

广东数字出版

“十二五”发展战略研究报告

广东省新闻出版局 编



广东数字出版

“十二五”发展战略研究报告



广东省新闻出版局 编

二〇一〇年八月

图书在版编目 (CIP) 数据

广东数字出版“十二五”发展战略研究报告/广东省新闻出版局编. —汕头:
汕头大学出版社, 2010.8

ISBN 978-7-81120-957-0

I. ①广. . . II. ①广. . . III. ①电子出版物-出版工作-发展战略-
研究报告-广东省-2011~2015 IV. ①G239.276.5

中国版本图书馆CIP数据核字 (2010) 第156686号

广东数字出版“十二五”发展战略研究报告

编 写: 广东省新闻出版局

责任编辑: 胡开祥

美术设计: 王 勇

责任技编: 姚健燕

出版发行: 汕头大学出版社

广东省汕头市汕头大学内 邮编 515063

电 话: 0754-82903126

印 刷: 深圳大公印刷有限公司

开 本: 890 mm × 1168 mm 1/16

印 张: 20.5

字 数: 288千字

版 次: 2010年8月第1版

印 次: 2010年8月第1次印刷

定 价: 39.80元

ISBN 978-7-81120-957-0

发行/广州发行中心 地址/广州市越秀区水荫路56号3栋9A

电话/020-37613848 传真/020-37637050

版权所有, 翻版必究

如发现印装质量问题, 请与承印厂联系退换

CONTENTS 目录

绪论

第一节 数字出版研究背景与相关概念界定

- 一、课题研究背景 002
- 二、数字出版相关概念界定 003

第二节 数字出版研究的主要内容

- 一、广东数字出版的研究对象 009
- 二、广东数字出版调查报告分析要点 011

第三节 数字出版研究的路径与框架

- 一、本课题的研究路径与方法 012
- 二、本课题的研究思路与框架 014

主报告

广东数字出版产业发展报告

第一节 国际国内数字出版的发展状况和特点

- 一、数字出版的国际发展状况和特点 018
- 二、数字出版的国内发展状况和特点 026

第二节 跨越式发展的广东数字出版产业

- 一、发展概况 030

二、发展特点	033
三、发展经验	037
第三节 广东数字出版产业的优势与劣势	
一、广东数字出版产业的优势	038
二、广东数字出版产业的劣势	047
第四节 广东数字出版产业发展战略	
一、抓政府管理创新，推动新兴产业快速发展	052
二、抓产业基地建设，增强新兴产业集约性和辐射力	053
三、抓产业合作共赢，进一步发挥好联合会的作用	054
四、抓产业内容资源，进一步发挥传统出版在网络 时代的内容潜力	055
五、抓产业人才培养，扎实推进“人才兴业战略”	056
六、抓新兴产业走出去，进一步增强文化的影响力	056

分 报 告

专题一 ☆ 广东数字图书出版产业发展报告

第一节 数字图书出版概述	
一、国外数字图书出版发展概述	060
二、国内数字图书出版发展概述	063
第二节 广东数字图书出版的市场规模与结构	
一、广东数字图书出版的市场规模	065
二、广东数字图书出版的市场结构	070
第三节 广东数字图书出版产业的现状与趋势	
一、广东数字图书产业的总体态势	078
二、广东数字图书产业的主要特点	080

三、广东数字图书产业的优势和劣势	081
四、广东数字图书产业的机遇和挑战	084
第四节 广东数字图书出版产业的发展建议	
一、加强引导，发挥集群优势	087
二、培育市场，强化内容为王	087
三、深挖潜力，推动产业升级	088
四、打破壁垒，实现跨界共赢	089
五、洞悉市场，开拓商业新机	089
第五节 广东数字图书出版经营典型案例	
一、图书出版企业开展数字业务的典型案例	090
二、数字图书出版经营典型案例	094
三、数字图书技术公司经营典型案例	094
专题二 ☆ 广东数字报纸出版产业发展报告	
第一节 数字报纸出版概述	
一、数字报纸概念界定	096
二、国外数字报纸发展概述	097
三、国内数字报纸发展概述	099
四、数字报纸出版产业分类	101
第二节 广东数字报纸出版的市场规模和结构	
一、广东数字报纸的市场规模	105
二、广东数字报纸的市场结构	110
第三节 广东数字报纸出版产业的现状与趋势	
一、广东数字报纸出版产业的总体态势	118
二、广东数字报纸出版产业的主要特点	122
三、广东数字报纸出版产业的优势和劣势	124
四、广东数字报纸出版产业的机遇与挑战	126

第四节 广东数字报纸出版产业的发展建议	
一、加大政策扶持力度，推动公共服务平台建设	129
二、制定共赢协调机制，促进产业链的高效整合	130
三、遵循网络特点规律，推进媒体运作机制改革	132
四、探索多渠道的商业模式	133

第五节 广东数字报纸出版经营典型案例	
一、南方报业传媒集团——打造数字时代巨型传媒战舰	135
二、广州日报报业集团——加速数字化转型，扩大领先优势	138
三、深圳报业集团——多媒体，多元化	141

专题三 ☆ 广东互联网期刊出版产业发展报告

第一节 互联网期刊出版概述	
一、互联网期刊的概念界定	144
二、国外互联网期刊出版发展概述	145
三、国内互联网期刊出版发展概述	146
四、互联网期刊出版产业分类	147

第二节 广东互联网期刊出版的市场规模与结构	
一、广东互联网期刊出版的市场规模	152
二、广东互联网期刊出版的市场结构	156

第三节 广东互联网期刊出版产业的现状与趋势	
一、互联网期刊出版产业的总体态势	160
二、互联网期刊出版产业的主要特点	161
三、互联网期刊出版产业发展的优势与劣势	162
四、互联网期刊出版产业的机遇与挑战	164

第四节 广东互联网期刊出版产业的发展建议	
一、整合产业链条	168

第四节 广东网络游戏出版产业的发展建议	
一、坚持自主创新，提升产品质量	223
二、挖掘文化精髓，打造品牌网游	224
三、坚持多管齐下，大力培养人才	225
四、发挥基地作用，建立产业集群	227
五、加强行业监管，规范市场秩序	228

第五节 广东网络游戏出版经营典型案例	
一、网易	229
二、腾讯	231

专题五 ☆ 广东新闻出版网站建设发展报告

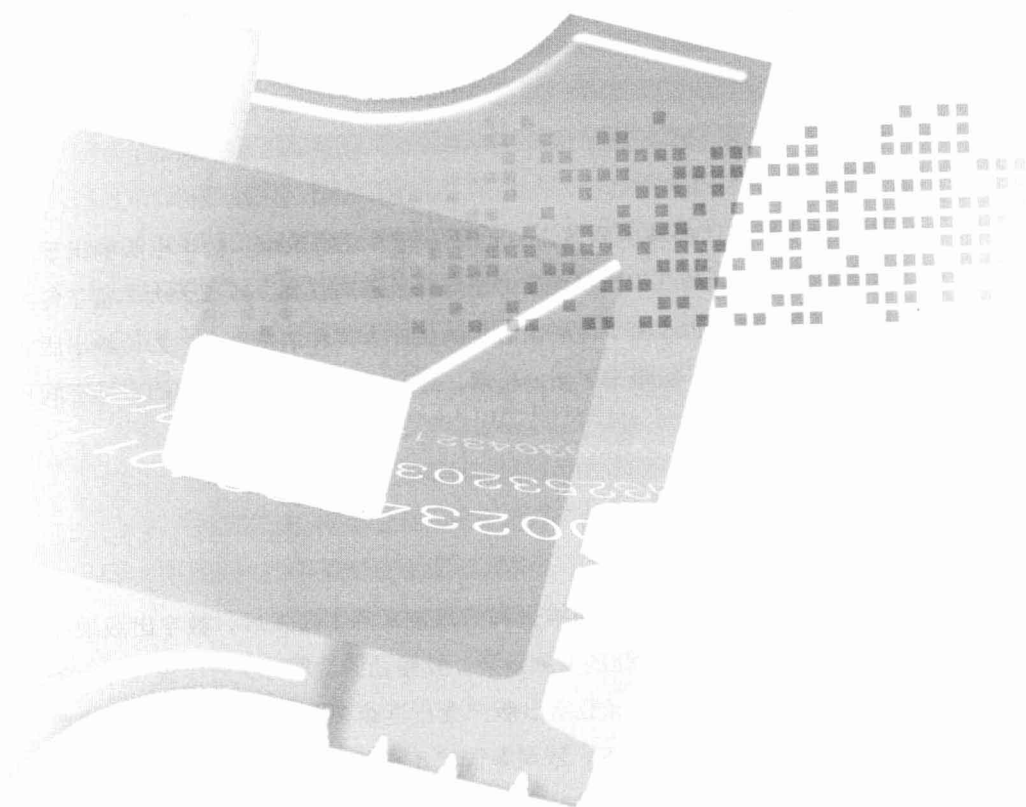
第一节 新闻出版网站概述	
一、新闻出版网站的概念界定	233
二、国外新闻出版网站发展概述	234
三、国内新闻出版网站发展概述	238
四、新闻出版网站的分类	243

第二节 广东新闻出版网站的市场规模和结构	
一、广东新闻出版网站的市场规模	251
二、广东新闻出版网站的市场结构	255

第三节 广东新闻出版网站的现状与趋势	
一、新闻出版网站发展的总体态势	261
二、新闻出版网站发展的主要特点	264
三、新闻出版网站发展的优势与劣势	266
四、新闻出版网站发展的机遇和挑战	271

第四节 广东新闻出版网站建设的发展建议	
一、把握特点规律，全面推进网站建设	274
二、发挥技术优势，全面促进媒体融合	276
三、明确网站定位，有效延伸服务功能	278
 第五节 广东新闻出版网站经营典型案例	
一、出版社网站——广东教育出版社网站	282
二、报社网站——大洋网	284
三、期刊社网站——《新周刊》杂志社的网站	287
四、发行企业网站——广州购书中心网站	289
 参考文献	292
 附录	
一、广东数字出版大事记	298
二、广东数字出版产业联合会创会单位名录	313
 后记	317

| 绪论



第一节 数字出版研究背景与相关概念界定

数字出版既是传播技术的革命，也是传播方式的革命。数字出版的出现，改变了人们对传统出版的认识，扩大了“出版”的原有认知，不仅大大丰富了传统出版物的内容和形式，也改变了传统出版物的生产方式和消费理念，为传统出版业的结构调整和产业转型升级带来了新的机遇，为产业发展提供了广阔的市场空间和无限的成长潜力。

一、课题研究背景

随着全球信息化进程的加速推进和信息技术的不断发展，数字出版现在已经成为出版传媒界的一种全球化的发展浪潮，其强劲的发展势头对传统媒体业务造成了巨大的冲击。据统计，全球数字出版产业已连续多年保持在28%左右的增长幅度。¹在发达的信息技术支持下，欧美等国家率先打开了数字出版的局面，具有国际影响力的数字出版集团纷纷加快了由传统出版向数字化出版转型的步伐。以施普林格、爱思唯尔、汤姆森集团和约翰·威利集团为代表的国际出版业巨头们八仙过海各显神通，他们一方面大力加强数字化基础设施建设，加强传统内容资源的数字化转换；另一方面重视技术手段在数字出版中的应用。与此同时，他们还加大对资源的整合力度，扩宽出版产品的传播渠道，采取灵活科学的营销模式，形成了多种赢利模式，已在数字出版这条新兴道路上初获回报。

中国由于信息技术的发展与国际先进水平相比明显滞后，数字出版在中国的起步远落后于欧美国家。但随着我国经济的高速发展，信息技术和互联网技术的开

1 陈少华：《数字出版将迎来新一轮发展浪潮——2008我国数字出版发展现状及阶段性特征分析》，载《出版广角》2008年第8期，第11页。

发应用水平持续提高,国民阅读习惯和阅读环境发生显著变化等,我国的数字出版产业已进入高速发展期,总体上呈强劲发展态势。尤其是进入“十一五”时期以来,数字出版已成为行业发展的必然趋势,伴随着政府的大力支持,数字出版已呈高歌猛进之势。

广东作为传媒大省,是全国数字出版产业发展较快的地区之一。在“十一五”期间,广东省的数字出版产业呈现快速增长势头,数字图书、数字报纸、互联网期刊、网络游戏等产业领域都取得了较大的发展,数字多媒体出版、手机出版等数字出版新业态层出不穷。在国际国内的强大竞争压力下,广东的传统出版业如何实现向数字出版的转型升级,广东数字出版产业能否在国内乃至国际上抢占先机,则是本课题所要探求的主要问题。

二、数字出版相关概念界定

1. 数字出版

要认识、分析数字出版,首先要理清什么是数字出版,以及与出版产业相关的概念。关于数字出版的定义有很多,主要有:

(1) 数字出版是指以互联网为流通渠道,以数字内容为流通介质,以网上支付为主要交易手段的出版和发行方式。²

(2) 所谓数字出版,就是指从编辑加工、制作生产到发行传播过程中的所有信息都以二进制代码的形式存储于光、磁、电等介质中,必须借助计算机或类似设备来使用或传递信息的出版。³

(3) 中国出版科学研究所数字出版研究室主任张立提出,“数字出版是指用数字化的技术从事的出版活动”。因此,广义上说,只要是用二进制这种技术手段对出版的任何环节进行的操作,都是数字出版的一部分。它包括原创作品的数字化、编辑加工的数字化、印刷复制的数字化、发行销售的数字化和阅读消费的数字化。⁴这也是目前使用比较多的定义。

(4) 有学者在此基础上总结出数字出版包含两层含义:“一是指在传统出版过程中采用数字技术,即出版流程中的各个环节采用数字化的工艺、技术和设备,但最终的产品依旧是平面的、单媒体的、以纸为媒介的印刷物;第二层含义也就是

2 却咏梅:《数字出版!路在何方》, <http://www.cunews.edu.cn/baowangxinwen/jiaoyuxinwen/200505/13087.html>, 2005年5月1日。

3 徐丽芳:《数字出版:概念与形态》,载《出版发行研究》2005年第7期,第7页。

4 张立:《数字出版的若干问题》,载《出版发行研究》2005年第7期,第13页。

完全意义上的数字出版,是指在出版的整个过程中,从编辑、制作到发行,所有信息都以数字形式储存于光、磁等介质中,信息的处理与传递必须借助到计算机等数字设备来进行的一种出版形式。”⁵

这种定义形式上比较清晰,但本质上还是对张氏定义的进一步阐述,所以本报告以张氏定义为基础,将数字出版产业主要界定在新兴的数字媒体的出版,只在个别部分适当延伸至纸张出版的数字化应用,如出版软件、数码印刷等。

数字出版涉及三大组织:主管部门(政府主管部门)、内容提供商(出版社、制片人)和内容销售商(网络书店),但在实际情况中,它是一条包含了作者(内容生产者)、出版社(内容出版者)、数字内容加工平台(技术支持商)、阅读器(手持阅读设备提供商)、图书馆和网上书店(内容销售商)、读者(内容消费者)等六个环节的完整产业链。⁶

数字出版的特征是:①具有数字技术记录、储存、呈现、检索、传播、交易的特点;②具有在网络上运营,实现即时互动、在线搜索等功能,具有创造、合作和分享的特性;③能够满足大规模定制这一个性化服务的需要。⁷

2. 电子出版

国家新闻出版总署发布的文件,对电子出版物有明确界定,“电子出版物,是指以数字代码方式将图文声像等信息编辑加工后存储在磁、光、电介质上,通过计算机或者具有类似功能的设备读取使用,用于表达思想、普及知识和积累文化,并可以复制发行的大众传播出版物。形态包括软磁盘(FD)、只读光盘(CD-ROM)、交互式光盘(CD-I)、照片光盘(Photo-CD)、高密度只读光盘(DVD-ROM)、集成电路卡(IC Card)和新闻出版署认定的其他出版物形态。”⁸由此可知,电子出版就是以数字代码方式将图文声像等信息加工后存储在磁、光、电介质上,让读者通过计算机或者具有类似功能的设备读取使用的出版活动。

不少学者认为电子出版是数字出版的另一种说法,应该就是把数字出版放在“无纸化”的条件下。

3. 网络出版

网络出版是将文献信息以数字化形式存储在光、磁等存储介质上,通过计算机网络传播,受众通过计算机或类似设备阅读的出版形式。它是电子出版的一种类

5 张文俊:《数字新媒体概论》,上海:复旦大学出版社,2009年版,第210页。

6 郝振省主编:《2008中国数字版权保护研究报告》,北京:中国书籍出版社,2008年版,第5页。

7 陈昕:《美国数字出版考察报告》,上海:世纪出版集团上海人民出版社,2008年版,第4页。

8 我国新闻出版署1997年12月30日颁布的《电子出版物管理规定》。

型,与之相对应的是非网络电子出版,两者的主要区别在于前者是通过计算机网络出版发行的,而后者是将数字化信息存储在光盘等存储介质上,通过传统的书刊发行渠道流通发行。⁹

从外延上看,数字出版、电子出版和网络出版是递进的包含与被包含的关系,其中数字出版最广,电子出版次之,最后是网络出版。但因为在实践中,三者发展有渐渐趋同的势态,所以有时才会将其混谈,尤其是数字出版和电子出版,被看作同一事物。

4. 互联网出版

在国家新闻出版总署的相关规定中,互联网出版是指互联网信息服务提供者将自己创作或他人创作的作品经过选择和编辑加工,登载在互联网上或者通过互联网发送到用户端,供公众浏览、阅读、使用或者下载的在线传播行为。其作品主要包括:①已正式出版的图书、报纸、期刊、音像制品、电子出版物等出版物内容或者在其他媒体上公开发表的作品;②经过编辑加工的文学、艺术和自然科学、社会科学、工程技术等方面的作品。¹⁰

不要将互联网出版混同于网络出版,互联网出版是网络出版的一种类型,网络出版还包括基于局域网和广域网的网络出版,基于移动通信网络的手机出版,以及将来新一代有着新名称的计算机高速网络的出版。¹¹

5. 手机出版

手机出版是手机出版服务提供者使用文字、图片、音频、视频等表现形态,将自己创作或他人创作的作品经过选择和编辑加工制作成数字化出版物,通过无线网络、有线互联网络或内嵌在手机载体上,供用户利用手机或类似的移动终端阅读、使用或者下载的传播行为。¹²

手机具有无所不在性、付费便捷性、音画媒体性、主动获取性、存储高容量性和个性化、参与性和互动性、成本低廉性的特点。¹³

手机出版按内容可分为手机音乐、手机动漫游戏、手机读物、手机电视等。按获取形式可分为:无线互联网络、有线互联网络和内置手机芯片等。¹⁴

6. 数据库

9 匡文波:《电子与网络出版教程》,北京:中国人民大学出版社,2008年版,第23页。

10 新闻出版总署《互联网出版管理暂行规定》。

11 匡文波:《电子与网络出版教程》,北京:中国人民大学出版社,2008年版,第23页。

12 郝振省主编:《2008中国数字版权保护研究报告》,北京:中国书籍出版社,2008年版,第121页。

13 郝振省主编:《2008中国数字版权保护研究报告》,北京:中国书籍出版社,2008年版,第122页。

14 郝振省主编:《2008中国数字版权保护研究报告》,北京:中国书籍出版社,2008年版,第122—123页。

简单地说,数据库是“按照数据结构来组织、存储和管理数据的仓库”。

J·Martin给数据库下了一个比较完整的定义:数据库是存储在一起的相关数据的集合,这些数据是结构化的,无有害的或不必要的冗余,并为多种应用服务;数据的存储独立于使用它的程序;对数据库插入新数据,修改和检索原有数据均能按一种公用的和可控制的方式进行。当某个系统中存在结构上完全分开的若干个数据库时,则该系统包含一个“数据库集合”。¹⁵

7. 数字图书

数字图书即电子图书。是指以数字代码方式将图、文、声、像等信息存储在磁、光、电介质上,通过计算机或类似设备使用,并可复制发行的大众传播体。数字图书又可以细分为网络型数字图书和非网络型数字图书两大类。与传统书籍相比,数字图书具有以下特点:需要特定的读取设备,信息量大且图文声像具备,便于检索复制,传播便利、迅速且没有地域和时间的限制,成本较低,价格也低,占用空间小,节约印刷耗材且不存在库存短缺或绝版的问题等。

8. 互联网期刊

互联网期刊,是指以数字化的方式在互联网上出版的期刊。包含三个主要类型:一是传统纸质期刊的数字化,并在互联网上出版的期刊;二是以期刊为主要内容的包含文献和学术论文等在内的系列知识库在互联网上的出版;三是以多媒体形式在互联网上直接出版的期刊或把传统期刊改造成多媒体形式后在互联网上出版。¹⁶

9. 数字报纸

以数字化的方式,传统报纸的版式样态,通过互联网或电子报纸等数字载体出版发布的报纸。按照内容可以分为三类:一类是传统报纸的电子版,没有做任何改动,直接将纸板报纸转换为电子版,呈现给读者的是纸板报纸的原版原式;另一类是在传统报纸提供的信息内容的基础上进一步加工,如添加声画元素,将传统报纸改造成多媒体数字报纸后发行;还有一类是独立采编制作,或综合多家传统报纸的信息精华,最终以报纸版面形态出版。

数字报纸具有再现报纸版面,查找快捷,互动性强,无限量、无地域快速发行,图文声像组合呈现等特点。

10. 博客

简单地说,博客就是以网络作为载体,简易迅速便捷地发布自己的心得,及

15 参考百度百科词条: <http://baike.baidu.com/view/1088.htm>。

16 郝振省主编:《2005—2006中国数字出版产业年度报告》,北京:中国书籍出版社,2007年版,第51页。

时有效轻松地与他人进行交流，集丰富多彩的个性化展示于一体的综合性平台。¹⁷

博客（Blog）是由某个人或某个组织所单独拥有的使用RSS、TAG等Web2.0应用技术的网页，它通常是由以多媒体嵌入和超链接作为重要表达方式且经常更新的日志所构成，这些张贴的日志在网页上依照逆时针顺序排列。博客主要有独立博客和托管博客两种（独立博客主页，即拥有独立域名和使用自己的服务器空间的博客主页；托管博客主页，即在专门的博客托管服务网站或频道注册拥有的个人主页）。¹⁸托管博客突破了早期个人主页的技术壁垒，直接促进了博客的大规模增长，是当前博客的主导形式。

11. 微博

微博即微型博客，是Web 3.0新兴起的一类开放互联网社交服务。国际上最著名的微博网站是Twitter，目前Twitter的独立访问用户已达3200万。¹⁹

12. 播客

维基百科对于播客的定义是：播客，即英文的Podcast或Podcasting，这个词源于苹果电脑的iPod与广播broadcast的合成词，指的是一种在互联网上发布文件并允许用户订阅feed以自动接收新文件的方法，或用此方法来制作的电台节目。播客又被称作“有声博客”，播客颠覆了被动收听广播的方式，使听众成为主动参与者。²⁰

播客与博客的共同之处在于，两者都是个人通过互联网发布信息的方式，并且都需要借助于博客/播客发布程序（通常为第三方提供的博客托管服务，也可以是独立的个人博客/播客网站）进行信息发布和管理。博客与播客的主要区别在于，博客所传播的是以文字和图片信息为主，而播客所传递的则是音频和视频信息；博客是把自己的思想通过文字和图片在互联网上广为传播，而播客则是通过制作音频甚至视频节目在互联网上传播。从某种意义上来说，播客就是一个以互联网为载体的个人电台和电视台。²¹

13. 网络游戏

网络游戏：缩写为Online Game，又称“在线游戏”，简称“网游”。指以互联网为传输媒介，以游戏运营商服务器和用户计算机为处理终端，以游戏客户端软件为信息交互窗口的，旨在实现娱乐、休闲、交流和取得虚拟成就的具有相当可持续性的个体性多人在线游戏。

17 摘自百度百科：<http://baike.baidu.com/view/1509.html?wtp=tt>。

18 刘津：《博客传播》，北京：清华大学出版社，2008年版，第1页。

19 参考百度百科词条：<http://baike.baidu.com/view/1567099.htm?fr=ala0>。

20 参考百度百科词条：<http://baike.baidu.com/view/7024.htm>。

21 刘镇：《播客——自媒体的扩张与挑战》，载《传媒观察》2007年第2期，第51页。

