



(上接第18版)

**#跨区域经营#** 2006年7月,原新闻出版总署出台《关于深化出版发行体制改革工作实施方案》,明确表示鼓励出版集团公司和发行集团公司相互持股,进行跨地区、跨部门、跨行业合作重组,鼓励非公有资本以多种形式进入政策许可的领域。

**#数字出版/手机出版#** 新技术催生数字出版。国外的时代华纳公司、贝塔斯曼集团、微软等传媒和IT巨头率先进入数字出版领域。

**#文化MALL#** 是一种新兴卖场,将图书业态与其他与文化相关的商业业态有机结合,扩大和满足消费者一站式购物需求。

**#中盘#** 是书业联结出版与零售,具有很强吞吐能力,采用委托销售制,并占当地70%以上业务量的专事批发的机构。

**#助学读物#** 2000年,时任浙江教育出版社社长的骆丹首度提出“助学读物”概念。目前助学读物包括四类图书:一是传统的教辅书;二是和课堂紧密结合、注重能力培养的拓展性读物;三是课外读物;四是采用新型载体的助学读物。

**#代理制#** 代理制是指流通企业通过合同等契约形式与生产企业订立代理协议,取得“销售权”,从而形成长期稳定的产销合作关系,形成产需、组织商品流通的贸易形式。

**#版税#** 版税所对应的是版权,不仅指出版社向作者支付的稿酬,还指在版权转让使用时使用版权的出版社向拥有版权的出版社支付的版权使用费用以及出版社就所出版书籍应向政府缴纳的税费。

**#农家书屋#** 由政府牵头,为切实解决农民群众“买书难、借书难、看书难”的问题,从提高农民文化素质入手、促进新时期农村经济社会协调发展的惠民工程。

**#全国书市图博会#** 是改革开放以来中国出版界倾力打造的著名文化品牌。第1届全国书市于1980年10月在京举办。2007年4月第17届全国书市更名为全国图书交易博览会。

**#教材循环使用#** 从2008年新学期开始,国内多个省份开始实施义务教育阶段部分教材循环使用,教材市场规模进一步缩小。

**#免费教材#** 教育部、财政部于2001年制定了《免费教科书政府采购工作暂行办法》,中央财政设立专项资金,对中西部农村地区义务教育阶段贫困家庭学生试行免费提供教科书制度。

**#畅销书#** 畅销书是书业市场化的产物,又推进了书业的市场化。1993年后,畅销书的理念在出版界得到广泛认可。

**#分销开放#** 分销指出版物从生产者到消费者之间的一个完整的商品流通过程,包括所有的销售方式和途径;分销的参与者主要是各种类型的代理商、批发商、零售商等中间商。

**#工作室#** 不少出版社缺乏策划能力和市场营销能力,而文化工作室缺乏书号资源,没有正式身份和“户口”的民营文化工作室,是在与政策博弈的环境中产生发展起来的。

**#馆配#** 指出版、发行单位为图书馆提供图书配送业务。

**#走出去#** 中国书业对外开放,参与国际竞争,利用国际资源、国际市场加快自己的发展,实现了由“引进来”向“走出去”的转变。2004年,启动“中国图书对外推广计划”。

链接·1978~2008  
30年书业30概念

- IP
- 知识付费
- 社群营销
- 自媒体

- 按需出版
- 电纸书
- AR/VR
- 区块链

- CNONIX/ISLI 标准
- “一带一路”
- 媒体融合
- 听书

# 1978~2018 书业变迁40概念

## AR/VR

增强现实(Augmented Reality)是一种实时地计算摄影机影像的位置及角度并加上相应图像的技术,这种技术的目标是在屏幕上把虚拟世界套在现实世界并进行互动。

虚拟现实(Virtual Reality)是一种可以创建和体验虚拟世界的计算机仿真系统,它利用计算机生成一种模拟环境,是一种多源信息融合的交互式的三维动态视景和实体行为的系统仿真,使用户沉浸到该环境中。

VR诞生已有50余年历史,2015年,VR内容所有可能的呈现形式都已经有了相关尝试,包括纪录片、旅游、娱乐等。与此同时,近两年应用成本更低的AR出现回暖,只需APP就能轻松使用,逐渐被应用于出版业。如苏州梦想人科技与上百家出版社合作开发AR图书。人民文学出版社开发“人文AR”APP,用AR技术将电视节目《朗读者》《开学第一课》《谢谢了,我的家》等集结成书。岳麓书社推出“四大名著”演播版,并在最新的版本中加入了AR技术,成为当下最典型也最成功的富媒体出版物。

## 人工智能

人工智能(Artificial Intelligence,缩写为AI)亦称机器智能,指由人制造出来的机器所表现出来的智能。通常人工智能是指通过普通计算机程序的手段实现的人类智能技术。

从“人机大战”AlphaGo击败李世石,到今日头条创造出写稿机器人“张小明”,人工智能早已介入新闻出版业。用户平台、新闻生产系统、新闻分发平台、信息终端,这四个传媒业生态的关键维度彼此关联,每一个维度的每一步变化都意味着更多机器力量的渗入,不断推动着整个传媒格局的变革与重塑。

人工智能已连续2年写入政府工作报告,并陆续纳入大中小学教学,人工智能相关教材成为出版社新品种。另一方面,英语机考也给语音交互、语音识别等技术带来机会。2017年10月,中国大百科全书出版社启动了百科全书与人工智能应用的研发项目。2018年8月,正式发布了第一代百科智能机器人“司南君”。“司南君”的诞生也是大百科社对于人工智能在出版业应用探索的重要节点。百科机器人“司南君”是国内首台装载有来源于《中国大百科全书》内容的机器人。同月,浙江少年儿童出版社与法国Bayard出版集团、阿里巴巴AI智能团队联合打造了国内首套配合天猫精灵制作的儿童互动图书“绘声绘色”系列。

## 区块链

区块链(Blockchain)是分布式数据存储、点对点传输、共识机制、加密算法等计算机技术的新型应用模式。区块链本质是去中心化的数据库,同时作为比特币的底层技术,是一串使用密码学方法相关联产生的数据块,每一个数据块中包含了一次比特币网络交易的信息,用于验证其信息的有效性(防伪)和生成下一个区块。

2017年3月,中国版权保护中心力推建立数字版权唯一标识(DCI)体系。区块链技术也被应用于DCI体系的构建中。DCI体系是基于数字版权的唯一标识技术,可实现以数字作品版权登记、费用结算、监测取证为核心的版权公共服务创新模式。

2017年9月4日,央行等七部委联合发布公告:ICO是未经批准的非法融资行为。区块链行业监管加强,行业泡沫逐渐退散。2018年初,真格基金创始人徐小平在“三点钟无眠区块链”微信群中高呼区块链是“顺之者昌逆之者亡”的伟大技术革命,将区块链推向公众视野,一度带来全民炒币潮,此后两轮对币圈自媒体的强力监管让紊乱无序的币圈进入冷静期,从炒币暴富的虚无白日梦

## 2008~2018年的书业概念

回归对技术和产品的打磨。

这期间,区块链作为颠覆互联网的下一代底层逐渐被公众接受,一些细分行业的创业公司和落地应用走在前面。随着智能联网和5G应用契机,物联网普及需要区块链,区块链也被视为下一代互联网底层。其中“区块链+版权”“区块链+文娱”“区块链+艺术品”被认为是比较贴合区块链特点的领域,过去一两年来也相继诞生了纸贵、亿书、原本、未来版权等公司,并逐步应用于实际业务中。

## CNONIX/ISLI标准

新闻出版大数据应用工程,以标准为引领、以技术为支撑,以开展数字化装备配置为基础,开展ISLI/MPR标准应用试点示范、CNONIX标准应用试点示范、知识服务模式试点建设等几项试点示范工作,从行业层面到企业层面解决各种发展障碍与瓶颈问题,从技术改造到资源积累、从资源管理到数据治理、从产品多样到服务多元,新闻出版业的数字化转型升级已经取得一定成效。

CNONIX国家标准通过整合出版物发行信息资源,实现出版物产品信息“一次加工,全程共享”,提供建设跨语种、跨媒体、跨区域的开放式出版物流通信息平台技术基础。CNONIX国家标准于2013年批准,2014年12月启动示范工作。至今,共有近百家出版发行单位和电商平台、图书馆实现了CNONIX标准的目标、销售、库存数据的共享。

ISLI国家标准是通过对实体之间关联关系的标识实现跨种类的资源管理,在不破坏现有标识框架的前提下,推动了标识符标准体系的完善与升级。2016年ISLI国家标准批准颁布,截至2018年6月底,中国ISLI注册中心完成了近2500家新闻出版单位的机构注册工作;登记出版物10862种,包括MPR出版物7331种;累计发放编码300余万个;应用ISLI标准的相关出版物及周边产品的产品发行码洋已超19亿,ISLI相关应用标准工作进展显著。

## “一带一路”

“一带一路”是“丝绸之路经济带”和“21世纪海上丝绸之路”的简称。2013年,习近平总书记首次提出“一带一路”倡议,引领中国走上了国际优势产能互补,合作共赢共享经济发展新道路。中国已经发展成为“一带一路”发展格局中处于引领地位的一支重要力量。

在文化与出版领域,“一带一路”战略与改革开放以来长期推行的“走出去”战略息息相关。“讲好中国故事,传播好中国声音”,大力推动中华文化走向世界,是我国在文化、出版领域的基本战略。为此,我国陆续推出了对出版业影响重大的“中国图书对外推广计划”“经典中国国际出版工程”“丝路书香工程”等一系列重大工程。

“一带一路”主题出版成为各出版单位输出的重点项目。2017年,由新世界出版社出版的《中国关键词:“一带一路”篇》实现了波兰文版、印地文版、俄文版、阿拉伯文版、土耳其文版、阿尔巴尼亚文版等8个语种的海外版权输出。2018年8月举办的北京国际图书博览会上,商务印书馆与格鲁吉亚金羊毛出版社就《新华字典》汉语一格鲁吉亚语翻译出版签订合作协议。“一带一路”主题出版逐渐覆盖至“一带一路”沿线的小语种国家和地区。

几年来,中国出版集团通过现代视角输出传统文化图书900种,《中华文明的核心价值》《山植树之恋》输出了20个语种,《中国道路与新城镇化》等进入国际主流出版渠道。

## 媒体融合

2014年8月18日,习近平总书记主持召开中央深改组第四次会议,审议通过《关于推动

传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》。“媒体融合”首次有了纲领性文件,首次成为国家行动、国家战略。这一年,被称为“中国媒体融合元年”。

2015年3月,中共中央办公厅、国务院办公厅印发的《关于推动传统出版和新兴出版融合发展的指导意见》指出,推动传统出版和新兴出版融合发展的重点任务是要运用大数据、云计算、移动互联网、物联网等技术,加强出版内容、产品、用户数据库建设,提高数据采集、存储、管理、分析和运用能力。

几年来,各大出版集团相继成立数媒公司,探索数字出版、智慧教育、知识服务等业务。2018年6月,长江出版传媒集团旗下长江数字首款知识服务产品《趣说西游》登录喜马拉雅FM,标志着长江数字的知识服务产品进入量产模式,并以《趣说西游》为起点,以“知识+”推动“互联网+”知识服务。凤凰出版集团旗下凤凰数媒已布局“智慧教育整体解决方案”、“100”系列教育产品、凤凰学习网等产品。中南集团旗下天闻数媒研发的智慧教育核心产品“天闻ECO云开放平台”已覆盖全国24省(自治区、直辖市)、300余市(区、县),服务约5000所学校、1200万师生。

“互联网+”、融合发展、“双创”问题绝不仅仅指狭义的传统媒体与新兴媒体的融合,而是整个出版传媒产业在内容、渠道、平台、经营、管理等方面的深度融合发展,创新发展问题。出版传媒产业的融合发展主要表现在三方面:一方面是出版资源组织方式、编辑出版作业方式必将产生深刻变革;另一方面则是对传统出版物发行与营销体系的重构;第三方面则是以版权资产经营为核心的“跨媒体出版”、内容产业的多业态融合发展。

著名电视主持人白岩松将过去18年间写的三本书《痛并快乐着》《幸福了吗?》《白说》,由长江文艺出版社集结再版。这里的再版,并非简单的重新刊印,而是在书中添加了一个个二维码,读者通过扫描,就可以看到白岩松特别录制的270分钟音视频。

## 听书

相对于用眼看书,听书是用耳朵听专业演员按书上的内容讲故事,评书、评话、评弹都属于听书范畴。如今,听书已不局限于欧美的有声读物,或传统意义上的评书联播,轻量级、伴随式的听书成为填补用户碎片化时间的重要产品。既有喜马拉雅FM、蜻蜓FM等综合型音频平台,也有懒人听书这样专注于听书的平台,还有青岛教育出版社打造的“小荷听书”。

掌握着线上渠道的音频平台已经成为出版社分发内容的另一个渠道,因而不少出版社与平台合作,借平台之力传播纸书音频。此后,知识付费概念大火,一些出版单位与音频平台联合打造新节目。此后,2016年蜻蜓FM的《太平洋大屠杀》火爆全网赚得人气和口碑,音频平台进入对头部内容和大V的抢夺,2017年高晓松携《矮大紧指北》落户蜻蜓FM,2018年蜻蜓FM一口气推出9大矩阵几十位大V和新内容。过去以听书作为重要内容品类的音频平台,逐渐向全品类全渠道转型。2017年12月,时代出版1亿元投资阅文集团子公司懒人听书,完成融资后,懒人听书成为同时拥有阅文集团和时代出版两家版权巨头资源加持的有声阅读企业,有望在原创文学资源以外,进一步扩充精品出版物有声书版图。

另外一个值得注意的现象是付费音频内容带来了先听后书的出版模式,音频节目反向出版的案例越来越多,如中信出版社打造的《在所有声音中,我倾听你:赵又廷为你读诗》,便是由喜马拉雅FM音频节目“赵又廷为你双语读诗”衍生而来。知识付费成为检验内容质量的绝佳载体,音频付费获得第一次收益,集结成书获得第二次收益,带着音频节目的流量和用户,无疑进一步增加了纸书的成书率。

与此同时,以智能音箱为代表的智能硬件普及,使得音频内容进一步深入到用户的各种碎片化场景,客厅、厨房、卧室,因为语音交互技术的快速发展让用户与内容无缝连接。以智能音箱为载体的有声图书馆成为大众图书消费的另一新形态。