

(2014~2015)

中国互联网 与数字出版研究指南

中国新闻出版研究院 ◎ 编
北京印刷学院
中文集团协助编撰



中国书籍出版社
China Book Press

中国互联网 与数字出版研究指南

(2014 ~ 2015)

中国新闻出版研究院 ◎ 编
北京印刷学院
中文集团协助编撰



中国书籍出版社
China Book Press

图书在版编目 (CIP) 数据

中国互联网与数字出版研究指南. 2014 ~ 2015 / 中国新闻出版研究院, 北京印刷学院编.
— 北京: 中国书籍出版社, 2015. 12
ISBN 978 - 7 - 5068 - 5331 - 6

I. ①中… II. ①中… ②北… III. ①计算机网络 - 应用 - 出版工作 - 中国 - 文集
②电子出版物 - 出版工作 - 中国 - 文集 IV. ①G230.7 - 53②G237.6 - 53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 287903 号

中国互联网与数字出版研究指南. 2014 ~ 2015

中国新闻出版研究院 北京印刷学院 编

责任编辑 庞 元
责任校对 刘一迪 王 菲 武向娜
责任印制 孙马飞 马 芝
封面设计 鹿耀世
出版发行 中国书籍出版社
地 址 北京市丰台区三路居路 97 号 (邮编: 100073)
电 话 (010) 52257143 (总编室) (010) 52257153 (发行部)
电子邮箱 chinabp@vip.sina.com
经 销 全国新华书店
印 刷 北京航天伟业印刷有限公司
开 本 787 毫米 × 1092 毫米 1/16
印 张 43.5
字 数 1600 千字
版 次 2016 年 1 月第 1 版 2016 年 1 月第 1 次印刷
书 号 ISBN 978 - 7 - 5068 - 5331 - 6
定 价 368.00 元

编委会名单

主 编：郝振省（北京印刷学院数字出版与传媒研究院院长）

魏玉山（中国新闻出版研究院院长）

副 主 编：董毅敏（中国新闻出版研究院党委副书记）

执行主编：林晓芳（中国新闻出版研究院研究员）

汤雪梅（北京印刷学院数字出版与传媒研究院研究员）

编 委：陈 丹 魏 超 赵 冰 郭陆庄 李广宇

覃云川 秦 雯 韩生华 康培培 王 艳

邓逸钰 包媛媛 任多伦

序一

深刻变革中的中国数字出版业

近年来,数字信息技术的高速发展,正在深刻地改变着我们的生活、工作和思维方式。同样,全球出版传媒业也正在面临由此所带来的深刻变革,信息内容的生产、传播与呈现方式发生着巨大改变,出版业的产业环境与产业结构正在重新塑造。如何把握时代赋予我们的机遇,寻求最佳的发展方向、选择最适合的发展路径,激发更大的发展动力,是我们共同的话题。

一、数字出版产业快速发展,移动出版前景广阔

近年来,中国数字出版产业顺应全球数字化潮流,发展速度迅猛,产值逐年提升,从2006年的213亿元猛增到2014年的3388亿元,在不到十年的时间里实现了近15倍的增长。数字出版作为中国新闻出版业内增速最快的板块,近几年来一直以年均30%以上的速度在增长,不仅成为中国新闻出版业产业结构调整,实现融合发展的重要方向,也成为出版产业发展的一道亮点。

得益于移动互联网的持续快速发展,移动出版又是数字出版中发展最快的形态。目前,中国的3G网络广泛普及,4G网络加速发展,智能终端不断升级,手机用户规模屡创新高。据中国工信部的最新数据显示,截至2015年9月,中国的移动用户规模已接近13亿,使用手机上网的用户已突破9亿。手机已成为中国第一上网终端,移动数据业务大幅提升。今年,中国的“双十一”购物节掀起了消费狂潮,24小时内成交金额达912亿元(将近150亿美元),其中70%以上是通过移动终端支付的。如此庞大的用户规模同样为中国的数字出版提供了广阔的消费市场,带来了更加多元的消费需求。2014年,中国移动出版收入785亿元。占数字出版收入23%。手机阅读率51.8%,较2013年上升了9.9个百分点。

二、传统出版单位高度重视数字出版业务,转型升级步伐不断加速

传统出版与新兴出版的融合发展是包括数字出版在内的中国新闻业的发展方向与阶段性目标,数字化转型是实现融合发展的必然途径。传统出版单位转型升级、融合发展的主动性日益加强,主要表现在:建立独立的、专职的数字运营公司,探索组织机构的重塑再造,建立更加灵活的内部运行机制,加强了对行业前沿的关注,加大对技术和产品研发的投入力度,以项目为抓手,实现企业资源整合、技术应用、产品创新的突破升级。同时,传统出版单位通过与技术公司的合作,弥补自身在技术、人才等方面不足。经过多年探索,中国传统出版单位基本形成了较为清晰的、适合自身的融合发展路径。专业出版单位的特色资源数据库和知识服务探索,教育出版单位多样化的数字产品与服务,大众出版单位差异化的全媒体产品体系构建,都取得了较大突破,实现了社会效益和经济效益的统一。

三、互联网企业加速布局数字出版,融合发展进程日趋深入

越来越多的互联网企业参与到内容生产、信息加工、内容投送等环节中。近年来,中国数字出版的快速发展,一方面得益于传统出版单位的积极探索,另一方面,互联网企业、电子商务企业等同样发挥了不容忽视的重要作用。

中国新兴出版企业为出版业带来了新的活力,加速推动出版业的理念更新、技术革新与模式创新,带来了更多的新形态、新产品、新体验。以百度、阿里巴巴、腾讯为代表的互联网企业凭借他们在技术研发、用户聚集平台运营等方面的突出优势,强势进军数字出版产业,通过并购、收购、跨界合作等方式在数字内容领域展开深

入布局。2014年以来,BAT相继成立了独立的网络文学运营机构,并涉足网络游戏、网络影视等领域,逐步打通了数字内容生产与传播的全产业链,也令IP运营热度持续高涨。

四、政府引导扶持产业发展,规划顶层设计日臻完备

中国政府高度重视数字出版业的发展,中央政府和政府有关部门主要做了三件事,来推动数字出版发展。

一是出台相关政策,加强引导。2014年以来,中央政府和有关部门出台了《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》《关于积极推进互联网+行动的指导意见》,《关于促进大数据发展的行动纲要》《关于推动新闻出版业数字化转型升级的指导意见》《关于推动传统出版与新兴出版融合发展的指导意见》等一系列与数字出版紧密相关的文件,对传统媒体与新兴媒体指明方向。

二是实施了一系列重大项目重大工程,实行项目带动战略。近年来政府相关部门组织实施了国家数字复合出版工程、国家数字版权保护技术研发工程、国家知识资源库工程,试点了专业数字内容知识服务试点等,带动了数字出版技术研发、产品创新等。

三是资金扶植。近几年来,中央财政每年都拿出几十亿资金,支持文化产业发挥发展。其中,数字化转型,传统媒体与新兴媒体融合发展,是扶植重点方向,通过资金的扶植,一批传统出版单位转型升级进入快车道。

目前,中国政府正在制定第十三个五年规划,新闻出版业的“十三五”规划也正在制定过程中。持续推进传统出版和新兴出版融合发展,将是中国新闻出版业“十三五”期间的重要发展目标和重点战略任务。未来五年,中国数字出版产业将会获得更快更好发展。

世界出版业正面临互联网发展所带来的深刻变革,在这场变革中,中国出版业应时而动,顺势而为。我们诚挚期待能够与各国出版界的朋友们携手共进,同创世界出版业繁荣发展的美好明天!

中国新闻出版研究院院长

2015年11月18日

2014 年互联网与数字出版研究状况综述

如果从时效性来看,站在 2015 年的年末对 2014 年中国互联网与数字出版的研究进行回顾和梳理,难免有“慢半拍”之嫌。但如果从学术史的演进历程来看,这样的一段时间跨度反而有可能使以下所做的分析更趋审慎与冷静。

回望 2014 年基于互联网发展的相关研究,最有价值和最具启发的成果主要集中在媒体融合与互联网思维、版权产业、数字营销、数字传播、数字阅读、数字出版人才培养和动漫网游等七大领域。全景展示和客观评价上述领域所呈现出的新情况、新发现和新观点,有利于深入系统地探讨中国数字出版与数字传播的相关问题。

一、媒体融合与互联网思维

2014 年 8 月 18 日,中央全面深化改革领导小组第四次会议审议通过了《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》。尽管从官方表述来看,“媒体融合”最初并未明确指涉出版领域,但环顾当下,出版的全产业链条与全行业发展几乎都浸润在媒介融合的影响之中,因此综观 2014 年的业界和学术理论界,“媒介融合”当仁不让地跃升为出版研究的第一关键词。

对于出版行业而言,媒体融合既是必须充分考量的大的时代背景,也是今后发展的大势所趋。通过对中国知网数据库的相关检索发现,传统出版企业数字化转型、电子书和自助出版的发展是 2014 年学界该领域的三大研究重点。在有关传统出版企业数字化转型的讨论中,学界比较集中地关注了数字出版机构如何实现盈利的问题。针对当前数字出版机构因盈利而产生的集体焦虑,有学者结合业界实践提出了媒体融合影响下数字出版的三种盈利模式,即线上线下互动增值模式、移动传媒订阅与销售模式和门户网站的收费模式^①。对以电子书为代表的数字读物的发展,有学者聚焦了三种已经出现的商业模式,即以电子阅读器为主导、以复制亚马逊为特征的全产业链模式;利用平台优势,专注于提供资源的平台服务模式以及优化阅读软件,提供极致阅读体验的精品策略模式。而几乎与此同时,2014 年学界也开始了对自助出版模式的研究。有学者认为,国内数字出版、自媒体的盛行以及微支付的逐渐普及都为自助出版这一出版业的新兴业态提供了潜在的发展空间,但其也存在着诸如不易把关和管理、出版资质限制等问题,因此一些出版企业的自助出版业务也有放缓的趋势。^②

2014 年,在媒体融合与数字出版的战略思考中,很多研究都不约而同地将视角聚焦于如何运用互联网思维推动出版工作。一些学界和业界的领军人物纷纷对此展开讨论。中国编辑学会会长郝振省在《互联网思维下数字出版发展新趋势》中,明确提出互联网思维是传统出版数字转型的“重中之重”,在其带动下,传统出版未来要完成从版权售卖模式向内容增值模式、由生产管理向服务运营、由激烈竞争向合作共赢的三大转向。^③龙源期刊网总裁汤潮则撰文从用户思维、简约思维、极致思维、社会化思维、平台思维、大数据思维、跨界思维、免费思维等入手,深入解读如何把对互联网的认识从一个新技术形态或工具提升到一个可以应用到所有行业

① 张耀元:基于媒介融合视角的数字出版分析,出版广角,2014 年 10 月合刊。

② 肖冉、李晓芳:浅析我国自助出版的发展现状,新闻世界,2014 年第 8 期。

③ 郝振省:互联网思维下数字出版发展新趋势,出版发行研究,2014 年第 4 期。

的思维方式。^①当然,在对互联网思维积极响应和热烈讨论的过程中,也有研究注意到了凭借其助力出版业态发展所蕴含的不确定性,因而对基于互联网思维的众筹模式出版、社区书店、碎片化阅读等持审慎乐观甚至是持续观望的态度^②

二、版权产业

2014年伊始,有研究者慨叹“版权保护问题不以人的意志为转移地被时代和社会凸显在我们面前”,并且明确指出“版权是融合的焦点”。^③这充分体现了当前理论界对版权保护问题的高度重视和与时俱进的理性思考。循此思路,我们更欣喜地发现这一年很多学术成果对版权保护问题的研究已然跃升到了版权产业的层面,“版权保护要和版权产业发展并重”^④的认知使得版权保护的内涵更为完整,外延更为周全,学术探讨更为理性。

总的来看,2014年从产业视角进行的版权研究几乎就“版权是一种重要资产”达成了共识,并逐渐形成了以下一些新的特点。

第一,对基于版权价值挖掘的研究更加注重技术因素。当前网络技术给版权产业带来的变革引发了学界的积极回应,开放存取的数字出版运营模式即为其中的研究热点之一。有学者提出开放存取出版对网络支撑技术的要求较高,应将其纳入规范发展轨道,以平衡作者、出版仓储机构和用户三位一体的传统出版经济利益分配格局。^⑤

第二,对数字作品版权保护的研究更多引入了管理和服务的创新思维。有研究者就专门围绕数字版权唯一标识符DCI体系开展了数字版权管理服务平台的应用设计,并对数字版权登记平台的标示问题和海量存储问题提出了相应的解决方案。^⑥

第三,对版权风险的研究日益深入,问题意识凸显。有学者基于云计算的技术发展,预警了现行版权专有权利体系和传统守门人版权保护机制面临的双重失灵危险。^⑦而有的学者则指出了数字出版产业在版权“入口”和版权“出口”分别具有未获授权的侵权风险和私设权利技术保护措施规避的侵权否定性风险。^⑧

第四,对版权保护的对策研究更注重宏观视野和系统性的方法论。有研究者立足于数字出版的实际需求,从版权产业链的各个重要环节入手,提出应通过法律的救济机制、内部的管理机制、ERP企业资源规划管理系统和相关技术手段^⑨来破解版权保护的难题。

三、数字营销

有关数字营销的研究在2014年形成了三大热点。

首先,大数据技术毫无悬念地成为2014年数字营销研究的重要变量和拉动力。而围绕出版组织如何掘金大数据的研究中,有研究者清醒地指出,大数据给传统出版企业带来了新的机遇,但要真正通过大数据获得“大利润”“大发展”殊非易事,做什么(构建大数据库、部署云环境)和怎么做(精准营销、数据产品生产与数据创意服务提供)、数据规模化与数据价值挖掘需要同步展开。^⑩事实上,大数据技术的广泛应用在使众多传统出版机构进行自上而下、由内到外的全面转型的同时,也正在形成以数据成为资产、行业垂直整合以及泛互联网化

① 汤潮:数字出版的“互联网思维”,出版参考,2014年5月下旬。

② 孙献涛:互联网思维在似是而非的出版间穿行,出版广角,2014年7月上。

③ 辰目:版权是融合的一个焦点,传媒,2014年23期,卷首语。

④ 李苑:版权保护要和版权产业并重——访国家版权局副局长阎晓宏,光明日报,2014年9月29日第007版。

⑤ 王宇红等:开放存取的版权保护机制新探,情报理论与实践,2014年第12期。

⑥ 吴洁明等:DCI体系下数字版权管理服务平台的设计,计算机应用与软件,2014年4月。

⑦ 杜健:版权现实困境与未来发展研究——以云计算技术为研究视角,出版科学,2011年第5期。

⑧ 刘铁光:数字出版产业入口与出口的版权风险及解决路径,中国出版,2014年12月下。

⑨ 刘建:数字出版时代的版权保护难题与举措探析,出版发行研究,2014年第2期。

⑩ 姚永春:出版企业掘金大数据的两个层面,出版广角,2014年2月下。

为核心的出版产业变革和出版企业未来发展的顶层逻辑之一。^①

其次,微博、微信等社交媒体成为数字出版营销的重要平台。在当下这样一个“微时代”,社交媒体最为擅长的是口碑营销,出版社对微博、微信的使用不仅使传统出版社的品牌形象建设和图书推广在媒介的利用上有更为多元的选择^②,同时也是对整合营销传播最好的实践^③。可以说,网络自媒体环境下的出版为图书“金字招牌”的打造提供了实实在在的便利,张立宪和《读库》的个案足以说明各种新旧媒体的交融互动是图书营销的必然趋势。然而,一份有关出版社使用微信现状的调查也显示,出版社在微信运营方面虽然具有一定的表现和作为,但互动性还有待加强,互动信息还不够完善和及时,不能及时对用户的需求与疑问做出回应。^④

最后,书报刊数字营销渠道的多样化问题和数字内容资产的版权定价问题为学界所关注。有研究指出,在数字时代,多渠道、立体化的营销渠道将是出版企业的必然选择,要结合自身实力、出版物类型以及电子商务应用等情况进行合理的选择,才能最大限度地发挥渠道的作用和效益。^⑤关于版权定价,有学者指出,目前可用于参考的数字媒体内容资产的版权定价方法主要基于用户意愿、成本、供需方和收益四个方面,较为适用的是基于顾客的需求和感知价值,对市场进行细分并采取差异化的定价方法。^⑥

四、数字传播

从学术研究的边界来看,数字传播所辐射的外延既包括传播理论,也包括传播实务。就传播理论的研究而言,2014年学界对经典传播理论在新的传播技术环境下的创新性阐释成为一种重要的研究取向。比如以科技接受模式和创新扩散理论来探讨移动即时通讯软件 WeChat 的使用动机^⑦,以社会网络理论和话语理论来测量社会化媒体的传播结构及身处其中的意见领袖的话语传播策略^⑧。而就传播实务的研究而言,日趋丰富的数字传播品类给学界提供了很多新鲜而有价值的研究对象。比如关于众筹新闻的生产,有研究指出其目前具备了环境优势、平台优势和受众优势,但问题也比较集中,比如新闻作品整体水平较低、有沦为商业新闻和被别有用心者利用等风险^⑨。比如有研究以“澎湃新闻”为例,认为新闻客户端的运营应当在组织模式、媒介渠道、内容信息和生产平台等方面进行移动战略部署,以更好地植入移动互联网基因^⑩。此外有关互联网应用发展和用户行为的对应性解析^⑪和有关新媒体传播对转发意愿及品牌态度的影响研究^⑫等等也共同构成了2014年数字传播的研究热点。

五、数字阅读

2014年,在全民阅读立法的推动下,公民阅读数字化转型问题、特别是青少年移动阅读正在成为学术研究的显要话题。有研究者借助问卷调查的方法,并运用使用与满足理论全面、系统地分析了中日韩三国大学生移动阅读的使用动机和用户评价,发现娱乐性需求、资讯性需求和互动性需求是三国青年人移动阅读的主要动机。^⑬而具体到当前我国大学生的手机阅读,内容庞杂、缺少精品原创内容,交互性不强、阅读体验有待提升,

① 石佳靓:《大数据:出版产业的机遇与实践》,中国出版,2014年6月上。

② 汪全莉、张玉:《出版社使用微信现状调查与分析》,中国出版,2014年4月上。

③ 王微微:《“微时代”出版微博营销的战略选择》,出版广角,2014年2月下。

④ 汪全莉、张玉:《出版社使用微信现状调查与分析》,中国出版,2014年4月上。

⑤ 李宝玲:《数字时代出版企业营销渠道的选择》,科技与出版,2014年第10期。

⑥ 宋培义等:《数字媒体内容资产的版权定价方法研究》,价格理论与实践,2014年第10期。

⑦ 夏文质:《经济与社会发展研究》,2014年第9期。

⑧ 陈雪奇:《社会化媒体中意见领袖的话语传播策略》,四川大学学报(哲学社会科学版),2014年第6期。

⑨ 赵荣水、舒咏平:《众筹新闻生产的现状、特征与趋势展望》,新闻界,2014年第23期。

⑩ 郭泽德:《澎湃新闻的移动战略研究》,新闻研究导刊,2014年第12期。

⑪ 胡晓女:《互联网应用发展和用户行为解析》,互联网天地,2014年第3期。

⑫ 陈静宇等:《新媒体传播对转发意愿及品牌态度的影响研究》,2014年第6期。

⑬ 李武等:《大学生移动阅读的使用动机和用户评价研究——基于中日韩的跨国研究》,出版科学,2014年6期。

以及与大学生专业学习未能紧密结合等三大缺陷严重影响了大学生手机阅读的满意率^①,值得重视。事实上,基于阅读的重要性和数字化阅读的发展趋势,当前世界主要发达国家均非常重视新媒体阅读的推广,例如美国的《卓越阅读法》(1998年)、《不让一个孩子落后法案》(2002年),日本的《关于推进儿童读书活动的法律》(2001年),韩国的《读书振兴法》(1994年)、《读书文化振兴法》(2009年),俄罗斯的《民族阅读大纲》(2012年)等,大都以立法的形式保障了国民阅读能力的提高与积累^②。这些研究也很好地区分了全民阅读立法在国内引发的一些批评与争议。

另外值得注意的是,尽管当前数字阅读的产业规模在不断扩大,数字阅读的内容和形式在不断丰富,但数字阅读的国家规范仍有待进一步完善^③,以企业资质获得为核心的行业准入机制的形成势在必行。相信,随着数字阅读标准化工作的不断推进,数字阅读产业链条中存在的格式标准缺乏、版权限制等问题都将得到解决,而网络运营商、终端厂商和内容提供商各自为战的无序竞争状态也将得到扭转^④。

六、数字出版人才培养

数字出版人才培养研究涵盖两大领域。一是对于数字编辑人才和版权人才的专门研究;二是立足于编辑出版的学科建设,对课程转型和教师转型等问题展开的讨论。基于业界的实际需求,有研究聚焦了数字时代编辑作为新的把关人,应当在三个方面做出角色调试,一是成为网络意见领袖;二是成为数字产品的架构者;三是成为数字内容的深度加工者。^⑤而围绕这个话题,有研究特别关注了云出版条件下编辑面临的诸多挑战,提出编辑需要准确定位角色、改变工作流程、精进工作内容、培养复合能力^⑥。关于版权销售高手的培养,有研究着眼于中国图书“走出去”的时代背景,提出了掌握海外读者的阅读需求、与客户建立和保持有效的关系以及进入国际版权代理精英圈子等三条经过实践检验的可行路径^⑦。

2014年新闻传播相关学科的教学研究,紧紧围绕了产学研结合的思路,充分显示出贯穿于应用学科教学改革中的务实导向。有学者提出编辑出版学专业课程教学改革可资借鉴的5种模式,分别是学科交叉模式、第二课堂模式、专题训练模式、案例分享模式以及积分制考核模式,从而实现出版教育与出版行业、高校与企业的真正对接^⑧。有学者则通过高校调研和数据分析提出,新媒体专业教育定位的根本点就在于交叉学科如何实现交叉,将“网络与新媒体专业”与新媒体传播形式创新能力的培养相联系则是回答上述问题的关键所在^⑨。

从某种角度来看,数字阅读和数字出版人才培养的相关研究,不仅报告了“读书之人”与“做书之人”因媒介融合连接得空前紧密的社会现实,同时也传递出了“人”作为数字出版的两极终端,所正在感受和经历着的由媒体融合裹挟而来的巨大压力和无限可能。敏感于这种变化,有学者从出版历史的角度提出了“人”的阅读需求贯穿出版媒介发展变迁的全过程,“人”的社会想象主导出版媒介变迁的大趋势的基本判断。^⑩

七、动漫网游

2014年的动漫网游研究在内容层面、技术层面和运营层面均有涉及。首先来看内容层面,有研究者注意到了我国动漫产业从“原产”到“原创”的重要变化,肯定了动漫行业内部自我调整的积极意义,为我国从动漫大国到动漫强国的发展指明了方向^⑪。其次,有研究者提出利用大数据和网络技术驱动动漫产业从“小边界”

① 刘畅:当前我国大学生手机阅读的特征、缺陷与对策,浙江传媒学院学报,2014年第3期。

② 赵霞:新媒体对青少年阅读的影响研究。

③ 高立:近年来我国数字阅读发展研究,图书馆学研究,2014年第22期。

④ 史建农:数字阅读产业链分析,科技与出版,2014年第7期。

⑤ 张文鸳:新“把关人”:数字时代编辑的角色调试,科技与出版,2014年第3期。

⑥ 刘治超、张君浩:云出版条件下编辑角色行为的思考,前沿,2014年第2期。

⑦ 姜汉忠:版权销售高手是如何炼成的?对外传播,2014年第11期。

⑧ 陈洁、陈佳:产学研一体化视角下编辑出版学专业课程教学改革模式探索,中国出版,2014年1月下。

⑨ 鲍立泉、胡佩延:新媒体专业教育定位研究——以媒介形态创新为视角,现代传播,2014年第8期。

⑩ 曹继东:融媒体时代“人”和出版媒介之间的互动融合发展研究,出版广角,2014年5月下。

⑪ 肖昕:从原产到原创——我国动漫产业发展的必经之路,民族艺术研究,2014年第4期。

到“大边界”,实现“技术+内容”的双轨发展,推动动漫产业向多元模式的跨越,最终建构一个与动漫用户需求精准匹配的现代动漫产业发展体系^①。关于全媒体时代动漫网游的运营,有研究者提出了行业“联合运营”的思路,其中游戏开发商与游戏运营商之间的联运模式将成为主流^②。

回顾2014年互联网与数字出版的相关研究,仍有一些问题需要重视。

一是关于数字传播与数字出版的基础理论工作亟待加强。相较于日新月异的新媒体技术形态的勃兴和新闻出版业态的不断变革,数字传播与数字出版的基础性研究则稍显滞后与薄弱,一些关键问题至今仍停留在概念辨析、自说自话的层面。如果说目前互联网与数字出版的相关研究中还有哪些领域仍为尚待开掘的“蓝海”,基础性研究必定名列其中。

二是一些学院派研究成果的应用价值还有待提升。在评审论文的过程中,不难发现一些业界关心的“真问题”难以迅速进入学界的研究领域。即便是被讨论,囿于产学研用结合的程度不够,很多研究也无法为业界提供真正可行的解决方案。这是今后需要改进的地方。

三是个案研究水平有待提高,田野调查尚未得到重视。长期以来,学界有关出版组织、出版物、出版人、出版经验等的研究,大多采用个案研究方法。但结合2014年整体的研究现状来看,个案研究所采用的多为二手材料,扎实的田野调查应该被更多提倡。

总的来看,2014年互联网驱动下的数字出版与数字传播研究呈现出了以下三个显著特点,第一是“媒体融合元年”奠基了新闻出版领域的核心话语,学界对由“融合”引发的一切行业变革均显示出了持续的研究热忱,这些研究既涉及宏观政策的阐发,也不乏典型案例的剖析,既有积极肯定的声音,也不乏观望否定的论调。第二是由新技术引发的数字出版与数字传播各种议题的相关讨论,并没有突破性的进展,而这正折射出了新闻出版业在新媒体环境下不断探索和不断试错的真实状态。第三,在日趋立体而丰富的学术讨论中,对“内容为王”与“用户思维”的推崇,可以视为当前国内基于互联网技术的数字出版与数字传播研究已经达成的“某种共识”,当然这也仅代表了一种阶段性的认知水平。

在2014年的研究基础上,我们也注意到2015年的互联网与数字出版研究走上了一条“快车道”。一边是行业变革更加如火如荼,一边则是理论研究的不断拓展和不断深化。特别值得注意的是,2015年一些大型出版集团的成功经验开始显现出了行业示范意义,甚至堪称为数字出版的“标本”,对这些经典案例的研究仿佛为当前该领域的研究打开了一扇窗,引领着研究者“在实践中找寻研究的方向,在实践中找寻更有价值的问题”。可以说,这种研究转向很好地打通了学术话语与实践话语之间潜在的鸿沟,使有限的学术资源能够更好地聚焦那些行业变革中涌现的“真问题”。

从2014年到2015年,学术研究与行业变革的继往开来,始终召唤着我们更加努力地探索未知,获取新知。这是一个技术不断创新的时代,身处这样的时代,多元、多样、理性、客观的研究将为学界所乐见,从而推动数字出版与数字传播实践更加蓬勃、健康的发展!

北京印刷学院、清华大学在站博士后 王艳

① 解学芳:大数据、网络技术与现代动漫产业发展体系建构,学术论坛,2014年第3期。

② 徐江帆等,网游行业联合运营问题研究,现代物业·现代经济,2014年第13卷第2-4期。

目 录

Contents

领导关怀篇

- 走稳走快走好融合发展之路 蒋建国(1)
- 树立广电传统媒体与新兴媒体融合发展高度自觉
——深入学习贯彻习近平同志关于媒体
融合发展的重要论述 聂辰席(6)
- 在新起点上推动数字出版产业健康繁荣发展
..... 孙寿山(8)
- 大数据时代的版权与文化 阎晓宏(11)
- 积极推进传统出版与新兴媒体融合发展实现中国
出版业繁荣发展的新未来 吴尚之(13)

政策法规篇

- 关于推动新闻出版业数字化转型升级的指导意见
..... (19)
- 关于印发《新闻从业人员职务行为信息管理办法》
的通知 (21)
- 关于印发《关于推动网络文学健康发展的指导意见》
的通知 (22)
- 关于规范学术期刊出版秩序促进学术期刊健康
发展的通知 (25)
- 2014 新闻出版改革发展确定八项要点 (27)
- 关于贯彻落实《2014 年文化系统体制改革工作
要点》及其《分工实施方案》的通知 (28)
- 《2014 年文化系统体制改革工作要点》分工实施
方案 (30)

研究报告篇

- 2014 ~ 2015 中国数字出版产业年度报告(摘编)
..... (34)
- 2014 ~ 2015 中国出版传媒业融合发展创新报告
..... (45)
- 2014 年全国政务新媒体发展研究报告 (50)
- 2014 年中国传媒创新报告(摘编) (54)
- 传媒蓝皮书:中国传媒产业发展报告(2015)
(摘编) (57)
- 2014 ~ 2015 中国网络新媒体用户研究报告
(简版) (60)
- 2014 年中国手机网民娱乐行为研究报告 (63)
- 2014 ~ 2015 微信公众号媒体价值研究报告 (74)
- 2014 年中国移动阅读分析报告(简版) (77)
- 第 35 次中国互联网络发展状况统计报告(简版)
..... (78)

优秀论文篇

产业观察

- 媒介融合:图书出版业独特融合之道
..... 聂震宁(81)
- 融媒体时代“人”和出版媒介之间的互动融合
发展研究 曹继东(83)
- 中国出版产业国际竞争力研究
..... 黄先蓉 田常清(86)

重构媒体与用户关系

——国际媒体同行的互联网思维经验

..... 陈力丹 史一棋(89)

数字出版模式的多元探索 汤雪梅(93)

从知识生产角度看出版业未来使命 ... 韦英平(96)

创意与整合:大众出版的专业化与数字化

..... 李 旭 宣晓风(99)

传统媒体与新媒体的融合路径 曹继东(102)

我国数字出版产业市场行为现状分析及规范

机制构建研究

——基于产业组织理论视角 尹 达(104)

从数字新媒体的社会学特征看数字出版策略

选择 张小强 徐晓露(107)

数字出版产业结构调整与经济增长关系

实证研究 肖 洋(110)

我国数字出版业发展的现实困境与路径

选择 梁徐静(114)

基于社会网络分析的数字出版联盟运营

机制研究 赵丽梅(117)

中国出版走出去要有六个转向

..... 周蔚华 钟悠天(120)

传播理论

以互联网思维下数字出版发展新趋势

..... 郝振省(123)

新媒体传播对转发意愿及品牌态度的影响研究

..... 陈静宇 王春国 唐小飞(125)

以科技接受模式和创新扩散理论探讨 WeChat

之使用动机 夏文质(129)

网络舆论监督中的“二级传播” 郭玲珍(132)

Web2.0 时代数字媒体艺术的传播探议

..... 涂 波 涂 芳(136)

众筹新闻生产的现状、特征与趋势展望

..... 赵荣水 舒咏平(138)

从英国视角看中国数字出版内容的国际传播

..... 赵树旺 余 红(142)

互联网应用发展和用户行为解析 胡晓女(144)

社会化媒体中意见领袖的话语传播策略

..... 陈雪奇(147)

微传播语境下的舆情嬗变与问题引导

..... 丁 捷 冯小桐 许一凡(151)

大数据

大数据背景下的舆情决策支持系统研究综述

..... 上海交通大学舆情研究实验室(154)

大数据背景下科技期刊编辑知识结构的调整和优化

..... 胡小萍(157)

大数据方法与新闻传播创新:从理论定义到操作路线

..... 喻国明(159)

大数据时代数字出版的“长尾效应”

..... 邓凤仪 邓海荣(160)

大数据时代新闻编辑能力重构

..... 张 炯 廖安安(162)

大数据时代学术期刊功能的变革

..... 柴 英 马 婧(163)

大数据条件下出版社的多元化发展

..... 罗显华(165)

出版企业掘金大数据的两个层面 姚永春(167)

试析数字出版平台与大数据结构

..... 崔恒勇 范钦儒(169)

大数据:出版产业的机遇与实践 石佳靓(172)

基于大数据的出版流程变革

..... 向安玲 沈 阳(174)

基于大数据技术的学习分析系统架构

..... 冯 翔 余明华 马晓玲 吴永和(177)

出版发行流通数据库的设计 张 宏(181)

区域发展

北京地区数字出版企业创新能力调查与分析

..... 付海燕 陈 丹(183)

出版创意产业园区发展浅议

——以北京出版创意产业园区为例 ... 李雪峰(187)

福建数字出版业发展现状及对策 林朝霞(189)

高校在数字出版产业集群发展中的作用 (191)

河北省数字出版产业发展对策研究

..... 杨桂琴 谢志琴 徐晓敏(194)

模式研究

媒体融合的模式探索:三层交互架构的原理与实践

——以腾讯娱乐信息平台的实践逻辑为例

..... 喻国明 姚 飞(196)

数字出版的商业模式:研究述评与展望

..... 顾金亮(200)

数字出版物的赢利模式研究

..... 高端鸿 袁勤俭(203)

文化遗产数字化与互动性推广模式

——基于新媒介载体的文化产业开发

..... 闵祥鹏(205)

基于碎片重组的动态数字出版模型研究

..... 温有奎(208)

社交出版:数字化出版的新模式

——以 Wattpad 为例 朱 煜(212)

数字出版产业赢利模式的创新

——基于产业链维度的考量 朱 云(215)

国外研究

爱思唯尔(Elsevier)语义出版模式研究

..... 翁彦琴 彭希琚(219)

谷歌数字图书馆著作权问题对数字出版产业的影响

..... 刘胤宏(223)

国外出版平台技术商典型分析(一)

——以 Atypon、PublishingTechnologyPlc、PubFactory
为例 徐日莉 张 昕(225)

国外出版平台技术商典型分析(二)

——以 Impelsys、MPSLimited、Semantic
为例 齐媛媛 陈 丹(228)

国外数字出版产业政策比较研究 周艳敏(231)

立足两项基础 抓好六个统筹——中美数字出版

差异、启示及建议 何 奎(233)

美国大众出版的数字化现状与启示

..... 谢山青(236)

美国数字出版业发展模式及对我国数字出版业

发展的启示与对策研究 苏晓军(237)

欧美过刊数字化途径研究及对我国的启示

..... 余 敏(240)

欧美数字出版发展探究

——以亚马逊、谷歌、苹果为例 李贝贝(243)

2014 年欧美数字出版的创新与变局 任 翔(245)

法国电子书统一定价法解析

..... 付铁山 侯 楠(248)

范式理论视野下的中国、北美媒介生态学研究比较

..... 覃 哲(250)

媒体景观变革中的网络监管模式研究

——以新加坡为例 叶秀端 阎立峰(252)

美国 iPad 项目及其对中国电子书包的启示

..... 郁晓华(255)

美国电子书馆配研究 蒋 璐(264)

数字时代新型出版文化的构建

——以亚马逊公司数字出版产业为例
..... 杨 娟(266)

寻求双赢:美英公共图书馆电子书借阅机制探索

..... 杨岭雪(269)

电子书

数字化机遇

——电子书为出版业呈现的新选择

..... [美]汉娜·贝内特著 龚楚麒译(272)

数字环境下的阅读教育新模式

——学前儿童电子书应用带来的启示

..... 许 莹(278)

图书馆学术电子书采购诉求与出版商利益

的矛盾与平衡 齐东峰(281)

需求驱动采购电子书的实践与思考

——以香港中文大学图书馆为例

..... 刘丽芝 吴玉珍(284)

数字教育

对教育出版数字化的思考

——以人民邮电出版社为例 张孟玮(290)

电子书包——我国教材出版数字化现状

及趋势分析

..... 汪 萍(291)

电子书包中基于教育大数据的个性化学习

评价模型与系统设计 牟智佳(294)

高等教育 MOOC 的发展路径、战略影响及理性思考

..... 赵海霞 谢舒潇 刘永贵 黄 雅(297)

积极参与教育数字化,传统出版社应着力向

产业链两端延伸 李忠孝 闫晓宇(300)

基于 MOOC 理念的微课资源网站设计

..... 周 艳 李育泽 徐义东(304)

教育出版策划的守与变

——以传统出版资源聚合和教育出版

数字化为例 张燕宁(306)

教育类出版资源的碎片化管理 司昌伟(308)

他山之石:媒介生态学及其对教育技术研究的

启示 罗九同 李恒平(309)

我国智慧教育发展战略与路径选择

..... 杨现民 刘雍潜 钟晓流 宋述强(312)

数字期刊

中国科技期刊开放获取实现路径探析

——基于成本收益视角 柴 玥 杨中楷(315)

浙江省科学技术协会期刊数字化品牌建设现状

及发展对策

..... 张 韵 袁醉敏 陈华平 吴益伟(317)

学术期刊优先数字出版倡议

..... 康 军 陈 磊(321)

学术期刊数字出版的价值反思与改革取向

- 赵文义(323)
- 我国图书馆参与学术信息资源开放获取的调查研究
..... 张新鹤(326)
- 论学术期刊数字出版同台化 余树华(331)
- 开放获取出版的新进展 陈 丹 刘华坤(333)
- 高校学报自然科学版网络出版现状调查与思考
..... 洪 鸥 姜春明 王 宁(336)
- ISI 引文索引收录开放获取期刊现状分析
..... 刘锦宏 聂 银 卢 芸(341)
- DOAJ 中开放获取期刊的研究与应用
——以语言与文学类学科为例 周静怡(346)
- 新媒体融合下科技期刊数据库模式探究
..... 赵 璐(350)
- 全媒时代学术期刊编辑信息素养提升的 SWOT 分析
..... 韩 芳(353)
- 科技期刊开放获取出版的趋势及存在的问题
..... 刘桂玲 刘 伟 郝俊勤(355)
- 近五年我国科技期刊运营模式研究综述
..... 闫 群 张晓宇(357)
- 多媒体融合环境下学术期刊数字出版质量提升策略
..... 赵 宇 赵锡平 丁嘉羽(360)
- 电子期刊“微媒体”传播策略分析
..... 李雪峰 王 超(362)
- 国外专业期刊经营管理简析 李 禹(364)

数字版权

- 数字网络环境中著作权实现的困境与出路
——基于 P2P 技术背景下美国音乐产业的实证
分析 梅夏英 姜福晓(366)
- 数字网络环境下著作权默示许可制度研究
..... 冯晓青 邓永泽(373)
- 美国出版商与高校数字版权纠纷判例解析与启示
..... 张晓龙(378)
- 论网络作品提供行为 詹启智(382)
- 电子书产业升级引发的版权挑战及应对
..... 杨延超(386)
- 大数据时代的微版权战略 孙赫男(389)
- 版权现实困境与未来发展研究
——以云计算技术为研究视角 杜 健(392)
- DCI 体系下数字版权管理服务平台的设计
..... 吴洁明 周 倩 许传祥(396)

数字营销

- 消费者增权下的广告主社会化媒体运作策略分析
与展望 杜国清 邵华冬 吴亚博(400)
- 数字书报刊的网络分销渠道类型及其激励机制研究
..... 张一涵 袁勤俭(403)
- 社会化媒体时代的口碑营销模式研究
——基于社会网络理论视角
..... 王德胜 韩 旭(406)
- 论微信公众平台在教辅出版中的应用
..... 杨 宁(408)
- 从一本书到一个品牌
——网络自媒体环境下的《读库》传播策略探析
..... 张东美(411)
- 出版社使用微信现状调查与分析
..... 汪全莉 张 玉(413)
- “微时代”出版微博营销的战略选择
..... 王微微(416)

移动互联网

- 三网融合下我国网络电视发展格局及趋势
..... 赵 璐(417)
- 澎湃新闻的移动战略研究 郭泽德(420)
- 基于中国知网文献计量与阅读的国内手机
出版研究分析 王 军(422)
- 3G 手机媒体与传统媒体比较及发展探析
..... 赵桐羽(426)
- APP 的媒介使命演变 邓逸钰(429)

信息技术

- 国内图书馆联盟云计算服务研究现状与问题分析
..... 单 伟 陈淑平(431)
- 论数字出版业的信息咨询云服务
..... 刘灿姣 叶 翠(432)
- 信息技术条件下的知识资源开发 沈永荣(435)
- 云计算的知识产权侵权风险与应对
..... 王 鑫(436)

学科教学与研究

- 产学研合作教育下的高职数字出版人才培养
..... 唐秉花 周蔡敏(439)
- 产学研一体化视角下编辑出版学专业课程教学
改革模式探索 陈 洁 陈 佳(441)
- 基于 SECI 模型的数字出版人才培养路径研究
..... 张秀梅 郑 鹏 潘春玲(443)
- 近年高校数字出版人才培养研究综述
..... 王东霞(445)

论新媒体时代高校培养美术编辑人才应遵循的

原则 钱 默(448)

全媒体背景下我国新闻人才培养模式创新研究

——以上海地区高校特色培养为例

..... 文 琼 郝红霞(451)

全媒体时代背景下新闻专业人才培养

..... 黄 芳(453)

我国网络与新媒体人才需求调研与专业培养

..... 余 红 李 婷(454)

我国网络与新媒体专业教育探索与思考

——对华中科技大学网络传播专业十七年“试错”
的反思 余 红 吴 琼(457)

新媒体专业教育定位研究

——以媒介形态创新为视角

..... 鲍立泉 胡佩延(460)

网 站 建 设

Springer Link 数字出版平台特点浅析

..... 杨 锐(464)

全媒体出版平台的理想型建构 崔恒勇(467)

媒介融合下省报网站发展中的问题与对策

..... 刘 铮(470)

我国视频网站发展态势与前瞻

..... 程美华 史 帅(474)

专业社数字出版平台建设实践与阶段分析

..... 江 波 袁泽轶 项 翔(476)

用户为中心 创新是方向

——浅谈华龙网移动端内容建设心得

..... 周秋含 阳东霞(478)

运 营 实 践

“碎片化”在网站图书检索中的应用

——科学出版社网站建设经验谈之二

..... 金 安(479)

基于社会化阅读的学术社交网络在传统专业

出版社数字出版平台建设中的应用研究

..... 江 波 项 翔 王鄂生 袁泽轶(482)

APP 在高校教材出版领域的运用 张 波(484)

媒体融合时代传统出版社的转型路径探索

..... 刘焰红 谢俊波(486)

试用 O2O 思路谈谈“线上线下”的立体出版

..... 郭燕红(488)

数 字 阅 读

新媒体对青少年阅读的影响研究 赵 霞(490)

移动互联网用户阅读利用行为研究

..... 何 琳 魏雅雯 茆意宏(494)

数字阅读出版产业链分析 史建农(500)

近年来我国数字阅读发展研究 高 立(502)

大学生移动阅读的使用动机和用户评价研究

——基于中日韩三国的跨国比较

..... 李 武 刘 宇 张 博(504)

当前我国大学生手机阅读的特征、缺陷与对策

..... 刘 畅(508)

手机阅读应用软件持续使用行为研究

..... 曾 李 丛 挺 曾元祥(509)

标 准 规 范

电子课本与电子书包标准规范、关键技术及应用

创新的研究 吴永和 何 超 杨 璞

马晓玲 余云涛 刘晓丹 祝智庭(512)

电子课本国际标准的发展与追踪调研

..... 许 哲 顾小清(521)

经 营 管 理

商业智能在出版社的应用研究 秦必瑜(529)

产业经济视域下数字出版的商业属性与系统优化

..... 赵永强(531)

出版社数字资源管理平台构建方法之管见

..... 秦新利(533)

传统出版和数字化出版并存时期出版社图书档案数

字化管理工作探讨 陆 红(536)

数 字 编 辑

APP 与传统图书编辑的数字出版 戴 涛(538)

数字化转型下期刊编辑职能的变与不变

..... 吴嘉睿(540)

新“把关人”:数字时代编辑的角色调适

..... 张文鸯(542)

云出版条件下编辑角色行为的思考

..... 刘治超 张君浩(544)

按 需 出 版

凤凰新华印务:创新商业模式迎接“云印刷”时代

..... 张冬黎 李 浚(547)

网络自助出版物的呈缴与长期保存

..... 赵豪迈(549)

美国按需出版的运营机制与启示 肖叶飞(550)

我国按需出版的现状和问题 周茹茹(553)

动 漫 网 游

“大动漫”:推动动漫教育转型升级

..... 苏 锋 罗小艺(555)

中国神话在电子游戏中的运用与表现	
——以国产单机游戏《古剑奇谭：琴心剑魄今何在》为例	包媛媛(557)
从原产到原创——我国动漫产业发展的必经之路	肖 昕(559)
大数据、网络技术与现代动漫产业发展体系建构	解学芳(561)
国际数字动漫产业现状、趋势及对我国的启示	熊澄宇 刘晓燕(564)
基于用户价值的网络游戏营销策略	欧阳昌海(566)
美日公共图书馆动漫阅读推广活动探析	李芙蓉 李常庆(569)
全媒体时代下我国动漫出版产业的发展策略	秦宗财(571)
探索期中国新媒体动漫的发展与前景	佟 婷 彭 乔(573)
网游行业联合运营问题研究	徐江帆 张硕楠 谢雅洁(576)
中国动漫产业发展模式与路径创新探析	石德生(578)
中国原创网游的语言变异与英译	张 义(580)
数 字 报 纸	
从资讯类网站的发展看报业转型路径	张 伟 黄升民 吴殿义(582)
纸媒转型的移动化尝试	
——《纽约时报》新闻客户端 NYT Now 的探索与启示	王之月 彭 兰(584)
报业数字化现状及趋势研究	
——基于全国主要报纸的调查	杨根福(587)
以“创新扩散”理论分析报纸类 APP 发展	张一弛(591)

示范案例篇

报 业 集 团

河北日报报业集团	(594)
湖南日报报业集团	(595)
杭州日报报业集团	(595)
江西日报传媒集团有限公司	(596)
广西日报传媒集团	(596)

湖北日报传媒集团	(597)
贵阳日报传媒集团	(597)

出 版 集 团

陕西新华出版传媒集团有限责任公司	(598)
中文天地出版传媒股份有限公司	(599)
江苏凤凰出版传媒集团有限公司	(599)
重庆出版集团公司	(600)
长江出版传媒股份有限公司	(601)

报 纸 单 位

《英语周报》社有限公司	(602)
十堰日报社	(603)
衢州日报社	(604)
三峡日报社	(605)
东亚经贸新闻报社	(606)
青年报社	(608)
新民晚报	(609)
苏州日报社	(609)
重庆时报社	(610)
海南日报社	(610)
半岛都市报	(610)
温州日报社	(611)
银川日报社	(612)
湛江日报社	(612)
中国保险报业股份有限公司	(612)
浙江《体坛报》社有限责任公司	(613)
中国妇女报	(613)
桂林日报社	(613)
江门日报社	(614)
市场星报社	(614)
新安晚报	(614)
河池日报社	(615)
亳州晚报社	(615)
珠海特区报社	(616)
绥化日报社	(616)

期 刊 单 位

糖烟酒周刊	(616)
江苏农村经济杂志社	(617)
《中外医疗》杂志社有限公司	(618)
《科技资讯》杂志社有限公司	(620)
中国报道杂志社	(622)
云南画报社有限责任公司	(623)
农村百事通杂志社	(624)
风机技术杂志	(625)