于文学类期刊在 TOP 双百篇中的出色表现，其原因在于文学类期刊文章的自身特质。文学类期刊多以“篇”为单位，单篇文章之间没有太多的联系，各篇自成一体，整体结构相对比较分散，主题之间的缺少必要的衔接和过渡。故事性强、时效性弱，相比较理论学术类、政经类期刊，其文章内容更富有感性特征，文学类特别是小说在本年度 TOP100 文章中的上佳表现昭示我们文学类期刊在网络传播中的群体性优势，同样，也在似乎在预示着文学期刊将借道网络迎来一个自身发展的春天。

二、TOP100 文章内容昭示网络阅读新趋势

新一代人的阅读形式将会更多的转变为网络阅读，这已经是不可逆转的趋势。当这一代人成为主流的阅读群体时，其中所蕴含的力量不容小觑。网络阅读一度被定义为浅阅读、泛阅读和娱乐化阅读。不少人认为网络阅读迅速及时但缺乏思想的沉淀，网络阅读浮光掠影但缺少深刻与回味，网络阅读娱乐大众但缺少严肃的态度。一方面网络汹涌奔来势不可挡，另一方面网络阅读似乎又因其自身的不成熟而引发种种的质疑与追问。本年度入围龙源期刊网 TOP100 篇文章似乎让我们在对网络阅读的传统界定中找到了一些新的元素，同时，通过对这一百篇文章内容的分析也发现了一些网民阅读倾向上的新变化。

休闲但不附会低俗

图（4）国内 TOP100 文章前 20 位的文章篇名

排行	文章名称	刊名	文章类型
1	万箭穿心（中篇小说）	北京文学	小说
2	初夜	收获	小说
3	白麦	当代	小说
4	各行各业	意林	笑话集锦
5	巴黎街头的吻	意林	散文
6	我有一双画家的眼睛	意林	散文
7	稚语灵光	意林	笑话集锦
8	民主社会主义模式与中国前途	炎黄春秋	时政
9	启蒙时代	收获	小说
10	男女关系之悲喜剧	小说月报	小说
11	执政者	啄木鸟	小说
12	陈大毛偷了一枝笔	收获	小说
13	新结婚时代	当代	小说
14	道德颂	收获	小说
15	有机自旋电子学	物理	学术论文
16	电脑功耗巧测算匹配电源心有数	网友世界	科技网络
17	成功的博客营销案例	出版参考	科技网络
18	用户类文档测试研究	计算机应用	科技网络
19	秋风拂面耐寒锻炼时	亲子	女性家庭
20	哑炮	小说月报	小说

对比 2006 年的 TOP100 上榜文章（未对社会公开发布，龙源 2006 网络传播数据报告册中含有此项内容）本年度的上榜文章已经能够更加丰满的体现网络阅读的特征以及新的趋向。小说在入围刊物中的高份额表明休闲阅读仍然是网络阅读的主流需求，但是休闲阅读并不等同于媚俗化阅读和低俗化阅读。伴随着日益成长起来的网民群体，休闲阅读的阅读内容更加的趋向于健康的，积极的和反映当前主流的社会生活形态的阅读内容。与 2006 年度国内 TOP100 中的入围文章的排名前两位的《裸女》和《裸聊，你聊还是不聊》相比较，本年度入围国内 TOP100 文章三甲的《北京文学》的“万箭穿心”、《收获》的“初夜”和《当代》的“白麦”，这些文章无论是篇名还是内容都显得深沉了许多。

娱乐但不放弃严肃

本年度的 TOP100 篇文章仍旧体现了网络时代阅读的娱乐化倾向，《意林》的“各行各业”、“稚语灵光”、《都市丽人》的“2007 星座运程抢先看”和《昕薇》的“D&G”的入围正是此阅读倾向在 2007 年度的延续。但是，有所不同的是在娱乐的同时严肃主题在本年度上榜文章中取向明显。在国内 TOP100 文章的上榜期刊中，《财经》的“邱兴华罪与罚”，《南风窗》的“部委‘利益分殊’进行时”，《新周刊》的“有一种毒药叫成功”，《民主与法制》的“谁把恨种进她心里”和《炎黄春秋》的“陆定一晚年的几点反思”、等着重于严肃主题的问题研究型文章的高调上榜似乎也在告诉我们，互联网并不仅仅只是在娱乐大众，网民的阅读并不拒绝严肃主题，网络阅读并不排斥深度的思考。

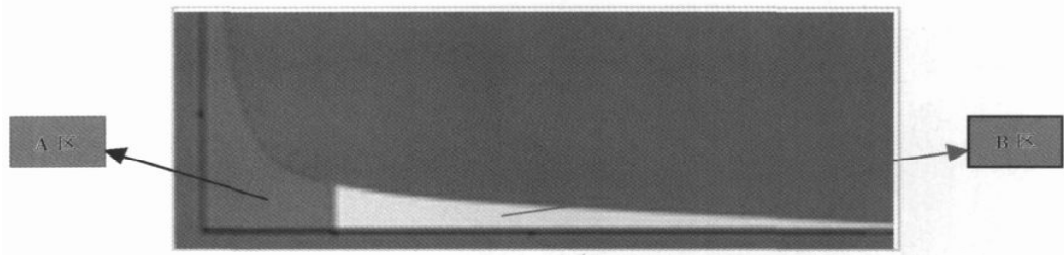
除此之外，青春励志类文章在榜单上也占有不小的份额，《意林》的“我有一双画家的眼睛”《青年文摘》的“我只看我拥有的”等以青春生活、励志为主要内容的多篇文章入围国内外 TOP100 文章足以证明仍旧是以年轻人为主体的网络阅读人群在生活娱乐的同时也开始从网络上寻求生活的意义和成长的经验借鉴，而由这一部分人主导的网络阅读也在朝着积极向上的方向发展，龙源作为优质内容的平台为互联网环境的净化提供着充足的资源感性也要获得实用自从网络阅读这一名词出现，人们似乎在潜意识里就认为网络阅读等同于感性阅读，但是感性阅读并不是非理性的阅读行为。本年度国内和海外的 TOP100 文章的一个明显的现象就是读者对实用性内容的关注。国内 TOP100 篇文章的前 20 篇中《网友世界》的“电脑功耗巧测算匹配电源心有数”，《出版参考》的“成功的博客营销案例”，《计算机应用》的“用户类文档测试研究”和《亲子》的“秋风拂面耐寒锻炼时”等偏重于实用性内容的文章入围 TOP10 文章国内前 20，这些文章成为仅次于小说类型文章的在前二十名中的赢家。海外 TOP100 文章的排行更加体现出这一趋势，海外读者对中国改革、金融、房地产、物流等比较关注。这与近几年中国经济增长迅速、房地产业高温不退，股市火爆，各种投资机会增多有直接的关系。海外读者通过阅读这些内容，一方面了解中国的经济政策导向、宏观经济走势，另一方面也可能与海外企业或个人的某些投资设想有某种程度上的关联性。

综上所述，在互联网飞速发展的今天，单纯地用“使用什么样的载体”来衡量阅读行为显然已经不符合网络阅读发展的新趋势了，当网民的数量日益增长，网民群体日益成熟、其网上阅读行为日趋理性时，我们已经开始进入一个媒体融合的时期，在一阶段，载体只不过是内容的外衣，数字媒体的外在形式并不会与纸介期刊的内容相冲突。

三、网络传播长尾更长：内容的延续与价值提升

近年来随着互联网经济的成长，长尾理论被提出且颇受重视，长尾理论这一概念是由《连线》杂志主编在 2004 年 10 月发表的《The Long Tail》一文中最早提出的，长尾实际上是统学中 Power Laws 和 Pareto 分布特征的一个口语化表达。下图是长尾理论的模型：

图（5）长尾理论模型



在上图的X Y的坐标系里，如果说Y对应期刊内容的销售收入或者说消费量，X对应不同的期刊内容产品。图中的一条反向曲线与X、Y轴形成了A和B两个区域。此处所提的长尾理论是和二八理论相对而言的。二八理论对应的是大的、集中的市场，见图中A区域部分，在这样的市场中，20%的期刊内容资源可以为刊社创造出80%的利润。而长尾理论对应的则是以前被忽略的小的分散的市场，见图中B区域部分，如图所示，这条尾巴越长，B区的面积就越接近A区。龙源期刊网TOP100篇文章也就验证了在期刊在网络传播的过程中可以借助长尾实现内容价值的延续。现实中期刊的实时销售关注的是区域A，而在期刊的网络传播中关注的将扩展至区域B。网络为期刊（限期的和过期的刊物）内容的销售提供了足够大的存储能力和足够快的到达受众的渠道。正如Chris所说，只要存储和流通的渠道足够大，销售品种足够多，需求不旺或销量不佳的产品共同占据的市场份额就可以和那些数量不多的热卖品所占据的市场份额相匹敌甚至更大。

如果说传统的期刊出版市场主要是对稀缺性内容资源的争夺，是在与时间赛跑，是通过当下主流的或者流行的内容进行争夺来创造利润的话。那么互联网则为被期刊销售忽略的在长时段里累积性和长久性内容资源的增值提供了机会。期刊的网络传播打破“期”的概念，让期刊的生命并不伴随“过期”而消亡。让“期”在更长久的时间段——半年，1年甚至X年产生累积效应。本年度龙源期刊网的TOP100文章正是显示了内容资源在网络空间里其生命力是可以得到延续的。

本年度TOP100国内上榜文章中，刊期为2007年的有75篇，而其余的25篇文章的刊期均为2006年（见下图）。

图（6）2007年国内TOP100文章中2006年的过刊文章一览表：

刊名	栏目	文章名	年	期号
意林	专栏	各行各业	2006	24
意林	新知博览	巴黎街头的吻	2006	24
意林	成功之钥	我有一双画家的眼睛	2006	24
意林	专栏	稚语灵光	2006	24
当代	长篇小说	新结婚时代	2006	5
物理	前沿进展	有机自旋电子学	2006	10
网友世界	技高一筹	电脑功耗巧测算匹配电源心中有数	2006	10
出版参考	港澳台之窗	成功的博客营销案例	2006	10
计算机应用	软件技术与典型应用	用户类文档测试研究	2006	10
亲子	喂养	秋风拂面耐寒锻炼时	2006	10
财经	边缘	邱兴华罪与罚	2006	26
南风窗	盘点中国	部委“利益分殊”进行时	2006	24

小小说月刊	尘世灯	一对失落的玉镯	2006	13
年当代	中篇小说	滑坡	2006	6
收获	长篇小说	誓鸟	2006	6
为了孩子	父母参考	小宝宝，“要”交往	2006	13
青年作家	新文本·特稿	闲话成都人的文化性格	2006	10
小说月报	中篇小说	天堂女友	2006	12
中国计算机报	新论语	电讯盈科股权变动的背后	2006	89
黄金时代	故事	中国姑娘的非洲姻缘	2006	10
收获	长篇小说	等待夏天	2006	5
当代	中篇小说	教案	2006	6
报告文学	长篇连载	在地狱门前徘徊的灵魂	2006	11
长篇小说选刊	长篇小说	生死疲劳	2006	7
青年文摘(绿版)	情感	我不很想你	2006	12

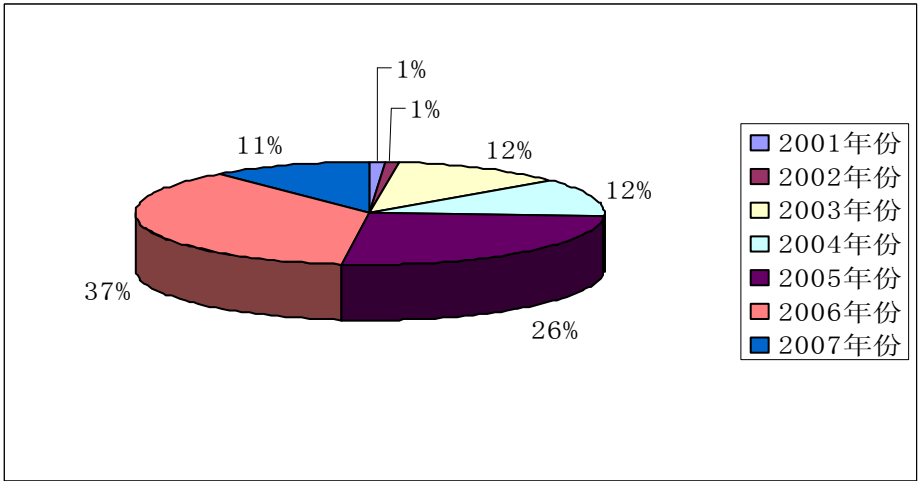
从以上相关列表中可以看到的是本年度的上榜期刊并没有完全的反映出“期”的时间性，也就是 2006 年的期刊内容在本年度的网络传播中依然可以受到受众的关注。在本年度的国内 TOP100 文章中其刊期最早可以溯至 2006 年的 5 月，上榜两篇文章分别是 2006 年第 5 期《当代》的长篇小说《新结婚时代》和 2006 年第 5 期《收获》的长篇小说《等待夏天》，且《新结婚时代》在本年度的排行中还位居前列。除此之外，2006 年上半年还有三篇文章入选国内 TOP100 文分别是《当代》的“滑坡”和“教案”，《收获》的“誓鸟”。

图（7）国内 TOP100 篇文章的期号统计

2007	合计占 75%	2006	合计占 25%
第 1 期	12	第 5 期	2
第 2 期	12	第 6 期	3
第 3 期	10	第 7 期	1
第 4 期	19	第 10 期	7
第 5 期	2	第 11 期	1
第 6 期	6	第 12 期	2
第 7 期	3	第 13 期	2
第 8 期	2	第 24 期	5
第 10 期	4	第 26 期	1
第 12 期	1	第 89 期	1
第 16 期	4		

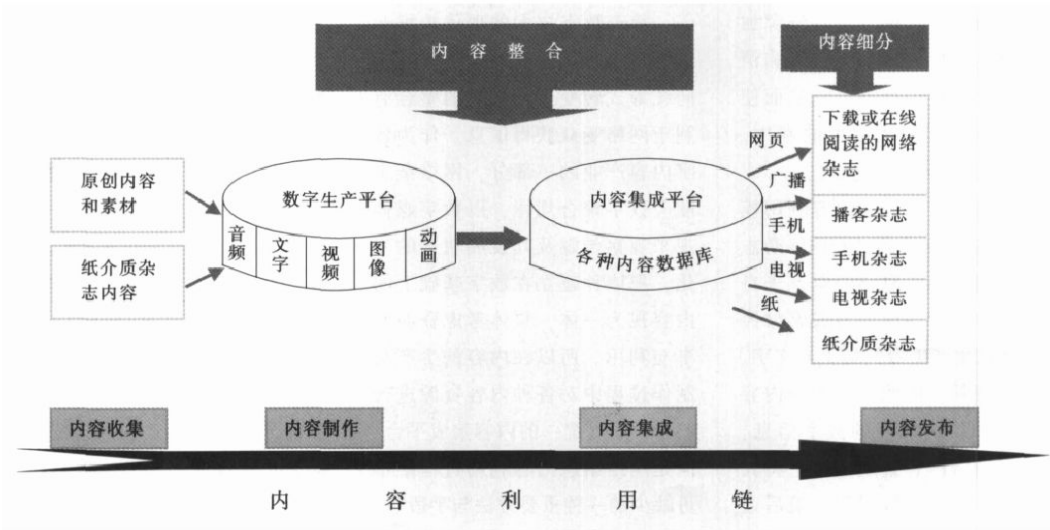
本年度的海外 TOP100 文章似乎更加可以印证网络传播时代的长尾究竟可以有多长？本年度入围 TOP100 海外榜文章的文章所归属的刊期经统计分析之后发现：刊期为 2007 年的仅有 11 篇，刊期为 2006 年的有 37 篇文章入围，2005 年 25 篇文章。2005 年以前还有 26 篇文章入围本年度 TOP100 篇文章。在海外榜的上榜文章中其刊期最远可以上溯至 2001 年第 7 期的《历史教学》中的《上海“韩国临时政府”旧址》一文。

图（8）海外 TOP100 篇文章各年份上榜期刊所占百分比



本年度入围海外 TOP100 篇文章 2007 年之前的期刊不仅在数量上占据优势地位，而且其整体排名也比较靠前。本年度 TOP100 篇文章海外排行三甲位置的文章期号均为 2006 年，分别是 2006 年第 2 期《花生文摘》的《Lohas! “乐活族”席卷全球》，2006 年《文学界》第 1 期的《曼娜回忆录》和 2006 年《小说月报·原创版》第 4 期的《绑定爱情》。国内和海外 TOP100 篇文章似乎都在提示我们在互联网传播中期刊的“期”不会“过期”，好的内容在互联网的空间内具有出色的长尾效应，可以为期刊创造长期的持续的效益，同时也为作品传播提供了长久的生存空间和传播平台。

当期刊遭遇其他的媒体时，内容资源的丰富以及相对专业性都是可以称道的优势，但是，“时间”也一直是期刊在传播的过程中无法与广播和电视竞争的制约因素。在期刊的传统出版领域，“过刊”意味着期刊生命力的周期性消解，而在网络传播的过程中期刊的生命力将更少的受制于“期”，而其内容的优势也将会伴随时间的累积而得到充分的发挥。一些刊社在与龙源探讨合作时有“害怕纸版发行会受到影响”的种种担心，在本年度发布的这些数据应该可以减少刊社的顾虑。作为期刊数字内容生产平台和内容集成平台，龙源一直致力于做的不是与刊社争夺已有的市场份额，而是通过内容资源的整合、加工甚至创造帮助刊社开拓新的市场，为其创造新的市场竞争优势。



如上图所示，在期刊的网络传播过程中，龙源期刊网帮助期刊的内容资源不仅获得空间上的跨度——通过网络传播打破期刊发行的地域和媒体的限制，同时也在时间上获得内容的延续。刊社为龙源期刊网提供的内容经过数字生产平台，原有的单一文字以更加丰富的样态呈现给读者，龙源将原有的单一的文字版本经过数字化加工后形成文本版、手机版、多媒体版和语音版等不同的版本。从内容的收集到内容的制作再到内容集成最后至内容发布，在龙源为期刊打造的内容利用链上，期刊原有内容不仅获得现时销售中的利润，而且还通过内容增值获得利润的长久增值以及文章内容的永恒。

从网络传播分类阅读 TOP10 看期刊竞争情势

龙源网络传播课题调研组

2007 年龙源期刊网对社会公开发布了在线合作期刊的分类 TOP10, 这对于横向了解期刊行业的整体态势和纵向了解同类期刊的发展状况具有十分重要的意义。通过对不同类别期刊和同一类别不同期刊的分析和研究, 通过对分类期刊群体中处于上游的组群(分类 TOP10)的现实状况的解析帮助刊社了解自身在同类别期刊中的占位情况和竞争态势。有学者指出: “类观是揭示期刊规律的科学方法。对期刊类群的研究不仅有望丰富期刊一般规律的内涵与体系, 而且有助于期刊类群的发展壮大”。此项分析的可操作性是基于类别在刊物中的客观现实存在及龙源发布的分类 TOP10 的排行, 前者是此分析成立的期刊自身所必备的特质, 而后者是此研究报告形成的客观事实依据。

一、分类 TOP10 期刊产生于十二大分类

与纸介质期刊阅读有所区别的是网络阅读为读者提供了多条到达所需目标内容的路径: 关键词——文章——刊物、类——刊物——文章、导语——文章——刊物、专题——文章——刊物, 网络所提供的阅读路径是多级次, 多通道的。这为有着不同阅读目的、不同阅读兴趣和阅读习惯的读者提供了找到满足其个性化阅读需求。在网络传播中, 明晰期刊的类别归属是为了帮助搭建合理的阅读路径, 减少读者在查找目标内容时遇到的障碍, 使读者能够更加快捷的找到所需内容。

龙源对与之合作的期刊进行归类的事实依据是期刊内容, 这种归类方式既遵从了纸介期刊类别归属的传统, 同时也照顾到网络阅读以内容为导向的特点。研究中我们发现龙源分类 TOP10 期刊的一个共同点就是这些刊物的类别归属基本清晰, 这也从一个侧面印证了类别归属清晰的期刊才能让读者更快找到, 刊物也只有在最短的时间内到达用户才能够在以速度优势著称的网络传播中占得先机。

网络阅读中类别归属的意义提示我们明晰期刊内容定位的重要性, 在期刊的网络传播中内容定位应该细化到刊物的具体栏目、单篇文章甚至导语, 清楚的定位可以帮助准确而有效地锁定目标受众。龙源期刊网基于与之签约的刊物内容, 经过慎重研究之后将其分为十二大类。这十二大类分别是: 文摘综合、管理财经、文学、人文艺术、科技网络、女性家庭、时事政治、体育健康、理论学术、军事科普、时尚生活和教育教学。在分类过程中虽不能保证所有的刊物的归属都十分准确和清晰(事实上有些刊物自身的类别属性是比较模糊的), 但这十二大类已经能够基本上代表目前龙源期刊矩阵的主流类别格局。基于这 2000 种左右期刊基础上的类群分析可以为进一步研究期刊在网络传播过程中的总体类别特征和整个期刊业同类别期刊的竞争情势提供一些借鉴的可能。

二、龙源网络传播分类 TOP10 的总体态势

在龙源已有的十二大类别期刊中, 不同类别在龙源期刊矩阵中的表现不尽相同, 按照分类别和 TOP100 期刊的排名先后顺序比照(见表 1)之后发现龙源发布的分类 TOP10 期刊, 大体上存在三大优势类群, 国内分类 TOP10 中第一优势类群是文摘综合类、管理财经类和女性家庭类和文学类。第二优势类群是: 时事政治类、体育健康类、人文艺术类和时尚生活类, 第三优势类群是: 科技网络类、军事科普类、教育教学类、理论学术类。海外的总体类别情况与国内有稍有不同, 在海外榜上第一优势类群是文学类、女性家庭类、体育健康类、文摘综合类, 第二优势类群是时尚生活类、军事科普类、理论学术类、文化艺术类, 第三优势类群是时事政治类、教育教学类和管理财经类、科技网络类。

表（1）2007 龙源国内、海外分类 TOP10 刊物在 TOP100 期刊中的占数：

类别（国内）	TOP100 中的数量	类别（海外）	TOP100 中的数量
文摘综合	10	文摘综合	10
管理财经	10	体育健康	10
女性家庭	10	女性家庭	10
文学	10	文学类	10
体育健康	7	人文艺术	8
时事政治	7	军事科普	6
时尚生活	6	时尚生活	5
人文艺术	5	理论学术	5
军事科普	3	教育教学	4
科技网络	3	时事政治	4
教育教学	1	管理财经	2
理论学术	1	科技网络	1

比较国内、海外各类群的不同表现之后可以发现国内、海外的受众群体所关注的期刊在类别上有共性也有差异。国内、海外的网络传播中被共同关注较多的期刊类别是文摘综合、女性家庭和文学三大类，这三类期刊在国内外榜单上都位居第一优势类群的行列，国内、海外之间的差异较大的是：国内位于第一优势类群的管理财经类在海外成为第三优势类群，而国内的体育健康类期刊在海外成为受关注程度较高的期刊，相比较而言，国内和海外受关注度较低的是科技网络类和教育教学类期刊。国内外在期刊类别选择上所表现出的相似之处，反映出当前网络阅读在总体上仍以休闲阅读、感性阅读、实用性阅读为主，其具体反映在受众倾向于选择感性阅读和休闲阅读的女性家庭类、文学类和文摘综合类期刊。此类期刊在国内、海外榜单上均受到较高程度上的关注，而内容偏重理性认知的理论学术类、网络科技类和教育教学类刊物被网民的关注度相对较低。国内对管理财经类期刊的关注和国外对这一类别的“不太关注”提示我们此类期刊会直接受到经济形式不同变化趋势影响的，从这个意义上说管理财经类刊物具有明显的地域和国情特征，较其他类别更适宜国内阅读，其走出国门的步伐可以适当放缓。

分类刊物的前 10 名及其在 TOP100 中的占位，已经为我们简单勾勒出刊业外在类别发展变化的曲线，它给期刊网络传播提供的现实借鉴是：1、休闲阅读和情感阅读依然是网络阅读的重点，这决定了以情感抚慰和生活休闲为主题的刊物将继续在网络传播中走强。2、文摘综合类刊物将继续在期刊的网络传播中占据优势，此类期刊以其精选、摘要、综合信息的本质特征与网络传播海量信息集成的特质在一定程度上的重合将使其在网络传播中继续占据优势。3、国内和海外对期刊的类别有一定的选择倾向，地域性和时效性相对较弱，而知识性和技能性相对较强的刊物更适合海外手中的阅读需要。

三、“读网时代”的同类刊物竞争情势分析

中国出版科学研究所 2006 年完成的第四次国民阅读调查显示：连续 6 年来，国民图书阅读率持续走低，但是随着技术的发展，人们的非纸介阅读机会却在相应地增加，网络阅读却连续 6 年成倍增长。网络阅读成为读者的第二大阅读方式。有人预言人类正逐渐走进一种全新的阅读时代——“读网时代”。在“读网时代”，当期刊的内容资源优势与网络新的传播方式以及网民新的阅读方式达到最佳组合时，将会迸发出巨大能量，网络用户持续增长所潜在的巨大发展空间都是传统纸介期刊不能忽视的。而“读网时代”同类刊物之间竞争的胜败

是由隐匿存在的信息化社会的社会基础——网民所决定的。从这个意义上说，龙源期刊网的用户选择从一定程度上能够客观反映出期刊在网络传播中可能的倾向，也进一步表明在“读网时代”，无论“网上”还是“网下”，同类期刊之间竞争的重点依然是争取受众。

同类期刊因其内容定位相近，读者对象相似而成为竞争的重点。因此，对同类期刊之间竞争格局和态势的分析对刊社来说就显得格外重要。一本期刊要清楚自己在同类别期刊中的位置，在同类别期刊中与之内容、定位相似的刊物有哪些，自己的竞争对手处于那种位置？对方哪篇文章和栏目赢得了高阅读率？对于这些问题龙源所提供的网络传播数据都可以给出比较满意的答案。刊社只有在竞争中获得竞争对手相对较准确的信息才能够在与对手过招时获得打败或追平甚至超越对手的机会。龙源期刊所提供的分类期刊 Top10 的上榜期刊则为各个刊社提供了分类别刊物之间网络传播中具体占位情况和大致竞争态势。

表（2）2007 年文学类 TOP10、管理财经类 TOP10、女性家庭类 TOP10 和体育健康类国内 TOP10 入围期刊名单

文学类	管理财经类	女性家庭类	体育健康类
当代	财经	婚姻与家庭	棋艺
北京文学	卓越理财	人生与伴侣	精武
今古传奇	商界	伴侣	大众医学
故事林	商场现代化	幸福	食品与健康
杂文选刊	商业时代	家庭	搏击
收获	理财周刊	爱情婚姻家庭·冷暖人生	乒乓世界
小品文选刊	新财经	女子世界	武当
人民文学	科学投资	为了孩子	科学养生
诗刊	中国经济信息	祝你幸福·午后版	婚育与健康
美文	销售与市场营销版	家庭百事通	中国医药导报

分立割据之文学类

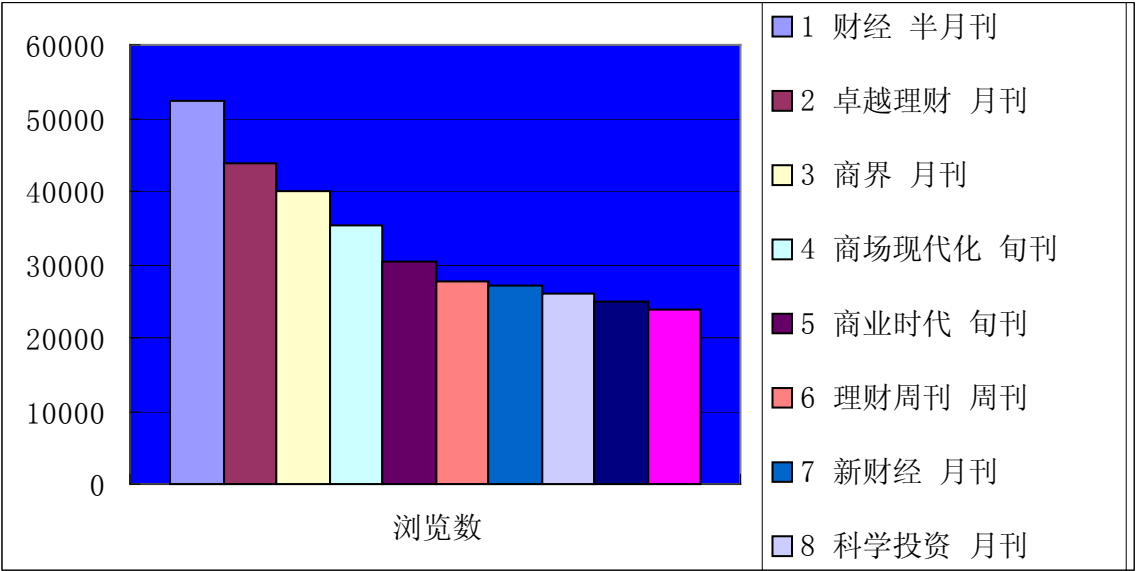
国内和海外文学类 TOP10 的期刊也同时是龙源国内外 TOP100 期刊中的上榜刊物，且各刊之间无论是类别排名差异还是总榜单中的位次升降变化都相对较小，由此看来文学类各刊在整个文学期刊版图中呈现出的是一种品牌角力的局面。相互咬合、交替上升是在此类别榜单占位上的外在表现，《当代》、《北京文学》、《收获》、《人民文学》等以小说为主的综合性老牌文学刊物依旧占据了文学类期刊的主力位置。《今古传奇·故事版》、《故事林》等以传奇故事为主偏向通俗内容的期刊在整个文学类期刊中虽数量不多（在龙源 152 种文学类刊物中有 21 种）但其表现却十分出众，有 2 种期刊入围文学类国内 TOP10，且在 TOP100 的总榜单中处于比较靠前的位置。《杂文选刊》、《小品文选刊》、《诗刊》、《美文》四种以非小说故事题材为主要内容的刊物入围文学类的 TOP10，这四种刊物在 TOP100 的总榜单上处于后半段（从 71 位到 100 位）的位置。

综上所述，网络阅读时代的文学类期刊的竞争重点是单篇文章是否具有吸引力，与其它以时效性和连续报道见长的期刊相比较，文学类期刊单篇阅读的非连续性更加适合网络阅读的下载需要，且其本身的“去时效性”也为“由刊到网”传播的滞后性也为这类期刊争取到了相对有利的传播机会。不同内容偏向的文学类刊物所呈现出的分立割据局面提示我们的是网络阅读时代的受众群是庞大而隐匿，网络只对一部分人开放的格局已经发生改变，受众群体的差异性决定了受众需求的多元化和多层次性，这种需求为同类刊物提供了可以存在的理由和可能发展的空间，也要求期刊在竞争中找到自身所长和受众所需的结合点。

群雄并起之管理财经类

管理财经类是龙源期刊矩阵中总体数量较多的一类，此类期刊的总体表现在本年度颇为抢眼。在管理财经类（国内）TOP10 的榜单上值得注意的是其群体性卓越表现。管理财经类（国内）TOP10 的第 10 位《销售与市场·营销版》在 TOP100 总排名中位列第 56 位，而未进入管理财经类（国内）TOP10 的刊物中还有 8 种进入国内总排行 TOP100 期刊。

表（3）2007 年国内管理财经类 TOP10 及其阅读量



本年度的管理财经类期刊的网络传播态势如中国股市目前所经历的牛市一般普遍走强，且此类 TOP10 的各刊之间在浏览次数上也比较接近。如上表所示的《卓越理财》与《商界》、《商场现代化》与《商业时代》之间的差额都在 5000 点之内，而《理财周刊》与《新财经》之间的 600 点左右的差额使得它们之间的竞争更加趋于激烈。而这种竞争的激烈性在群体性的崛起中造就出管理财经类期刊群雄并起的较好格局。仔细研究入围前 10 名的期刊会发现，比较其它类别期刊，管理财经类期刊的内部结构相对较为合理，在这 10 种期刊中，泛财经类的期刊有《财经》、《新财经》、《中国经济信息》，偏重于投资理财类的期刊有《卓越理财》、《理财周刊》和《科学投资》，《商界》、《商场现代化》、《商业时代》和《销售与市场》内容则偏重于营销管理方面。由此可见，管理财经类期刊的群雄并起的外部刺激因素应该归因于本年度国内较热的经济形势，而其内部动因则要得益于刊物类群内部结构的相对合理配置。

暗潮涌动之女性家庭类

表（4）女性家庭类期刊 2006 年、2007 年国内排行对比：

2006 排行	刊名	2007 排行	刊名
1	婚姻与家庭	1	婚姻与家庭
2	幸福	2	人生与伴侣
3	现代家庭	3	伴侣
4	爱情婚姻家庭	4	幸福
5	为了孩子	5	家庭
6	妇女之友	6	爱情婚姻家庭·冷暖人生
7	伴侣	7	女子世界
8	女性天地	8	为了孩子
9	祝你幸福·午后版	9	祝你幸福·午后版
10	人生与伴侣	10	家庭百事通

与 2006 年度相比，本年度的女性家庭类期刊的表现平静而温和。2006 年女性家庭类期刊 TOP10（2006 年未向社会公开发布，在《龙源 2006 网络传播数据报告册中含有》）中的《现代家庭》、《妇女之友》和《女性天地》，2007 年新入围的女性家庭类 TOP10 期刊是《家庭》、《女子世界》和《家庭百事通》。与 2006 年相比，女性家庭类期刊的整体表现比较平稳，没有出现大起大落的局面。

女性家庭类 TOP10 在国内和海外的 TOP100 期刊总排行中的排名也较好，位居第十位的《家庭百事通》在国内 TOP100 中的排名是第 87 位，但是，此类刊物在内容上比较明显的现象是：各刊之间多同质化而少差异性。女性家庭类期刊因其面对的读者群体相对集中，其内容定位上的独特性并不突出，这也成为女性家庭类期刊各刊之间差异不大的主要原因。因其刊物之间表现并不明显的差异造成的未来可预计的结果是，差异化的内容将成为这类期刊在众多同类别期刊中脱颖而出的法宝。在这一类型期刊的网络传播中如何用特色内容有效地锁定目标受众，是实现刊物内容有效传播的关键。本年度从女性家庭类期刊是平静表象之下暗潮涌动，从入围 TOP10 期刊的自身情况和其现实生存状态可以推知的是此类期刊竞争会日趋激烈。

平分秋色之体育健康类

本年度体育健康类 TOP10 期刊的具体表现是各刊国内、海外两榜平分秋色，虽入围 TOP10 的期刊存在个别差异，但相同之处是国内 TOP10 有 7 种期刊入围国内 TOP100 总排行，而海外的此类别 TOP10 的各刊则全部入围海外 TOP100 的总榜单。且内容偏重于医药保健的各刊在浏览率上的差别很小，差额最大的 2000 点左右，而在海外榜单上的《家庭医学新健康》和《科学养生》之间的差额仅为 20。这些刊物的共同点是大多以提供实用性信息为主，这也与网民在使用网络时的实用性目的在一定程度上相吻合。

表（5）2007 年体育健康类国内、海外 TOP10 对比：

国内排行	刊名	国外排行	刊名
1	棋艺	1	中老年保健
2	精武	2	大众医学
3	大众医学	3	养生大世界
4	食品与健康	4	祝您健康
5	搏击	5	保健与生活
6	武当	6	现代养生
7	科学养生	7	健身科学
8	婚育与健康	8	健康向导
9	中国医药导报	9	家庭医学·新健康
10	现代养生	10	科学养生

值得关注的是海外榜对体育健康类期刊特别是其中偏重于医药保健类的刊物特别关注，海外 TOP100 的榜单上体育健康类 TOP10 期刊全部入围，而入围体育健康类前 10 名的期刊内容几乎全部偏向于医药保健。这十种刊物分别为：《中老年保健》、《大众医学》、《养生大世界》、《祝您健康》、《保健与生活》、《现代养生》、《健身科学》、《健康向导》、《家庭医学·新健康》和《科学养生》。这类刊物在网络传播中海外市场的群体悦读程度上提示刊社这类刊物在国外市场上存在一定的现实需求。

以上四类期刊的共同之处在于同类别刊物之间的浏览率差额较小，从一定程度上说明文学类、女性家庭类和管理财经类同类刊物的内部竞争格局尚未形成，在这些类别的刊物中没有任何一种刊物是处在绝对优势的位置。这也从另外一方面说明在网络传播中，任何一种期刊都有占据其相同类别中优势位置的可能性。与这三类期刊不同的期刊类别是文摘综合类、科技网络类和教育教学类，结合其网络阅读的浏览次数发现这三类期刊具有的一个共同特征：每一类别内都有 1—2 种刊物处于同类期刊的领头位置。处在分类 TOP10 中的前几位的刊物和分类 TOP10 的后几位的刊物无论是在 TOP100 的总排名中还是网民的浏览次数上都存在比较明显的差异。

表（6）2007 年文摘综合类、科技网络类、教育教学类 TOP10 国内上榜期刊及排行

排行	文摘综合	科技网络	教育教学
1	青年文摘(红版、绿版)	电脑爱好者	教师博览
2	意林	电脑迷	班主任
3	书报文摘	计算机应用文摘	教育艺术
4	今日文摘	互联网周刊	中学语文教学
5	视野	微型计算机	新东方英语
6	交际与口才	中国计算机报	考试周刊
7	海外文摘	IT 时代周刊	中小学心理健康教育
8	东西南北·大学生	电脑知识与技术	语文教学与研究(综合天地)
9	书摘	网友世界	海外英语
10	读书文摘（青年版）	网络与信息	课外阅读

三足鼎立之文摘综合类

在龙源期刊矩阵中文摘综合类有近百种，此类期刊的总体实力也却相对较强。这类期刊在总排行上绝对领先的优势让人侧目。但是，在文摘综合类刊群整体走高的情势之下，其内部也存在一定程度上的不平衡，突出表现就是《青年文摘》、《意林》在此类期刊中压倒性的优势地位。在龙源期刊网络传播的过程中，《青年文摘》两个版本之间表现出势均力敌，可以说这也从一定程度上证明了《青年文摘》分版的成功。由此，《青年文摘》上半月红版和下半月绿版与《意林》一同形成文摘综合类期刊三足鼎立的局面。在它们之间，竞争和借鉴并存。网民对品牌期刊的接受和肯定也在以它们为首形成的文摘综合类期刊总体格局中得到了充分的体现。

但客观来说，文摘综合类期刊的整体走高得益于《青年文摘》、《意林》和《书报文摘》等品牌期刊的拉动作用，在龙源网络平台上已有的近百种文摘综合类期刊中有此佳绩的毕竟为数不多，大多文摘类期刊所面对的是如何在众多类似刊物中脱颖而出。而当前，从龙源已有刊物的内容上看，在文摘综合类期刊办刊人面前一个亟待解决的问题是：如何避免低水平的重复性内容生产，做出特色文摘期刊。日益分众化、小众化的读者需求为综合文摘类期刊提出了生存的挑战，同时，也给予他们转型和发展的良机。

一支独秀之科技网络类

《电脑爱好者》在科技网络类期刊中一枝独秀，过十多万次的刊物浏览率以及在 TOP100 排行榜中位居第四的骄人成绩，《电脑爱好者》远远领先于其他的科技网络类期刊。在科技网络类的国内 TOP10 的第二位的《电脑迷》和第三位的《计算机应用文摘》入围国内 TOP100 分别位居第 47 位和第 59 位，其他期刊则未进入 TOP100 的榜单。在期刊的网络传播过程中，《电脑爱好者》为何能够在众多内容相似、题材相近的刊物中脱颖而出，其竞争的法器是什么？

作为网络传播的中介和桥梁，在龙源这个平台上，因网络的开放性和兼容性，所有的期刊获得的是平等的竞争和发展机会。在网络多元异质的空间内，在面对网民多元化的需求时，《电脑爱好者》何以能够占据科技网络类期刊中绝对优势的位置？这个原因值得龙源作为期刊内容的网络传播者和刊社作为传播内容的制作者双方应该共同探讨，这个探讨的结论对科技网络类期刊的整体发展将产生一定的借鉴意义。

蓄势待发之教育教学类

近 400 种的教育教学类期刊是龙源刊群中数量最多的一个类别，但一个值得关注的问题是教育教学类期刊并未像其所有的刊物数量一样在用户的阅读率上占据优势位置。比较其他类型的期刊来说，教育教学类期刊的阅读率在整个龙源期刊集群中相对弱势。在本年度教育教学类 TOP10 期刊中国内入围 TOP100 的期刊仅有《教师博览》，在海外榜上入围的是《中小学信息技术教育》、《启蒙》和《海外英语》。目前在网络传播中教育教学类期刊的总体表现并不尽如人意。究其原因，作为此类刊物读者的中小學生可能没有太多时间网上阅读，个人用户市场不活跃，对此，龙源正在中小学推广电子期刊阅览室，此举是通过学校购买资源，配合学校实现班班通、校校通，来促进中小學生的广泛使用。暂时的低谷孕育着巨大的市场。教育教学类期刊在总体数量上的绝对优势成为其在网络传播中获得优势的基数，而其所面对的用户群——学校，将是网络期刊用户中最有潜力的一支。鉴于目前教育教学类期刊暂时的低迷状态和其资源优势与用户优势在相互结合时所可能生发出的巨大能量，我们有理由相信的是整个教育教学类期刊的内部竞争以及其与网络运营商的积极合作将成为其爆发力量的源动力。

截然不同之时事政治类

本年度龙源发布的时事政治类 TOP10 国内榜有 6 种入围 TOP100 的总排行,海外榜有 4 种期刊入围 TOP100, 此类别国内和海外两榜在阅读取向上显示出比较明显的差异, 国内 TOP10 偏重于时事新闻, 如《中国新闻周刊》、《南风窗》和《新周刊》, 而海外 TOP10 则偏重于党史资料方面的《炎黄春秋》、《纵横》、《党史博览》和《百年潮》。

表（7）2007 年时事政治类 TOP10 国内、海外对比：

排行	国内	国外
1	中国新闻周刊	炎黄春秋
2	南风窗	纵横
3	新周刊	党史博览
4	领导文萃	百年潮
5	炎黄春秋	民主与法制
6	南方人物周刊	法律与生活
7	看世界	世界知识
8	世界知识	南风窗
9	民主与法制	党员文摘
10	新民周刊	检察风云

当前, 中国乃至世界刊业的发展态势都不是十分明朗, 某些类别开始表现出一些颓势, 比较龙源 06 年和 07 年的相关数据可以发现虽然时事政治类期刊的总体态势在本年度有所下降, 但是时事政治类的浏览率特别是一些名牌大刊的浏览率却在持续上升中。时事政治类刊物正在不断的改版过程中找准自身的内容定位和锁定目标读者, 在这一探索的过程中, 虽总体呈现疲态但在网络传播过程中此类刊物浏览率的上升可以表明时事政治类刊物正在走出“影响力大但生存困难”的泥沼, 逆势而上寻求自身可以稳定上升的发展空间。

交相辉映之军事科普类

表（8）2007 年军事科普类 TOP10 国内、海外对比

排行	国内	国外
1	轻兵器	轻兵器
2	兵器知识	军事文摘
3	军事文摘	海事大观
4	百科知识	兵器知识
5	海事大观	现代军事
6	坦克装甲车辆	当代军事文摘
7	当代军事文摘	坦克装甲车辆
8	现代兵器	世界科幻博览
9	现代军事	现代兵器
10	农村百事通	解放军生活

对比国内外排行可以发现军事科普类无疑是 TOP10 的所有类别中, 国内和海外两榜入围期刊重合度最高的。国内海外共同上榜的期刊在此类别榜单上有 8 种, 分别是:《轻兵器》、《兵器知识》、《军事文摘》、《海事大观》、《坦克装甲车辆》、《当代军事文摘》、《现代兵器》、和《现代军事》。在所有的 12 类别中, 由于国内和海外上的期刊阅读群体在知识文化背景以

及阅读习惯上的差异，一般情况下，国内海外的上榜期刊在类别上会有比较大的差异。但在国内和海外榜单上军事科普类的高频度重合说明了一点也就是国内和海外用户在军事科普类具体期刊的选择上基本一致。细分军事科普类期刊之后，在这一类别刊物中有不少无论标题还是内容都在某种程度上的相似或相近，如《轻兵器》和《兵器知识》，《军事文摘》和《当代军事文摘》。当同类期刊同台较量时，刊物的内容质量就成为决定其受众选择的关键标准之一。

分而治之之时尚生活

当下“时尚”成为了一个相对比较庞杂的概念，一些杂志喜欢高举“时尚”的旗帜从而获得定价及杂志销售上的优势。“时尚”这个相对模糊的概念也给许多有意为之的期刊提供了机会。龙源将此类别命名为“时尚生活”其目的就在于用“生活”限定和扩展“时尚”，龙源所归类的时尚生活是生活中带有时尚元素的和时尚中具有生活意味的。基于这个意义之上，此次的时尚生活类期刊收入了《烹调知识》、《装饰》和《双语时代》。与现实纸介期刊日趋白热化的时尚杂志激烈竞争相比较，在龙源期刊矩阵中时尚生活类期刊的网络传播目前还处比较温和的时期。这一方面说明了目前时尚杂志的刊物内容与其他以内容优势取胜的综合类刊物处于同一竞争平台时，其刊物内容在一定程度上处于非优势位置，而另一方面也说明在网络传播中时尚生活类期刊的有很大的待上升空间。

表（9）2007 年时尚生活类国内、海外各刊对比：

排行	国内	海外
1	昕薇	昕薇
2	装饰	烹调知识
3	烹调知识	优雅
4	优雅	医学美学美容
5	悦己	悦己
6	中国化妆品（时尚版）	中国化妆品（时尚版）
7	医学美学美容	旅游纵览
8	时尚内衣	潇洒
9	双语时代	舒适广告
10	缤纷家居	装饰

观察和分析本年度龙源时尚生活类期刊 TOP10，可以发现的是时尚生活类期刊上榜期刊都具有相对集中的内容、比较清晰的受众群和相对固定的服务对象。《昕薇》、《装饰》、《烹调知识》、《双语时代》、《时尚内衣》已经不再拘泥于服饰、美容等等，而是涉及时尚生活的各面，这样有效的避免了内容的重复。在此类别中，各刊针对某一内容进行专门化的报道，避免“什么都有”的综合时尚是这些期刊入围 TOP10 的必要条件，这也给众多的此类别期刊提供了借鉴——“时尚”唯有与相对清晰的期刊定位结合在一起才能够同质化的图片大战中获得生存和发展。

出人意料之理论学术类

在人文社科类期刊中，理论学术类刊物承担着学术理论建设的重任，对繁荣文化，促进科学发展有着不容忽视的意义。在龙源以大众文化传播为主的期刊网络传播中，理论学术类期刊的整体中的个别刊物表现是让人瞩目的，比如《新华文摘》在年度的理论学术类期刊国内榜位居第一，且在 TOP100 的总榜单上也位居前端。海外 TOP10 位居第一的《北京体育

大学学报》在海外 TOP100 中也居于前列，即出乎意料又似乎在意料之中，人们对 2008 奥运的热情期待已见一斑。

表（10）2007 年理论学术类国内、海外入围期刊：

排行	国内	海外
1	新华文摘	北京体育大学学报
2	社会科学论坛	新华文摘
3	名作欣赏(学术专刊)	学术月刊
4	文艺研究	文史精华
5	新闻爱好者	武汉大学学报(社会科学版)
6	文史月刊	文史春秋
7	理论前沿	文史月刊
8	新闻与写作	江苏大学学报（社会科学版）
9	旅游学刊	中国道教
10	文艺争鸣	人文杂志

对比国内和海外的 TOP10，在学术类期刊中唱主角的是综合性刊物而非专业性刊物，国内与海外在此类别上有明显不同，海外 TOP10 中有三种学报上榜《北京体育大学学报》、《武汉大学学报（社会科学版）》和《江苏大学学报（社会科学版）》，而国内学报类却没有入围 TOP10。在龙源为各社提供的个性化数据报告——期刊每期访问排行中我们可以得到一些与之相关的答案，具体到《北京与大学学报》其在 2007 年第 2 期和第 6 期获得的高浏览率是成就其年度综合类海外榜 TOP10 第一位置的首要原因。在国内的理论学术类的 TOP10 中偏重文艺的《名作欣赏（学术专刊）》、《文艺研究》、《文史争鸣》在海外 TOP10 中没有体现。

各取所长之人文艺术类

在网下的现实空间中，相比较时尚生活类刊物，人文艺术是一个相对比较弱的群体，但是在网上的传播中人文艺术却显示出了巨大的能量。在本年度的人文艺术类（国内）TOP10 中有 5 种期刊入围国内 TOP100，海外的人文艺术类的 TOP10 更是有 9 种期刊入围了海外榜的 TOP100。

表（11）2007 年人文艺术类国内、海外 TOP10 入围期刊

排行	国内	海外
1	大众摄影	大众摄影
2	中国国家地理	大众电影
3	读书	时代影视
4	大众电影	中国国家地理
5	时代影视	读书
6	电影画刊	中国京剧
7	收藏	电影画刊
8	文化博览	艺术市场
9	电影评介	漫画月刊
10	收藏界	钢琴艺术

国内和海外都上榜的期刊有《大众摄影》、《中国国家地理》、《大众电影》《读书》、《时代影视》、《电影画刊》六种，在此类别的 TOP10 中，侧重于电影的期刊有 3 种《电影画刊》、《大众电影》和《时代影视》，内容虽都集中指向影视，但其具体的内容和读者定位上都存在差异。《收藏》与《收藏界》两刊的刊名差别不大，但是，《收藏》的主要内容是物以及与之相关的人和事，而《收藏界》却是以事和人主涉及与之相关的物，这类期刊虽题名相近，但在具体内容上却各取所长，内容的独特性和具体内容的差异性使得这些期刊在同一类别中共生共存。

以上通过对龙源期刊矩阵分类别期刊竞争情况和发展态势的简单分析，我们对龙源合作的 12 大类期刊群体状况有了一个整体的印象，分析未必得当，只是期望可以为刊社提供一些有益的借鉴。网络阅读区别于传统的纸介阅读，网络传播与期刊的现实流通也存在诸多的差异。而龙源从始至终致力于做的就是以网民需求为导向，减少刊物之间的壁垒，以需求组合刊社已有的资源，让同类期刊横向组合成为期刊阅读的类型，也使不同类型期刊在纵向上建构成知识群落，形成网民可以阅读的虚拟场所，整合或者说契合同一分众人群的多元化阅读需要，从而拉动了期刊网络阅读的潮流前行。

语音版期刊的现状与走向

——以龙源语音版期刊为例

北京印刷学院传播学专业研究生：王瑜 2007-09

语音版期刊是将传统期刊的文字版内容转换为标准的音频文件，用户可以在线收听或者下载到本地电脑（或者其它移动终端）后收听的媒介产品。据此，可清楚语音版期刊的三大特性：1、语音版期刊是传统的纸质印刷版期刊的延续。2、语音版期刊通过互联网进行传播且需要一定的技术手段。3、声音是语音版期刊的唯一承载方式且是其主要的表现形式。所以，在互联网时代，在媒介融合的大趋势下，语音版期刊不仅实现了期刊传播方式——现实的平面印刷到虚拟的网络，文字到声音的转换，且在内容表现方式实现了电子媒介与平面印刷媒介之间一定程度上的融合。

1、龙源语音版期刊的现状描述

目前，龙源的语音版期刊共 100 种，涉及 9 个门类，财经类所占的比重最大，有 29 种，主要包括《财经》、《新财经》、《新财富》、《财经文摘》等，其次是《中国新闻周刊》、《新华文摘》、《南风窗》等 18 种新闻时政类期刊杂志，以《十月》、《当代》、《文史春秋》、《文史精华》等为代表的文史类期刊占 15 种，科普类期刊占 10 种，青少年杂志有 9 种且内容主要是以作文辅导为主，以《家庭》为代表的大众杂志有 10 种，健康饮食 6 种，文摘类 1 种《海外文摘》，电影杂志 1 种《大众电影》。从龙源目前推出的 9 大类，100 种期刊来看，期刊在内容题材的选择上总体分布不均衡，偏向部分集中，比如政经类的期刊就有近 50 种，占据了语音版期刊的半壁江山。

龙源语音版期刊的视听排行榜上位居前三的是《意林》（2007 年 06 月）、《当代》、《意林》（2007 年 09 月）。视听排行榜前十位的其他杂志是《百年潮》（2006-11）、《新华文摘》（2007-08）、《瞭望东方周刊》（2007-13、2007-06）、《当代》（2007-02）、《家庭》（2007-02、2007-06）在所有期刊中故事性较强期刊中占据较高比例，而龙源语音版所有类别期刊中所占比重最大的财经类没有入围试听排行榜。由此，可简单推断语音版期刊的制作方——龙源与语音版期刊的用户之间对语音版期刊的选择是有一定偏差的。

在语音版期刊的内容制作上，龙源语音版期刊主要采用的是通过声音转换软件将文字版转换为语音版，且是对原有的文字版期刊的全文转换。听者有对声音在男女的音色，声音的强弱方面的选择。由于采用全文转换，对文字版的期刊内容不进行删改，受文字版期刊的篇幅的影响，语音版期刊的单篇文章的时长一般都在 8 分钟左右，很多还在 20 分钟以上。

龙源语音版期刊的盈利情况根据龙源的相关人士介绍说，在 B TO C 的市场，因龙源是一个收费网站，用户只有在付费的前提下，才有可能进行全文阅读，同时也可以同时选择阅读语音版，应该说有语音版目前还是有一定的收入，但是现在还没有计算除去成本，语音版是否实现盈利。在 B to B 即龙源对机构用户的市场上，目前语音版是作为促销手段推出的，即如果你购买这个杂志，可以同时阅读它的语音版，目前的语音版杂志正在继续制作阶段，待语音版杂志形成一定的规模之后，才能由伴随性的销售转为更多实际的售卖。

2、对现状的解析

对于龙源来说，制作语音版期刊实践先于理论，在对语音版期刊的认识还尚未清楚的情况下，实践先行，龙源的做法无疑具有一定的开拓性，但是，却同时带有一定的风险——对语音版期刊未来发展过程中种种不确定性的模糊认知。如要解析语音版期刊的现状，首先应关注的一个问题是语音版期刊究竟是什么？它的内容、定位、媒介属性，换句话说也就是我

们要解析语音版期刊的内在关系。关乎内在关系的有两个方面一是语音版期刊是以声音为载体的媒介，声音从根本上改变了印刷版期刊的媒介属性。二是，语音版期刊的网络传播方式，网络传播改变的是印刷版期刊的物理形态和外在结构。

2.1 声音媒介的特质

如果说印刷版期刊是文字媒介，那么以声音作为信息载体的语音版期刊则可以算得上是声音媒介，作为声音媒介语音版期刊不仅实现了表达方式上的创新也在其它方面具有一定程度的突破。

首先，因依靠声音的媒介是伴随性最强的媒介，所以“听杂志”不仅“解放了”听众的双眼，还“解放”了听众的双脚，听众可以边做其它的事情边听杂志，边驾车，边收听语音版期刊。伴随性收听的特质也同时决定了语音杂志的内容必须是好听的和有用的，好听是指语音杂志的语音内容易于为听者所接受，帮助人愉悦身心，获得情感上的美的体验和享受。有用是指语音杂志的内容对听者来说是有效的信息，这些信息是听众欲知而未知的内容。语音杂志内容要发挥伴随性媒介的优势，使听众从无意注意（刚开始收听时的状态）进入到有意注意（好听和有用引发的结果），在伴随性状态中实现听觉的有效传播。

其次，语音版期刊是情感媒介，语音版期刊的核心是声音，而声音的核心是口语。与印刷版期刊相比较，以语言为主体的语音版期刊可以将听觉传播的传真、传情、传神开发到极致。听觉符号独有的冲击力在于有声语言的信息流中不仅负载特定的信息内容而且还蕴含着丰富的感情层次。所以，对同样期刊的同一内容进行内容的表达时，语音版期刊是比平面印刷版期刊更具有情感共鸣和情感沟通效果的媒介。文字传播，偏于理性，内涵深刻，而口语传播则偏重感性思维，是在与听者进行情感交流，情感沟通。

声音传播的特质也在某种程度上限制了语音版期刊的体裁和内容，使其又必须在一定程度上与印刷版期刊相区别。语音版期刊主要依赖于人的听觉器官——耳朵来接受信息，这一生理特点决定了只有最大限度地激发听觉器官的潜能才能够实现听觉传播效果的最大化，所以语音版期刊的内容首先要符合基本的声学特点，声音诉诸于人的听觉其声学基本特点是：具有时间上的承续性——线性传播、流动性和不易保存性——转瞬即逝，不易纪录也同时要符合声音作为大众传播工具所具备的一些特质，声音传播是被动和不可选择的。这也就决定了语音版期刊的内容必须符合声音传播的规律。

2. 1. 1.期刊内容题材要符合声音的感性特质

龙源现有的 100 种语音版期刊中，财经和时政占一半左右，大量选择对声音变化——音色、音调，要求不是很高的政经类杂志，是龙源为了适应机读的局限性而“迫不得已”的一项策略性或者说技巧性的选择。但同时选择这类期刊所产生的一个难以逾越的障碍是财经和时政类的期刊单篇文章篇幅较长，文章内容偏重于理性和对问题进行深入的剖析。而声音的本质特征是偏于感性——适合情感的表达和传递，同时，声音转瞬即逝的物理性特征也增加了人们理解晦涩深奥内容的难度。通过“听”可得知大致的情节和了解简单的信息，但很难理解文章的论证过程，可以通过“听”来感知文章所要表达的感情，却很难“听得懂”文章的深层次含义。政经类期刊内容偏重于理性的思考，文字内容晦涩且不利于进行口语传播，偏重于理性思维的文章逻辑结构也不适合进行口语传播。

2. 1. 2 对语音版期刊篇幅长度的异议

如何制作语音版期刊的内容——是对印刷版期刊的全文转换？还是在印刷版期刊的内容基础上进行在创造和在加工？这个问题需要结合语音版期刊的主体——声音分析，声音作为一种信息传播媒介直接作用于人的感官——耳朵，根据其生理特征，当长时间规律的、单

调的声音元素对这一听觉器官进行长时间的刺激，人的感觉器官就会疲劳，人脑就会恹恹欲睡，所以人的耳朵倾向于接受多个声音的参与打破单调和沉闷，带来活泼和新奇的感觉。同时，声音的易逝性也决定了人们会忘记听到的一些内容，所以“长时间听”会使人耐不住性子而选择放弃，听的内容过于复杂或者旁枝太多也会让人无法明白内容的重点所在，所以简洁是语音传播必备的一项素质，听觉的特征决定了不可能依靠耳朵记住一长句话或者一大段内容。这一点从随广播新闻长度的技术性规定中也可以看出：广播新闻一般要求短消息不能超过1分30秒长消息一般不超过4分钟。所以为了不影响传播的效果，要适当限制语音版期刊的篇幅和长度。

龙源语音版期刊的内容是对印刷版杂志内容未加选择的全文式转化，杂志文章一般都在2000字到3000字，这也就决定了语音版的用户需要耗费10—20分钟左右的时间才能听完一篇文章。而像《收获》、《当代》上所刊载的文章篇幅一般就更长，《当代》2007-03中的文章，《白麦》23分31秒《麻将》25分35秒《守口如瓶》23分44秒《三击掌》叶广芩23分23秒。对杂志内容不加删改的进行全文转化造成单篇内容篇幅过长，不符合声音传播的特点。

声音是语音期刊的最大特征，它在表达方式上的独特性使得其区别与纸质的印刷版期刊，但是，声音作为一种传播方式时，其自身所存在的一些不可避免的障碍则又成为语音期刊在传播过程中必须克服的难题。只有遵循声音传播的特点，做到声音传播规律与期刊内容的结合，语音期刊才能发挥声音的最大潜能，实现有效传播。

2.2 语音版期刊的网络传播方式

语音期刊除了以声音为传播方式，同时还必须依靠网络作为其传播的渠道，但网络之于语音期刊也不是局限于作为传播渠道，同时它也是一种传播方式，依靠网络，语音期刊才得以模拟现实印刷版期刊的具体形态获得概念上的真实存在。在网络环境中的语音版期刊与其相对应的印刷版期刊相比较在几个方面有一定程度上的背离。

2.2.1 语音版期刊缺少期刊的总体造型

期刊总体造型是期刊各种构成单位和元素的总合。在传统的印刷版期刊中，封面、开本、图片、甚至于字体的大小都能够表达期刊策划者的思想和意图，比如开本，它是期刊出版的一个重要因素，开本的大小比例、长宽、厚薄都直接决定了期刊的总体造型，期刊的总体造型是期刊给读者的第一印象。但是在语音杂志却完全模糊期刊的外在形体特征，而以虚拟的刊物形态存在。从这个层面上说语音期刊作为期刊的具体形态是不存在的，它只是概念上的期刊，而非物理属性上的期刊。总体造型的缺失也让期刊从外部形态上缺少了一个直接辨别的依据，从这个意义上说选择语音期刊的用户是在对印刷版期刊十分了解，有一定的品牌认可度的前提下，才有选择语音版期刊的可能，从这意义上讲，传统期刊具备的读者基础拥有这一条件。

2.3 内容的延续与改造

语音版期刊是在原有的纸质印刷版期刊的基础上对印刷版期刊的语音转换，通过不一样的内容呈现方式，语音版期刊完成了纸质的印刷版期刊的内容在其它表现方式上的延续。将原有的文字版转换为声音版，打破原有印刷版期刊的外在形态和内在的表达，通过声音传达期刊的内容，使印刷版期刊在纯声音的空间内得到延续。但是，内容的延续只是目前技术条件还不是十分成熟的情况下的一种迫不得已的选择，之所以说是“迫不得已”其原因就在，语音期刊与印刷版期刊属于不同的系统，文字与声音有各自不同的表达方式，如果从文字到语音仅仅只是表面上的简单转换，那么因各自独立的特征，文字与声音在相同的内容上就会

产生表达上的矛盾。

而如何在两套完全不同的系统内如何实现内容的再创造是使印刷版的以文字表达为主的期刊更好过渡为语音版的以声音表达为主的期刊的途径，显然，实现这一目标就不能够仅仅依赖技术。依赖技术完成的是平面印刷版期刊的内容延续，而选用适合声音传播的期刊内容，完全网络化的语音版期刊架构，以及找到电子媒介与平面印刷媒介之间融合的路径才能实现语音版期刊内容的提升。而这条路径需要两个阶段的演进：一是技术的发明创造为语音版期刊提供的外在动力，二是媒介经由“社会的制度化”过程所提供的内在需求。

3、对未来的假设

对未来假设的基础是建立在对语音版期刊现状的描述和分析上，通过现状管窥到未来语音版期刊的发展走向，透过对现状分析为“以后”提供值得借鉴的意义。如果说对现状的分析现状主要是着力于明析语音期刊的内部关系，通过改善和提升内部关系来制作内容精良的语音版期刊，这是涉及到内容制作层面上的具体操作。那么对未来的预测则主要侧重于分析语音版期刊的外部关系，也就是它的市场空间，它进入市场后可能遇到的障碍、矛盾，以及如何解决这些问题以占据一定的市场份额，获得进一步的发展。

3.1 语音版期刊市场空间

语音期刊作为一种媒介产品其商品的属性是毫无质疑的，那么，当面对一个媒介产品过剩的时代，作为新的媒介产品——语音版期刊的市场占位在哪，语音版期刊兼具了印刷版期刊的内容特质和声音传播的独特性。当其面对其它形式的期刊（多媒体、印刷版）和广播（网络广播）的竞争时，其可能占据的市场空间是什么？这个问题涉及到以下几个方面：

3.1.1 语音版期刊的用户群

任何媒介产品都是为了满足一定的受众需求而出现的，媒介产品的内容决定于社会需求。与平面印刷版期刊相比，语音期刊的优势表现在其内容的呈现方式——声音上。这种依靠声音来进行传播的方式满足了特定人群、特定时间的特殊需求，而这种需求是依靠声音的传播才能够得到满足。这种现实的社会需求提供了语音版杂志存在的可能性。

可能使用语音版期刊的特定人群包括忙人、盲人、老人以及一切在客观或主观上需要依靠听觉才能够获得期刊的相关内容资源的人。忙人——主要是那些没有大量的时间进行期刊阅读，而又需要获得期刊的相关内容资源的人，这部分人群的总体性特征是繁忙，有自驾车，会在交通上花费较多的时间，有阅读期刊了解深度信息和社会理念的需求却没有大量的时间进行阅读。盲人——是那些有视觉缺陷而需要依靠耳朵来进行阅读的人群。老人——不方便进行文字阅读的人群，中国即将步入老龄化社会，而即将步入老龄化的这一社会群体恰恰正是伴随期刊阅读成长起来的群体。而这一群体所延续性的阅读习惯在他们不方便用眼睛进行阅读的时候，依然需要通过特殊的服务得到满足。语音期刊成为帮助这些群体的人实现在阅读期刊受限的情况下，延续这一阅读需求，服务特殊群体的一项媒介产品。

语音期刊还存在一个潜在的且值得发掘的用户——广播，同为以声音为传播方式的媒介，语音版期刊与广播的关系似乎是竞争的而非合作的。但从另一方面来说，语音版期刊作为一项媒介内容产品，以声音为载体的广播也可成为其传播渠道之一。而就广播一方来说，期刊的所占据的专业化的，丰富的内容资源也为广播提供了新的内容来源，从一定程度上弥补了一直以来广播内容肤浅的缺陷。

3.1.2 语音版期刊的外部竞争关系

语音版期刊与平面印刷版期刊，目前语音版期刊的现实状况是语音版期刊只是平面印刷

版期刊在声音上的延续，语音版期刊并未脱离平面印刷版期刊。作为平面印刷版期刊内容的另外一种呈现方式，在期刊的内容上与平面印刷版期刊形成一定的重合，因内容的重复性，语音版期刊与同样的印刷版期刊在内容上就不具有竞争的优势。与平面印刷版期刊相比，语音期刊的最大优势在于它能够不依靠眼睛，能够解放双手，能够不占用过多的时间专注于一件事情。总之，其优势充分地体现在其依靠声音进行传播的特质上。在不方便用眼睛进行文字阅读的时候，而依靠听觉，解放视觉和双手的语音期刊在可以在这一时间段最大限度的满足受众的需要。

语音版期刊与广播（网络广播），与广播的竞争中，语音期刊的竞争劣势在内容和时间性上，同为依靠声音进行传播，有着近 100 年的历史的广播比语音期刊在如何更加有效的利用声音传播内容上占据明显的优势。作为信息传播的工具，广播的时效性比其他任何媒体都无法比拟的。同样倚重声音，在广播自然而然的分流了语音期刊的受众，然而，语音期刊的竞争优势也恰恰在于内容和时间，更加准确的说是期刊内容资源的独占性以及语音期刊在时间上的相对不明确性。

内容资源的优势一直是期刊社引以为傲的优势，语音期刊因其依托于传统刊社资源，所以相比较广播浅显取胜的内容来说，同样的内容，期刊的内容相对就比较的精良。且比较广播的分众化道路，期刊的分众做得则更加出色，从某种意义上说“杂志是一种主题式的信息集成”所以相比较广播为传播对象的综合性的传播内容，期刊对目标对象进行细分，并根据目标对象的需求设计其中的内容。所以无论是内容的品质还是内容的针对性，在相同的内容选题上，期刊比“大众化、综合性”的广播具有一定的优势。

对于时间性，广播有明确的要求，从“及时”到“实时”再到“随时”，广播几乎是在跟时间赛跑。广播也一直在力争成为信息流动非常快的媒介，提高信息的时效性。所以，比较广播，语音期刊的时效性是滞后的，这种“滞后性”决定了以信息传播为主的期刊内容并不适合语音期刊这一媒介呈现方式。有人说一种新的杂志是出版人的理念和采纳这种理念的读者以及提供资金的广告客户的聚会平台。这话虽不全面，却也有一定道理，也就是杂志是在解释一定的社会问题，平息一些社会矛盾，传达并塑造一种社会理念。所以期刊内容的在时间上的相对滞后性并不会成为语音期刊竞争的劣势，相反，其在时间上的不明确性又给语音版期刊用户带来了不受时间限制且可反复收听的方便。

语音版期刊与网站，与第 2 部分中所述的网络传播不同，在第二部分中网络传播作为语音期刊的一种传播的方式，而此时的网站则是语音期刊所处的最直接也是最近的外部环境。现在的已经出现的语音版期刊多数要通过互联网进行在线的或者下载的阅读。以龙源期刊网为例，语音版期刊只是龙源期刊网四个版本期刊中的一种，且龙源作为网站其内容还包括博客、专题访谈、电子商务等其他方面的内容。所以探讨语音版期刊与网站的问题，实际上是在探讨语音版期刊与其它版本、与网站的其它内容之间如何实现良性的互动关系以促进期刊内容多次销售的实现。受声音传播规律的限制，某些印刷版期刊的内容并不适合制作成语音版期刊，所以根据不同的杂志或一本杂志中不同内容进行有区别的语音转换，并且在页面上建立与其他版本的方便的链接，在发挥自身特点的基础之上与其它版本的杂志形成相互呼应的关系，形成互动的电子版的期刊群落。

3.2 进入市场后语音版期刊可能面临的问题

语音版期刊作为一种新的媒介，如果要进入市场获得商业上的成功，总要花费比预期更长的时间。这也就是有人所说的“延时采用”，作为一项新的媒介产品，从概念上证明其可行性到普遍采用往往至少需要一代人（20—30）年的时间。所以耗费时间、人力、财力来等待其成功不仅仅是对语音版期刊作为一项媒介产品生命力的考验，更多的可能是对语音版期刊制作方心理和物质承受能力的考验。在语音版期刊发展的道路上，可能出现的障碍有。

3.2.1 无法逾越的技术壁垒

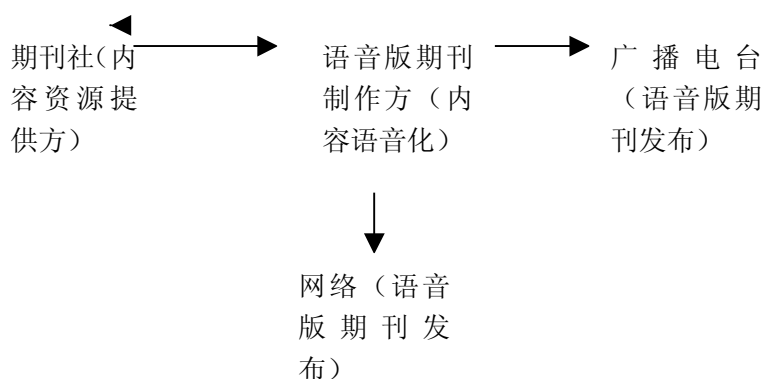
技术不是语音版期刊存在的根本因素，但却是其发展中至关重要的因素，技术的变革催生了语音版期刊的内容——通过音频转换完成，也塑造了语音版期刊的外部环境——网络。由此语音版期刊的技术壁垒可能出现的环节是音频制作技术包括音频的转换，音频文件的压缩以及音频文件的打包上传，这一环节可能面临的问题是开发智能化的音频转换软件的难度，而非智能化转换方式最终会将一部分体裁的期刊拒之语音版的门外。涉及网络的问题主要有两个方面：一是语音版期刊的下载，按照目前的网络传输速度，下载语音版期刊可以说耗时巨大，用户有可能不肯花费太多时间而放弃下载。二是语音版期刊如何与其他版本建立链接。链接到那个程度，那个级次。

3.2.2 受众的阅听习惯

作为一种新的媒介产品，语音版期刊虽兼具了期刊和广播优点却也同时因其既不属于期刊也不属于广播而处于比较尴尬的境地。语音版期刊将“看杂志”改为“听杂志”，将“听广播”改为“听杂志”其中变化，对已经习惯于接受固定的内容，固定的模式的语音版期刊用户来说这样的改变不仅需要适应的过程，而且语音版期刊也有面临不被这两类受众接受的可能性。所以如何培养用户新的接受期刊内容的习惯是亟待解决的一个问题，目前可以做的是两个方面一是通过期刊内容的改造和提升尽可能的符合声音传播，使用户更易于接受。另一方面是通过对用户的一些使用语音版的优惠政策如免费试用帮助阅听习惯的形成。

3.2.3 如何处理相关的合作关系

毫无疑问，作为一种电子媒介与平面印刷版媒介的复合型产品，语音版期刊目前的现实状况是生硬的嫁接而不是充分的融合。实现融合需要对期刊的内容进行重新的加工和改造，这其中又涉及到语音版期刊的内容所有方期刊社。理想的语音期刊的内容利用模式应该是期刊社、语音期刊制作方、语音期刊发布方三方合作。如图所示：



基于龙源语音版期刊的现状，目前需要做的有两个方面，一是巩固与期刊社的关系，二是发展与广播等其它有可能使用语音版期刊的媒体之间关系。与刊社的关系集中在期刊内容资源的使用权（版权）问题，具体而言，也就是在对刊社提供的内容资源进行再加工的时候，在尊重刊社原有内容的基础上如何实现内容的改造以适合语音版期刊的需要。与广播等其它有可能使用语音版期刊的媒体进行合作一方面是希望可以利用其在声音传播上的经验和优势，而另一方面是开拓语音版期刊的内容使用领域，增加潜在的用户。

4.结语

作为对 WEB2.0 时代的积极回应，作为媒介融合的大趋势下的一项内容产品，语音版期刊仍然是处在尝试的阶段，这一阶段的语音版期刊仍旧只是衍生品而非独立的产品形态。而且，无论它是否真的具有发展成为独立产品形态的可能性，语音版期刊都在用另外一种方式表达着期刊对满足特定人在特定时间的特定需求的尝试和探索。而对于语音版期刊来说，媒介融合的大趋势为它其的发展提供了可能性，但是这种可能的最终实现需要提升语音版期刊的质量，明析其所处的市场空间，并且正确处理语音版期刊在进入市场之后所面临的种种问题。