

| 数字内容产业系列丛书 |

价值网视角下的数字出版 商业模式创新研究

张新华 / 著

教育部人文社会科学研究“价值网视角下数字出版商业模式创新研究”
(13YJC860042)项目资助,北京印刷学院优势专业(编辑出版学)建设专项资助。

价值网视角下的数字出版商业模式创新研究

张新华 著



知识产权出版社

全国百佳图书出版单位

图书在版编目(CIP)数据

价值网视角下的数字出版商业模式创新研究 / 张新华著. —北京: 知识产权出版社,
2018.11
ISBN 978-7-5130-5736-3

I. ①价… II. ①张… III. ①电子出版物—出版工作—商业模式—研究—中国
IV. ①G237.6

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第183318号

内容提要

本书试图从价值网、商业模式、数字出版等理论对我国传统出版单位的数字出版商业模式及其创新进行系统研究。首先,在综述主要理论基础上结合数字出版的实际,提出数字出版价值网商业模式基本框架,作为本书研究的主要依据。其次,描述我国数字出版产业发展的历史和现状,分析我国出版企业数字出版商业模式的主要类型及主要不足。再次,分析我国出版企业数字出版价值网形成的外部压力和内在机制,描述其形成的基本过程和结构。最后,提出我国出版企业价值网商业模式构建的主要途径:定位企业价值、构建价值创造系统、设计收入模式、建立外部合作网络、实施管理创新。

责任编辑:于晓菲

责任印制:孙婷婷

价值网视角下的数字出版商业模式创新研究

JIAZHIWANG SHIJIAO XIA DE SHUZI CHUBAN SHANGYE MOSHI CHUANGXIN YANJIU

张新华 著

出版发行: 知识产权出版社有限责任公司

网 址: <http://www.ipph.cn>

电 话: 010-82004826

<http://www.laichushu.com>

社 址: 北京市海淀区气象路50号院

邮 编: 100081

责编电话: 010-82000860 转 8693

责编邮箱: yuxiaofei@cnipr.com

发行电话: 010-82000860 转 8101

发行传真: 010-82000893

印 刷: 北京中献拓方科技发展有限公司

经 销: 各大网上书店、新华书店及相关专业书店

开 本: 720mm × 1000mm 1/16

印 张: 12.75

版 次: 2018年11月第1版

印 次: 2018年11月第1次印刷

字 数: 200千字

定 价: 68.00元

ISBN 978-7-5130-5736-3

出版权专有 侵权必究

如有印装质量问题,本社负责调换。

前言



20 世纪中后期以来，信息化浪潮席卷了全球的各个角落。作为人类知识和文化传承、传播的一个重要产业部门，建立在近代工业文明基础上的现代出版业正经受着来自信息革命的严重冲击。这一冲击大约肇始于 20 世纪 70 年代，自美、英、日等发达国家逐渐向全球蔓延。进入 20 世纪 80 年代，伴随着我国出版业的商品化、市场化、产业化、资本化等进程的推进，出版业在技术维度上沿着电子化、网络化、数字化、移动化、融合化的方向演化，它不仅推动传统产业转型、催生新兴产业萌芽，还改变着传统的生产组织形式和价值创造逻辑，引发传统图书出版单位的数字化转型和融合升级发展。

我国传统出版单位由于受传统出版体制和经营方式的束缚，在数字出版的发展道路上步履缓慢，不仅落后于西方发达国家，也被国内新兴的数字出版业态甩在身后。这既不利于我国出版业与其他国家同台参与国际文化经济竞争，也不利于社会主义主流价值观和文化在国内的传播。但是，

在当今开放竞争的全球化市场环境中，企业竞争越来越明显地表现为企业整体的价值创造和实现体系及其所处的价值生态之间的竞争。在数字出版市场中，传统出版社建立在单一线性价值链基础上的出版商业模式优势丧失殆尽，需要在网络化环境中积极进行商业模式创新，才能焕发出新活力。

本书试图从价值网、商业模式、数字出版等理论对我国传统出版单位的数字出版商业模式及其创新进行系统研究。首先，在综述主要理论基础上结合数字出版的实际，提出数字出版价值网商业模式基本框架，作为本书研究的主要依据。其次，描述我国数字出版产业发展的历史和现状，分析我国出版企业数字出版商业模式的主要类型及主要不足。再次，分析我国出版企业数字出版价值网形成的外部压力和内在机制，描述其形成的基本过程和结构。最后，提出我国出版企业价值网商业模式构建的主要途径：定位企业价值、构建价值创造系统、设计收入模式、建立外部合作网络、实施管理创新；同时，从数字出版经营的三个基本对象入手，提出数字出版价值网商业模式的优化升级方法；以此作为出版企业探索、构建数字出版商业模式的借鉴。

本书是教育部人文社会科学青年基金项目“价值网视角下的数字出版商业模式创新研究”（项目编号：13YJC860042）成果，研究过程持续近5年。这5年是我国出版业加快数字化转型升级、促进出版融合发展的时期，期间，新兴的数字出版业态不断获得突破性发展，传统的出版单位也在艰难地探索新的数字出版商业模式。变动不居的产业实践在为本研究带来一系列新的刺激和灵感同时，也为研究增添了更多的不确定因素。所以，本书只是对我国数字出版产业一个支流的片段性管窥之见，定有疏漏、失当之处，敬请读者批评指正。

张新华

2018年7月

目 录

第一章 导 论.....	1
第一节 研究问题与研究角度	1
第二节 研究综述	7
第三节 研究的思路、内容和意义	21
第二章 数字出版商业模式创新的理论基础	26
第一节 商业模式及商业模式创新	26
第二节 价值网理论.....	29
第三节 基于价值网的商业模式分析框架	37
第三章 数字出版商业模式创新的产业基础	43
第一节 数字出版产业基本特征	43
第二节 数字出版产业发展的现状与问题	54
第三节 出版社数字出版商业模式的现状	67

第四章 数字出版价值网的形成	75
第一节 数字出版价值网形成的动力机制	75
第二节 从出版价值链到数字出版价值网	85
第五章 数字出版价值网商业模式的构建途径	92
第一节 定位企业价值	92
第二节 构建价值创造系统	105
第三节 设计收入模式	109
第四节 建立外部合作网络	120
第五节 实施管理创新	131
第六章 数字出版价值网商业模式的优化	143
第一节 构建数字出版知识网络	143
第二节 构建读者网络社区	153
第三节 构建数字出版作者社区	165
结语	175
附录	179
移动互联环境下的出版融合发展新趋势	179
“出版 + 文创”：以核心资源为基础的出版价值链延伸	187
参考文献	194

第一章 导 论

第一节 研究问题与研究角度

一、研究的背景与问题

20 世纪中期以来，在信息科技的推动下，人类进入了信息社会发展阶段。信息和知识成为经济发展的重要资源，专门从事信息和知识生产、传播的人和组织在社会中所占的比重越来越大。但是，随着新一代信息技术在社会传播领域的深化应用，以信息和知识传播为主要活动对象的出版业，正经历着一系列新变化。

1. 信息技术重塑出版产业形态

在迅猛发展的信息技术冲击下，出版产业环境和产业形态都得以重塑。首先，出版业数字化转型加深。计算机、数字技术所代表的现代信息技术取代了印刷等模拟技术在出版业的基础地位，打破了“编辑—印刷—发行”的传统出版产业链，推动着传统出版业的数字化发展，电子书、数据库、

移动阅读、有声书等新产品形态日益丰富,网络营销、按需出版、社群运行、个性化出版、知识服务等新型营销和出版方式层出不穷;最近几年人工智能技术在出版业加速应用,使智能选题决策、智能审校、语音输入、机器人写稿、机器人语音交互等活动得以实践,可在一定程度上替代人力,大大提升现在的选题、编辑、校对、发行等环节效率,更加深刻地改变出版流程;出版业务在传统出版的基础上增加了数字化出版和原生的数字出版,三者之间从并行发展到渗透融合,业务范畴逐渐扩展。其次,出版业融合发展迅速。数字化技术、计算机技术和网络技术等应用,消除了不同产业之间的技术壁垒和市场壁垒,出版业逐渐与计算机、广播、电视、教育等信息传播行业融合,形成了新的“信息产业”“内容产业”等,成为数字经济的重要组成部分;借助独特的内容资源禀赋和文化属性,出版业甚至还与艺术、旅游、金融等产业融合,形成了“出版+”“内容+”的产业形态;作为出版产业微观组织的出版企业,开始跨出出版产业运营的边界,进入更广阔的产业空间。最后,出版业的全球化发展趋势加剧。互联网和远程通信技术的普及使地球变成“地球村”,为出版产品及其他出版要素的国际性流通提供便利,使出版产业由过去主要在一国、一地区内部活动的产业演变为全球性产业,出版业的竞争由国内市场扩展到全球范围,数字化的全球出版市场和产业价值链的得以形成。

2. 产业实践呼唤出版创新发展

近年来,我国数字出版产业的规模和形态发展迅速,产业总收入从2006年的213亿元人民币发展到2017年的7072亿元人民币;先后出现了电子图书、网络原创文学、数据库出版物、手机出版物、网络游戏、在线教育、有声书、知识服务等多种产品和服务形态;形成了有线互联网、无线通信网和卫星网络等多种数字内容的传输渠道;产业发展已进入集聚化、集约

化发展阶段,全国已建立14个国家级数字出版产业集聚区(园区或基地);涌现出一批在国内外领先的数字出版龙头企业,如阅文集团、中文在线、掌阅科技、咪咕数字传媒等,带动整个产业的稳步发展。数字出版产业已经成为我国战略新兴型产业和高新技术产业发展的一个重要组成部分。但是,我国的数字出版产业发展仍面临着创新不足、竞争力不强的问题。首先,从产业层面看,数字出版的生态系统尚不完善。具体表现在:中文信息智能化处理、版权保护等数字出版的核心技术创新能力弱,制约产业升级;数字出版产业各部类之间发展不同步,传统出版单位数字出版业务的收入增长低于网络游戏、移动出版、互联网广告的增速,传统新闻出版单位数字化转型升级、融合发展仍需加快速度;产业链松散,上下游企业之间没有建立起稳定的合作机制和合理的利益分配机制,同类企业之间更各自为战、互不合作;数字内容的原创性不强,版权保护水平低下,盗版侵权现象严重;不能有效满足读者的阅读需求,读者的付费阅读意愿低。其次,从企业层面看,传统出版单位的数字化转型亟待升级。目前我国大部分传统的出版单位在向网络与新媒体领域进军时面临着种种问题:传统的出版单位向数字媒体转型过程中,缺少数字媒体、新媒体运营经验,还没有建立起与数字出版技术和运营特点相适应的盈利模式;互联网思维以及数据思维的意识不强,数据分析经验不足,能力较低;出版企业拘泥于产品思维,缺乏“用户意识”,不能对自身用户以及新媒体用户进行分析和精准服务;数字产品研发能力不足,根据市场需求快速研发适应用户需求产品的能力较低。

我国数字出版产业的健康持续发展既有赖于出版产业环境的改善,更取决于出版企业的创新。现代管理学之父彼得·德鲁克(Peter F. Drucker)认为,营销和创新是企业的两个基本职责。但对当下的我国数字出版产业来说,创新是出版企业最基本的职责。在数字化环境下,没有创新就不能

获取客户，获取不了客户营销就是一句空话。

3. 数字出版颠覆传统出版商业逻辑

作为人类社会最古老的传媒产业，建立在印刷技术基础上的出版业已经建立了成熟而稳定的运作方式。但是，伴随着数字技术、互联网技术等出版业中应用程度的加深，出版业的资源、产品、用户、市场及出版企业的组织结构、合作伙伴、盈利方式都发生了颠覆性变化。然而在当今全球化浪潮冲击、技术变革加剧和商业环境多变的时代，决定企业成败的最重要因素不仅仅是技术、产品和市场，而是决定整个企业价值系统的商业模式。如彼得·德鲁克所说，“当今企业之间的竞争，不是产品之间的竞争，而是商业模式之间的竞争”。克服传统出版商业模式的局限，重塑数字时代出版价值创造体系，创新数字出版商业模式，是出版企业数字化转型发展的必经之路。商业模式是人们常用的描述互联网条件下新商业现象的一个关键词，指企业价值创造的基本逻辑，即企业在一定的价值链或价值网络中如何向客户提供产品和服务并获取利润。^①商业模式创新就是企业价值创造基本逻辑的创新，数字出版商业模式创新和其他产业领域一样，从本质来说是以新的更有效的方式获取利润，它主要关注出版企业的经济方面的因素，是一种包含技术、产品、用户、市场、组织结构、外部关系等多种因素的系统性创新，能够帮助出版企业获取新的价值，在数字出版市场上获得更大发展。

如上所述，随着全球化、数字化和媒介融合的深入发展，出版产业边界模糊，竞争加剧，读者的阅读需求和消费特征变化很大，传统出版的运作逻辑被打破，出版产业的价值创造体系也随之变化，出版企业的发展需要通过创新商业模式以适应内外部环境的变化。在此背景下，本书以我国出版企业的数字出版商业模式创新为中心问题展开研究；目的在于推动出

^① 乔卫，2009. 商业模式创新 [M]. 上海：上海远东出版社：36.

版企业的数字出版业务发展,赢得在整个经济体系中的竞争优势,最终助力我国数字出版业的健康、快速发展。

二、价值网视角下的商业模式创新

商业模式是一个微观概念,与企业的经营战略相对,研究企业与顾客之间的价值关系。^①数字出版商业模式实际上是出版企业实现顾客价值和企业价值的逻辑体系,企业价值需要通过顾客价值的实现而获得。从商业模式的本质看,目前以价值实现逻辑为中心的数字出版商业模式有两种:一是基于价值链理论的商务模式,一是基于价值网理论的商务模式,分别可简称为价值链模式和价值网模式。价值链模式以传统出版的线性价值链为基础演化而成,出版企业通过一系列中间环节逐级向终端客户传递价值;而价值网模式是在产业融合背景下,出版企业在网状价值链中,与各合作伙伴一起通过各种渠道和方式向终端客户全方位传递价值。所以,在当下数字经济、媒介融合发展背景下,数字出版商业模式创新可以看作是价值链模式向价值网模式的迁移。

价值网是在价值链的基础上发展起来的。价值链是企业为客户创造价值所进行的一系列经济活动的总称,由美国哈佛大学迈克尔·波特(Michael E. Porter)教授于1985年提出。将企业价值链根据企业与供应方和需求方的关系,分别向其前后延伸而形成产业价值链。之后,由于顾客的需求增加、国际互联网的冲击及市场高度竞争,单一直线式的产业价值链转变为由多条价值链组成的价值网。价值网的本质是在专业化分工的生产服务模式下,通过一定的价值传递机制,在相应的治理框架下,由处于价值链上不同节点和相对稳定的彼此具有某种专用资产的企业及相关利益体组合在一起,

^① 高天亮,2011.基于价值网理论的商业模式研究[M].广州:世界图书出版广东有限公司:

共同为顾客创造价值。通过价值网分析可以发现企业的利润区域、关键控制点及竞争优势。

从国内外的相关研究看,价值网(Value Network, VN)是一个产业中为客户价值而参与价值创造的各个经济主体之间所联结而成的线性(网状)结构,是对价值创造系统(Value Creative System, VCS)的一种描述和分析工具。对产业价值链或价值网进行构建的主体主要是参与价值创造的经济主体,而不是外在于产业实践的研究主体。但是,研究者可以根据其他产业的先进经验或理论工具自身所提供的可能性对产业价值链所存在的问题及解决之道进行探讨,并以研究结果作用于产业运行主体,实现产业价值链的优化和升级。

价值网理论为探讨数字出版商业模式创新提供了一个新的视角和研究方法。通过对数字出版产业链进行分解考察,区分和界定数字出版产业链上企业的经营活动,考察不同企业活动在价值增值过程的贡献和地位,有利于数字出版企业根据自己独特的比较优势和竞争优势在产业链中定位,从而形成独特的竞争力。从产业全局看,发现产业链中的高利润区,有利于企业识别并建立各自的比较优势,避免盲目竞争,以形成协调一致、优势互补、资源共享的良性产业结构,发挥协同效应,达到共赢的效果。价值网理论同时也提供系统的价值整合方法,将一些新型活动归类于模块化单元之中,衔接、整合、打通各企业的价值链,形成一个畅通的、彼此联系紧密的价值网络系统,从而优化既有的商业模式,或设计、构建全新的商业模式。可见,价值网理论可以成为分析并解决数字出版商业模式创新的有力工具;而构建并优化价值网是进行数字出版商业模式创新的一条可行路径。

第二节 研究综述

鉴于本研究主要从价值网的角度对数字出版商业模式创新进行探讨,与此相关的研究领域主要涉及数字出版产业经营、商业模式创新和价值网等,本节分别予以述评。

一、数字出版产业经营

21 世纪以来,随着我国数字出版产业的发展,数字出版研究逐渐成为学术研究热点。据对 CNKI 文献统计,2000—2013 年间可检索的数字出版的论文有 1090 篇,其中“数字出版产业经营”领域的论文有 360 篇,占整个文献量的 33%。^①数字出版产业经营的研究主要集中在如下四个方面。

1. 数字出版产业链研究

多数研究对数字出版产业链结构的认识和理解基本一致,即数字出版产业链由数字内容提供商、数字内容出版商、数字技术提供商、网络服务提供商和读者等主体构成^②。亦有学者从数字出版的生产流程来认识,认为数字出版产业链结构包括内容创意,即内容提供商;生产制作,即内容服务商;传播渠道,即平台运营商;联系终端,即分销和零售商;而且在这几个环节中,内容创意环节和传播环节是其关键环节^③。还有学者从整体角度出发,认为数字出版产业链比较庞大,将作者、著作权人、版权服务企业、内容加工/出版企业、内容传播企业及消费者联系起来,甚至还囊括了物流、广告商、网络运营商、第三方支付企业及银行等^④。对数字

① 陈汉轮,2013.数字出版研究论文的文献计量与分析[J].科技与出版(5).

② 刘灿姣,黄立雄,2009.论数字出版产业链的整合[J].中国出版(1).

③ 曹胜玫,2009.当前数字出版产业链的相关问题及思考[J].编辑之友(3).

④ 钱宇阳,2011.中国数字出版产业链发展现状和问题研究[J].商场现代化(4).

出版产业链特征的认识,多数学者认为主要表现在主体的独立性、功能的依附性、价值的差异性三个方面^①。

对于数字出版产业而言,只有形成了稳固的数字出版产业链,才标志着数字出版产业走向成熟。^②数字出版的产业链形成须满足技术与资本两个基本条件。周利荣认为,数字出版产业链的形成关键在于渠道建设,渠道建设的关键在于技术转化,拥有先进的传播技术、搭建具有盈利模式的数字化网络平台至关重要。^③贾宏以数字期刊为例指出要达到服务个性化,需要运用推送技术、智能代理技术、智能搜索引擎技术、网页动态生成技术、过程跟踪技术、安全身份认证技术及数据加密技术等。^④何格夫分析了产业链各节点存在的具体问题:在产业链上游,技术提供商对数字出版期待过热,传统出版单位态度偏冷;在产业链的中游,网络运营商数据整理差异性不大,造成浪费;在产业链的下游,电子图书、数字期刊等的营销过度依赖机构消费者,尚未促成一般读者的自主性消费。^⑤在数字出版产业链整合的对策思路方面,张彦华主张应注重整体布局和产业引导,在产业链各环节和整体建设方面加大力度,打造数字出版价值链。^⑥

总而言之,对数字出版产业链研究的升温反映了学界和业界对中国数字出版产业良性快速高效发展的热切盼望。多数学者也针对产业链问题提出了一些有效对策:在国家层面,政府出台文件和政策,积极推动数字出版集群化发展,设立国家数字出版基地,是推动产业链有效整合的得力手段。^⑦在企业层面,数字出版企业共同倡议成立产业联盟,并发布相关倡

① 方卿,2006.论出版产业链建设[J].图书·情报·知识(5)。

② 周利荣,2010.中国数字出版产业链整合模式分析[J].出版发行研究(10)。

③ 周利荣,2011.数字出版产业链整合:技术转化是关键[J].编辑之友(3)。

④ 贾宏,2006.数字图书馆个性化服务技术战略[J].现代情报(3)。

⑤ 何格夫,2008.当前制约我国数字出版发展的六个因素[J].编辑之友(2)。

⑥ 张彦华,2011.国内数字出版所处困境及发展途径研究[EB/OL].重庆大学(5)。

⑦ 柳斌杰,2011.在六中全会精神指引下推动数字出版跨越式发展[C/OL].(11-10)[2016-12-16].<http://www.bookdao.com/article/30532/>.

议书,共同维护企业诚信,净化经营环境,是实现产业链各环节共赢的重要理念和举措。

2. 数字出版标准化研究

标准化水平是一个产业成熟度的重要指标。对于数字出版产业而言,数字出版标准化,有利于数字出版链条上的参与各方实现利益均衡,分工合作,整体降低成本,用有限的资源实现效益的最大化,实现技术兼容、数字内容的互联互通和共享^①,可以说,标准化一方面是数字出版产业实现有序发展的重要保证,另一方面也便于行政部门对其进行管理。

对于数字出版标准化问题,多数学者在论述数字出版产业时均有所提及,但深入研究此问题的并不多见。据笔者掌握的资料来看,多数研究文献出自中国新闻出版研究院相关学者之手。这些研究探讨的问题为中国数字出版标准化问题的现状、标准化必要性以及如何行动等。对于现状,研究者一致认为,中国数字出版标准化现状堪忧。有学者指出,中国数字出版标准依旧停留在企业标准的较低级阶段,行业标准和国家标准严重缺乏。但可喜的是,在国家层面,数字出版标准化得到了各级政府及相关机构的重视;在企业层面,数字出版产业链上各相关企业的标准意识均有所增强,不过业界对标准化的认识仍存在盲目性,需要加以协调^②。

目前数字出版标准化的工作主要由政府部门推动。其研制主要集中在标准体系、标识、元数据、手机出版、电子书、数字有声出版物、数字版权保护、发行信息流通等方面。^③除了政府推动之外,多数学者强调,研制标准体系必须积极研究和借鉴国际和国外先进标准,而且相关企业也要

① 邓晓磊,2011.探讨数字出版的标准问题出版参考[J].出版参考(7)。

② 张书卿,2008.中国数字出版标准化现状及对策[J].出版发行研究(11)。

③ 刘颖丽,2011.数字出版标准的现状与思考[EB/OL].(08-11)[2017-10-19].<http://cips.Chinapublish.com.cn/chinapublish/rdjj/13zhyth/tpxw/201108/>.



参与其中,标准的起草要实现业务专家、标准化专家和技术专家的高度结合,加强与工业、信息技术标准化领域的沟通与协作,通过业务领域的有效分工,实现跨行业、跨领域的标准化合作,加快对数字出版产业的规范,同时加大培养相关人才的力度^①。

3. 数字版权问题研究

数字版权内容是数字出版产业发展的基础,建立良好的数字版权保护机制是保证数字出版产业链循环流畅的关键因素。但在中国数字出版产业实际发展中,对数字版权内容的侵权、盗版现象层出不穷,严重阻碍了中国数字出版产业的健康和顺利发展。

数字版权问题引起了诸多学者的关注。许多研究者探讨了中国数字出版版权领域存在问题的成因,大体上可归为以下几点:相关法律法规欠缺,造成处理版权问题无法可依;网络的虚拟性致使数字内容权利主体认定困难;数字出版作品的创新力度不足,模仿、抄袭、跟风严重;产品形态数字化加剧盗版现象等。^②亦有学者认为,造成数字出版版权困境主要是海量作品的海量授权问题,其具体成因主要包括新权旧书的矛盾和获取海量过版图书授权经济成本过高。^③

有部分学者从授权的角度出发,认为授权问题是中国数字出版产业发展的瓶颈所在。中国数字业界存在着典型的三种授权模式,分别是“先授权后传播”模式、“授权要约”模式、“一揽子授权”模式,这几种模式在一定程度上有助于解决现实问题,但总体上只是权宜之计,著作权集体管理现代化才是解决数字出版授权问题的出路。^④还有学者从法律的角度

① 张书卿,2008.“中国数字出版标准化现状及对策”[J].出版发行研究(11)。

② 康建辉,赵萌,2012.中国数字出版产业发展中的版权保护问题研究[J].情报理论与实践(1)。

③ 李孝霖,2010.数字出版产业版权困境解析[J].电子知识产权(1)。

④ 曹世华,2006.数字出版产业发展呼唤著作权集体管理现代化[J].中国出版(9)。