

# 出版数字化转型要过“五关”

■ 文宏武

目前,以数字技术、网络技术等信息技术为代表的新技术和以互联网为代表的新媒体对出版业的发展产生了深刻的影响。这些影响主要表现在以下几个方面。

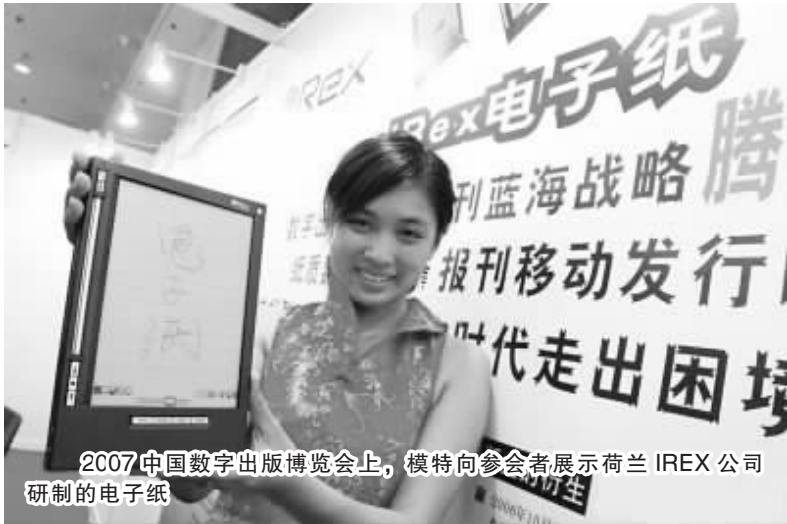
首先,在数字技术和网络技术环境下,出版的概念、内涵、外延都在发生变化,出版与其他一些行业正在相互渗透、相互融合;其次,信息技术的应用改变着出版的表现形式、传播方式、出版流程、经营管理手段、商业模式和营销服务方式等;第三,受互联网等新媒体分流的影响,传统纸质出版已进入产业成熟期,增长乏力;第四,信息技术和互联网给传统出版带来了挑战和新的巨大的发展机遇。从发展趋势看,数字出版与传统出版呈现出融合共生、互补互动的发展趋势;第五,国外许多出版商已成功实现数字化转型,国内一些出版单位在数字出版领域内的探索和实践也初见成效。

综上所述,当前,数字出版已步入产业发展的关键战略机遇期。良好的政策环境为数字出版业务的发展在战略层面奠定了基础;信息基础设施不断完善为数字出版的发展打下了坚实的基础;技术创新为数字出版的发展提供了保障;受众群体逐步扩大,数字出版市场潜力巨大;而技术服务商、网络运营商、终端设备制造商的积极参与,推动了数字出版产业链的完善。

但是,“知道数字出版是发展方向,却不知道路该如何走”成了目前一些出版社普遍面对的问题。面对信息技术和互联网给出版行业带来的挑战和机遇,出版单位如何抉择?出版单位发展数字出版业务的关键点在哪里?

## 做好信息化建设

出版社的信息化基础设施包括出版社内部计算机网络系统、门户网站、业务管理信息系统、综合管理信



2007中国数字出版博览会上,模特向参会者展示荷兰IREX公司研制的电子纸

息系统、客户关系管理系统、数字内容资源管理系统等等。现代化的出版社应该以全方位、全过程数字化为标志。所谓全方位和全过程,就是出版流程和经营管理的所有环节与所有方面,包括编辑、出版、发行营销、财务管理、人力资源管理、办公、培训等,都可用信息化手段管理和进行数字化信息处理。有了这些信息化基础设施,就可以借助信息技术提高出版经营管理的效率和效益,同时为发展数字出版等新业务、进行出版创新和转型活动奠定基础。

## 发展跨媒体出版

数字化时代的出版发展趋势是跨媒体出版,跨媒体就是横跨各种传统媒体和数字媒体甚至移动终端,目的是实现传统出版与数字出版的互补、互动发展。可充分利用书、刊等传统纸质出版物的优势与互联网等电子媒体的优势,将书、刊等传统纸质出版物与互联网等电子媒体结合起来,将一个主题作品用不同的媒体形式表现,增加出版物的价值,更好地满足读者的需求。目前,传统出版与数字出版相结合比较成熟的商业模式是以

书、刊为主体,通过配套的专题网站为书、刊提供内容更丰富、表现形式更形象直观、交互性更强的增值产品或服务,以提高纸质出版物的市场竞争力,同时还能借助纸质出版物的销售实现电子媒体的商业价值。

## 创新商业模式

数字出版产业能否健康发展,关键在于能否形成可运营的良性盈利模式。数字出版是一种全新的知识与信息服务,要求一种全新的商业模式。互联网的一个重要特点就是可以满足人们个性化的需求,这就说明我们的商业模式不可能拘泥于几种固定的模式。只有创新数字出版的商业模式,才能不断推出各类满足用户消费需求的新业务,促进新型的知识与信息服务价值链的逐渐形成。

创新商业模式首先要考虑如何充分地利用网络的特点,而不能把传统出版的商业模式简单地复制到数字出版。发展数字出版并不是简单地将现有的图书、报刊、音像等出版物的内容电子化或网络化,而要围绕互联网的信息丰富、便于检索、多媒体、超文本、交互性、跨时空等特点,结合出版单位自身的资源、品牌、人才等

优势,选择合适的业务,确定合适的商业模式,积极进行出版创新。数字出版要盈利,必须跨越模仿传统出版的阶段,进入创新阶段。

## 整合原创内容

传统出版单位的优势在于对内容的整合和选择,“内容为王”对于出版单位而言就是金科玉律。信息技术给出版业“内容为王”赋予了全新的含义,即谁对内容资源拥有更强的集约整合能力,谁就拥有更大的市场控制力。所以,出版单位要不断地加强内容资源的积累和系统化的建设,包括内容的推陈出新和内容的系统建设。一本书可以称为一个系统知识或信息单元,而从出版单位的角度,应该积累、建设针对不同专业或不同服务对象的知识内容体系资源库。

## 提高个性化服务

数字出版的一个突出特点,是可以满足读者的个性化需求。数字出版可以使读者做到“买自己想买的”、“读自己想读的”。数字出版服务,可通过跟踪和分析,掌握读者的阅读习惯,从而提供“量身打造”的个性化服务。在数字出版时代,出版单位的核心竞争力首先就体现在对客户的个性化服务能力上。

加强出版单位之间的合作与联盟。目前,国内大多数出版社独立发展数字出版业务面临的主要困难之一,就是自身的内容资源有限,无法满足数字出版对于海量内容的要求。这个问题在短时期内很难通过自我积累的方式解决。比较现实的路径,是出版社之间进行合作,实现资源的聚合效应。可以是专业合作型的,也可以地域合作型的;可以是强强联合型,也可以是优势互补型;可以是资本纽带型,也可以是松散合作型。只有这样,才能够迅速建立起规模可观的网络内容资源数据库,形成可持续发展的商业模式。

(作者为电子工业出版社社长)

## 个案

通力(上海)公司

# 小众互动让网络变蓝海

■ 梁钢

在以数字技术和互联网传播为代表的信息时代,数字技术参与出版,改变了从内容生产到出版发行这一出版流程的所有环节,一种全新的出版业态——数字出版应运而生,传统出版业因此遇到了前所未有的挑战。近几年来,数字出版加快进入到我国出版业生产、流通、消费领域,其势头锐不可当。传统出版界都已逐渐认识到了数字出版对传统出版的改造能力,通过这种改造,两种不同的业态将相互促进。

数字出版要从理论走向实际,其发展模式逐渐成为出版行业普遍关心的问题。数字出版如何实现盈利?传统出版如何面对数字出版带来的冲击?如何实现数字出版的版权保护?面对这些问题,通力(上海)公司(以下简称“通力”)另辟蹊径,走出了一条数字出版的独特道路。

坚持正版、小众路线、注重互动和社区的营造,以及精准化的营销推广,使通力的表现在数字出版蓬勃发展的Web 2.0时代可圈可点。通力的策略中有数字出版的通用模式,也有创新的表现,而且制胜点正是在其“创新”上。

通力的运营模式,简而言之,是“靠互动打击盗版 靠互动增值赚取利润”。通力拥有两大“杀手锏”:一是其核心技术——DigiBook网络交互多媒体出版发行平台;二是丰富的漫画版权。对于为什么选择漫画,通力的答案是,因为漫画迷与一般的读者相比,对内容更大的热忱、更深的兴趣,他们的群聚习惯更强,更关心以内容为核心的周边产品,也更容易为增值服务付费。基于此,通力于2005年创立了全国唯一一家正版漫画互动娱乐平台——点击动漫网(www.DigiBook.cn)。在为漫画爱好者提供万册正版漫画书的同时,更提供电子书、同步聊天、书评、涂鸦等互动功能,从而创造一个以漫画为纽带的互动平台。随着社区服务的不断

完善和网站粘着度的不断提升,网站也取得了不菲的成绩。到目前,网站累计注册用户达到100万,活跃用户60万,活跃付费用户4万,每天访问人次逾20万。

出版行业内的人都知道,版权的获取和保护是数字出版工作的重心,也是难点。通力是如何获得像“日本讲谈社”、“台湾蔡志忠”、“香港玉皇朝”这样视版权如生命的出版机构的独家授权呢?一方面,通力注重社区建设的商业模式使网站拥有相当高的顾客忠诚度,使盗版网站无力可比;另一方面,DigiBook数字出版发行平台的DRM(Digital Rights Management)系统,给电子书以最完全的版权保护。电子书内的所有内容,包括Flash/Vedio等多媒体文件,均以DigiBook特有的双重加密方式保存;专用DigiBook书架软件,使用ID号对收藏的电子书进行加密管理,使藏书无法被盗;网络下载则采用与ID对应的即时加密方式,保证电子书即使在网络传播的过程中也不能被盗版。

在通力人的眼里,由于数字时代信息过剩和世界的扁平化,即使有价值的东西也需要经过推广,才能充分打开市场。不仅如此,由于网络经济是眼球经济,网络营销是精准营销,数字内容的推广首先必须充分明确目标市场及其需求,然后才能又准又稳地进行高效率的推广。因此,点击动漫网在推广渠道的选择和推广策略的制定方面颇费了一番心思。除了在一般的动漫网站上进行推广,通力更与全国最大的网游厂商——盛大合作,推出“盛大·点击书”,为广大的游戏爱好者送上“漫画”这一道新鲜的“菜肴”;同时首推“动漫书吧”的概念,将漫画内容铺进全国15万家网吧,为网友带来全新的精神文化大餐。除此之外,点击动漫网还将内容提供给全国最大的家庭宽带收费平台——“互联星空”,因为互联星空的内容环境好、没有盗版,用户习惯好、忠诚度度高,这与点击动漫网目标客户的特征非常吻合。

2007年全新改版

# 《中国新闻出版报》与您共同关注业界风云

新闻更及时

话题更前沿

资讯更全面

观点更深刻

《中国新闻出版报》是面向全国新闻出版界的权威报纸,有“新闻出版行业的权威信息库”之称。

从2007年1月1日开始,本着“新闻更及时,话题更前沿;资讯更全面,视觉更敏锐;观点更深刻,服务更到位”的原则,《中国新闻出版报》实现了全新改版,每个工作日出版,每期12版。出版、发行、版权监管等均有固定版面,《印刷包装周刊》、《传媒周刊》、《书情周刊》、《版权监管周刊》、《读周刊》从周一到周五轮流出版,深度报道业内动态。想要进一步了解本报,您可以登录本报主办的中国新闻出版网站:www.chinaxwcb.com。

《中国新闻出版报》通过邮局发行,国内统一刊号CN11-0079,邮发代号为1-50,月定价16.50元。欢迎您随时到附近的邮局订阅。也欢迎您向本报投稿,总编室邮箱为zgxcwbb@163.com。

征订热线: 010-87329799 87324306