



QQ阅读人均单日使用时长达97分钟

中国出版传媒商报 7月12日,QuestMobile发布《移动互联网2017年Q2夏季报告》。数据显示,QQ阅读6月人均单日时长居业内首位,高达97分钟,且平台粘性与用户活性呈持续上升趋势。

数据背后是阅文集团的内容资源优势,以及多年来布局数字阅读产业积累的经验,同时与时俱进适应当下读者需求,让阅读成为读者离不开的日常事。如果说过去的阅读是定式化的,那当下的阅读则更充满了活性,不再被动等待,而是主动连接。除内容优势外,阅文集团“千人千面”的差异化运营策略,更为符合年轻用户的阅读需求,通过不断给读者惊喜来提升着用户忠诚度。

依托全面而精准的大数据分析,阅文集团逐步完善、丰富用户的阅读画像,从而有针对性地投放,让书籍的推送更为高效精准。当读者打开QQ阅读,每一次推送都是击中心理需求的“惊喜”,阅读也随之成为一件停不下来的事。此外,在给读者他们想要的同时,QQ阅读更希望给他们更好、更多。“老牌霸王”玄幻、修真风头正劲,小众题材也在逐步崛起,唯有“多元化”才将实现“全民化”。

同时,据捷途研究院《2017年Q1移动阅读市场报告》显示,2017年第一季度,QQ阅读在移动阅读市场中的份额达到34.91%。依托于阅文“全·内容生态”,QQ阅读用户可在近千万部作品储备,200余种内容题材中各取所需。加上500余万作家坐镇持续产出,QQ阅读的“海量”与“优质”真正让阅读成为了读者永远的“进行时”。(陈莹)

特别报道

纸质书刊是否能通过相关途径,真正给予读者一个交流互动的机会?让读者能与这份读物产生交流,能与其作者、编辑、甚至是出版单位产生交流?基于此,数传集团开发了RAYS系统,把“阅读”变为“链接”,把出版过程中的各个角色串联起来,让出版也像互联网一样,实现“交互”,并把读者大数据还给出版单位。

□采访人:晓雪(中国出版传媒商报记者)

■受访人:白立华(数传集团总裁)

“现代纸书” 探索全新出版融合模式

2014年成立的武汉理工数字传播工程有限公司(以下简称数传集团)是一家专注于新闻出版行业大数据服务的互联网科技集团,总部位于湖北武汉。该公司研发出了一套全新的媒体融合整体解决方案——RAYS。目前,该系统已被国内200多家出版单位使用,帮助出版单位重构用户连接,整合内容资源,建立读者数据库,打造基于读者数据分析技术的个性化定向推送平台。数传集团是国家新闻出版广电总局专业数字内容资源知识服务模式试点工作技术支持单位,也是总局首批20个出版融合发展重点实验室建设单位。

一家初创公司如何用3年的时间做到了标杆性企业,让出版融合发展取得了突破性进展,有何高招?带着这个疑问,记者专访了数传集团总裁白立华。

RAYS为何物?

□请您介绍RAYS系统的研发背景和过程。

■RAYS,全称“Readers at your system”(读者在你的系统中),这是一套完整的媒体融合解决方案。近几年,众多的出版单位都在探索如何转型融合发展,将线下实体内容转成线上虚拟平台,而这种盈利模式并没有产生很好的效果。首先,纸数融合向两条线发展,耗费了大量人力物力,却没有真正实现经济效益;其次,一些出版单位选择和平台商合作,拿不到相关的数据和资源,为他人“做了嫁衣”。

RAYS系统就是解决这种转型痛点的解决方案,帮助编辑和读者真正找回彼此,帮助出版单位建立读者数据库,并实现落地盈利,帮助传统出版行业实现“互联网+”时代的转型融合发展。

2014年12月,RAYS正式诞生,此后经历1.0、2.0、3.0、蓝海版本的不断升级,历时近3年。3年来,我们一直在不断努力和探索。一方面不断优化和完善系统功能和体验,另一方面,我们也在多种类型的书刊上进行了反复的实验。目前的RAYS蓝海系统,已经相对完善和成熟了,系统内的多种应用和功能能够帮助编辑和出版单位打造“现代纸书”,满足读者的多种需求,显著提升纸质书的竞争力。同时,帮助出版单位建立起属于自己的读者数据库,让编辑和出版单位知道自己的读者是谁,深度了解自己的读者,然后,基于读者喜好生产内容,并能实现盈利预期。

□RAYS的核心技术是什么?是否是自有技术?

■RAYS的核心技术包括:免注册抓取技术,这是目前最尖端的大数据抓取技术,无需注册即可抓取用户信息;空码技术,二维码中内容可随时增减变化;无重码技术,实现每个二维码无重复,满足亿万图书印码需求;精准反向推送技术,实现基于读者属性的场景化精准推送。数传拥有上述技术的专利和软件著作权,完全是自有技术。

□我看到,相关数据说,你们的“现代纸书”去年帮4700万册图书实现了超过1.31亿元的线上收益,“现代纸书”为何能有这种“立竿见影”的效果?“现代纸书”是什么?

■我们基于RAYS系统提出了一个新的概念——“现代纸书”,它是迎合移动互联网时代内容生产方式,拥有线上衍生内容资源及服务,满足读者多种需求,具有交互功能的纸质出版物。

“现代纸书”是通过轻量转型增强“传统纸书”的竞争力,它的盈利依赖于对“传统纸书”的延展服务:通过在纸质书刊上印二维码的,配套线上衍生数字化资源与服务,引导读者在阅读纸质书后,再次扫描二维码为深度扩展内容和服务付费。同时,RAYS系统强大的技术手段可在读者扫码后迅速地抓取读者数据,帮助出版单位和编辑分析读者喜好,且持续为读者提供精准知识服务,与读者建立长期联系,形成新的消费模式。

截至2016年底,全国已有200多家出版单位、4700万册图书在使用RAYS系统,并实现了1.31亿元的线上收益。

□RAYS系统针对图书和报刊有何不同的应用?

■从阅读图书和阅读报刊读者的阅读场景和阅读习惯是不一样的。图书阅读,读者大部分情况下

是处在一种持续性、深度的阅读状态;而期刊除了学习报,大部分时候以娱乐消遣、打发时间为主,因此做书和做报刊往往采取不同的应用,或者不同的展现方式,但总体目标都是帮助他们价值最大化,最大程度的实现盈利。

譬如,与我们合作的《环球人物》杂志已经推出了一系列“线上增刊”。内容紧贴实体杂志,提供搭载在RAYS平台上的数字衍生内容和服务:独家线上文章,嘉宾专访音频、视频,更有与读者V问答互动的机会。比起市面上其它同类型的杂志,《环球人物》为读者提供了独一无二的丰富资源和优质娱乐体验,也就大大增强了期刊的竞争力和读者黏性。

而对于图书产品,我们则打造了个性化深度内容服务。例如,对于考研类图书《王江涛考研英语满分范文背诵》,我们在RAYS平台中配置了王江涛的一对一作文批改服务;对于少儿小说《棚车少年》,我们配置了中英对照的双语有声书;对于工具类图书《中国刑事审判指导案例》,我们配置了精准查找刑事案例的快速检索工具……这些有特色的运营方案不仅针对图书专有的个性化内容,更提升了图书的市场竞争力,受到读者青睐。

□RAYS系统也是通过扫码,跟很多图书应用增强现实(AR)技术有何不同?

■RAYS系统和一般的增强现实(AR)技术完全不同:

第一,RAYS系统是去APP化的,其二维码具有免注册用户抓取技术,用户不需要下载APP,直接通过微信等入口就可以直接实现扫码,为读者提供便利,因此,用户的转化率非常高;而一般的AR,绝大部分是需要下载APP,APP在前期研发及推广过程中的成本高昂,且需要下载,容易造成用户折损。

第二,RAYS系统的扫码是可以让出版单位、编辑和作者获得数据的,读者扫描纸质书上二维码后,RAYS独特的三维立体式标签体系可与读者产生精准二次交互,能展现读者使用轨迹,并能够让出版单位跟踪图书的实际全国发行地图;一般的AR技术做不到这点,根本不能为出版单位提供精准的数据分析。

第三,RAYS系统是基于纸书的知识服务推送平台,并不是一个简单的技术,实现了远超AR技术的功能和体验。

“现代纸书”如何赚钱

□读者通过图书、报刊扫码,获得线上服务,必须是付费方式吗?付费让RAYS实现了商业模式的闭环?

■读者通过图书、报刊扫码获得线上衍生数字资源和服务,分为免费和付费两种。

在“现代纸书”的发行环节中,基于传统纸质出版物中的内容,出版单位和编辑提供线上衍生内容资源和服务,在RAYS的平台系统中生成,通过二维码的形式“放置”在传统纸质书上,形成“现代纸书”,再向读者进行投放;读者通过扫描“现代纸书”上的二维码,在移动端获得线上衍生的内容资源和服务,产生消费。这部分消费,RAYS系统会通过置前分账的模式,将收益发放给出版单位,出版单位将其中部分收益奖励给编辑,从而激发编辑的创作积极性,创作更优质的资源和服务给读者,这形成了一个非常良性的闭环。

□采用RAYS系统后,在付费环节,贵公司是否提成?

■读者在扫描二维码对线上衍生数字内容付费后,在这块收益中,我们和出版单位采取有协议分成。当然,图书本身的销售收益仍然全部归出版单位所有,和我们无关,我们只针对线上的收益和出版单位分成。

□我注意到,数传集团今年举办了很多关于“现代纸书”的培训,培训也是公司的核心产品吗?除了培训,公司还有哪些服务于行业的举措?

■今年6月7日~7月7日为一个月,国家新

闻出版广电总局出版融合发展(武汉)重点实验室(数传集团为共建单位)和国家数字传播工程创新人才培养示范基地分别在北京、长春、昆明、长沙和上海联合主办了5期“出版融合编辑创新研修班”,以“做一本具有交互功能的现代纸书”为重点主题,对全国各出版单位领导和编辑进行了系统培训。

5期研修班共有来自全国各地的近2000名出版单位领导和编辑热情参与,他们反映,自己的单位一直都在尝试融合转型,但是除了耗费大量人力、物力,一直都没有落地,也没实现收益;他们也和很多平台商进行合作,但是从读者的流量到最后的变现,转化率不足千分之一,甚至万分之一。RAYS系统最打动他们的在于它能为出版单位提供读者数据库。因为传统出版的整个传播都是单向的,出版单位和编辑与读者完全是失联的。而现在,出版单位可以拿到自己的读者数据和图书出版发行数据,直接联系自己的读者,了解他们的喜好;了解自己图书的发行渠道,市场情况,从而反哺到内容生产,生产出符合读者喜好的内容,并依据市场情况,随时调整战略,应对市场变化。

另外,我们每年也会举办“全国出版融合技术编辑创新大赛”,对有创意的编辑和优质现代纸书项目进行扶持。

□贵公司由武汉理工大学、长江出版传媒股份有限公司、电子工业出版社、中国地图出版社、外语教学与研究出版社出资组建,能否介绍一下,为何是这几家出版社走到了一起?

■武汉理工大学数字传播工程研究中心在公司成立之前,就与长江出版传媒股份有限公司、电子工业出版社、中国地图出版社、外语教学与研究出版社有合作,联合参与了国家科技支撑计划国家文化产业发展专项资金项目,合作培养了出版领域技术人才,有相当多的合作基础,所以大家发起设立了公司,共同探索出版融合发展的技术和模式。应该说公司成立之初,就充满了出版行业色彩,公司股东由编辑、出版集团、技术提供者三方组成。推动行业变革,从出版而来,为出版奋进,是这家公司的行业使命。

网媒潮事

Facebook拟推付费新闻订阅产品

中国出版传媒商报 近日,Facebook新闻合作部门负责人坎贝尔·布朗表示,公司已经注意到新闻出版机构的要求,正在采取措施。布朗表示,Facebook将推出一款新闻订阅产品,新产品的测试工作将从今年10月份开始。Facebook的新闻订阅产品似乎以其Instant Articles为基础。Instant Articles根据读者的兴趣和偏好,聚合数百家出版机构的文章。布朗表示,除引导读者访问新闻出版机构主页订阅新闻外,Facebook计划在产品中设立付费专区,要求读者阅读10篇文章后成为付费用户。

当地时间7月18日,布朗在数字化出版创新峰会上发言时表示,通过与报纸和数字化出版机构洽谈,他们希望Facebook推出一款付费订阅产品,而公司目前正在

A站回应整改 将加强与央媒内容合作

中国出版传媒商报 7月20日,A站官方微博发文表示,国家新闻出版广电总局6月22日发文要求AcFun(简称“A站”)按照有关规定对视听节目服务进行全面整改。A站方面表示,将深刻检讨自己的错误,诚挚接受政府部门的批评及处罚,并通过此次整改健全和完善对视听节目的管理规范。

7月18日,根据北京文化行政执法总队的指导建议,A站将持续对网站进行严格审查,对内容进行严格整改。以下为声明全文:

1.严禁未持有视听许可证的机构主体上传视听节目。

2.对任何色情、暴力等违法违规的视频及文字内容坚决予以取缔,对于上传此类内容的账号予以永久销号处理,内部工作人员从处罚,对于恶意上传违规内容者将配合管理部门追究到底。

聚焦

互联网技术的快速发展为自媒体创造了发布优质内容的多种平台,得益于平民化、低门槛、易操作、传播快的特点,自媒体飞速发展。但随之而来的还有日益严重的自媒体知识产权侵权问题,不少自媒体作者辛辛苦苦写的文章,很快就被其他公号转载,甚至还被传统媒体刊发。日前,“有问”APP邀请多位自媒体人、法律专家、版权维护专家就自媒体知识产权保护问题展开讨论。

“我发表的文章被人抄袭,读者看见后误以为我才是抄袭的人。”自媒体人六神磊磊屡次被“穿越抄袭”后以“埋梗”法应对,他在文中写下“活像抄了六神磊磊稿子不署名的垃圾号小编”的句子,“许多抄袭者甚至不看内容原封不动直接照抄”。

自媒体人熊太行被侵权时直接起诉了某网站,“法官是我的读者,后来他还写了一篇文章表示他认为这是自媒体维权第一案。打了1年官司,判得赔偿金1万元,成本就8000多。在这件事中没有赢家。”

自媒体人席越称原创视频被抄袭比“洗稿”更难维权。“视频制作成本更高,抄袭更容易,无论是对原创视频公司,还是对肖像权的演讲嘉宾来说都是伤害。面对原创视频大规模被抄袭、侵权,也投诉了上千个微信账号,成功率还不到一半。”

还有更“模棱两可”的例子,内容平台利用“技术抓取”获取内容,但保留了原作者版权信息。美国亚太法学院研究员执行长、北京大学知识产权学院教授孙远利认为这种情况是否侵权要视具体情况而定,“原则上这样的抓取还是有问题的,关键还是要取得事先的许可。”

“洗稿”是自媒体人遭遇的最典型版权危机。因为如何界定自媒体产品是值得保护的在产品上目前也尚无定论。此外,法律法规对分享、编辑加工与抄袭也无明确界定。“抄袭现象中最麻烦的是跨平台抄袭,在甲平台上发布后,乙平台抄袭该内容,这种情况并没有相应的投诉处理机制。”六神磊磊的新书这边刚刚发布,电子书的音频已经到处传播。此外,图片、视频的侵权维权更困难。

然而,面对被侵权,行之有效的应对之策并不多。就像维权骑士创始人兼CEO陈敛所说,著作权法只保护形式,保护作品思想的表达方式,而不是思想本身。“埋梗”并不能解决侵权问题,向平台投诉、发函告知,甚至直接诉诸法律等途径较为常见,但效果寥寥。孙远利指出,举证难、赔偿低、维权成本高、耗时费时、侵权成本低,这些长期存在的痼疾使抄袭易如反掌。

陈敛说出了关键:“打击侵权更像是‘堵’,但除了堵还得‘疏’,什么时候自媒体行业尊重版权的意识提升了,而且有了更加高效、成本更低的获取合法授权渠道的疏导之法,互联网版权保护才能进一步得到改进。”

可喜的是,自媒体人版权保护意识越来越强。据了解,“得到”APP已经与维权骑士合作,对平台上的内容进行版权保护,“版全家”“纸贵版权”等几个聚焦内容版权保护的产品也得到较高关注。

自媒体知识产权保护困境:侵权易维权难

中国出版传媒商报记者 陈莹