邮发代号1-217 请广大读者从速办理订阅手续 年价298.80元 半年价149.40元

中国出版传媒商报:目标——持续打造中国出版传媒业第一全媒体传媒(群)

地址:北京西三环北路19号外研大厦北楼 邮编:100089 传真:010-88818933 咨询电话:010-88810715/27/29/转231

五大要素提升书业数字出版竞争力

■中国出版传媒商报特约撰稿人 陈 丹(北京印刷学院新闻出版学院执行院长、教授)

2013 中国书业实力版图 数字出版竞争力 分报告

2013年,我国数字出版产业发展迅速,一批出版社以科技引领创新、以创新带动发展,不断拉长产业链条,成为我国书业数字化转型过程中的一抹亮色。对2013年书业数字出版的分析表明,书业数字出版有五个竞争力要素。首先是内容资源。它是出版企业的核心竞争力。在"内容为王"的出版业,拥有优质和丰富的内容资源是出版企业取得成功的关键。其次是技术支撑。在数字出版领域,技术占据了十分重要的地位。出版社通过将技术与自身的内容资源相结合,创造出数字出版领域的竞争力。第三是人才渠道。出版社要注意培养数字出版人才。这些人才要拥有数字多媒体开发和熟练运用各种跨媒体出版的技术能力,又具备内容资源整合能力、服务能力、项目推广能力等;既精通数字出版物的内容,又熟识传统出版特性,熟悉出版流程。第四是渠道资源。加大营销和传播力度,将内容延伸到更广阔的范围,从而使内容的价值最大化。最后是合作共赢。随着数字内容的融合、行业边界的模糊和信息的充分共享,数字出版产业链的各方只有通力合作,密切配合,才能扬长避短,取得共赢。

要素壹:内容资源

内容资源是书业数字出版竞争力的关键。出版社应发挥核心优势,专注优质数字内容生产,整合内容资源,提高内容管理水平,从而提升企业的核心竞争力。

出版是以内容为基础的文化产业。传统出版数字化转型的前提是具备大规模、有价值的内容,以及以该内容形成的具有被用户所认知和可消费的数字产品。出版手段数字化之后,传统出版社真正握在手的优质资源,是整个产业群的顶端——内容。内容经过出版社的再创造,转化为可以投向市场的图书产品,或载体更为广义的数字产品,内容原有的科学和艺术价值获得了放大,同时也拥有了可以在市场上获利的能力,成为出版社的资本。

1.内容资源结构化。

出版资源只有经过深度加工、分类管理后,才能够充分发挥数字技术的优势,满足客户要求。

法律出版社与中华法律网联合打造了大型全文检索应用型数据库——"法律数据库",这个数据库收录数据权威、准确、全面,更新及时高效,具有数据应用性、实用性的特点,可以在线购买、方便快捷,已在我国司法系统内已形成品牌,并在国际上产生一定影响,为企业转型打下较好基础。

商务印书馆以《新华字典》、《现代汉语词典》、《新华词典》、《古汉语常用字字典》等近30部精品工具书为基础,进行数字化整合,集字、词、成语、俗语、谚语、歇后语、惯用语、名言及专科词语等多类型词汇于一体,开发了词条量高达40万的"商务印书馆·精品工具书数据库"。该数据库历时两年多,对工具书数据进行了全面、全新的深度加工和动态重组,遵循"知识学习-知识积累-知识运用-知识拓展"的认知规律,构建了一个庞大的词语知识单元网络。

中国大百科全书出版社开发了中国大百科全书数据库。该数据库以中国第一部大型现代综合性百科全书《中国大百科全书(第一版)》和该书之修订重编版《中国大百科全书(第二版)》以及相应的更新资料为基础数据,内容共计逾20万条目,80万知识点,2亿文字量,并配含数万张高清图片、地图。《中国大百科全书(第三版)》网络版也正在研发之中。该网络版将被打造成为"国家公共知识服务平台",具有数据存储量大、使用便利、准确、权威等特点。

2.内容资源特色化。

出版社拥有的内容资源,必须是在某一领域具有核心竞争力的、具有特色的内容资源,而不是同质化的、缺少专业水准的"大路货"。这需要出版社在特色定位、掌握核心资源方面形成自己的优势。

中国建筑工业出版社建设专业服务平台,开展全媒体资源库和专业信息服务平台的建设,构建建筑方面的图库,提供图片的下载服务,同时开发以光盘或U盘为载体的数字产品,结合出版社的内容特点开发《项目经理电子书架》、《标准规范》、《城市规划资料集》等大型工具书,部分图书已开始盈利。

人民军医出版社研发了具有出版社特色的"军医掌上图书馆(Pad版)"、"数字医学图书馆(网络版)"、"健康卫士(手机网站)"、"名医指路跨媒体系列图书"、"名医指路家庭健康知识库"和"中华医学资源核心数据库群"等一大批数字产品,形成了特有的品牌和优势板块。

3. 内容产品多样化。

未来数字出版的内容表现形式将不再局限于将传统的纸介图书数字化,数字化内容多样性发展已渐成趋势。各出版社在结合特色定位的同时,要进行立体开发,根据终端消费需求确定产品形态,将同样的内容用不同的媒介形式进行包装转化,最大限度地推向市场和占领市场,才能获得最大化收益。

人民交通出版社以交通职业教育、技能培训为切入点,以构建交通行业权威、全面的内容与信息服务商为目标,汇聚大量优质数字内容资源,成功开发了综合类"交通运输专题知识库"和主题类"U阅通"等数据库产品,上线开通专业数字出版平台"悦通网"。

中国少年儿童新闻出版总社以优质资源数据库和产品库为支撑的全媒体、多介质、跨终端的产品线已经形成,产品服务链利用移动终端已向B2C延伸。目前该社已推出的数字产品包括中少快乐阅读平台(数字图书馆)、网络营销渠道的红袋鼠系列多媒体互动电子书、红袋鼠点读笔和红袋鼠家族语音玩具。

要素贰:技术支撑

身处日新月异的互联网环境,只有将技术与内容完美融合,才能在转型升级中占有领先地位,以双轮驱动出版业昂首前行,才能在创造、引领和满足用户的核心需求中发挥价值。

一直以来,技术在数字出版产业发展中扮演着重要的角色,甚至在某种程度上引领着数字出版的发展。世界在发生剧烈的变化,善用技术者先行。

1.选择适用技术,开发特色产品。

在数字时代,并不一定是越高级、越复杂的技术能最后成功。能否建立成功的商业模式,关键取决于数字技术能否很好地和内容相结合,是否能为读者提供比传统方式更有价值的服务。能够很好地表达内容的技术才是有价值的。

外语教学与研究出版社曾经推出过一款简单的数字化产品,叫作点读笔,在图书上点不同的位置发不同的声音,可以朗读汉字、拼音、英语,可以讲故事、唱歌。这款产品的技术原理十分简单,却实现了不错的销售成绩。将恰当的技术手段与出版社的内容优势相结合,正是其成功的关键。

知识产权出版社在大力发展专利文献数字出版的同时,积极进行数据挖掘、信息服务等工作,建设了专业数据库,开发出了CNIPR专利信息检索服务平台、74个地方专利信息服务平台、外观智能审查系统、外观设计图像检索系统、以及人工辅助机器翻译系统等多个服务系统。该社自主研发的知识产权数字出版平台将出版社全部图书以及得到许可的他社知识产权类图书数千种进行了数据加工与处理,采用XML、EPUB、PDF等多种格式存储,包含了功能强大的数字资源管理子系统,还具有版式还原功能,深度挖掘了资源的知识关联性。

2.运用数字技术,再造出版流程。

数字出版的本质是出版流程的再造。通过出版流程再造,实现真正意义上的跨媒体出版,实现对内容资源的统一数字化加工和生产,把非结构化的信息制作成图书、报刊、光盘、网页等产品,供用户以各种媒体形式进行阅读、检索、查询、分析和共享。

华东师范大学出版社有限公司通过将ERP管理系统与内容管理系统的组织关联,形成了信息流及业务流的互联互通。在内容资源建设方面,通过编辑主动策划,将约稿产生的内容与用户阅读过程中主动生产的内容组织关联起来,构成了互补互生型的内容组织生产新模式。

3.研发先进技术,探索新型产品形态与服务模式。

在技术资源方面,出版社除了要结合自身的内容资源及特点,与先进的技术进行融合,还要积极开展数字出版方面的技术研发,探索出新型的数字内容产品形态和服务模式,做到内容与技术的完美创新,从而使出版社具备新型竞争力,推动传统出版向数字出版的转型。

中国地图出版社结合本社特有资源,开发了具有自主知识产权的GISWAY数字地图制作出版编辑系统,有效整合国内外相关地理数据信息,实现了基于地图数据库进行的自动化制图工艺。该社编制了《中国高速公路及路网详查地图集》、《中国公路网交通地图册》、《中国公路交通实用图集》、《中国分省领导用图》等,系列化、专题化在线地图产品已在百度、新浪、搜狐等新兴媒体上线。

浙江大学出版社依托浙江大学计算机学科优势,先后承担了《面向家庭的个性化数字出版服务关键技术研究与应用示范》、《浙江大学机构知识库》、《数字西域文化与数字出版服务》、《基础教育核心资源库及交互教学服务平台》等项目。围绕数字化转型需求,浙大社还先后启动了支持跨平台、浸入式、社交化学习的新一代数字化教材APP,支持多终端阅读的求是书城APP,面向基础教育的移动学习APP,基于LCMS的网络教育服务平台,基础教育试题库,数字营销服务平台"等多个产品与平台的研发工作,探索新型数字内容产品形态与服务模式,数字化转型与跨界发展的产品布局雏形逐步形成。上述科研项目与产品研发也成为浙大社储备技术、培养队伍、寻找机遇与推动数字化转型的有效"助推器",不仅解决了传统出版内容的数字化、数字出版服务关键技术等数字化转型基础问题,还形成了覆盖技术攻关、平台开发、资源整合与业务运营的团队与机制。

要素叁:人才资源

数字出版人才培养源于出版、高于出版,既可以从传统的出版人才培养上进行调整提升,也可以从新媒体产业融合发展的新方向上建立起人才培养的通路。

数字出版人才是指在数字出版产业链条上从事内容生产整合、提供按需定制服务的编辑、复制、传播及其相关人才。数字产业链的构建需要大量的复合型人才。这类人才既需要拥有数字多媒体开发和熟练运用各种跨媒体出版技的术能力,又需要具备内容资源整合能力、服务能力、项目推广能力等;既要精通数字出版物的内容,又要熟识数字出版特性,并熟悉出版流程。

外语教学与研究出版社非常重视数字转型期对新型业务人才的培养,通过内部培养和外部引进相结合的方法,建立了一支能够胜任出版社数字化发展需要的人才队伍,同时也为"专业+出版"复合型人才的成长创造了良好的环境。

浙江大学出版社在机制建设与人才培养方面,建立了支撑数字出版可持续发展的管控机制、人才引进机制、对外合作机制及内部工作机制,探索出"以项目驱动、产学研一体化、主导型社会化应用"的数字出版发展新模式。

为贯彻2012年8月中国出版集团公司数字化战略推进会精神,加强集团公司数字化人才队伍建设,2013年5月和10月,中国出版集团公司先后组织了两期赴美国纽约佩斯大学数字化专题学习培训班。课程内容涵盖了数字出版的编辑、制作、出版、营销、销售等各个环节,深度体现了当前国际化数字出版的特点,并通过各种形象案例,使大家受益匪浅。

要素肆:渠道资源

传统出版企业应从单一依赖内容合作模式,进入数字产品开发和信息服务为主的新阶段。可借助第三方数字发行平台和自建的数字出版平台向受众提供营销和服务。

出版企业作为内容提供商,如何利用先进的数字技术将合适的内容准确地传递到合适的目标读者手中,将内容产品营销和传播的触角延伸到更广阔的范围,从而使内容的价值最大化?这已成为出版业未来发展的关键所在。

目前大众类出版社数字出版的模式主要是把网络作为传统出版营销升级的工具,拓展发行的渠道和途径。大众类出版社还可以考虑将POD、读者社区、移动出版、有声书出版作为新的业务增长点,基于SNS的圈子社区,聚合同类人群,并为其提供全方位的增值服务,另外还要重视与电子书零售商、搜索引擎和其他渠道的合作关系,主动去寻找新的商业模式,广泛发布数字内容。

北京师范大学出版社大力推进数字出版机构和制度建设,积极整合内外优质内容资源,推动跨平台的多媒体出版和网络出版,力图借助O2O模式打破传统模式下出版社与读者被隔离的局面,重构和延长出版产业链;充分利用在教育领域内的优势,打造基于互联网和移动互联网基础上的能够提供个性化定制服务的学习解决方案,探索掌握渠道和终端客户的可持续发展的B2C模式,为积极寻求从内容提供商向内容运营商和教育服务商转变的新模式进行了有益的探索。

在上市公司运作机制下,二十一世纪出版社大力推进市场化并购重组,主动实施结构调整与产业升级。出版社斥资千万元收购上海千陌网络科技有限公司百分之百股份,将该社获中宣部"五个一工程"奖的图书《魔法小仙子》改编成首款青少年励志游戏《魔法仙踪》,成为国内首家进军网络游戏的出版社。出版社还筹资千万元打造"二十一世纪全媒体数字出版产业基地",在业务上重构关联新型业务链,强化数字销售平台管理,优化发行模式,实现传统出版向数字出版有序转型。该社还全面进军电子商务领域,投资1000万元,与湖南长沙浪翔书刊有限公司共同成立世纪浪翔电子商务平台,打造二十一世纪出版社电商旗舰店,成为国内首家大规模进军电子商务领域的出版社。

要素伍:合作共赢

数字出版产业链的建设必然是一个多元合作的过程。出版社必须与国内外数字出版技术商、运营商以及资本集团等进行合作,扬长避短。合纵连横应该是出版社数字化转型的一条捷径。

出版企业与技术服务商合作过程中,技术服务商负责提供数字出版的技术解决方案,向出版社提供专业化的数字出版生产管理系统,提供数字出版数字化过程中所用到的IT技术,包括数字出版物的版面处理、数字内容的数字版权保护(DRM),以及Web 2.0技术、数据挖掘技术与检索等,并为出版社提供数字出版加工平台。

合纵连横应该是出版社数字化转型的一条捷径。应建立统一的标准化协作平台,实现数字出版产业链各环节信息的无缝对接;建立全方位的发行网络,针对不同终端、不同产品,确定不同的发行渠道建立合理的利益共享机制,提高各环节协同合作的动力,建立有效的诚信和奖惩制度,对恶意破坏产业链的行为给予严厉的惩罚,维护数字出版产业链的正常秩序;建立完善的客户服务管理系统,对客户提出的各种反馈意见进行有效的管理,全面负责数字发行平台的运营和管理。

中南出版传媒集团股份有限公司以"全产业链进入数字化生存"为主题,以"重点项目带动转型升级"为路径,致力于将企业打造成为全媒介内容运营商和现代化综合传播平台。在策略上,与华为、腾讯、日本角川集团等业外、境外资本合作,组建专业公司研究、探索和挖掘市场机会,引领传统内容单位依托自有优势资源开发数字内容产品,并与专业公司共同运营,在此过程中,打造一支战略上高度统一、战术上齐心合力的数字出版团队。

由中国出版集团公司承担、中国对外翻译出版有限公司和中译语通科技(北京)有限公司组织实施的"译云"项目,被列入国家新闻出版广电总局"新闻改革发展项目库",获得国家文化产业资金支持。"译云"致力于打造三大云服务平台和两大资源库,即:"多语言云呼叫中心和视频会议平台"、"多语言资讯分析管理平台"、"云语言教育平台"和"云语言资源数据库"、"全球翻译专家人才资源库",在语言服务层面上整合文化产业链上不同板块和环节并加以智能应用,是新一代的语言服务智慧应用平台,为中华文化"走出去"项目的实施、提升中华文化国际传播能力提供了以现代技术为支撑的便捷工具平台。

中国图书进出口(集团)总公司自主研发了"易阅通"(CNPeReading)国际数字资源交易与服务平台。"易阅通"具有"一个平台、海量资源、全球服务"的特点。中图总公司通过与Overdrive、DawsonBooks、IngentaConnect等国际数字集成商达成双向合作协议,打通了中国数字资源销往国外的4万多家图书馆等机构用户和100多万个人用户渠道。依托中国出版集团公司的资源优势,"易阅通"正在与国内出版社开展合作,积极打造中国古籍、法律、文学等多种专业数据库。中图总公司将通过全新的合作方式和服务理念,使之成为国际一流、中国最大的数字资源聚合、加工、交易、服务平台,为数字时代中外文化交流和中国文化"走出去"搭建便捷的桥梁。