



上海社会科学院
决策咨询研究报告 (2018)



THINK TANK REPORT

移动互联环境下我国出版业 的发展现状及问题研究

Research on the Current Situation and Problems of
China's Publishing Industry under the Mobile Environment

孟晖 / 著



上海社会科学院出版社
SHANGHAI ACADEMY OF SOCIAL SCIENCES PRESS



THINK TANK
REPORT

移动互联环境下我国出版业的发展现状及问题研究

Research on the Current Situation and Problems of
China's Publishing Industry under the Mobile Environment

孟晖 / 著



上海社会科学院出版社
SHANGHAI ACADEMY OF SOCIAL SCIENCES PRESS

图书在版编目(CIP)数据

移动互联环境下我国出版业的发展现状及问题研究/
孟晖著. —上海: 上海社会科学院出版社, 2018

ISBN 978-7-5520-2423-4

I. ①移… II. ①孟… III. ①互联网络—关系—出版
业—发展—研究—中国 IV. ①G239.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2018)第 185994 号

移动互联环境下我国出版业的发展现状及问题研究

著 者: 孟 晖

责任编辑: 熊 艳

封面设计: 周清华

出版发行: 上海社会科学院出版社

上海顺昌路 622 号 邮编 200025

电话总机 021-63315900 销售热线 021-53063735

<http://www.sassp.org.cn> E-mail: sassp@sass.org.cn

排 版: 南京展望文化发展有限公司

印 刷: 常熟市大宏印刷有限公司

开 本: 710×1010 毫米 1/16 开

印 张: 14

插 页: 2

字 数: 142 千字

版 次: 2018 年 8 月第 1 版 2018 年 8 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5520-2423-4/G·771

定价: 78.00 元

版权所有 翻印必究

近些年,移动互联网的发展及其应用,不仅给经济、政治、社会、文化等诸多方面带来了巨大影响,而且已深度嵌入人们的社会生活。手机在握,足不出户而知天下事,已成为当下社会生活的新常态。随着以移动互联网为代表的新媒体(即全新的信息获取、交流的双向方式)的不断发展,出版行业在内容生产、信息传播,乃至服务与营销等诸多方面都发生了颠覆性的变化,在变革中求生存,在创新中求发展,出现了许多全新的经验,也显现出不少问题。反观出版学界,对近年来出版业发展这一现象,虽已有不少研究及其成果问世,但对其规律性总结和系统论述,特别是进行跨学科多维度的研究与阐释的成果尚不多见。孟晖博士在进入复旦大学新闻传播学博士后流动站后,就开始关注这一现象,并以此为选题撰写博士后工作报告,出站后又进一步深入研究,最后完成了《移动互联环境下我国出版业的发展现状及问题研究》这部专著。作为孟晖博士在博士后流动站工作期间的合作导师,我十分乐意为这部专著作序推荐。

这部专著不仅就移动互联环境下我国出版行业的发展现状进行比较客观的勾勒与描述,还选取了数字出版、数字教育出版、移动出版、移动阅读 APP 以及数字出版产业链及营利模式等新现象

进行深入研究,发现并剖析了一些重要问题,提出了一些具有个人独特见解的对策性意见,有助于出版业的健康发展。其中比较突出的成绩,表现在其对数字出版、移动出版、数字教育出版等新兴出版现象的梳理、分析与阐释,并进而发现了一些规律性的东西。这一点,不仅使这部专著具有理论与实践的双重意义,还因其属于学科前沿研究而具有一定的创新性价值。此外,21世纪以来,我国的出版业集团化建设步伐加快,并且生产出大量文化精品,在物质和精神文明建设中发挥了重要作用,这部专著对此现象也予以关注与研究,如以上海“新华传媒”上市融资为案例所作的对我国新闻出版集团资本化运作的路径探讨。

在研究过程中,作者在跨学科研究方面有所创新,从思想文化史视野考察21世纪以来我国出版事业的发展历程,注重社会经济变迁对出版业的影响,结合新技术手段、读者需求等因素,归纳总结网络时代出版事业的发展规律。此外,作者在学术上的贡献还表现在:基于文献分析和文本细读、探讨具体出版机构、现象等的价值及其深浅得失,提出作者的若干不同于学界普遍认识的研究心得;对于如何解决当下传统出版机构的转型升级、数字出版流程再造、知识服务提供等诸多难题,通过对典型案例的深入分析和解读,总结其成功经验和不足;等等。

在研究方法上,作者主要采用实证主义和社会调查等研究方法,提出有针对性的问题、获得相关出版机构和受众的资料,并追踪分析了近几年出版行业的大量数据资料,走访了一些出版企业及业界人士等,了解出版业界人士对产业发展的思考,以及受众对

相关产品在内容和设计、营利模式方面的认识和建议。

这部专著的不足之处,比较明显的是对产业链下游的读者或数字阅读用户的考察还不太深入,建议作者今后深度发掘移动阅读方式及产品的革新对用户阅读心理和习惯的影响,以及用户阅读方式转型对内容生产提出的新要求等,“百尺竿头,更进一步”。

黄 璐(复旦大学新闻学院教授、博士生导师)

2018年7月6日

改革开放以来,我国的出版业飞速发展,其市场化探索取得了诸多成就,在物质文明和精神文明建设中均发挥了重要作用。特别是进入 21 世纪后,新媒体新技术层出不穷,给出版业带来了冲击和挑战,也创造了许多新的机遇。移动互联网代表的信息获取方式已深度嵌入人们的社会生活,影响着人们的阅读习惯与需求。我国出版业的产品生产、传播渠道、融资方式、经营管理等都经历着重大的转型和变革。在取得令人瞩目的成就的同时,出版业发展也显现出一些困难和问题,对此学界业界已有不少研究成果。不过学界对于近年来国内出版业发展的规律性总结,相对来说还较为欠缺。本书着重研究近年来出版行业出现的一些新业态新现象,探索总结这一时期出版业发展的经验和教训,并为实际工作提供借鉴。

第一章,以点带面地对 21 世纪以来我国出版业发展的主要情况进行梳理和归纳。既注重宏观的勾勒描述,同时也对具体的典型案例加以剖析,并注意对一些规律性问题的把握;在对基本事实加以梳理的基础上,对出版业发展的历史、现状和未来进行思考。

第二章,着重对媒体融合语境下我国数字出版产业的现状及瓶颈进行研究。近年来我国的数字出版产业呈迅猛发展态势,但

仍面临许多问题。本章就数字出版业兴起的媒介融合背景、国家相关政策支持及我国数字产业的发展规模、国内数字出版内容平台建设情况等展开分析;指出其存在的问题,如数字出版的营利模式不清晰、有影响力的数字出版平台不多、数字出版优质内容缺乏、数字出版产业娱乐化产品所占的比重过大等;提出目前需要进一步提高科技和文化创新水平,实行差异化竞争,注重图书品牌的开发,并提高版权保护意识等建议,促进传统出版企业的数字化转型和发展。

第三章,研究了近几年我国数字教育出版的发展趋势和问题。随着互联网和信息技术的崛起,近年来教育出版领域发生了巨大变化。在出版业的转型升级过程中,数字教育出版在数字出版领域是非常重要的组成部分。本章以传统教育出版业的数字化转型,以及如今热度很高的在线教育产业的情况为主要研究对象,梳理我国数字教育出版业的发展状况及存在问题,并且提出了相应的对策,为数字教育出版提供借鉴。

第四章,对移动互联网时代移动出版的现状和问题进行了梳理研究。我国的移动出版产业在快速发展的同时也面临着文化科技创新能力不足、研发应用滞后、产业链不完善、版权保护不力、缺乏差异化的优质内容及品牌意识等问题。本章在对移动出版的现状和问题加以研究探讨的基础上,对移动出版的未来研究进行展望并提出建议。

第五章,主要就移动阅读类 APP 的发展瓶颈及对策加以研究。随着移动互联网技术的发展和媒介融合的加深,移动阅读类

APP 逐渐成为人们青睐的阅读方式,本章对目前移动阅读 APP 的发展状况加以探讨,重点指出其在内容和设计等方面同质化严重、存在“浅阅读”现象及社交互动和阅读体验不足、营利模式不清晰等问题,并提出相关对策,为该产业健康发展提供参考借鉴。

第六章,以上海“新华传媒”上市融资为例,对我国新闻出版集团资本化运作的路径进行探讨。随着媒体行业竞争日益激烈,新闻出版集团如何积极探索体制机制改革,吸收资本、做强做大,成为亟待解决的问题。“新华传媒”通过实施规范改制,借助重组实现上市,将上海新华发行集团和上海报业集团经营资源并购重组和整合,成为国内颇具实力的平面传媒上市公司,近年在完善产业链、促进媒介融合等方面不断有新举措,其资本运作路径对我国的新闻出版企业具有借鉴意义和示范性。

经济和文化的发展决定着媒介的演变,而媒介演变进一步推动着社会文化的发展。随着科学技术的进步,出版行业新现象、新事物不断涌现,且对以往历史的解读也有新的视角。麦克卢汉认为“媒介即讯息”,基于技术手段的媒介本身形态的变化,对于整个世界的革命性力量不容忽视,出版行业的巨大变革值得不断深入探究。

第一章 网络时代我国出版业的发展现状与挑战	001
一、网络时代的出版业融合发展	003
(一) 新闻出版产业规模持续扩大	003
(二) 精品图书传播建构社会主义核心价值体系	006
(三) 国家重大出版工程传播古今文明成果	007
(四) 期刊市场细分趋势明显	008
(五) 音像电子出版的发展情况	009
(六) 出版对外传播营造公正的国际舆论环境	009
二、网络时代期刊出版的困境与机遇	011
(一) 期刊出版受到新媒体的巨大冲击	011
(二) 期刊的差异化竞争和品牌策略	014
(三) 读者阅读习惯改变与期刊的媒体融合道路	018
三、媒介融合语境下的数字出版快速发展	022
四、出版企业的集团化建设历程	025
(一) 组建出版集团的必要性及其主要类型	025
(二) 我国出版集团的发展历程	026

第二章 媒介融合语境下我国数字出版产业的发展现状及

瓶颈	036
一、数字出版业兴起的媒介融合背景	037
二、相关政策支持及目前数字出版产业发展概况	041
(一) 国家相关政策支持	041
(二) 数字出版产业发展概况	044
三、我国数字出版内容平台的发展现状	046
(一) 传统出版单位在数字化实践中所建平台	047
(二) 互联网出版内容提供商建设的内容平台	048
(三) 通信运营商涉足数字出版内容平台	049
(四) 电子商务企业涉足数字出版内容平台	050
(五) 一些独立的互联网数字出版内容平台	051
四、媒介融合语境下数字出版产业面临的主要问题	051
(一) 相较国外同行,国内出版企业对内容的掌控力 较薄弱	052
(二) 科技和文化创新水平有待提升	053
(三) 对数字化转型认识不足,缺乏清晰的商业模式	054
(四) 缺乏有特色的图书品牌,研发能力不足	056
(五) 数字出版人才匮乏问题	058
(六) 数字标准和数字版权保护任重道远	059

第三章 我国数字教育出版的发展趋势与对策研究

一、我国数字教育出版的发展概况及社会环境	064
----------------------------	-----

(一) 近几年数字教育出版的繁荣发展	064
(二) 数字教育出版的发展环境及相关政策	067
二、数字教育出版的一些典型案例分析	073
(一) 人民教育出版社的数字化转型	073
(二) 高等教育出版社的网络课程平台	077
(三) 凤凰传媒的在线教育	078
(四) 一起作业网	083
(五) 浙江大学出版社	085
(六) 中文在线	086
三、数字教育出版存在的问题及对策探讨	089
(一) 优质资源整合及行业协作方面存在问题	090
(二) 数字教育出版的营利模式仍在探索之中	093
(三) 思维转变方面的问题与对策	098
(四) 技术水平和创新能力亟待提升	101
(五) 数字教育产品版权保护严重不足	103
 第四章 移动互联网时代移动出版的现状与问题研究	106
一、移动出版及其研究的兴起与背景	108
(一) 移动出版的社会环境驱动	108
(二) 移动出版的特点	111
(三) 政策利好	113
二、当前移动出版业存在的主要问题	116
(一) 内容同质化严重、设计缺乏创新	116

(二) 内容低俗化的现象泛滥	124
(三) 移动出版产业链构建及商业模式有待进一步探索	125
(四) 我国移动数字版权保护问题	128
(五) 对于发达国家移动出版的发展模式的研究借鉴不足	130
三、对移动出版未来研究展望和建议	131
(一) 加强对移动出版业的可行性对策研究	135
(二) 在文化学的宏观视野里考察我国移动出版业的现状、发展趋势和问题	136
(三) 注重移动出版产业层面的研究	137
(四) 在研究方法上进行突破	137

第五章 移动互联环境下阅读类 APP 的发展瓶颈及对策研究

.....	139
一、移动互联网与移动阅读 APP	140
二、移动阅读的发展背景和国家政策支持	141
(一) 移动互联网发展促使媒体融合加深	141
(二) 国家相关政策支持	142
三、移动阅读 APP 的分类及其特点探究	144
(一) 移动阅读 APP 的分类及特点	144
(二) 对几个比较典型的移动阅读 APP 的分析	148
四、移动阅读 APP 发展存在的问题及对策	156

(一) 产品设计风格比较单一,内容同质化严重	156
(二) 针对“浅阅读”和内容低俗化等现象,需加强 优质内容打造	158
(三) 社交互动不够,阅读体验性差,用户黏度不足	161
(四) 移动阅读的营利模式仍在探索之中	164
第六章 对我国新闻出版集团资本化运作的路径探讨	167
一、我国新闻出版企业加强资本运作的社会环境及政策 背景	168
(一) 从文化体制试点改革到数十家新闻出版企业 上市	168
(二) 《文化产业振兴规划》等政策助力传媒体制改革	171
(三) 党的十八大以来文化体制改革的加速推进	172
二、新华传媒“借壳上市”模式分析	175
(一) 新闻出版企业的 IPO 上市与“借壳上市”	176
(二) 新华传媒的“借壳上市”路径	177
(三) 定向增发:整合《解放日报》报业集团优质经营 资产	178
三、加速传媒体制改革、实现产业链上下游整合	181
(一) 力图打造完整的报刊经营产业链	181

(二) 寻找新兴文化产业与传统传媒产业的契合点

..... 183

四、对我国传媒企业上市路径的几点思考 185

(一) 传媒企业上市加速融资及优质资源整合 185

(二) 政府适当介入,推动并购整合的实现 187

(三) 探索核心资产的逐步注入,以构建完整的
产业链 188

(四) 如何坚守国有传媒企业两个效益的平衡 189

(五) 借鉴国外传媒企业资本运营的先进理念 191

参考文献 193

后记 205

第一章 网络时代我国出版业的发展现状与挑战

I

图书是历史最悠久的文化传播媒介之一,在人类文明发展史上担负着积累知识和传播文化、引导舆论等重要功能。纵观媒介演变史,图书出版的发展主要是由社会生产力的发展及科技进步推动的,反过来又对社会经济的发展和人类文明进步起着重要的促进作用。随着近代化的推进和大众文化的兴起,图书一方面是承载知识的介质,一方面也有着商品的一般特征,承担起了文化消费的新功能,融入了大众文化的生产消费过程中。

20 世纪 70 年代末到 90 年代初,中国出版业处于恢复性发展与改革的初步探索时期。随着思想解放和改革开放的不断深入,出版管理部门及其从业者以往片面强调政治功能的思维方式发生了转变,出版物的双重属性特征渐渐得到了人们的广泛认同,图书、期刊等出版物因兼具经济属性(又称商品属性)和社会属性(又

称意识形态属性)而被视为特殊商品。由于出版物具有意识形态特征,是否将出版物作为商品成为决定我国出版行业发展方向的核心所在。对这一问题认识的提高,推动着图书、期刊出版业的变革;而随之而来的对出版行业究竟隶属事业还是企业的讨论,也是理解出版业体制机制变革的关键所在。

20世纪90年代初到21世纪初,我国改革开放的步伐加快,作为大众传媒的图书、期刊业从追求规范扩张转向提高质量效益,在市场竞争中充分发掘自身特点,打造了不少优质产品,对信息传播和社会文化发展起到了重要的推动作用。这一时期,电视等媒介的发展对纸质出版物的冲击日渐显现,网络媒体的影响也初露端倪。随着出版业改革向纵深发展,图书、期刊行业的市场化和集团化加速推进,对出版行业经济规律的探讨及其经营管理越来越引起人们的重视。出版业的集团化有助于在市场经济发展中实现资源优化配置,也是应对经济全球化和世界出版业竞争发展的必然趋势,不少知名的图书、期刊出版企业在规模化建设方面进行了积极而卓有成效的尝试。

21世纪以来,总体来看我国出版业的规模还在不断扩大,图书出版能力有了很大提高,期刊业也呈平缓上升趋势。不过其他媒介,特别是网络媒体的迅猛发展,给传统出版行业带来了冲击和挑战。图书、期刊媒介的读者大量流失、发行量下降,广告市场也严重萎缩,一些企业甚至难以为继。网络对出版物的发行也造成巨大冲击,实体书店、报刊亭纷纷关门歇业,抑或艰难转型。

与此同时,互联网的发展也为出版行业带来了新的机遇,“媒