

[文章编号]1009-3729(2011)01-0017-04

# 欧美出版业产业升级模式研究

陶丹, 赵树旺

(河北大学新闻与传播学院, 河北保定 071002)

**[摘要]**数字化时代欧美出版业的产业升级有三种模式:依托高新技术拓宽出版业的经营领域,实现跨行业经营;利用数字技术发展复合出版物,带动出版产业成功升级;传统出版产业与新兴媒体兼并重组,革新和增加出版业务。我国出版业经过集团化发展后虽在规模上有了较大的提升,但在整体上仍处于刚刚起步的状态。借鉴欧美出版业的产业升级模式,加快出版业间的购并联合、提高产业整合度、尽快完善出版集团运行机制、提高出版业内容生产的核心竞争力,应是中国出版业产业升级的途径。

**[关键词]**欧美出版业;产业升级模式;数字出版  
**[中图分类号]**G230 **[文献标志码]**A

产业升级主要是指产业结构的改善和产业素质与效率的提高。产业升级必须依靠技术进步。产业结构的改善表现为产业的协调发展和结构的提升;产业素质与效率的提高表现为生产要素的优化组合、技术水平和管理水平以及产品质量的提高。自1980年代互联网技术逐渐普及以来,特别是数字技术在传媒领域广泛应用以后,全球出版业正在经历着产业升级引发的变革。其中欧美发达国家中的一些出版企业在出版产业结构、出版业经营方式、新兴出版物形态、现代出版盈利模式等方面发生了重大改变。这些出版企业通过战略重组充分占有资源,奠定了产业发展与升级的基础,其业务遍布全球,销售收入中来自国外的份额较高;其发展方向决定着世界出版业的走势。同时它们也是运作出版资本的主要国家,是输出图书和版权的主要国家。2009年奥地利著名出版专家维辛巴特制作了2008年全球出版业50强排行榜,拥有企鹅等知名出版品牌的培生集团超越汤姆森-路透集团和里德·爱思唯尔荣登榜首。<sup>[1]</sup>全球出版业50强排行榜评了三届,榜首换了三家,里德·爱思唯尔、汤姆森、培生三大集团轮流领跑。从全球排名前50的出版商的地域划分来看,有32家出版商隶属欧美国家所属集团,其中5家总部设在英国、10家在德国,美国有8家出版商

上榜;在亚洲地区日本有7家出版社上榜,中国只有高等教育出版社一家。目前,国际出版格局呈现不平衡的态势,随着科技革命和经济全球化的不断深入,这种不平衡有加剧的态势,出版强国与弱国之间的鸿沟进一步加深。本文拟总结当今欧美出版业实现产业升级的基本模式,以期对正在经历着产业结构调整与产业升级的中国出版业提供参考。

## 一、依托高新技术拓宽出版业的经营领域,实现跨行业经营

高新技术的运用使得出版业的经营领域越来越宽阔,由原来以纸质业务为主发展为向多个领域渗透。例如,从2007年10月起法国的阿歇特集团的美国公司与Libre Digital开展合作,对已有的数字资产管理系统进行升级,重新设计该集团美国网站,提供数字内容展示,并对搜索及页面浏览施加控制,全力打造OpenBookTM平台;同时还制作在线图书插件,让读者可以在自己的博客或MySpace、Facebook等社交网站上展示自己喜爱的书。2007年11月,为进一步实施数字化策略,阿歇特集团又与North Plains Systems集团合作对数字管理平台再次升级,以管理其丰富的媒体资产,将有声及视频内容都纳入图书中来。

[收稿日期]2010-11-08

[作者简介]陶丹(1955—),女,重庆市人,河北大学教授,主要研究方向:媒介经营管理。

在高新技术的牵引下,出版企业经营范围大大拓宽已是既成的事实,2000年欧美出版业就开始了跨行业的业务。如贝塔斯曼集团各项经营业务所占比例为:图书集团25.3%,BMG音像娱乐27.9%,Cruner-Jahr报刊17.1%,Arvato印刷服务13.1%,CLT-UFA广播电视9.8%,多媒体2.8%,斯普林格集团4.0%;培生集团各业务份额为:教育集团(图书)55%,企鹅集团(图书)20%,金融时报集团(报刊)20%,其他(影视娱乐)5%;麦格劳·希尔集团的则为:教育集团(图书、培训、服务)47%,金融集团(咨询、服务)30%,信息与媒介集团(服务电视)23%。<sup>[2]</sup>可以看出,图书经营只是这些出版集团经营业务的一部分,在图书、期刊、报纸、电影、电视、广播、音像、网络等不同媒介之中,它们往往同时经营多种业务。以麦格劳·希尔集团为例,其旗下设有麦格劳·希尔建筑信息公司<sup>[3]</sup>,这是其跨行业经营的一个实例。2002年麦格劳·希尔建筑信息公司在美国成立,其宗旨是连接建筑和设计业的行业人士、项目和产品,从项目和产品信息到行业新闻、潮流和趋势,向行业人士提供省时省力省钱的工具、资源和方法。麦格劳·希尔建筑信息公司通过旗下经营多年的《道奇》(Dodge,项目信息)、《斯维茨》(Sweets,建材信息)、《建筑时录》(Architectura Record)、《工程新闻纪录》(Engineering News-Record)和10多份其他区域性出版物,在全球34万亿美元规模的建筑行业市场上向超过100万家的客户提供服务。又如,麦格劳·希尔旗下的普氏公司是全球能源信息和营销服务的提供商,该公司通过订阅的方式,提供与能源业相关的新闻报道、价格评估、行业数据、分析工具、地理空间系统研究及资讯等全方位服务。

## 二、利用数字技术发展复合出版物,带动出版产业成功升级

随着世界范围内数字时代的到来,大众的阅读方式已经从传统纸介质开始向新兴媒体转移,电子书、在线阅读、手机书等数字出版的全新载体正悄然兴起。对于出版业而言,顺应时代潮流向数字化转型升级已迫在眉睫。数字产品在线、互动、大储容量,特别是能大规模地满足个性化需求的特点,确实在很大程度上有着纸质图书无法比拟的优势。这迫使出版业在保持提供内容这一基本功能不变的情况下,开发出电子书、手机书、在线阅读、网络出版、按需出版等多种形态的出版物——出版的形态改变了,而出版的功能不变。可见,对传统出版企业而言,产业升级的关键在于出版功能,即能否为出版内

容的传播与流通创造新的渠道、能否为生产和创新提供新的增值服务。

国际出版产业的数字化实践已经有10多年的历史了。<sup>[1]</sup>欧美出版集团关注数字出版的发展趋势,重视数字技术的运用,对网络技术保持高度的敏感,积极地推进着数字出版的进程,在数字化进程中取得了明显进展,信息技术已经被广泛运用到出版工作的每个环节,极大地提高了出版管理的水平和整合出版资源的能力,从而使出版业在从传统出版向数字出版的转型中取得了显著的进步。例如尼尔森国际传媒集团公司、约翰·威立-布莱克维尔出版集团公司、麦格劳·希尔集团、培生集团等8家出版集团全力建设数字化的基础设施,不仅完成了文本的数字化,而且建立了数字化图书馆,把已经出版的图书转换成PDF格式放在网上,把已经出版的期刊转换成Flash格式放到网上。而且,这些集团公司还普遍建立了各种大型数据库和在线编辑平台、在线教育平台以及各种数字产品和工具。<sup>[1]</sup>美国的主要传媒集团在从传统出版向数字出版的转型中表现出很强的活力;汤姆森与路透合并后,在法律、金融和科技医疗信息服务方面形成了巨大的优势;从汤姆森分离出来的圣智学习出版集团作为全球领先的电子数据和教育出版商,通过推进各种类型的大型数据库和在线平台的建设,开发了各种类型的数字产品,旗下的Gale创建并维护着600多个数据库,服务于图书馆、学校和商业领域,提供精确、权威的参考文献、报刊、杂志内容。<sup>[4]</sup>纵观国际出版业,一些大的跨国出版集团在近两年都不约而同地将移动出版、在线阅读作为重要的业务增长点。

### 1. 建立图书数据库

数字出版对传统出版的冲击无法避免,纸张百科全书差不多已经消失,字典出版也面临冲击,许多数据库形式的内容产业如法律案例库、医学药品库等已经离开纸张媒体,进入数字时代。美国出版集团有的利用自身技术力量、有的与IT企业合作,利用网络和数据库推动传统出版的发展,实现纸质图书市场的扩容,达到业绩提升、服务改进、顾客满意度提升的目的。大众出版领域的出版公司数字化业务目前主要集中在这方面,哈泼·柯林斯出版集团公司是全球最早由传统出版向数字出版转型的大众图书出版公司,2005年启动了创建图书数据库的工作,有30家IT企业与其合作,在图书数据库中图书被分割成不同页面,可以让谷歌、雅虎和亚马逊等公司进行搜索,同时让读者在哈泼·柯林斯网站上进行浏览。

## 2. 出版数字出版物

目前,建立和发展数字出版的商业模式已成为关涉行业生死的重要问题。借助数字出版的诸多优势,数字出版逐渐形成如下几种商业模式。一是直接出售电子书。像传统的出版方式一样,数字出版物也可以通过直接出售来盈利。亚马逊公司网上书店已经在这个领域做出诸多尝试,并展示了一个美好的远景:人们会像购买传统的纸质书一样购买电子书。2007年,亚马逊公司推出了一款可以与纸质书媲美的Kindle电子阅读器,它具备超大的存储空间、良好的阅读体验和便携性,为读者提供了纸质书之外的另一种选择。二是开发数字出版物的综合价值。数字出版物的特点决定了其传播、存储、再开发的过程非常方便且低廉。一座拥有10万本藏书的图书馆需要几层楼来藏书,且需要大量的水、电、人力成本来维护;而同样的10万本藏书如果全部采用数字出版物的方式来存储,只需要一台服务器,检索、管理非常方便,且维护成本非常低廉。三是在数字图书里放广告。在竞争市场上,价格随边际成本的下降而下降。互联网产业更具竞争力,数字信息的边际成本日趋低廉,免费数字出版物前景光明:广告模式为数字出版物提供了另一种盈利的途径,即在数字出版物中插入广告。现有的技术如PDF和EXE格式的电子书都支持插入文字、图片甚至超链接。数字出版物的免费模式即通过广告费用为原作者付稿酬,为数字出版过程提供经费,读者通过接受广告信息来免费获取书籍。此外,由于数字出版物具有低成本广泛传播的特点,在数字出版物中插入广告将会获得意想不到的效果,这无疑为数字出版提供了一种新的选择。在数字图书里放广告是亚马逊公司的一种新尝试。亚马逊公司盯牢了图书这块市场,并为所有可能的商业模式做好了准备:或者对读者收费,或者对读者免费而向广告商收费。<sup>[5]</sup>

## 3. 在线出版与定制学习

美国汤姆森学习出版集团是全球最大的学习和教育出版集团之一,其产品在北美的教材市场中占有巨大份额。作为一家跨国出版机构,其优势还在于它可以为客户定制学习方案。目前它已在中国出版了经本土化改造的《新目标英语》等大量教育学习类图书。同时,该集团还致力于汉语教材的编写、出版、推广、发行工作,与中国的人民教育出版社、国家汉语对外推广领导小组办公室、安徽教育出版社等单位达成多项合作协议。作为全球第二大教育出版公司,汤姆森学习出版集团有着年销售额22亿美元的业绩,在线出版的收入约占公司收入的

1/4,在美国市场占有20%左右的教育出版份额。

## 4. 出版内容捆绑电子阅读器

20世纪末,人们开始想象未来的图书会是什么样子。如今,亚马逊公司的Kindle等一批电子阅读器已经问世,苹果iPad也已经加入其中。在硬件生产商方面,索尼等电子产品公司在2007年推出了具有创新性的电子纸产品。事实表明,移动出版、离线阅读或许就是出版业的下一个生长点。

2008年,美国亚马逊公司的Kindle和日本索尼公司的e-reader电子书阅读器面市,在全球范围内掀起了新的阅读革命。2010年1月苹果公司的触屏式平板电脑iPad以及基于iPad应用的iBooks电子书店揭开神秘面纱。与专注于模仿传统图书阅读感受的Kindle不同,iPad更注重多媒体应用,展示的是将图片、视频、文字等多种形式相结合的阅读方式。除了阅读报纸和彩色杂志外,它还兼有上网、游戏、影音等功能,更有可能开启将所有这些娱乐方式合而为一的新的体验模式。根据美国出版商协会的统计,2009年,全美最大的13家出版商的电子书销量同比暴增176.6%,销售额超过1.69亿美元。在出版市场上,电子书所占的份额为3.3%,比2008年增长1.2%。<sup>[6]</sup>2010年2月,美国《出版商周刊》以《腾飞的电子书》为题,报道市场中弥漫的“江山易主”气息。2010年无疑将成为电子书发展史上的重要里程碑。

电子书阅读器作为融合内容产业、IT产业、电信产业等多个领域的新生产物,其产业链和价值链构成较为复杂:上游连着内容提供者(作者、出版社、报社、杂志社等),中游有虚拟运营商(亚马逊公司等)、电信运营商,下游为硬件和内容的消费者。电子书阅读器连接典型的“多边市场”,并正在改变传统出版的商业模式。

## 5. 出版内容捆绑手机

很多电子书产品瞄准了手机用户,苹果的iPhone持有者可以利用一款名为Stanza的免费阅读软件下载并浏览成千上万的电子书。2008年12月初,企鹅和兰登书屋两大跨国出版巨头宣布了各自的手机图书计划。此外,已经启动手机图书项目的大出版商还有哈泼·柯林斯、休顿·米弗林和西蒙·舒斯特等。企鹅集团将旗下书库中的5000种图书数字化,同时还展开了免费数字图书的“古腾堡计划”,提供2.4万种经典书目的免费下载。<sup>[7]</sup>

总之,由于出版物阅读环境、生产方式、产品形态的变革,出版业的经营范围也在悄然发生变化。现在欧美的出版集团大多采取突出主业,跨媒介、跨

地区的多元化经营策略,很难寻觅到只从事单一出版业务的出版企业集团了。

### 三、传统出版产业与新兴媒体兼并重组,进入新的业务领域

传统出版产业与新兴媒体兼并重组,革新和增加出版业务,是欧美出版业的一种发展模式。近几年,经过出售、兼并和重组,欧美大型出版集团正迅速完成向数字出版时代的跨越。

2007年,里德·爱斯维尔集团为提高利润不得不将2000年底收购的哈考特公司(教育领域的业务)出售。2008年初,里德·爱斯维尔集团又决定出售旗下的商业信息业务,因经济环境开始恶化,原来开出的20亿美元竞拍价格降到10亿美元,最终不得不放弃出售。目前商业信息业务只占里德总收入的19%。鉴于现在客户对在线法律信息及风险分析市场信息有很大的需求,里德在法律、医学和科学领域已经建立了技术成熟的平台。例如1990年代末,病人到医院看病,病历记录要从档案库调出,医生有时需要查询医学书籍来诊疗。而现在,医生可以直接从安装在计算机中的I-Consult库调出病历资料,通过MD Consult浏览到临床医学参考资料;做出诊断后,点击链接进入药品库,自动生成处方及用药。<sup>[8]</sup>通过里德·爱斯维尔的例子可以看出,这个曾经的出版集团在教育、商业、法律、科学和医学领域里出出进进,都是与新媒体兼并重组的结果。

### 四、结语

欧美强国往往通过购并的方式实现产业的整合。如在美国100家大型跨国公司中,进行过国内购并的占90%以上,进行过跨国购并的占70%,这种方式在出版界也不例外。中国出版企业在经过集团化发展后,虽在规模上有了较大的提升,但在整体上还是处在布局欠均衡、核心竞争力薄弱、跨行业经

营刚刚起步的状态,加之出版企业的数字化技术力量不足,因此,加快出版企业间的购并联合、提高产业整合度、尽快完善出版集团运行机制、提高出版业内容生产的核心竞争力,是中国出版产业实现产业升级的重要一步,也是中国传统出版业实现产业升级的主要途径。

数字化网络时代使出版业面临机遇,也使出版业处于困惑、困难的阶段。与世界出版业一样,中国的出版业也被数字化浪潮推动着前行。在这个困惑、困难的时段,出版业如果不抓住机遇实施产业升级,要么倒下、要么退出出版市场。欧美的经验证明出版产业升级这条路是可以走通的,其实现升级的三种模式值得中国出版人借鉴。

### 【参 考 文 献】

- [1] 任殿顺,王艾. 50强称霸2008全球出版业[EB/OL]. (2009-08-04)[2010-02-05]. <http://www.epuber.com/?p=4549>.
- [2] 孙宝寅,崔保国. 准市场机制运营——中国的出版集团发展与现状[M]. 北京:清华大学出版社,2007:123.
- [3] 刘彤,付海燕. 出版业巨头——麦格劳·希尔公司[J]. 出版广角,2006(8):70.
- [4] 陈昕. 从美国数字出版现状看出版新趋势[EB/OL]. (2008-01-20)[2010-08-11]. [http://www.china.com.cn/book/txt/2008-01/20/content\\_9559211\\_3.htm](http://www.china.com.cn/book/txt/2008-01/20/content_9559211_3.htm).
- [5] 海猫. 亚马逊为“在图书里放广告”申请专利[EB/OL]. (2009-07-07)[2010-09-07]. <http://www.epuber.com/?p=4353>.
- [6] 王睿. iPad破冰世界电子书江湖[EB/OL]. (2010-04-08)[2010-06-04]. <http://hi.baidu.com/allirra/blog/item/Belzelddd887d5e3>.
- [7] 王胡. 2009年将成为划时代“电子书年”? [EB/OL]. (2008-12-29)[2010-08-11]. <http://www.epuber.com/?p=2540>.
- [8] 邓文. 戴维斯质疑声中接任,掌声中离开——里德·爱斯维尔的数字化转型[N]. 中国图书商报,2009-04-14(A03).