

[文章编号] 1009-3729(2012)04-0050-04

论中国出版产业数字化发展的特征及未来走势

向飒

(郑州大学 学报编辑部, 河南 郑州 450001)

[摘要]中国数字出版传播影响力呈指数增长,催生了一系列的新兴出版业态,数字化出版产业面临新的机遇,出现了如下特征:产值跨越式增长,出版新业态快速发展,产业链内部多方力量强强联合构建服务平台,产业融合升级日趋加速,出版集团数字化转型加快。但中国数字出版也存在发展的瓶颈:行业标准规范缺失,相关法律法规待修订;数字版权争端纷杂,数字版权保护机制待完善;复合人才严重不足,人才培养体系待建立等。在今后数字出版的发展中,内容提供商、内容生产商将具有绝对话语权,手机、电子书、平板电脑将带动移动阅读迅速增长,数字出版行业将会构建综合出版服务平台,数字出版产业链将进一步深度融合,不断提高并完善数字出版产业升级中的技术标准将推动新一轮科技创新。

[关键词] 数字出版;产业联盟;服务平台

[中图分类号] G230;G124 **[文献标志码]** A **[DOI]** 10.3969/j.issn.1009-3729.2012.04.011

在网络技术、通信技术和数字技术飞速发展的新技术环境下,在多元化出版态势的推动下,数字出版产业表现出极强的创造力和生命力,传播影响力呈指数增长,催生了一系列的新兴出版业态。中国新闻出版总署已经规划了中国出版今后10年的主攻方向和发展目标:“向新闻出版强国迈进!”而数字出版是迈向新闻出版强国的重要支撑。目前,数字出版复合工程等已被列入《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》,各种与数字出版相关的技术将得到研发,我国新闻出版业一场新的技术革命已经到来。我国政府也越来越重视科学技术的支撑作用,正在全力推进数字化发展进程,用高新技术装备整合新闻出版业。2010年1月,中国新闻出版总署出台了《关于进一步推动新闻出版产业发展的指导意见》,将大力发展数字出版等非纸介质战略性新兴产业作为推动新闻出版产业发展的五项重点任务之一。^[1]2010年9月出台的《关于加快我国数字出版产业的若干意见》提出了我国发展数字出版

产业的总体目标、任务和具体措施,为我国数字出版的发展指明了方向。整个中国新闻出版业的数字化改造正在进行,一系列重大数字出版工程正在实施,我国的数字出版面临着加速发展的战略机遇。目前相关研究多为微观研究,本文站在宏观的角度,对我国数字出版的发展特征、存在问题进行全面深入的分析,并对数字出版的未来走势进行展望。

一、中国出版产业数字化发展特征

1. 数字出版的产值跨越式增长

《2010—2011中国数字出版产业年度报告》^[2]显示:我国数字出版产业从2006年到2010年继续保持高增长态势,年增长49.73%。数字出版产业总体收入情况:2006年为213亿元,2007年为362.42亿元,2008年为556.56亿元,2009年为799.4亿元,2010年为1051.79亿元,2010年总收入约是2006年的5倍。手机出版、网络游戏、互联网广告、电子书、博客、电子期刊、网络报纸、网络动漫等是重

[收稿日期] 2012-05-26

[基金项目] 河南省哲学社会科学规划项目(2011FXW006);河南省人文社科规划项目(2011-GH-200);河南省社科联、河南省经团联课题(SK-2011-543);2011年郑州市社会科学项目

[作者简介] 向飒(1969—),女,湖南省长沙市人,郑州大学副编审,硕士,主要研究方向:期刊出版。

要的产业业态。2010年,手机出版的产值为349.8亿元,网络游戏产值为323.7亿元,互联网广告产值为321.2亿元,电子书产值为24.8亿元,博客产值为10亿元,互联网期刊产值为7.49亿元,数字报纸(网络版)产值为6亿元,网络动漫产值为6亿元,在线音乐产值为2.8亿元。其中,网络游戏、网络广告和手机出版成为数字出版产业中名副其实的三巨头。

2. 数字出版的新业态快速发展

世界范围内的出版格局和出版市场正发生着显著变化,传统的新闻出版企业加快了数字化转型,互联网技术服务商、数字技术商、移动通讯商正向内容产业进军,一个新的产业形态——数字出版产业已经形成。目前,比较成熟的数字出版产品有电子出版物、数据库、数字图书馆、手机游戏、互联网游戏与动漫等。随着第五媒体受众的飞速增长,我国的数字出版业态更是快速增长,手机报、电子书、微博等新媒体形态迅速融入广大群众的生活,成为影响人们工作、生活的重要媒体形态。

(1)手机出版表现抢眼。手机出版以其信息海量、互动、便携、多媒体等优势飞速发展,日益成为新生力量。以手机阅读为代表的无线移动阅读方式逐渐成为数字阅读方式的主流。2010年我国手机用户超过7.8亿,使用手机上网的网民有2.77亿。^[2]手机出版在近两年的增长速度接近300%,是增长最快的数字出版业态,远高于传统出版和其他数字出版形式。手机出版的内容更加丰富多彩,包括手机短信、手机彩信、手机报纸、手机小说、手机音乐、手机游戏、手机动漫等。

(2)电子书产业风生水起。电子书已发展成为知识信息传播的一种重要载体。我国已经成为全球重要的电子书生产和消费国家,2010年上半年电子书出货量占全球出货量的21.4%,仅次于美国。2009年我国电子书累计实现销量约55万台,收入近10亿元;2010年电子书有近50个品牌,收入近19.8亿元,产值增长了近1倍。^[3]出版商正是看中电子书的诱人前景,纷纷加入竞争行列,如汉王科技的“电纸书”、方正集团和卓望的“文房”、天津津科的“翰林”,还有易博士、博朗、易迪欧等都推出了各自的电子书产品。各出版社也在开发相关产品,2010年上海世纪出版集团率先推出了“辞海悦读器”,中国出版集团公司推出了自主品牌“大佳阅读器”;上海盛大网络发展有限公司推出电子书产品Bambook。同时,以联想、纽曼、华旗等为代表的IT企业以及中国通信行业三大运营商中国移动、中国

联通、中国电信也已经进入电子书产业。

(3)平板电脑风靡全球带动移动阅读产业快速发展。平板电脑是介于电脑和智能手机之间的一种设备,是一种兼有浏览网页、阅读和发送电子邮件、阅读电子书、观看视频、玩游戏、听音乐等功能的革命性产品。2010年苹果iPad在中国市场发布后,瞬时风靡中国,引领移动阅读风潮。为了分到移动阅读这块蛋糕,国内多家企业开始提供数字化解决方案,以精美的原版阅读方式展现在iPad终端上。目前已经上市和即将上市的平板电脑产品中就出现了汉王、东芝、爱国者等诸多知名品牌。微软、惠普、宏碁等众多厂商也将相继发布自己的产品,同时带动移动阅读产业。^[4]据不完全统计,目前已在苹果App Store平台上发布数字版本的国内各类主流报纸杂志已超过上百种,苹果iPad拉动了平板电脑市场。

(4)网络游戏规模增大。《2011年中国游戏产业调查报告》显示^[5],2011年我国原创网络游戏收入为271.5亿元人民币,占我国网络游戏市场实际销售收入的63.4%,共有34家中国企业自主研发的131款网络游戏作品进入海外市场,实现销售收入3.6亿美元,自主研发游戏已连续7年占据国内市场的主导地位,并成为走出去的中坚力量。腾讯、盛大、网易、九城、完美时空的营销收入均不错。据《2011年中国网络游戏市场趋势观察研究预测报告》预测,2011—2015年我国网络游戏市场实际销售收入将达到508亿元,并将持续引领我国数字出版产业的发展。

(5)微博营销发展迅猛。微博就是微型博客。2011年1—6月,我国微博用户数量从6331万增至1.95亿,微博的影响力迅速扩大,新媒体公司竞相开展微博业务以适应市场的需要。微博是一个基于用户关系的信息分享、传播以及获取平台^[6],用户可通过WEB、WAP(无线通讯协议)进行浏览、下载或者互动参与,并实现即时分享。新媒体公司用微博这个新载体来全面宣传图书,与消费者进行互动,了解消费者对图书以及相关产品的直接感受,把握市场动态,从而随时改变营销策略,加强产品推广。例如,安徽出版集团和时代出版传媒股份有限公司在这方面就取得了不错的营销效果。据不完全统计,开通两个月来,安徽出版集团暨时代出版传媒公司微博读者(粉丝)已达20万人。^[7]

3. 强强联合构建服务平台

内容服务平台是涵盖网站建立、内容服务、内容

传递等内容价值链的各个方面,将结构化和非结构化信息提供给所有用户的内容管理平台。内容合作是数字出版产业链高效运作的前提,也是产生共赢的前提。内容平台将成为产业链的中心,也是投资价值最大化的核心所在。传统出版发行企业、第三方服务商、互联网企业、运营商、终端商等纷纷加入角逐服务平台的竞争,例如盛大文学的云图书馆、汉王的汉王书城、方正集团的中华数字书苑。另外,北京、广东的出版集团均成立了数字出版产业联盟并推出了各自的服务平台,上海新华解放数字阅读传媒与安徽时代出版传媒联合搭建数字阅读平台;中国移动、中国电信、中国联通三大通讯运营商也推出了各自的手机阅读平台。2010年天津出版传媒集团、番薯网、中大文景文化传播有限公司在天津建立“微型小说基地”,共同构建中国微型小说“数字航母”,涵盖了出版社、数字出版商、原创作者、数字内容服务平台四方,实现了产业链各个环节的融汇贯通。

4. 产业融合升级日趋加速

在中国数字出版产业的发展中,产业融合与升级日趋加速。内容、运营、渠道贯穿数字出版产业链的各个环节,全新的产业运作方式为数字出版发展注入了巨大活力。在2001—2010年的10年发展历程中,中国数字出版产业链发生了巨大变化。2001—2006年产业链主要是出版社、技术商、图书馆、部分网站;2007—2008年,报社和机构用户加入其中;2009—2010年中国数字出版产业链继续扩展,包括了出版社、报社、技术商、图书馆、机构用户、运营商、互联网增值商、硬件厂商、传统书店、跨平台渠道、大型网站等,产业融合日趋加速。

5. 出版集团数字化转型加快

为了加强对版权资源的整合和聚集,作为出版业主力军的出版集团已经进入数字出版的主战场。最新调查数据显示,2001年我国出版社的电子书只有960种,2010年达到60万种。2010年全国近600家出版社有90%涉足数字出版,与2009年相比,2010年进入数字出版的出版社数量增长了14%,其中码洋上亿的出版社数量增长19%,实现数字出版的出版社增长22%,成立专门机构负责数字出版的出版社增长27%。^[8]例如中国出版集团、中国科学出版集团、上海世纪出版集团、凤凰出版传媒集团、广东省出版集团、北方联合出版传媒集团、安徽出版集团、浙江出版集团等,均加快了数字出版的步伐。

由于各个出版集团的经营特色和现实基础不同,数字化出版转型的路径选择也各有特色^[9],并

形成几种不同的商业模式:(1)出版社自主建立运营平台,成立数字出版运营主体。例如,中国出版集团公司的“中国数字出版网”工程——中国出版集团公司网站于2010年4月正式上线,成为集信息发布、统一检索、资源聚合、数据共享、交流互动、商务服务为一体,全面汇集集团出版、发行、版权、进出口等业务,具备宣传、展示、服务、数字出版功能的网站,成为出版集团第一门户网站。(2)出版社与具有技术和渠道优势的合作伙伴共同完成制作、发行等工作。例如,中国出版科学研究所、长虹集团、TCL集团等终端企业及中国出版集团、中南出版传媒集团等共同打造中国数字网络出版发行平台。(3)出版集团开发教育类的专业网站,进行教育类产品的增值服务。例如,凤凰出版传媒集团的凤凰教育网、安徽出版集团的时代教育在线、浙江出版联合集团的一起学网、广东出版集团的广东新课程网、湖北长江出版传媒集团的现在网、中南出版传媒集团的名师网等。名师网目前已与全国500多名优秀教师签约合作,日访问量保持在2万人次左右。(4)有实力的出版集团推出自主研发的阅读终端,打通产业链。例如,上海世纪出版集团率先推出了“辞海悦读器”、中国出版集团公司推出了“大佳阅读器”等。

二、中国出版产业数字化发展的瓶颈

1. 行业标准规范缺失,相关法律法规待修订

数字出版是新兴产业,数字版权保护在我国并无专门的立法,主要依据《著作权法》《信息网络传播权保护条例》对著作权、出版权进行保护。现适用于数字出版的法律明显滞后,有待修改和完善,乃至专门立法。国家各类数字出版物的技术标准、基础性标准和关键性标准严重缺失,各数字出版商都在建立和使用自己的技术标准,如方正的CEB、书生的SEP、超星的PDG、中文在线的OEB等。这样,读者需要使用不同的阅读器或相关的软件进行格式转换,从而使产业链各环节之间的信息交换和内容整合变得很困难,读者也为此增加了阅读成本。因此,修订有关法律法规并组织制订相关的数字出版标准体系以促进出版产业升级转型是迫切需要解决的问题。2012年,我国提出的以MPR标准为基础的“国际标准文档关联编码(ISDL)”已经获得国际标准化组织的正式立项,这标志着以MPR技术为支撑的标准化工作取得了新的进展。

2. 数字版权争端纷杂, 数字版权保护机制待完善

截至2009年底,我国各级版权行政执法部门及公安、工信部门共查办网络侵权案件541件,关闭非法网站362个。现阶段,数字出版的技术手段、授权模式和保护体系等版权保护机制尚不完善,数字作品的版权不能得到充分保护,著作权人的合法权利和出版社的出版权益难以得到有效保障和维护,再加上网民缺乏应有的版权保护意识,数字消费观念还没有形成等因素,导致数字出版产业链难以进行正常的产业循环,数字盗版转载成蔓延之势,数字出版缺少一个健康的运营环境。因为利益的冲突,数字出版中作者、出版社、终端厂商之间的版权纠纷较传统出版中的纠纷更为激烈。例如,出版畅销小说《藏地密码》的读客图书有限公司爆料:截至2010年9月,《藏地密码》被数字出版2年,收入为0。

3. 复合人才严重不足, 人才培养体系待建立

建立一套完善的数字出版人才培养体系是我国新闻出版业实现发展转型的关键。传统出版单位缺少既懂出版又懂数字技术的复合型人才,致使技术含量高的数字出版新业态无法充分发展。^[10]人才培养不足和人才流失严重是造成人才缺乏的主要原因。一方面,我国高校对数字出版专业设置较少,数字出版教育落后于产业发展的实况,且师资力量严重不足,人才培养与数字出版发展不同步;另一方面,出版单位陈旧的人才管理模式以及不规范不健全的管理制度阻碍了优秀人才的引进,造成人才流失。努力打造数字出版跨越式发展的人才队伍,开展数字出版业务、法律法规、编辑加工、市场开拓、版权保护等方面的培训是刻不容缓的工作;改革高校相关课程设置、加强师资队伍建设和加强实习基地建设和开展国际合作办学也已成为业界共识。

三、中国数字出版的发展趋势

1. 内容提供商、内容生产商将具有绝对话语权

武汉大学教授方卿等^[11]认为,出版业属于内容产业范畴,在数字技术背景下,内容资源仍是其赖以生存和发展的核心要素。数字出版短期看终端,中期看平台,长期看内容。在前期的发展中,数字出版技术一直在数字出版产业的发展中起着关键作用并引领数字出版的发展,技术提供商在产业链中占据主动位置,而内容创造者、内容提供商则缺少相应的话语权与主导权。在中期发展中,数字出版产业链重构,平台将成为主导。因为发行平台最容易与各

方发生关系,发行将从出版社向发行平台转移。在后期的发展中,内容对于产业的意义将会日益突出。目前,出版行业对于内容资源的关注度已经达到前所未有的高度。数字内容资源应用的核心有两点:一是资源,二是应用。数字出版产业产品的多元化发展以及受众的多样性需求,对内容创作和生产提出越来越高的要求,随着渠道运营商垄断性的减弱,数字出版将向良性竞争发展,数字出版的著作权日渐明晰,内容提供商、内容生产商将具有绝对话语权。

2. 手机、电子书、平板电脑将带动移动阅读继续迅速增长

以手机、电子书、平板电脑为代表的移动数字阅读终端销量将出现大幅度增长。手机新闻网站、手机小说、手机报等业务将成为手机网民阅读消费的重要方面,3G手机作为全媒体平台为其提供了技术可能。电子书产业技术不断成熟,新产品不断涌现,电子书销量将会急剧增长,阅读人群继续增多,投资热点将不断形成。平板电脑依靠良好的阅读体验、丰富的内容支持,汇集上网、游戏、视频等一系列功能,将迅速成为阅读爱好者的新宠。

3. 数字出版业将构建综合出版服务平台

中国数字出版产业将汇聚内容制造、版权运营、营销推广、硬件终端设计及制造等各个方面,搭建一个开放的全产业出版服务平台^[12],以整合各种资源,使一切流程通过出版服务平台进行。通过服务出版平台,内容提供商可以对内容资源加密,出版商可以对发行渠道进行选择并授权,渠道运营商可以打通各种渠道的终端应用并找出出版单位授权的资源进行运营发行,内容营销商可以及时掌握营销数据以及读者的查询、点击、购买等行为。

4. 产业链将进一步深度融合

随着数字时代产业融合的加速,内容资源将继续向少数企业高度集中,出版集团或内容提供商、终端厂商与技术提供商将进一步深度融合。例如IT厂商、互联网、无线移动的合作将进一步深入,合作共赢是3G阅读时代的特征之一。出版机构将与电信运营商和内容提供商合作,利用自己的资金、人才与市场推广的优势,组织内容研发,扩大内容生产规模,逐渐向“终端+内容”的方向转型,形成传统出版与数字出版的利益共同体。

5. 不断提高并完善数字出版产业升级中的技术标准将推动新一轮科技创新

为使我国新闻出版业在新的技术变革时代始终

(下转第69页)

术、DNA 技术等所形成的证据。因为视听资料的内容仅仅是借现代科技手段所获证据的一部分,而现代科技所获得的证据在诉讼中的运用已日趋广泛,视听资料已无法包含这些内容。因而,将视听资料更名为科技证据,除包括在英美法系国家纳入书证范围而我国纳入视听资料的录音、录像等证据外,还包括运用现代科学技术所形成的其他证据(如各种鉴定结论)以及今后可能出现的新的科技证据。

3. 创立适用于书证的证据规则

证据规则是检验一种证据是不是属于该种证据的一项辅助原则。一种证据是不是书证,可以用最佳证据规则来审视,最佳证据规则的创立有助于对书证进行判定。英美法系国家的每一种证据形式都有相应的证据规则与之配套,在某种程度上讲,英美法系国家对证据的分类及证据范围的划分也正是为了适应证据规则的需要。目前,我国三大诉讼法尚未确立书证的证据规则。最高人民法院在民事诉讼证据、行政诉讼证据的若干规定中,已明确地将书证原件与复印件、副本的证明力区分开来,可以看出,我国正在向确立书证最佳证据规则的方向努力。^[9]

(上接第 53 页)

保持旺盛的生命力,国家新闻出版总署提出“以重大科技项目带动产业科技创新,推动产业升级转型”的总体战略,并强调要在科技项目推进过程中坚持“标准先行”的基本原则。这意味着新闻出版行业的标准化工作将会加快,相关规章制度将会陆续建立并完善,服务于产业升级转型的标准将会很快出台,并将贯穿于信息内容的生产加工、传播分发、终端呈现等各个环节。在上述政策的引导下,相信我国出版产业的数字化步伐将大大加快。

[参 考 文 献]

- [1] 孙寿山. 加快新闻出版业发展方式转变,推动数字出版产业又好又快发展[J]. 出版发行研究, 2010(9):12.
- [2] 郝振省. 2010—2011 年中国数字出版产业年度报告(摘要)[J]. 出版参考, 2011(21):10.
- [3] 李广宇. 我国数字出版产业现状及问题分析[J]. 现代出版, 2011(1):22.
- [4] 李新祥, 崔波. 2010 中国数字出版关键词[N]. 中国新

[参 考 文 献]

- [1] 江伟. 民事诉讼法学[M]. 北京:高等教育出版社, 2010:152.
 - [2] 常怡. 民事诉讼法学[M]. 北京:中国政法大学出版社, 2010:198.
 - [3] 徐静村. 刑事诉讼法学[M]. 北京:法律出版社, 1997:138.
 - [4] 何家弘, 张卫平. 外国证据法选译(下)[M]. 北京:人民法院出版社, 2000.
 - [5] 何家弘. 新编证据法学[M]. 北京:法律出版社, 2000:200.
 - [6] [美] 乔恩·R·华尔兹. 刑事证据大全[M]. 何家弘, 译. 北京:中国人民公安大学出版社, 1993:336.
 - [7] 崔敏, 张文清. 刑事证据的理论与实践[M]. 北京:中国人民公安大学出版社, 1992:171.
 - [8] 程春华. 民事证据法专论[M]. 厦门:厦门大学出版社, 2002.
 - [9] 沈达明. 比较民事诉讼法初论[M]. 北京:中国法制出版社, 2002.
- [5] 中国游戏产业网. 2011 年中国游戏产业调查报告[EB/OL]. (2012-01-18) [2012-03-20]. <http://wenku.baidu.com/view/00e75eef551810a6f52486eb.html>.
 - [6] 张立, 汤雪梅. 中国数字出版业十年发展历程及趋势预测[J]. 编辑之友, 2012(1):32.
 - [7] 出版商务周报. 安徽出版集团和时代出版传媒公司开先河开微博[N]. 出版商务周报, 2010-09-17(8).
 - [8] 和讯网. 方正阿帕比赫思佳谈数字出版产业的变化与趋势:让合作伙伴更有价值[EB/OL]. (2011-01-18) [2012-03-20]. <http://news.10jqka.com.cn/20110118/c521723788.shtml>.
 - [9] 马涛. 出版集团数字化进阶[EB/OL]. (2010-09-01) [2010-12-10]. <http://media.people.com.cn/GB/40628/12606491.html>.
 - [10] 鲍立街. 浅析我国数字出版的主要问题及对策[J]. 中国出版, 2010(7):12.
 - [11] 方卿, 王清越. 关于数字出版模式的思考(一)——内容资源主导模式[J]. 中国出版, 2011(17):45.
 - [12] 郝振省. 中国数字出版存在的问题以及未来趋势[J]. 中国高新技术企业, 2011(21):16.