

[文章编号] 1009-3729(2012)06-0087-05

数字环境下电信、广电和出版 三大产业的融合与发展

麻娜娜

(北京印刷学院 新闻出版学院, 北京 102600)

[摘要] 由于电信、广电和出版三大产业在所提供的具体的信息产品或服务、使用的技术、市场领域等方面有很大差异,存在明显的技术边界、业务边界、运作边界和市场边界,1990年代之前,它们在产业分类上被区分为电信业、广电业和出版业三大类,形成三大产业分立的局面。随着信息技术的发展和相关产业政策的不断调整,电信业、广电业、出版业迎来了产业融合浪潮,为经济增长注入了新的活力。在数字环境下,电信业、广电业和出版业之间相互渗透、融合,产生了新的信息产品或服务。电信业的手机阅读发展势头良好,并以3G技术为依托,全面开发3G业务;广电业的电视节目数字化制作取得突破性进展、大媒体集团渐成规模;出版业积极拓展数字出版领域,颠覆传统图书出版产业的业务模式、业务流程和营销方式,利用新技术打造全媒体出版。这三大产业正在打破传统产业运作模式,呈现出一种新的产业经济形态。

[关键词] 电信业;广电业;出版业;产业分立;产业融合

[中图分类号] F062.9 **[文献标志码]** A **[DOI]** 10.3969/j.issn.1009-3729.2012.06.017

随着数字技术的迅速发展,电信、广电和出版三大产业的融合已成为现代传媒经济发展的新趋势,并受到学术界的广泛关注。目前学者多从理论框架、路径选择、某一产业面临的困境及发展对策等方面对这一融合现象进行分析和研究。本文拟在综合电信、广电、出版三大产业融合成因分析的基础上,结合业界发展动态,揭示这三大产业在数字环境下的产业融合趋势。

一、传统电信、广电和出版三大产业的分立

机械生产及其技术的发展改变了传统农业时代(农业社会)自给自足的经济方式,使生产与消费相分离,分工渐趋成熟,形成了具有固定边界的产业部门。这些固定化的产业边界与工业化生产方式联系在一起,使工业技术的每一步发展都在生产上扩大了分工,并对这种固定化的产业边界起到进一步强

化作用,从而使产业边界越来越清晰。这种具有固定化边界的产业分工被称为产业分立。

产业边界是对产业分立进行分析的一个必要理论基础,然而产业边界这一概念在传统产业经济理论中并未明确提出。鉴于其对于研究产业分立的重要性,周振华^[1]从理论抽象角度,确定产业边界的4种基本类型为:技术边界、业务边界、运作边界和市场边界。技术边界,即每一个产业是用一种特定的技术手段及装备和与此相适应的工艺流程来生产某一种产品;业务边界,即每一个产业通过不同的投入产出方式向消费者提供其产品或服务,并形成自身独特的价值链;运作边界,即每一个产业的活动有其特定的基础平台及其配套条件;市场边界,即每一个产业的交易是在一个特定的市场(包括其规模、区域等)通过不同的环节与流转方式进行。由于笔者认为运作边界和技术边界存在交叉之处,因此,本文着重就技术边界、业务边界和市场边界进行分析。

[收稿日期] 2012-09-09

[作者简介] 麻娜娜(1986—),女,回族,山西省晋城市人,北京印刷学院硕士研究生,主要研究方向:传播学、书刊编辑。

据此,尽管电信、广电和出版三大产业提供的产品都可划归为信息产品或服务,但由于它们所提供的具体的产品和服务、使用的技术、市场领域等有很大差异,存在明显的技术边界、业务边界、运作边界和市场边界。因此,像其他产业部门一样,1990年代之前,它们在产业分类上通常被区分为电信业、广电业(广播电视业)和出版业三大类。

就技术边界而言,电信、广电、出版三大产业的分立集中表现在信息传送平台、信息接收终端的差异性。在信息传送平台方面,这三个产业拥有各自独立的传递信息产品或服务的网络平台。如电信业的电信网、广电业的广播电视网、出版业的有形分发网。在信息接收终端方面,这三个产业提供信息产品的终端设备均为专用设备,用户只能使用特定的设备接收特定的信息。例如,接收双向语音信息需要使用电话机;接收单向声音和图像需要分别使用收音机和电视机;接收单向的文字信息需要文本资料。尽管信息产品和传送网络会存在交叉现象,如传送双向文件和数据既可通过电信业的电信网,也可通过出版业的有形分发网,但从总体上来看,不同的信息产品与其传输网络和接收终端基本上存在一一对应关系。

就业务边界而言,电信、广电、出版三大产业的分立表现在分别提供不同的产品或服务。电信业提供的是点对点的信息传递,通常指电话、电报、传真等,信息在特定用户——发送方与接收方之间进行相互交换;广播电视业提供的是声音、图像等信息服务;出版业提供的是书、报、刊、CD等产品。这些信息产品或服务针对的是不同用户的不同需求,不具有替代性。

就市场边界而言,传统独立性媒介产业之间往往是一种纵向一体化的市场结构,有各自分割的市场领地。^[2]电信、广电、出版三大产业各自在市场中相对独立,它们之间不存在直接的竞争关系。

二、数字环境下电信、广电、出版三大产业融合的成因

1. 电信、广电、出版三大产业融合的内部条件

早在1978年,美国麻省理工学院媒体实验室的尼葛洛教授就用三个圆圈来描述计算机、印刷和广播电视三者的技术边界,认为三个圆圈的相交处将会成为发展最快、创新最多的领域。随着产业融合发生的领域不断扩大,学术界关于产业融合的研究及其概念的界定也在不断发展。进入20世纪后,哈

佛大学的欧丁格和法国作家罗尔与敏斯试图用创造的新词 Compunctions 和 Telemetriqu 来反映数字融合的发展趋势。^[3]欧洲委员会绿皮书、美国学者 Yoffie、日本经济学家植草益以及中国学者周振华、马健等^[4-7]都对产业融合做出了不同的定义。无论怎样定义,产业融合都是对产业分立的否定,标志着原有固定化产业边界(技术边界、业务边界、市场边界)的模糊甚至消失,以及技术融合、业务融合与市场融合的实现。

(1)技术融合是产业融合的前提条件。技术是产业融合的内在驱动力。没有技术的迅速发展,就不会出现技术融合,而没有技术融合,产业融合也就无从谈起。19世纪中期到20世纪中期,在信息领域主要采用的是模拟技术。随着信息技术的不断发展,1990年代后期,数字技术与电子计算机相伴相生,它借助一定的设备将各种信息(图、文、声、像等)转化为电子计算机能识别的二进制数字“0”和“1”后进行运算、加工、存储、传送、传播、还原,使媒介传输的信息产品或服务融合为一种传输方式,并导致在线报刊、在线视频等数字产品的大量涌现。此外,网络技术尤其是IP技术,以一种共同的地址界定方式和开放而非独家专用的标准,不仅将计算机联在一起,并采用分散式结构处理多媒体,而且使不同网络之间只需增加网络智能即可相联通,独立的各种网络联网时不需要进行复杂的信息交换。^[8]随着IP技术的发展,以IP协议为基础的网络(互联网)正成为各种环境中的主流网络方式。

在信息化时代,信息传播技术在电信业、广电业、出版业之间扩散并广泛渗透,为这三大产业的融合提供了一个平台。此外,信息接收终端也不断趋于融合。例如,近些年随着手机功能的不断完善,手机已成为人们获取信息的重要阅读终端,人们可以通过手机上网、读书、看报、看电视……可见,信息化使电信、广电、出版三大产业之间有了共同的技术基础,原有的技术边界正在被打破。

(2)业务融合与技术融合是相关联的。打破技术壁垒,实现技术融合后,原有的核心技能和知识基础、产品生产流程、业务结构等都会受到不同程度的影响。在产业分立阶段,电信、广电、出版三大产业所经营的业务范围各不相同,但随着技术融合的不断推进,三大产业间的业务融合也进一步扩大。如手机增值业务使得手机电视、手机阅读等产品出现。与此相对应的服务融合同样使信息传播的方式及内容的选择具有了可替代性,为用户的生活方式和工

作方式带来了很大程度的便利。

(3)市场融合是技术融合与业务融合的最终结果。业务融合后,电信、广电、出版三大产业间的业务联系日渐紧密,从而能为社会提供替代性很强的信息产品或服务。在共同的技术基础上,使用同一接收终端设备的用户由一种产品的消费者变成了多种产品的消费者,消费者趋向统一,进而导致消费市场趋向统一。产品融合后,原来呈线性的市场结构相互交叉,呈复杂的网状结构,并出现相互竞争-合作的关系。因此,市场融合只有做到技术与业务的融合,才能占有更大的市场份额。同时,技术融合和业务融合应以市场融合为导向,才能创造出新的产品或服务来满足更多的市场需求。

2. 电信、广电、出版三大产业融合的外部原因

我们在讨论技术、业务、市场融合的同时,不能忽视相关产业政策的变化对产业融合的影响。制度就是产业融合的外部推动力。

由于我国电信和广电所属部门不同、体制不同、追求的效益也不同,一直以来,国家对电信、广电控制严格,严禁二者之间出现任何业务上的融合。但随着信息技术的发展,国家对电信、广电之间产业融合的政策逐步进行了调整。2008年,在国办发[2008]1号文中明确提出推进“三网融合”,要“在确保广播电视安全传输的前提下,建立和完善适应‘三网融合’发展要求的运营服务机制。鼓励广播电视机构利用国家公用通信网和广播电视网等信息网络提供数字电视服务和增值电信业务。在符合国家有关投融资政策的前提下,支持包括国有电信企业在内的国有资本参与数字电视接入网络建设和电视接收端数字化改造”^[9]。国家广电总局在2009年4月14日发布的《电子信息产业调整和振兴规划》中要求,“落实数字电视产业政策,推进‘三网融合’”^[10]。2009年5月25日,国发[2009]26号文明确指出:“落实国家相关规定,实现广电和电信企业的双向进入,推动‘三网融合’取得实质性进展(工业和信息化部、广电总局、发改委、财政部负责)”^[11]国家对电信、广电等产业融合的相关政策贯穿始终,这对电信、广电、出版三大产业的融合产生了积极的推动作用。

三、数字环境下电信、广电、出版三大产业融合发展趋势

在数字环境下,电信业、广电业和出版业之间相互渗透、融合,利用新的生产模式,产生新的信息产

品,从而形成三大产业逐渐融合的发展趋势。

1. 电信业的新发展

(1)电信业中的手机阅读发展势头良好。通过技术融合,网络运营商、软件开发者和电信公司不断渗透到出版行业中,其最直接的结果就是网络出版物和手机出版物的出现。作为便携式手持终端,手机是最被看好的新媒体。2008年底,中国移动在杭州建立了阅读基地,该基地意在依托中国移动的用户规模,集中各方资源来推广新的图书发行模式,推进G3电子阅读器的开发和推广。截至目前,与中国移动手机阅读基地开展战略合作的共有中国作家协会、中国出版集团等79家单位,入库图书30万册。^[13]数据显示,2011年此举带来中国移动手机阅读信息费收入15亿元。^[13]同样,中国联通“沃阅读”也有很好的发展,2011年访问量接近40亿次,与多家出版集团和内容提供商合作引入图书15万册。^[14]

随着手机用户数量的激增及其自身功能的不断完善,手机逐渐成为人们获取信息的主要阅读终端,人们通过手机上网、读书、看报、娱乐等。因此,手机报、手机出版物的发展势头迅猛,其前景被多家出版机构看好。《扬州晚报》《新华日报》《扬子晚报》《上海日报》等纷纷推出了手机报业务。

(2)电信业正以3G技术为依托,全面开发3G业务。新一代通讯技术的发展,使电信、广电、出版三大产业在技术融合的基础上实现了产业融合。3G(第三代通讯技术),是指将无线通信与国际互联网等多媒体通信结合的新一代移动通信系统。它能够处理图像、音乐、视频流等多种媒体形式,提供包括网页浏览、电话会议、电子商务等多种信息服务。^[15]与2G相比较,其传输声音、数据的速度极大提高。未来的3G不仅能提供手机办公、视频通话、手机电视、手机网游等服务,还将和社区网站相结合,目前流行的微信、微博等已采取了此应用。

2. 广电业的新发展

(1)广播电视数字化。我国广播电视事业发展迅猛,新技术使有线电视网络从原来的传输模拟节目向数字化业务领域扩展。广播电视数字化使电视机变成一个集公共传播、信息服务、文化娱乐、交流互动等多功能于一身的信息接收终端,可以向电信业和互联网领域提供具有可替代性的数字产品,实现业务融合。2004—2008年,全国有线数字电视用户数分别为97万、397万、1266万、2686万、4528万户,增长势头明显。^[16]截至2009年3月,全国已

经有 229 个城市进行了数字化整体转换,其中 106 个城市已经完成转换,广西、宁夏等地基本实现数字化,北京、天津、青海、海南、贵州、吉林等地的城市有线数字电视用户比例超过了 50%。^[16]电视节目数字化制作取得突破性进展。

(2)大媒体集团渐成规模。基于技术融合与业务融合,电信业、广电业、出版业之间出现融合,它们之间打破了原有的产业分工的限制,实现了资源在大范围内的合理配置和有效利用。在产业重组、融合过程中,信息产业之间的联盟不仅是实现产业融合的一种有效形式,同时还可以使企业做大做强。2001年12月6日,中国最大的传媒集团——中国广播影视集团正式挂牌成立。中国广播影视集团整合了中央级广播电视、电影及广电网络公司的资源和力量,如中央电视台、中央人民广播电台、中国国际广播电台、中国电影集团公司等,成为综合性传媒集团,经营广播、电视、电影、传输网络、互联网站、报刊出版、影视艺术、科技开发、广告经营等业务,这使我国传媒集团跨行业整合成为可能。而在国际上,美国在线时代华纳公司、维旺迪环球公司、迪士尼公司、维亚康姆公司、贝塔斯曼公司等纷纷进军电影和出版业,形成横跨出版业、影视业的大媒体集团。

3. 出版业的新发展

(1)出版业正积极拓展数字出版领域。信息技术、数字技术的发展,使内容——出版产品的重要因素——在担任传统出版的重要投入要素这一角色的同时,成为新兴出版物的生产要素。它们通过技术融合,实现影视书刊互动、报网互动,逐渐形成电信、广电、出版三大产业融合态势。网络运营商、技术提供商、电信运营商通过技术渗透到传统出版业中,通过开发电子书、网络出版物、手机出版物等新产品,改变传统出版物的内容和形式。一些硬件厂商,如汉王科技,通过研发“汉王阅读器”创造出新的阅读方式,人们可以通过电子阅读器直接在电子书上进行批注、修改和编辑。随着科技的进一步发展,发光电子书、可以卷起来的电子书相继出现,带给人们真实阅读的感觉。同时,一些数字出版企业,如龙源期刊、万方数据、中国知网、中文在线、盛大文学等,将大量的学术论文、文学作品、个人原创作品放到互联网上供人们下载阅读并广泛传播。除了这些新兴的数字出版企业外,传统出版社也积极向数字出版领域迈进。如中国大百科全书出版社自1993年开始研发《中国大百科全书》光盘版,截至2011年已出版了10多个版本;2011年出版了《中国

大百科全书数据库》,开发了手机版的《中国大百科全书》;同时,与iPad合作的“掌上百科”也在积极研发过程中。再如,被誉为“工具书的王国”的商务印书馆开发的“商务印书馆·精品工具书数据库”,将传统的内容与现代化的数字技术完美结合,打造出我国首个权威性的工具书查检学习数字平台。这就逐渐打破了出版业和电信业、广电业的技术边界,实现了技术融合,为产业融合提供了前提条件。

(2)出版业正在颠覆传统图书出版产业的业务模式、业务流程和营销方式。为了应对出版业与其他产业的融合,它们进一步打破原有的业务边界,实现业务融合。传统出版社纷纷利用信息技术建立新的图书宣传和发行渠道。如利用网上书店、专业性的团购网站进行图书销售,解决了物流配送和库存问题;还通过网上书店中各类图书的销售排行榜、书评等影响读者的消费选择;利用微博对图书信息进行发布,开展作者与读者、出版社与读者之间的线上线下活动,开创一种新的媒体营销模式。此外,产业融合还减少了许多中间环节,节约了运营成本。据《纽约时报》报道,亚马逊开始和作者直接签约,并准备向他们开放部分后台数据。这样,过去是作者—经纪人—出版社—亚马逊—读者的产业链条,缩短为作者—亚马逊—读者。

(3)出版业积极利用新技术打造全媒体出版。电信、广电、出版三大产业的融合标志着全媒体出版时代的来临。全媒体出版,又称作“复合出版”或“跨媒体出版”,中文在线董事长兼总裁童之磊先生认为:“全媒体出版就是同一种内容通过多种媒体同步出版。包括纸质媒体,也包括互联网、手机、阅读器。”^[12]这样,一方面将图书以传统方式进行纸质出版,另一方面以数字出版的方式将图书进行出版。在全媒体出版时代,传统出版、数字出版、影视传播实现产品服务一体化,2008年,冯小刚的影视作品《非诚勿扰》就是全媒体出版的首次尝试。

随着科技的发展,MPR出版物(多媒体印刷读物)成为全媒体出版的新成员。MPR是一种专有创新技术,它将二维条码编码解码技术、微距数码摄像技术、语音压缩及播放技术和现代出版印刷技术进行了整合,是集纸质印刷出版、音像出版、电子出版、网络出版为一体的全媒体出版,使用这种技术可以实现读者闻听看读的同时进行。目前MPR技术拥有方深圳天朗时代公司已推出多种应用成果,包括MPR版本的《诗经》《楚辞》,与书法家合作的MPR书法、国画作品,以及可以消除阅读障碍的MPR盲

人读物等。

四、结语

信息产业的融合过程是一个全方位的动态过程,需要实现技术融合、业务融合及市场融合,它摧毁了传统产业经济运行的基础,呈现出一种新的产业经济形态。随着信息技术的发展和相关产业政策的不断调整,电信业、广电业、出版业之间的产业融合会迸发出更大的生命力,为经济增长注入新的活力。而在产业融合的过程中,电信、广电、出版三大产业也将会加强资源整合的力度,充分利用自身的优势资源在新一轮产业经济的发展中崭露头角。

[参 考 文 献]

- [1] 周振华. 产业融合:新产业革命的历史性标志——兼析电信、广播电视和出版三大产业融合案例[J]. 产业经济研究,2003(1):2.
- [2] 邓向阳. 媒介经济学[M]. 长沙:湖南大学出版社,2006:223.
- [3] 汤文仙. 技术融合的理论内涵研究[J]. 科学管理研究,2006(4):31.
- [4] 李美云. 国外产业融合研究新进展[J]. 外国经济与管理,2005(12):12.
- [5] 刘宇青. 对旅游产业发展融合化的认识[J]. 商场现代化,2009(25):124.
- [6] 周振华. 信息化与产业融合[M]. 上海:三联书店,2003.
- [7] 马健. 产业融合论[M]. 南京:南京大学出版社,2006.
- [8] 许道友. 信息通讯产业融合下的产业边界和市场结构分析[J]. 科技和产业,2007(9):11.
- [9] 国家广播电影电视总局. 国务院办公厅转发发展改革委等部门关于鼓励数字电视产业发展若干政策的通知(国办发[2008]1号)[DB/OL]. (2008-01-18)[2012-08-26]. <http://www.sarft.gov.cn/articles/2008/01/18/20080119004411200481.html>.
- [10] 国家广播电影电视总局. 电子信息产业调整和振兴规划[DB/OL]. (2009-04-15)[2012-08-26]. http://www.gov.cn/zwgk/2009-04/15/content_1282430.htm.
- [11] 国家广播电影电视总局. 国务院批转发展改革委关于2009年深化经济体制改革工作意见的通知(国发[2009]26号)[DB/OL]. (2009-05-25)[2012-08-26]. http://www.gov.cn/zwgk/2009-05/25/content_1323641.htm.
- [12] 童之磊. 全媒体出版[DB/OL]. (2009-07-07)[2011-08-26]. http://www.chuban.cc/rdjj/szcb3/zlt/200907/t20090707_50647.html.
- [13] 网易. 中国移动阅读信息费收入去年达15亿元[EB/OL]. (2012-04-06)[2012-08-26]. <http://mobile.163.com/12/0406/19/7UE9D8EG00130A1.html>.
- [14] 王鹏. 联通沃阅读去年访问量40亿 已引入15万册图书资源[EB/OL]. (2012-07-25)[2012-08-26]. http://tech.ifeng.com/telecom/detail_2012_07/02/15712937_0.shtml.
- [15] 李军林. 信息时代的媒介素养[M]. 长沙:湖南大学出版社,2010:44.
- [16] 新华网. 广播电视数字化发展空间广阔[EB/OL]. (2009-11-12)[2012-08-26]. http://news.xinhuanet.com/newmedia/2009-11/12/content_12438556.htm.