新闻出版总署公开征集“新闻敲诈”违法线索

商报讯 记者日前从新闻出版总署了解到，自今年5月总署等3部门联合开展打击“新闻敲诈”、治理有偿新闻专项行动以来，各级新闻出版行动执法部门成立了行动领导小组，组织联合工作组在煤炭、医疗、食品等事故多发行业和城郊、乡镇等案件高发地区集中开展执法检查，确立了一批重点督办案件正在侦查。据总署有关负责人介绍，本次专项行动的重点是：严厉打击假记者的非法采访活动，严肃查处“新闻敲诈”、有偿新闻、“有偿不闻”等新闻违法活动。为进一步推动专项行动深入开展，总署现特向社会公开征集“新闻敲诈”、有偿新闻、“有偿不闻”的违法线索，各单位或者个人凡遇到以记者采访、报道为名要挟索取利益的，要注意留存违法行为证据，并直接向新闻出版总署举报中心举报，受理电话：12390，010-65212870，010-65212787。 （辛 文）

我国网络文学用户数同比下降

商报讯 中国互联网络信息中心（CNNIC）7月19日发布的《第30次中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2012年6月底，我国手机网民规模首次超越台式电脑用户，达到3.88亿，较2011年底增加了约3270万人，网民中用手机接入互联网的用户占比由上年底的69.3%提升至72.2%；台式电脑上网用户为3.80亿。2012年上半年，中国社交网站用户数增长至2.51亿，网民使用率为46.6%。相比2011年底，社交网站人数增长率为2.6%，网民使用率略有下降。报告显示，我国网络文学用户数为1.9亿，较2011年底减少4.0%，网民使用率为36.2%，比2011年底减少3.3个百分点。 （辛 文）

数字出版：六大变化 四大挑战

（上接第1版）

全国新闻出版标准化技术委员会立项的4项数字出版格式标准、12项电子书内容标准、手机出版系列标准等数字出版行业标准，目前已全部进入起草、征求意见阶段。在应用标准建设中，MPR出版物国家标准业已出版并发布，被认为改变了国内数字出版格局，有利于规避出版业数字化转型中的风险。

“从内容提供商向信息服务商转变”成为共识

“如果说数字出版是一场文化与科技短兵相接的遭遇战的话，那么目前的胶着状态、相持阶段是最熬人的，是最困苦的时候。”刘建生的话让与会者“心有戚戚焉”，在他看来，目前必须依靠政府和市场双重效应，才能形成数字出版的新格局、新路径，“只有随着制度创新的深化，改革的深化，政府的手才能渐渐松开”。

在新闻出版业“十二五”规划及数字出版“十二五”规划中，总署统筹规划设计了31项重大工程项目，其中有17项直接属于数字出版项目，涉及11个新闻出版公共服务建设项目，都有数字出版参与介入。采访中不少业者对这些项目的实施充满期待，认为将全方位、多角度、多层次地促进数字出版转型发展。

“从内容提供商向信息服务商转变”，这是记者在此次年会期间听到的最多的一句话，这也成为出版业在数字出版转型升级摸索前行几年后，达成的共识。

中国教育出版传媒集团总经理李朋义表示，该集团未来的目标是打造集教材、资源库、作业系统、测评系统、教学工具、在线学习平台等于一体的综合性服务产品，针对高校存在的问题与学习环境需要，提供个性化服务，打造全国教育出版网络运营的主平台，发展成为教育出版全面解决方案的提供商与服务商。他还预测，在未来五年，中国的教育数字出版市场将以极快的速度增长，在教育出版领域和国际的合作是非常广阔的。

中国少年儿童新闻出版总社社长李学谦坦言，“曾侥幸地认为少儿出版是受数字出版大潮冲击最小的一块安全岛”，随着对数字出版理解的改变，中少总社近两年在数字出版转型的“顶层设计”上迅速发力，在完成资源库建设的同时，推出中少数字图书馆，建立电子图书制作平台，稳步做好市场开拓工作。目前中少社已经开始电子书销售，即将完成“少儿快乐阅读平台”一期建设工作，数字出版语音智能玩具已经开发出来，具有良好销售前景。

数字出版传播渠道的不断拓展，为数字内容的投送方式提供了新的可能。湖北省新闻出版局力推利用有线电视网推广农村电视阅读，数字出版向农村拓展。长江出版集团将图书内容进行数字化处理，使用相对普及的有线电视网络，探索出一条数字内容传播的新渠道。

就在年会开幕当日，龙源数字传媒集团与《读者》杂志签署独家合作协议，《读者》进驻龙源期刊网，这是《读者》杂志首次授权第三方平台发行数字版。作为中国发行量最大的杂志，《读者》在数字化方面一直坚持自主开发和出版，此前曾推出过电纸书，近日刚刚宣布将推出平板电脑、智能手机等多款电子产品。向第三方平台开放是《读者》全面数字化的重要组成部分。龙源数字传媒集团董事长、龙源期刊网总裁汤潮表示，将争取在2013年底使《读者》在龙源平台的数字发行量超过300万。

政府企业协力应对新挑战

未来5年是数字出版产业发展的关键时期，数字出版毕竟是一个新产业，新问题总会伴随新发展而出现，新挑战也总是与新问题相伴而生。

一是传统出版业向数字化转型中出现产品形态单一、生产与市场、投入与产出存在距离等新问题。尽管目前大多数出版单位都已认识到数字出版的重要性与迫切性，一改过去消极观望的态度，开始积极投入出版数字化建设，但现有投入绝大多数集中在建立数字出版小平台和既有内容数字化两个主要方面。数字产品形态单一，生产与市场需要之间差距较大，数字出版收入在出版单位总收入中所占比例不高、投入与产出比较低成为困扰传统出版数字化转型的新问题。

二是产业发展进程中，核心技术研发相对落后，商业化应用开发不足。受访者认为，在以触摸技术、显示技术、传感技术、识别技术、数字版权保护技术为代表，引领信息产业，并对数字出版领域起到直接推动作用的核心技术方面，我国的研发创新能力严重不足。核心技术落后，软件创新不足，致使数字硬件产品同质化现象严重。在生产环节上，又陷入代工、仿制、拼成本、恶性竞争的落后经济模式，这与我国实现经济增长方式转型的初衷，是背道而驰的。

三是国外大型数字企业向国内大举扩张，数字出版企业面临新的挑战。近年来谷歌、微软、雅虎、脸谱等国外大型IT公司相继介入数字出版领域；苹果、亚马逊等既有的数字出版企业，向产业链上下游大肆扩张；培生、企鹅、爱思唯尔等跨国出版集团，数字化转型成效斐然，这些行业巨头的快速成长与扩张，对国内数字出版企业形成极大压力，让我国数字出版企业的成长期与机遇期也变得极为有限。中国科技出版传媒集团董事长柳建尧结合近期出炉的世界五十强出版集团榜单，分析了这些领先企业数字出版发展态势，认为传统出版商和网络信息服务商互相渗透、融合的趋势加剧，出版商在数字内容和服务领域的联合是未来出版业向数字化转型的一种有效模式；出版集团在依托内部的基础上，应更重视信息技术平台、数字出版技术的研发、应用和服务。

四是数字出版产品创意创新不足，管理运营体制、科学研究范式面临新的形势变化。为加强对产业的管理、明确产业的发展方向，新闻出版总署于2011年分别就数字出版产业基地、数字出版平台建设和网络出版服务等三方面分别进行调研，研究制定相关管理办法与指导意见。据孙寿山透露，总署正在加紧制订《国家新闻出版产业基地（园区）管理办法》、《网络出版服务管理规定》和《数字出版内容平台建设指导意见》、《手机媒体出版服务管理办法》、《数据库出版服务管理办法》、《互联网文学出版服务管理办法》和《互联网游戏审批管理细则》等，这些政策的制定与发布，不仅会完善我国数字出版产业法律法规建设体系，而且也将在一定程度上为数字出版产业基地、数字出版平台和网络出版的发展指明方向，将为进入成长期发展阶段的数字出版产业提供有力的制度保障。

（上接第1版）

同时，出版商将通过更多的平台销售，产品的销量会增加，但产品的单价不会很高。这时重要的是使数字产品的收入成为增项，而不要替代原来印刷版产品的收入。出版社要懂得如何去推销产品，让人们了解它们，不只是向终端读者，还要让图书零售商相信应该给这些图书最重要的陈列位置。出版商最终还是要有好的产品并把它销售出去，出版的作品要“会讲故事”，口碑宣传将仍是图书最好的营销方式，不少出版社已经建立了在线社区，并使用社交网站做营销，但社交媒体能发挥多大效果还有待观察。

接受采访的独立书店和闹市区及网上零售商虽处于数字化的不同阶段，但对未来都充满信心。有人认为，随着技术成本的降低，小书店可以使用以前无力购买的技术，来进行管理、沟通和建立架构。书店的目标是成为实体书店和网上书店兼营的零售商。预计英国零售店数字化收入将从目前的10%增至5年后的20%~30%，美国将增至65%~70%。受访者还提到了一个显著变化，即目前出版社的销售代表数量急剧减少，书店可以从出版社那里直接获得有关的信息和数据。

经纪人更加活跃 版权问题更为复杂

受访者表示，出版社内、外部网络和电子商务都在发生巨大的变革，一开始通过外聘懂数字技术的人加盟出版社的产品或营销部，但随着数字产品逐渐走入消费者的日常生活，出版社不再将印刷版图书和数字产品完全隔离开来，而是同时兼顾这两种形式，将数字化工作分解到各个品牌中，各出版品牌的员工要在原有的知识基础上有整体考虑。但出版社仍会保留一个核心的数字业务部门，以帮助出版部门解决各品牌的员工遇到的问题。对出版公司而言，最大的挑战是应对变化。胜利者要能正确地配置资源，迅速地向新的方向进军。现在，出版社版权部门面临繁重的增补电子版权条款的工作，作家经纪人都很愿意向出版商出售作品的电子版权。

受访的经纪人建议与出版社的出版合同中，对电子版权也设定期限，然后再回归作者，但遭到出版商的拒绝。经纪人发现现在他们对作者来说更加重要了，因为出版社没有时间为某位作者精心策划及内容开发，也不愿冒风险。而且经纪人开始更多地与影视及游戏界的经纪人联系，洽谈跨媒体的附属版权事宜。

受访的绘本出版商表示，对绘本产生影响的新因素包括授权给影视作品、名人访谈节目和展览、博物馆的活动。这些都会促进绘本销售，但版权问题有时会很复杂。

经纪人预测未来出版商将给作者更多的收入分成，因为电子书低廉的制作成本将使作者获得更多的收入。有经纪人认为，童书绘本的应用将有新的市场机遇，日本开发的用移动设备看的YA小说的系列应用产品又被出版商开发出图书，这也可能是一种发展趋势。

大多数受访者普遍认为，随着移动设备更加先进，我们将看到更多形式的图书和内容，纸本书销售减少会促使出版商加快开发电子书和增强版电子书的速度，在移动设备背后提供支撑的营销将更为强大，一旦用户使用它，就会继续通过它购买更多的内容。

受访者还表示，电子书是转型期的产物，增强版电子书也只是一个早产儿，未来我们会看到电子书进入到下一个阶段。以叙述为主的内容最适宜的形式是游戏、动漫小说和电影，这种丰富的电子内容可以随后开发成图书，先开发成小说然后是教育类资料。而出版商需要对内容进行集成，使消费者易于操作，不会因内容背后的版权问题被阻止，消费者需要无缝链接的阅读体验，然后他们就会购买。

“女孩，你最特别”征文活动

米丽成长系列

亚马逊网站五星级图书
国际安徒生奖、林格伦文学奖获得者涅斯特林格作品
一套专门为女孩打造的成长桥梁阅读书，让阅读温暖、呵护孩子的童年

一、征文范围：
所有阅读过“米丽成长系列”中任何一个故事的小学女生，写下你的阅读感悟，写下你与米丽相同或不同的成长故事，就可以寄给主办方北京新时代出版社，参与征文活动。

二、活动时间：
2012年6月1日—2012年9月15日。整个暑假，我们都将期待女孩们的参与。

三、征文要求：
1. 作品必须为原创首发，不得出现抄袭情况，否则将取消比赛资格。主办方享有对获奖作品进行复制、出版和展览的权力（出版事宜将另行办理）。
2. 征文主题以对“米丽成长系列”的读书感悟和自我成长原创故事为主。
3. 作品字数不少于300字。

四、活动奖励办法：
2012年9月15日截稿后，北京新时代出版社将邀请知名儿童文学作家及阅读推广人**金波、朱自强、萝卜探长、阿甲、唐兵**等老师组成评委会，对所有稿件进行审读、遴选，评选出最终获奖者，让更多爱好文学的孩子能够得到作家的悉心指导，并对达到出版质量标准的稿件结集出版。

奖项设置如下：

特等奖	1名	奖励办法：亲子家庭北京3日游，并获电子阅读器一部。
小作家奖	5名	奖励办法：亲子家庭北京3日游。
佳作奖	10名	奖励办法：电子阅读器一部。
优秀奖	50名	奖励办法：价值200元的精品图书。
纪念奖	100名	奖励办法：价值100元的精品图书。
指导教师奖	10名	奖励办法：电子阅读器一部。

五、征文投递方式：
女孩们，请把参赛稿件和一张生活照片放在随书附赠的信封里，写好你的地址，快快寄给我们吧！
（米丽成长系列图书各大网站及新华书店均有销售）
邮寄地址：北京市海淀区紫竹院南路23号新时代出版社少儿图书事业部（100048）
咨询电话：010-88540651

新时代出版社
New Times Press

本活动最终解释权归北京新时代出版社所有，详情请关注新时代出版社官方网站 http://www.ndip.cn/index_xsd.php