

# 价格几千到数万 代写代发都能办

## ——揭秘地下“论文工厂”

### 记者暗访—— 代写代发“一条龙”

记者以心脑血管医生的身份与多名不同“论文工厂”的“客服人员”取得联系,被告知只要时间要求不过于苛刻,各种层次的期刊都可以“代写代发”。

记者表示想发国际期刊的SCI论文。有的“客服人员”表示,需要记者提供姓名、职业、研究方向等基本信息,用于“匹配”合适的期刊。另一位“客服人员”直接选定了一本SCI三区的期刊,称只要交50%的订金就能立马安排写作,成稿后发给记者看,直到修改满意后,再付全款、安排刊发。

为了解全过程,记者与一位“客服人员”进行了深入交流。记者询问一般的期刊论文怎样“生产”,对方先是发来一个省级期刊信息供记者核验,随后表示可以排发最近一期,连写带发1600元,交订金600元即出稿,收到期刊录用通知后付尾款,期刊电子版定版后先行发来,随后邮寄样刊。

支付订金后,对方按照记者要求发来三个写作方向。待记者选定后,对方在不到两天后将一篇论文发来,并表示这是他们安排专业人员“现写”的,还可以按要求修改。虽然质量一般,但记者搜索并未发现有大段抄袭的现象。随后,记者以发表时间赶不上用途为由终止了联系,对方表示还可以再换刊物、想办法。

在另一家“论文工厂”,当记者表示着急想发医学方面顶级期刊,对方推荐给记者一篇已基本写好的颈部骨科研究英文论文,并发来部分内容供记者审核评阅,总“标价”3.75万元。

“这稿子就是顶级期刊编辑和我们的约稿,公司团队老师写作的,快的话一个月录用。”这位“客服人员”说。

不仅是医学方面,记者调查了解到,“论文工厂”可以生产各个学科的论文,一切以需求为导向。

### 独家揭秘—— 专业论文是如何炮制发表的



《血管生成因子A抑制剂对子宫内膜异位症模型大鼠干预效果及作用研究》——这是一家三甲医院的妇产科副主任医师刘媛收到的一个论文备选题目。只要她认可这个题目并支付相关费用,对方就可以帮她写好,并安排发顶级期刊。

“对方显然知道我从事的研究方向。这个题目乍看很专业,挺让人惊讶的。”刘媛说她经常收到这种信息。

从写到发,一篇篇专业的论文究竟是怎样“生产”出来的?

曾为“论文工厂”工作、差点正式入职成为“写手”的刘庆俞表示,“论文工厂”可以实现“批量生产”。按套路写出来的作品其实并没有多好,只是下功夫对各大期刊的喜好厌恶摸得较为清楚,然后选择较容易套公式的科研领域做文章,“就像是托福雅思作文班的老师,有很多好用的考试套路”。

有专业打假人士总结出“论文工厂”出品的医学“八股文”英文题目的结构特点:生物分子+动词+细胞过程+癌症类型/细胞类型+介词+动词+生物分子,只要简单

更换癌细胞种类和生物分子,就能“变”出一篇新论文。

不过,刘庆俞也表示,参与“生产”医学论文的都是有一定科研能力的人,所以才能保证写出来的论文质量不至于太差。他们接受过系统的医学教育,很多还是医学专业博士毕业,进入一些“生物科技公司”,有的人入职前甚至不完全知道自己进的是“论文工厂”。“很多时候,买卖科研成果的利益要比做科研本身获得的利益更多。”刘庆俞说。

写作只是一个方面,一篇期刊论文能不能发表,主要是看专业审稿人的态度。通常情况下,编辑会邀请几位审稿人进行同行评议。据了解情况的医生和“客服人员”介绍,“论文工厂”不定期大量投稿,就和一些期刊关系越来越密切,“工厂”里的很多论文“生产者”甚至成为一些期刊的金牌合作审稿人。

据一位“客服人员”爆料,他们的“论文工厂”直接买通了期刊的编辑,“收钱办事”,想发的文章都能畅通无阻地通过同行

评议等流程。  
业内人士介绍,在“论文工厂”的“操作”下,一些已经被炮制出来即将被期刊录用的论文,其“通讯作者”或“第一作者”的位置被“待价而沽”;有的期刊编辑甚至会找“论文工厂”约稿,“工厂”完成稿件后迅速寻找买家,卖掉作者位置获利。

### 新闻延伸—— 论文代写须重拳整治

记者在中国裁判文书网以“论文代写”为关键词检索,发现近3年来有20个相关案件的裁判文书。对于代写合同,法院的判决多为“违背公序良俗,协议无效”。

一些代发论文的纠纷也屡屡发生。山东省济南市历城区人民法院日前审结一起案件,2020年5月,李某与A公司签订《SCI委托服务协议》一份,约定服务费为5.4万元,结果A公司未能按合同约定发表论文,李某催要退款未果,将A公司起诉。最终法院判定双方合同无效并要求A公司退还服务费。

值得注意的是,多起案件涉及刑事犯罪。高额回报诱惑下,一些诈骗团伙开始披上“论文工厂”的外衣骗钱。

“论文工厂”的存在不仅扰乱了人才竞争的公平公正,而且会伤害科研工作的真实性。天津市第一中心医院骨科主任夏群表示,“论文工厂”生产出的论文脱离实践,数据造假的期刊论文甚至会“扭曲”相关科研工作。

2019年,科技部等20个部门联合发布《科研诚信案件调查处理规则(试行)》,明确规定“买卖、代写论文或项目申请书”被列入科研失信行为。去年以来,科技部、国家卫健委等部门对发现的涉嫌造假论文组织开展调查,有人被撤销职称聘任,有人被暂缓职务晋升5年,有人项目申报、立项、评奖等资格受限……

“我国在科研诚信领域的重拳出击为整治‘论文工厂’现象开了个好头,要杜绝论文代写代发,还需要不断改革,优化人才评价机制,提高科研成果评审质量,减少违法投机分子的可乘之机。”夏群说。(文中刘媛、刘庆俞为化名)  
据新华社

# 企业品牌建设如何“型”之有效

## 壹点智库Brand-C数字实验室发布3I6S品牌战略管理模型,解决企业痛点难点

齐鲁晚报·齐鲁壹点  
记者 张博 路泽坤

### 做企业就是在“做品牌”

为什么人们会感觉有些企业的品牌做得好,有些企业的品牌不突出呢?壹点智库研究人员认为,这与品牌的激活程度有关。品牌意识强的企业,品牌元素经过精心提炼和系统传播,很容易让人感受到、体验到,并产生共鸣;而品牌意识不强的企业,品牌元素没有凸显出来,需要人们仔细体会才能捕捉到。品牌激活就是把品牌的各个要素精心提炼出来,并系统性地传播出来,也就是要“精心做好品牌的每一个触点”,这是整体3I6S系统的Slogan,它包含了品牌激活的内容、行为形式和态度。

壹点智库研究人员表示,普通的品牌建设往往只停留在商标设计、广告、品宣、参加展会等几个触点上,而3I6S模型则要求企业进行全触点管理,全触点包含在6S之中。

### 品牌是企业精神追求的浓缩

壹点智库研究人员在调研中发现,品牌做得好的企业,员工普遍呈现出积极向上的精神面貌,这是为什么呢?

有研究发现,品牌的作用不仅仅局限于在竞争中争夺受众的心智,更是企业精神追求的浓缩,激励着每一个员工。品牌的使命、愿景、核心价值等核心要素是企业的承诺,也是企业的精神目标。企业品牌做得好,核心要素符合社会价值,成为积极向上

1月11日,齐鲁晚报壹点智库Brand-C数字实验室在济南正式发布了最新研究成果——“3I6S品牌战略管理模型”,该模型在企业调研、品牌理论研究、品牌传播评价实践的基础上逐步建立起来,提供了新颖的品牌管理理念和有效性强、操作性强、评价性强的品牌建设方法,强调战略管理、全系统管理、全触点管理、全员管理,理清了品牌建设思路,解决了企业品牌建设中的痛点、难点。3I6S品牌战略管理模型是针对企业品牌建设困惑而推出的,能够提高品牌建设效率。

3I6S系统中的“3I”,即三大理念:做企业就是在做品牌,品牌激活程度影响品牌效果,品牌是企业精神追求的浓缩。6S则是品牌建设的六大“操作系统”,即识别系统、定位系统、激活系统、维护系统、延伸系统、绩效系统。



的精神目标,在员工心中产生“目标效应”,员工自然会呈现积极向上的风貌。

壹点智库副秘书长、Brand-C数字实验室负责人崔京良认为,很多企业老板对“品牌是企业精神追求的浓缩”这个理念认识不到位,忽视了品牌建设对企业内部管理的促进作用,仅仅将品牌作为营销手段来对待,影响了品牌建设效果。企业品牌定

位须简短明晰,可应用于展板、宣传册、口口传播等多种传播场景,目的是实现快速识别,其描述内容应当为每一名员工所熟知。

### 市场调研是品牌延伸的重要前提

壹点智库研究人员发现,作为品牌重

要触点之一的企业官网,其作用往往被很多企业所忽视。企业官网是最持久、最完整、最灵活且免费的自有传播渠道,也是企业的虚拟“脸面”。企业应当好好珍惜这一传播渠道,不应该仅仅将其建设成产品网站,还应该建设成品牌网站、培训网站,在官网上要凸显品牌要素,做好品牌解读,同时做好网站优化,提升平台的传播影响力。

与品牌维护不同,品牌延伸是突破现有领域、地域的主动扩张行为或被动转型行为。壹点智库研究人员调研发现,在品牌延伸之前,企业一定要把市场调研工作做透、做细、做准,市场调研是3I6S模型品牌延伸系统的重要组成部分。目前,企业品牌建设遇到的一个普遍难题是品牌建设效果评价难,缺少可操作性强、指标涵盖范围全面的日常绩效评价量化指标,3I6S模型绩效系统的推出填补了这一空白。

Brand-C数字实验室以大数据挖掘、分析为手段,致力于数字化时代“品牌竞争力提升”的研究、实践和咨询工作。实验室于2020年推出了INC(网络传播影响力)指数,该指数作为品牌建设效果评价的重要体系,评价范围已经涵盖了15个大领域、30多个细分领域。实验室还研发了品牌传播数据智能分析系统、互联网产品流量分析及优化系统、电商平台及消费者大数据分析系统、以大数据为基础的市场调研模型等。



扫码下载齐鲁壹点  
找记者 上壹点

编辑:马纯潇 组版:刘焱