

<https://doi.org/10.52288/jbi.26636204.2019.07.05>

知識共享背景下期刊商業模式的創新 Innovation of Periodical Business Model under the Background of Knowledge Sharing

楊國樑^{1*}
Grant G. L. Yang

摘要

在知識經濟體制下，知識除了是組織成功的最基本資產，亦可作為一種商品或服務，由被稱為“知識市場”的定價機制所支配的市場進行交易、共享、轉移與交換；然而，知識作為推進科技文明與經濟成長的動力，仍具有公共財的特性，在一定程度上應以開放取用的態度以促進學術資訊的正常交往。本文對於學術期刊在知識共享、開放取用與股權分享之間的平衡，提出具商業可行性的創新作法（開放股權，OE），使從事科學研究的投稿者除了能找回科學研究與學術創新最原始的初衷（效用最大化），並能分享知識累積的商業價值（利潤最大化），作為期刊的合夥股東，更能作為學術期刊追求高品質與永續性的守門者。

關鍵詞：知識共享、商業創新模式、開放取用、公共財、開放股權

Abstract

In the knowledge economy system, knowledge is not only the most basic asset of organizational success, but also as a commodity or service to be traded, shared, transferred and exchanged by the pricing mechanism-dominated market known as the “knowledge market”. However, knowledge as the driving force for promoting scientific and technological civilization and economic growth, it still has the characteristics of public goods. To a certain extent, the attitude of open access should be used to promote the normal exchange of academic information. This paper attains to balance knowledge sharing, open access and equity sharing of academic journals, and proposes the commercially feasible innovative practices (Open Equity, OE). As a result, that contributors engaged in scientific research can regain the original intention of scientific research innovation (utility maximization), can share the accumulated business value of knowledge (profit maximization), and as a partner shareholder of periodicals, can be the door-keepers pursuing quality and sustainability for academic journals.

Keywords: Knowledge Sharing, Business Innovation Model, Open Access, Public Goods, Open Equity

¹ 廈門大學嘉庚學院國際商務學院副教授，商業創新期刊總編輯 grant@xujc.com*通訊作者

1. 知識技能共享的商業模式背景

今日的商業環境被描述為知識經濟 (Drucker, 1969)，其中知識是許多組織的中心輸入、活動和輸出。在這個新時代，知識被視為組織成功的最基本資產 (Grant, 1996; Kogut & Zander, 1992)，此概念使得大部分學術研究都集中在知識作為一種商品或服務，由被稱為“知識市場”的定價機制所支配的市場交易轉移 (Stewart, 1996; Davenport & Prusak, 1998)。知識市場促使、支持和促進提供者 (賣家) 和用戶 (買家) 之間的信息和知識的動員、共享和交換 (Simard, 2000)，買方和賣方都認為其在知識市場交易中受益並獲得效用 (Mireille & Nijbof, 2005)。

知識技能共享即消費者將任務外包給專人服務，承擔任務執行的一方需要貢獻出自己的時間或是技能。根據任務類型與技能門檻，可以劃分為低技能的生活服務和專業化的職業技能。生活服務主要包括日常的上門家政、衣物送洗、跑腿服務等；專業化服務則包括知識/教育共享、美食共享、醫療共享、健身培訓、商務服務、家電維修等技術含量高的服務領域 (齊瑤涵, 2018)。

2017 年中國的知識技能共享市場交易額達到 1,382 億元人民幣，比上年增長 126.6%；企業融資額約為 266 億元人民幣，服務提供者人數大約為 3,550 萬人，參與用戶數大約為 7 億人，其中喜馬拉雅等一批知識技能共享平臺的使用者均達到億級規模 (李瀚祺等, 2018)。而生活服務領域共享經濟市場規模持續擴大，市場交易額達 13,214 億元，比上年增長 82.7%，提供服務者人數約 2,200 萬人。在知識技能共享方面，服務眾包平臺的生態佈局逐步從線上走向線下，網路直播平臺也加快了邁向海外市場的步伐，企業將重點從增加用戶數量轉移到提高用戶黏性，商業競爭焦點從直播流量的爭奪轉為優化直播內容。同時，“直播+”已經在電商、教育、財經等領域廣泛應用。

在網絡新媒體技術走向全球化的同時，面對新媒體的挑戰和市場的不確定性增加，期刊這種具有知識共享的載體，在商業模式創新上存在以下問題 (黃健萍, 2018)：

- (1) 定位目標群體精準度較低，無法滿足讀者個性化需求；
- (2) 產品和服務創新力不足，缺少增值產品和服務；
- (3) 行銷管道和營利模式單一，無法因應新時代與新媒體的衝擊。

在新媒體背景下，行業的界線日趨模糊，市場進入無邊界的競爭狀態，傳統期刊必須在維持商業本質下，就其商業模式進行更新。現有期刊商業模式如表 1 所示，在價值主張上，期刊必須在一次販售的商業模式上更加重視內容的時效性、編輯系統的開放性、服務的效率、經營效益、人才培養以及資源利用；在關鍵業務上，充分利用數位化的電子式期刊，除了能刊載比紙質版期刊更為豐富多彩的內容之外，更可加入與讀者互動的元素；在核心競爭力上，線上閱讀與下載閱讀使期刊網路平台更能發揮資源豐富、即時更新、閱讀方便、資源共享等優點。在二次販售的基礎上，發行收入與廣告收入搭配，跨產業合作與收入分配，能多元化期刊收入來源。而以品牌經營作為目標的三次販售，在客戶關係的維護、合作夥伴的建立、增值服務的重視以及分銷渠道的經營，皆朝著資源整合與集團結合的品牌競爭力模式前進。

學術期刊作為承載和傳遞學術資訊與知識的重要媒介，在記錄、存儲、交流、傳播和共用資訊和知識等方面發揮了巨大作用。但伴隨著當前學術期刊傳播存在的兩大危機 (價格危機和許可危機)，傳統商業出版的學術期刊，在傳播過程中遭遇到種種障礙 (王靜, 2009)。傳統由大出版商控制的學術期刊，由於其自身出版流程和商業運作模式，因為過高的訂閱費，在一定程度上阻礙了學術資訊的正常交流。開放

取用（Open Access，OA）這種新型出版模式可以解決期刊價格和版權限制的問題，緩解學術期刊危機，推動世界範圍內的學術資訊的快速出版和傳播。

表 1. 現有期刊商業模式

商業模式	販售產品	內容說明
一次販售	期刊內容	販賣期刊的知識內容或資訊產品，透過期刊登出的優質文章內容滿足讀者與客戶的閱讀需求。
二次販售	期刊內容+行業廣告	以廣告為主導，使讀者群體在閱讀期刊的知識內容之外，還隱藏對行業內外其他資訊產品的需求。
擴展式二次販售	互聯網+產業	利用互聯網實現跨產業結合，形成跨產業收入分配模式，例如旅遊期刊作為一種旅遊嚮導，使讀者通過鏈接完成購買旅遊裝備、預定目的地酒店、餐廳等一系列過程。
三次販售	期刊品牌	以期刊的品牌和資源為主導，利用品牌知名度發展系列衍生性產品，並透過銷售品牌衍生性產品取得多元化收入。

資料來源：黃健萍（2018）。

在知識技能共享的市場下，學術資訊開放取用的理念由來已久，它是一種免費提供全文的資訊服務方式。在開放取用的模式下，科研人員可以免費訂閱學術資訊的全文，近年來已得到科研工作者的廣泛支持和擁護。開放取用期刊作為開放獲取學術資源的主體之一，其發展除了源於當前學術期刊傳播存在的價格危機和許可危機之外，電腦和互聯網這兩大技術的出現更提供開放取用發展的支持。在資訊獲取途徑方面，開放取用期刊的發佈與獲取主要依託於網路環境，而不採用傳統的紙本模式。在獲取費用方面，開放取用期刊的出現和發展，使得一部分期刊不需要訂購就可以直接獲得。在知識交流的效率等方面，開放取用期刊在尊重智慧財產權的同時，擴大了讀者對於學術資訊的使用權限，大大提高知識交流的實效性（武慶圓，2013）。

開放取用期刊的上述特徵，使得現行的知識交流方式發生了較大的變化。開放取用作為新的學術交流理念，對知識交流的形式和內容方面帶來了一定的影響。雖然通過紙本期刊文獻開展的知識交流形式依然存在，且佔據重要的位置，但隨著網路和資訊技術的發展，知識交流的形式和管道逐漸多樣化。開放取用期刊在知識交流方面時滯短、效率高等特點，使之成為當今知識交流的重要工具和途徑之一。

2. 學術期刊的問題痛點

當權威期刊開始提高資料庫的訂閱價格，而且對於持續上漲的價格高張氣焰時，開放取用運動鼓吹論文投稿後版權仍然歸投稿者擁有，並於網路上公開免費取用，以促進學術研究曝光率，但出版的經營成本轉由投稿者負擔。這種運動被不肖業者相中，標榜學者付費參加研討會，發表的論文可以收錄在期刊，造成掠奪性出版集團以此創造學術商機。

2.1 在學術壟斷下不得已存在的掠奪性出版集團與期刊

掠奪性出版集團（Predatory Publishers）係指學術期刊的出版者從舉辦會議、辦期刊獲取利潤，其特徵是同儕審查寬鬆，官網甚至出現造假，以參加會議有機會刊登期

刊做為號召，偽稱有收錄在知名資料庫或影響係數，以引誘學者受騙上當；而掠奪性期刊（Predatory Journals）則指出版者純粹以獲利為目的所發行的低品質期刊，這類期刊通常號稱有專業編輯、同儕審查、高影響係數²（Impact Factor）等引誘作者投稿，只為了收取昂貴的稿件處理費。掠奪性期刊不僅傷害個別學者的金錢和研究心血，也為學術環境帶來偽科學的沉淪。掠奪性出版集團的出現是學術壟斷下的不得已產物，這些疑似掠奪性期刊的開放取用特質，源自對抗以愛思唯爾（Elsevier）為首，收錄權威期刊的五大老牌出版社對期刊投稿者的漫天要價。依照學術圈的遊戲規則，學者一旦將論文投到期刊並獲得刊登，版權就屬於期刊出版社，作者不能自己公開散布，只能私下給同儕好友；而期刊出版社的收入就是資料庫訂閱，以訂閱費維持營運。

2.2 在升等與評鑑的煉獄中掙扎的科研學者與教師

對於投稿參加並收錄於掠奪性期刊的學者教師而言，這是評鑑、升等、報獎的錯誤高教制度，以及內部淘汰壓力下不成文的潛規則。私立學校為了生存要衝大學排名，國立大學為了管考要結案備審，對於學者教師的要求除了教學、服務、輔導之外，研究績效更是適任性評核的重要指標，於是鼓勵學者教師參加國際研討會、發表國際期刊、擔任期刊編輯與研討會主講嘉賓、主席，對於學者教師們充滿了誘惑與魅力。

科學研究者無不致力於投稿高影響係數的期刊，畢竟一切升等、評鑑都和期刊影響係數息息相關，然而，影響係數並不完全適合來評估一篇文章或一個期刊³。當身邊的同儕都在追求影響係數時，科學研究者很自然地就會感受到壓力，開會聊天的話題可能都是哪間實驗室又發表了一篇高影響係數的文章，或現在某個議題似乎很熱門，比較容易發表到高影響係數的期刊。這樣的結果會使得科學研究者不自覺地改變自己的研究方向，投入自己不擅長甚至不喜歡領域，浪費寶貴的時間和研究資源，最後極可能誤入掠奪性期刊的陷阱。掠奪性期刊對於品質控管的不嚴謹，正慢慢被有心人士利用，造成擾亂商業秩序、誤導公共政策、讓學術風氣日益低下；而學術出版遊戲的最後，出版商、學校、科學研究者、學術界與整個社會都可能是輸家。

2.3 學術性期刊收取版面費的經營模式

科學研究者在準備投稿期刊時，總不免考慮到期刊收費價格的問題，一般而言，無論紙本期刊或開放取用期刊，發表時均需收取版面費或出版費用（Article Processing Charges, APC），通常收費標準按照會員等級，給予不同的優惠方案，例如非會員、正式會員、支持會員及低收入國家等。

以開放取用期刊 BMC Biochemistry 為例，2011 年版面費為 1,175 英鎊／1,870 美元／1,355 歐元，如果論文發表的研究機構為 BioMed Central 之正式會員，則會員費已經包含了版面費，所以不需要另外付費；如果論文發表的研究機構為 BioMed Central 之支持會員，則版面費可享打折優惠；對於低收入國家之論文，照例會免除版面費，很多期刊都有類似的方案。出刊後的文章，作者通常都能免費線上取得，如果要求紙本印刷成品，就很可能另行計費（李文睿，2017）。總而言之，無論投稿傳統紙本期刊，或是近年很受歡迎的開放取用期刊，大概的花費介於 500-1,500 美元之

² 影響係數是指某一期刊的文章在特定期限內被引用的頻率，是衡量學術期刊影響力的一個重要指標，每年定期發布於期刊引證報告（Journal Citation Reports, JCR）中。

³ 引用數（citation）是決定影響係數的重要因素，然而，在算式中並沒有辨別文章為何被引用。優秀的文章當然被引用的多，但有爭議性的文章同樣地會被大量地引用，因為要反駁某篇文章的論點時，很自然就會將其引用，兩者是截然不同的狀況，卻無法反映在影響係數上。此外，引用數並未考量文章是被什麼期刊引用，因此產生偏誤的機會甚大。

間，甚至更高。

刊發學術論文收取版面費主要緣由還在於順應市場經濟的轉型。由於刊發論文的載體主要是學術期刊，它並非市場經濟下的產物，而學術期刊處在市場經濟夾縫中，步履維艱確是實情。學術期刊和商業期刊不同，學術期刊市場定位的廣義性及其消費人群的特殊性，決議了學術期刊的經濟支撐不可能僅限於靠市場報答的發行收入或廣告收入。諸多學術期刊屬陽春白雪、曲高和寡，辦刊實際上是篇篇賠錢、期期賠錢、年年賠錢的，市場經濟支持收費，版面費漸獲認可其實是合理的，所以保證期刊的正常運作，選擇收取版面費是市場經濟形勢規範下生存的必然。

如表 2 所示，學術期刊商業模式已逐漸由讀者付費、取決於發行量的傳統模式，朝向開放取用模式，而透過不同形式的作者支付 APC，並結合政府、機構、基金的資助以及適度的商業模式，可提供學術期刊多元的資源挹注。

表 2. 學術期刊商業模式

商業模式	收入來源	說明
傳統期刊出版	讀者付費模式。	資料庫訂閱付費或機構補助金，成本多取決於讀者人數，印刷成本與郵寄成本主要取決於發行量。
開放取用 OA(Open Access)	1. 完全 OA- 又稱金色 OA，向作者收取 APC。 2. 混合 OA-傳統出版和開放取用相結合，在保留傳統出版模式的同時，出版商允許作者自由選擇是否將自己的論文開放取用，選擇開放取用的條件是作者支付出版費用。 3. 延遲免費獲取。 4. 自儲存(綠色 OA)。	作者支付 APC (Article Processing Charges)，包含稿件線上處理系統的開發和運行維護、同儕評議、文字編輯、語言潤色、論文中插圖的製作、排版、校對、論文的線上預出版、出版後論文推送服務、向國際檢索系統推介服務、論文的長期存檔等在整個出版過程中發生的各種成本。
機構會員付費		機構會員能享受較低或免費的出版費用。
機構支持模式	由機構全部或部分、直接或間接提供現金、設施、設備或人員支持。	支持機構或為大學、實驗室、研究中心、圖書館、學術團體、博物館、醫院、以營利為目的的公司、非營利組織、基金會或政府機構。
基金資助模式	靠爭取定期或連續捐款支持。	可透過基金會、網站、眾籌、捐贈等。
其他模式	1. 有償版本 2. 廣告模式 3. 電子商務模式 4. 增值服務費模式 5. 臨時開放存取模式	1. 期刊免費供一個 OA 版本，出售另一個版本。 2. 通過該期刊的網站或版面刊登廣告獲得收入。 3. OA 期刊提供品牌產品的銷售來增加收入。 4. 在 OA 內容的基礎上提供額外服務。 5. 出版商在限制時間內提供免費線上訪問，在此之後訪問則須收費。

資料來源：李文睿（2017）。

2.4 順應市場經濟轉型的學術論文版面費

版面費是在學術期刊和學術研討會興盛環境下的產物。當碩博士研究生和大學教師人數逐年增加，要求學術論文的壓力隨之增加。普通碩、博士生畢業前有需求“在國際公開刊物發表學術論文若干篇”的硬性規定，論文發表累積點數不夠多就拿不到學位；教師評鑑與升等也要求在核心期刊上發表一定數量的學術論文，這使得他們對學術期刊趨之若鶩，付版面費成了在所不惜的盲目行為。雖然有很多學術期刊、特別是一些很有名望的學術期刊歷來不收版面費，給作者的稿酬以至獎勵也不少，但只要是學術期刊，其編輯部都要對論文稿件進行審改、編校、出版等，都需求付出大量的勞動和成本。已開發國家不斷將出版業作為資訊產業，在期刊上刊發論文收版面費已成慣例，甚至連在世界頂級學術期刊《科學 (Science)》上發表論文也收版面費。科技學術期刊收取版面費的做法，在 1988 年就已得到中國科協認可，而北京大學業已規範，學術論文發表的版面費可在博士學位論文創新工作贊助經費中支出（李紅，2009）。

3. 當前學術期刊商業模式

3.1 以刊養刊的重要途徑，使學術期刊走良性循環

論文版面費作為辦刊經費的補充，可促使學術期刊增進辦刊品質、擴展影響、吸收更多來投稿。學術期刊是一種特殊的商品，應遵照經濟規律在投入產出方面得以良性循環，完成永續經營，所以創收補刊、逐漸地以刊養刊是市場經濟條件下學術期刊辦刊的嘗試。例如《中國地震科技期刊》十幾年來不斷由中國地震局財政撥款，大多數期刊的辦刊經費每年只有 3 至 4 萬元人民幣，除了支付行政、管理、印刷等費用外所剩無幾，只能靠增加版面費收入維持生存。

國外學術期刊向作者收取的論文發表費用主要有版面費、超版面費和圖版費三種。對於版面費，收費標準自每頁 10 美元至 100 美元不等，極少數可高達 150 美元，一般在 60~80 美元左右。還有一些刊物，其收費標準隨作者人數而不同，例如美國知名的《商務評論 (The Business Review)》對單人署名的論文收 498 美元出版費，雙人署名的增至 688 美元，三人署名的 788 美元（張曉斌，2007）。

超版面費是因為刊物對論文篇幅有統一要求，超出規定篇幅後即徵收超版面費。如日本的《植物學雜誌 (Botanical Magazine)》要求每篇論文（包括圖、表和參考文獻）應限制在 16 個印刷頁之內，每超一頁收取 2,000 日元。圖版費的收取因黑白圖和彩色圖而異。著名的《科學 (Science)》雜誌不對黑白圖及圖版收費，但對於彩色圖或彩色版，每篇文章的第一幅彩圖要收費 600 美元，其餘各幅每幅收 400 美元。部分國際知名出版機構期刊 APC 收取情況則如表 3 所示。

在中國發表一篇論文的版面費沒有固定，根據刊物級別不同，稿件品質不同，每一千字的收費價格也不一樣，例如正刊和增刊的價格也有天壤之別⁴。發表普通省級期刊，一個版面一般是 1,000 元人民幣左右；發表普通國家級專業性強一些的期刊，一個版面一般是 1,000+；發表統計源核心期刊（即科技核心期刊）一篇一般價格在 5,000 元左右，1 個月左右錄用，半年左右發表。護理類的統計源核心期刊難度要大一些。核心一般五位數，北大核心期刊週期一般一年左右，南大核心期刊週期更久。當然，價格並非絕對，不同的期刊價格不一樣，不同的要求價格不一樣。

⁴ 發表學術論文網：<http://www.fbxslw.com/wzgg/17005.html> 權威論文發表機構。

表 3. 部分國際知名出版機構期刊 APC 收取情況

出版商	期刊種類	完全 OA	混合 OA	APC 收取情況
Elsevier	共有期刊 3,205 種，其中 2,673 種期刊支持開放獲取，占 83.4%。收取 APC 最高 5,000 美元的 22 種期刊中包括 7 種 Cell 系列期刊和 9 種 The Lancet 系列期刊。	515 種	2,158 種	515 種完全 OA 期刊中，有 331 種(占 64.5%)不收取作者任何費用(費用由期刊主辦單位等支付)，另有 184 種收取 APC 金額從 100 到 5,000 美元不等，平均 APC 為 1,686 美元。
Springer	共有期刊 3,149 種。對來自機構會員的作者和來自開發中國家的作者均有減免 APC 的政策，但僅限於完全 OA 期刊，不包括混合 OA 期刊。	233 種	1,600 種	完全 OA 期刊的 APC 因刊而異，混合 OA 期刊 APC 統一為 3,000 美元。旗艦 OA 期刊《Springer Plus》的 APC 標準為每篇 1,290 美元。
Taylor & Francis	共有期刊 2,675 種，其中 169 種期刊在出版 12 或 18 個月後允許作者提交到社交網站或機構知識庫中開放獲取。	72 種	2,215 種	完全 OA 期刊的 APC 標準因刊而異。2,215 種混合 OA 期刊的 APC 價格分 2 種: 2,950 美元(2,102 種期刊)和 1,200 美元(80 種期刊)。
Wiley-Blackwell	共有期刊 2,372 種。	58 種	1,300 種	完全 OA 期刊的 APC 範圍為 800~4,500 美元，大多數混合 OA 期刊的 APC 標準為 3,000 美元。
NPG	共出版期刊 133 種。	41 種	40 種	完全 OA 期刊的 APC 金額為 1,350~5,200 美元，平均為 3,580 美元。40 種混合 OA 期刊中收取 APC 平均為 3,586 美元，浮動範圍在 3,200~4,400 美元之間。
BMC 生物醫學中心	全球第一個純網路版期刊開放獲取出版商。2008 年 10 月被 Springer 集團收購，其中有 23 種完全 OA 期刊不收取作者任何費用，另有 283 種收取 APC。	306 種		APC 金額從 735 美元到 2,975 美元不等，平均為 2,185 美元。收取 APC 最高的期刊為《Genome Biology》2,975 美元。

PLoS	從 2003 年開始相繼成功創辦了 8 種 OA 期刊，其中的 7 種收取 APC。		《PLoS Biology》和《PLoS Medicine》每篇收取 2,900 美元，《PLoS Computational Biology》《PLoS Genetics》《PLoS Pathogens》《PLoS Neglected Tropical Diseases》每篇收取 2,250 美元，《PLoS ONE》從 2015 年開始收取每篇 1,495 美元，比上年增加了 145 美元。
MDPI	共出版完全 OA 期刊 158 種，其中收取 APC 的期刊為 84 種，不收取 APC 的期刊為 74 種。創辦 5 年以內的期刊收取少量編輯修改費，最新創辦的少數期刊完全免費。	158 種	SCI 收錄期刊的 APC 標準為 5,416~12,186 元(800~1,800 瑞士法郎)，未被 SCI 收錄但已被 EI、PubMed、Inspec 收錄期刊的 APC 標準為 2,031~4,062 元(300~600 瑞士法郎)。
Hindawi	共出版完全 OA 期刊 405 種，其中有 5 種不收取作者任何費用，另有 400 種收取 APC。	405 種	APC 金額為 400~2,250 美元，平均為 792 美元。

資料來源：程維紅、任勝利（2017），數據統計時間為 2016 年 2 月 11 日。

值得注意的是，收費在美國等國家並未降低其學術論文的品質，也未導致“錢稿交易”等問題。紐約《美國科學情報研究所（Institute for Scientific Information, ISI）》每年公佈核心期刊的“引用指數（citation index）”。雖說在美國的核心期刊很多，引用指數公佈後也沒有強制的退出機制，但對其聲譽、地位是有影響的。同時，英、美等國實行期刊登記制而非審批制，創辦新的學術刊物不存在政策壁壘，因此學術期刊市場始終保持著一種新競爭者可隨時進入的態勢。這種競爭與壓力使得任何刊物都不敢在品質上開玩笑，否則絕對是自殺行為。

再以 Elsevier 所屬期刊為例，刊登費每篇定價美金 500~5,000 元，出版商取得著作權後，再高價出售期刊資料庫給大學等學術機構與研究單位；若是學術機構與研究單位買不起期刊資料庫，單篇下載動輒索價美金 20~30 元（程維紅、任勝利，2017）。太多大學院校與研究機構負擔不起期刊資料庫的昂貴訂閱費，逼得研究員轉向盜版網站以使研究得以持續⁵。此外，對於英語非母語國家的作者而言，投稿國際期刊前，通常需要委由專業編修公司幫忙潤稿、反覆校稿，雖然這是一筆額外的花費，不過有助於提升英文的表達，增加文章被接受的可能性，絕對是物有所值的投資。

投稿期刊論文似乎是大手筆的挑戰，但從事研究所投注的心血與時間，這些不可計數的無形付出才是真正無價，為了讓自己的苦心研究被人看見，甚至能為學術基礎的奠定盡一份力量，寫作發表期刊論文才算徹底完成一項研究。為了學術期刊的生存，期刊向作者收取論文發表費情有可原，但為了生存就可以明碼標價販賣版面的潛規則，在邏輯上與學術道德上是站不住腳的，正是因為這樣的學術道德底線一步步地

⁵ 楊芬瑩(2016)。推倒貪婪期刊付費高牆!學術界揭竿而起。報導者，2016 年 3 月 7 日。

潰退，才會讓掠奪式期刊逐漸淪為毫無羞恥的論文販售商，由此引伸出來的學術敗德或學術腐敗才會肆無忌憚、氾濫成災；從文憑上的權錢交易到學術成果的偽造，知識精英已跌落到誠信的谷底。

3.2 開放股權（Open Equity）的學術期刊商業模式

在開放取用 OA 的基礎上，學術期刊可嘗試採取具有股權分享的開放股權（Open Equity, OE）商業模式。學術期刊開放股權 OE 類似私募股權投資（Private Equity, PE），是通過私募基金對非上市公司（學術期刊）進行的權益性投資，OE 投資者尋找優秀且高成長性的學術期刊注資其中，獲得其一定比例的股份，推動學術期刊發展、上市，此後通過轉讓股權獲利，其方式說明如下：

1. 在資金募集上，學術期刊 OE 可通過非公開方式，面向少數機構投資者或個人募集，它的銷售和贖回都是基金管理人通過私下與投資者協商進行。另外在投資方式上也是以私募形式進行，絕少涉及公開市場的操作，一般無需披露交易細節。
2. 資金募集多採取權益型投資方式，絕少涉及債權投資。OE 投資機構也因此對被投資企業的決策管理享有一定的表決權。反映在投資工具上，多採用普通股或者可轉讓優先股，以及可轉讓債權的工具形式。
3. 學術期刊 OE 可投資於新發行或具成長性期刊，或已形成一定規模和產生穩定優質稿源的成型期刊，不宜投資於老牌學術期刊，方不致涉及到要約收購義務⁶。
4. 投資期限設定較長，一般需 3 至 5 年或更長，屬於中長期投資。
5. 流動性較差，目前還沒有現成的市場供學術期刊的股權出讓方與購買方直接達成交易。
6. 學術期刊 OE 的股權資金來源廣泛，如投稿者、營利或非營利機構、基金會、政府部門、現有期刊或出版商等皆可成為股權投資者。
7. 學術期刊 OE 的投資機構可採取有限合夥制，使組織形式能有較好的投資管理效率，並避免雙重徵稅的弊端。而作為股權資金來源的投稿者、現有期刊或出版商亦能以監督者的身分，以維持學術期刊品質達到股權價值提升的投資目的。
8. 投資退出管道多樣化，學術期刊 OE 的投資者可通過首次公開發行股票（IPO）、售出（Trade Sale）、兼併與收購（M&A）或管理層回購（MBO）等方式退出獲利。

4. 商業價值體現

採行開放取用 OA 的學術期刊，需要以 APC 為基礎的多種商業模式並舉，亦即收取期刊出版和相關費用、頁面和其他出版費（超長、彩色版、多媒體）、投稿費（同儕評議抽取的費用）、機構會員優惠等，以利改變期刊經費短缺的問題。本文建議的開放股權 OE 的學術期刊商業模式，嘗試使新發行或具成長性的學術期刊能透過市場檢驗、優勝劣敗與強強聯合，使學術期刊從“輸血模式”轉為“造血模式”，進而與出版企業集團進行資源整合，同時爭取公部門與民間基金的資源與資金，解決人力、設備、技術的高成本問題。

新發行或具成長性期刊的 OA 學術期刊，除了採取完全開放取用 OA 出版模式外，在具有開放股權 OE 的架構下，更能以高標準、高要求打造自身期刊品牌；而品牌的建立需要股權投資者共同關注創新動力、保證期刊質量控制、規範審稿流程、建

⁶ 要約收購又稱公開要約收購或公開收購，是指收購者通過某種方式，公開向目標公司的股東發出要約，收購一定數量目標公司的股權，從而達到控制該公司的目的。

立明確的經濟核算和成本效率分析機制、規範 APC 收費標準、積極向國際 OA 相關數據庫中登記以提高期刊的含金量和知名度，以期在原有出版模式被打破之際，一舉獲得嶄露頭角的機會。

具有開放股權 OE 的學術期刊，除了能使投稿者莫忘初衷，找回科研創新最原始的初衷（效用最大化）之外，並能分享知識累積的商業價值（利潤最大化），作為期刊的合夥股東，能在知識共享、開放取用與股權分享之間取得平衡，更能掌握學術期刊的話語權，成為學術期刊追求品質與永續的守門者。

參考文獻

1. 王靜 (2009)。Open Access學術期刊傳播障礙及對策研究（未出版之碩士論文）。遼寧省：大連理工學院。
2. 李文睿 (2017)。國外OA學術期刊論文發表費用調查及對我國的啟示（未出版之博士論文）。河南省：鄭州大學。
3. 李紅 (2009)。中國精品學術期刊數字出版平臺芻議。圖書情報工作，53(16)，145-173。
4. 李瀚祺、駱芳圓、李冬 (2018)。我國共享經濟發展分析。現代商貿工業，31，P9。
5. 武慶圓 (2013)。開放獲取期刊的知識交流研究（未出版之博士論文）。湖北省：華中師範大學。
6. 張曉斌 (2007)。國外學術期刊論文收費情況概述。中國出版網，2007年5月9日。
7. 黃健萍 (2018)。新媒體背景下期刊商業模式的創新研究（未出版碩士論文）。福建省：福建農林大學。
8. 程維紅、任勝利 (2017)。國外學術期刊OA出版論文處理費（APC）調查。編輯學報，29(2)，192-195。
9. 楊芬瑩 (2016)。推倒貪婪期刊付費高牆！學術界揭竿而起。報導者，2016/3/7。
10. 齊瑤涵 (2018)。試論共享經濟發展的問題和策略。中國市場，31，13-14。
11. Drucker, P. (1969). The age of discontinuity: Guidelines to our changing society. New York, NY: Harper & Row.
12. Grant, R. M. (1996). Prospering in dynamically-competitive environments: Organizational capability as knowledge integration. Organization Science, 7(4), 375-87.
13. Kogut, B., & Zander, U. (1992). Knowledge of the firm, combinative capabilities, and the replication of technology. Organization Science, 3(3), 383-97.
14. Stewart, T. A. (1996). Intellectual capital-The new wealth of organizations. New York, NY: McGraw-Hill.
15. Davenport, T., & Prusak, L. (1998). Working knowledge – How organizations manage what they know. Boston, MA: Harvard Business School Press.
16. Simard, A. (2000). Managing knowledge at the Canadian Forest Service. Ottawa, Natural Resources Canada.
17. Mireille, M. C., & Nijbof, W. J. (2005). Factors influencing knowledge creation and innovation in an organization. Journal of European Industrial Training, 29(2), 135-47.

收稿日期：2019-06-26
責任編輯、校對：張穎、劉舒霖