

数字出版的 困境与对策

SHU ZI CHU BAN DE KUN JING YU DUI CE

吴永凯 许波 刘丽丽 / 著

台海出

数字出版的困境与对策

吴永凯 许 波 刘丽丽 著

台海出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

数字出版的困境与对策/吴永凯, 许波, 刘丽丽著. —北京: 台海出版社, 2017. 6
ISBN 978 - 7 - 5168 - 1475 - 8

I. ①数… II. ①吴…②许…③刘… III. ①电子出版物—出版工作—研究—中国
IV. ①G237. 6

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 164286 号

数字出版的困境与对策

著 者: 吴永凯 许 波 刘丽丽

责任编辑: 高惠娟

封面设计: 刘 伟

出版发行: 台海出版社

地 址: 北京市东城区景山东街 20 号 邮政编码: 100009

电 话: 010 - 64041652 (发行, 邮购)

传 真: 010 - 84045799 (总编室)

网 址: www.taimeng.org.cn/thcbs/default.htm

E - mail: thcbs@126.com

经 销: 全国各地新华书店

印 刷: 虎彩印艺股份有限公司

本书如有破损、缺页、装订错误, 请与本社联系调换

开 本: 787mm × 1092mm 1/16

字 数: 150 千字 印 张: 11

版 次: 2017 年 6 月第 1 版 印 次: 2017 年 6 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978 - 7 - 5168 - 1475 - 8

定 价: 49.80 元

版权所有 翻印必究



前 言

迄今为止，人类历史上共经历了三次科技革命，第一次技术革命，是工场手工业发展到机器大生产的一个飞跃；第二次技术革命，建立在科学基础上的新兴工业产生，各种新技术、新发明层出不穷；第三次科技革命，以信息技术与知识创新为特征，开启了人类知识时代、知识经济的大门。随着信息技术的日益发展，人类生活、工作的方方面面发生了深刻变革，各行各业都难逃信息技术的冲击，出版作为其中一个重要产业，自然也不例外。传统出版业受到了数字技术和互联网技术的严重挑战，数字出版作为出版与高新技术发展相融合的产物，它带来了出版物形态、出版流程、商业模式、产业链、营销等各个出版环节的革新，同时也带来了人们阅读、学习和思维习惯的变化。近年来，电子书等数字产品在出版业中所占的比例日益增加，国内外出版商都面临着数字化转型升级的机遇和挑战。

我国是世界上最早发明纸张和印刷术的国家，有着悠久和辉煌的出版历史，在近代出版业兴起之后，紧随国际出版的发展步伐，经历了曲折的发展之路。在出版业国际化扩张和数字化转型升级的道路上，我国的数字化之路起步较晚，技术上稍显落后，国际竞争力不足，面临巨大的挑战，同时也是难得的机遇。在融合出版的国际大背景下，我国政府加大了对文化产业，尤其是数字出版产业的政策和资金支持，政策体系不断完善，协同推进力度加大。“十二五”规划以来，我国的数字出版乘风破浪，取得

了重大成果,充满了生机和活力,并大刀阔斧地迈进下一个“五年”规划。总体来看,我国的数字出版产业规模不断壮大,产业链逐步完善,合作共赢,跨界融合成为主流趋势,在全行业形成普遍共识,内容、渠道、平台、管理等方面出现融合。在“互联网+”、移动互联网和手机阅读终端的推动下,数字出版物品类越来越丰富,消费市场活跃,读者的数字阅读习惯逐渐养成。出版商业模式多样化,自助出版、按需出版、开放存取等新的模式不断出现和扩大影响。“走出去”步伐加快,成效显著,电子书、数据库等产品纷纷走向国际市场,并带来了良好的经济效益和学术效益。但在看到成绩的同时,我们也需要看清困境,从而抓住机遇,取得更大的突破。在“十三五”规划期间,数字出版需要从状态、企业、产品、人才、功能五个方面着手,上至顶层设计,下至底层实践都要加大改革和创新力度。出版商要由知识提供商转变为信息服务提供商;培养读者的数字阅读习惯和版权意识;国家要打破一些制度上的壁垒,完善法律政府,加大监管力度;加强数字出版人才的培养,培养一批面向未来产业发展需要的数字出版专门人才和高端复合型人才。而本书的写作便是基于这样一种现状,纵观国内外数字出版形式,分析实践、借鉴经验,从而迎接挑战,抓住机遇。

传统出版业通常包括学术、大众和教育三个模块,本书重点从这三个模块出发分析了我国数字出版的现状、困境、挑战和机遇,结合国内外大型出版集团数字化转型的经验,提出了数字化转型的对策,希望对我国数字化出版带来一定启发。全书共分为七章,第一章数字出版概述主要介绍数字出版的概念与特征、出版物的形态、选题策划、商业模式等基本常规知识,以及国内外数字出版现状,使大家形成感知性认识。第二章学术图书的数字出版、第三章大众图书的数字出版和第四章教育图书的数字出版分别介绍学术图书、大众图书和教育图书出版的特点及其各自发展现状

和面临的困境，结合国际发展趋势，给出可供参考的建设性对策。第五章国内外数字出版案例分析通过案例分析，总结经验，探索新的发展路径。第六章全流程数字复合出版平台——以知识产权出版社“来出书”平台为例，以全国百佳出版社之一的知识产权出版社为例探索全流程数字复合出版的是是非非。第七章数字出版的困境与对策，分析我国数字出版产业上升趋势下所面临的困境，并结合前五章中介绍的知识、经验和不足，从政策支持、阅读理念、质量监管、版权保护和运营、完善出版产业链、提升科技应用水平等方面，为我国数字出版突破困境提出切实可行的对策。本书第一章、第二章由吴永凯完成，第三章、第七章由许波完成，第四章由吴永凯、许波、刘丽丽共同完成。第五章、第六章由刘丽丽完成，鉴于学术能力和实践经验的有限性，书中的观点和认识必有诸多不足之处，希望各位专家和读者批评指正。

作 者

2017年1月15日

目 录

第一章 数字出版概述	(1)
一、数字出版的界定及其特征	(1)
二、数字出版的类型	(4)
三、数字出版技术	(12)
四、数字出版物内容的策划	(15)
五、数字出版产业链条	(16)
六、数字出版的商业模式	(17)
七、国际与国内数字出版产业的发展	(21)
第二章 学术图书的数字出版	(26)
一、学术图书的数字出版概述	(26)
二、学术图书数字出版的现状和特点	(29)
三、我国学术图书数字化转型的困境与对策	(32)
第三章 大众图书的数字出版	(39)
一、大众图书的数字出版概述	(39)
二、大众图书数字出版的特点	(40)
三、大众图书数字出版现状	(43)
四、大众图书数字出版的困境与对策	(55)
第四章 教育图书的数字出版	(62)
一、数字教育出版概述	(62)

二、我国数字教育出版的现状与特点	(67)
三、数字教育出版的困境与对策	(72)
第五章 国内外数字出版案例分析	(96)
一、里德·爱思唯尔出版集团的数字化转型	(96)
二、泰勒-弗朗西斯的数字化转型	(101)
三、社会科学文献出版社的数字化转型	(106)
四、法律出版社的数字转型升级之路	(110)
五、二十一世纪出版社的数字化转型分析	(113)
六、青岛出版集团的数字化转型	(118)
第六章 全流程复合数字出版平台——以知识产权出版社	
“来出书”平台为例	(124)
一、全流程数字复合出版平台“来出书 1.0”的背景	(124)
二、全流程数字复合出版平台“来出书 1.0”的发展现状	(129)
三、“来出书 1.0”的未来前景——全流程数字复合出版平台“	
来出书 2.0”	(137)
四、全流程数字复合出版平台的意义	(139)
五、全流程数字复合出版平台——知识产权出版社“来出书”	
平台的困境与对策	(140)
第七章 数字出版的困境与对策	(142)
一、数字出版所面临的困境	(142)
二、数字出版对策与建议	(147)
参考文献	(164)

第一章 数字出版概述

随着信息化、数字化技术的发展,出版内容的载体形式、实现手段、传播和营销方式、管理理念以及读者的阅读方式和阅读习惯等均发生了巨大变革,出版理念和出版中的各种关系发生了根本性变化,出版业进入一个大调整、大发展的新时期,数字出版应运而生。数字出版延伸到了图书、报刊、音乐等所有文化内容产业,给出版业带来了颠覆性、融合性和创新性的革命。本章内容主要从数字出版的概念及特征、数字出版物的类型、数字出版物内容的策划、数字出版产业链条组成、数字出版的商业模式来简单介绍数字出版,从而为后续内容的展开提供铺垫。

一、数字出版的界定及其特征

(一) 数字出版的界定

随着出版业数字化进程的推进,出版学术界和实业界关于数字出版的论述和研究越来越多,但对于数字出版的界定,却尚未有统一的定论。有人认为“数字出版是用数字化二进制的技术手段从事出版活动”。^①也有人从整个出版流程出发,认为数字出版是“在出版的整个过程中,从编辑到发行,所有信息都以统一的二进制代码的数字化形式存储于光介质中,信

① 郝振省,2005—2006中国数字出版产业年报报告[M],北京:中国书籍出版社,2007。

息的处理与传递必须借助于计算机或类似设备来进行的一种出版形式”^①。我国原新闻出版总署《关于加快我国数字出版产业发展的若干意见》中规定,数字出版是指利用数字技术进行内容编辑加工,并通过网络传播数字内容产品的一种新型出版形式,其主要特征是内容生产数字化、管理过程数字化、产品形态数字化和传播渠道数字化。还有人将数字出版分为广义和狭义,“从广义上说,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”。^②狭义的数字出版,专指数字图书、数字报纸、数字期刊、手机书、手机报、手机音乐、数据库出版物、电子书、数字音像制品、网络出版物、网络地图、网络游戏、动漫产品等具体形态。随着数字出版的发展,数字出版商和技术商将携手创新出更多的出版形态。

随着出版从业者的不断探索以及技术手段的不断发展,数字出版的概念必将日益丰富和明确。笔者在本书中涉猎的数字出版,不仅仅是存储介质的数字化,而是涉及出版流程、传播载体的数字化、阅读消费和学习形态的数字化等一系列与出版活动相关的元素和环节的数字化。

(二) 数字出版的特征

与传统出版相比,数字出版具有自身鲜明的特征,数字出版是以计算机、信息技术为支撑的,可以将图、文、声音等结合在一起,可以大大缩短生产周期,传播更为便捷、灵活、广泛的出版活动。

1. 内容的丰富性和海量性

传统出版中,图书只能呈现文字、图片和图表等静态信息,音像制品

① 周荣庭,网络出版[M],北京:科学出版社,2004。

② 张立,数字出版的若干问题讨论[J],出版发行研究,2005(7)。

只能单独呈现音频、视频等信息,而数字出版既可以单独呈现文字、图片、音频、视频、动画等多种元素,又可以同时呈现文字、图片、音频等,分别或共同组合成多媒体产品,以多媒体形式来传递和记录信息,信息也更加生动、丰富,调动视听等各种感官,从而便于记忆。

传统出版物的内容承载量是有限的,比如一本书、一份报纸,其信息承载量受其固有的开本和页码以及版面的限制,如果增加容量,必然会导致时间成本、人力成本和资源成本增加。而数字出版,在数字存储技术的支持下,信息经过数字化处理,可以十分便捷地存储在大容量的磁盘、光盘和网络空间,如百度云盘等。

2. 交互性、大众化

传统出版背景下,出版商和作者单向决定了出版内容,读者只是被动的接受者,缺乏互动。数字出版打破了这一局面,赋予了读者更多话语权,形成一种交互。对于纸质作品或数字出版物,读者都可以通过网络平台发表自己的看法,给出反馈,与他人分享信息。而这些有利于出版者了解大众的需求,改进图书质量,策划符合读者需求的图书,使出版更能反应大众的心声。

3. 传播便捷化

受到排版、审校、印制、运输和发行等因素的限制,传统出版周期长,时效性弱。数字出版借助数字化技术,使得整个出版流程所需时间缩短,出版和发行同步进行,生产、复制、传播更加便捷和有时效。

4. 满足高度个性化的需求

受限于交互性弱、生产周期长、成本高等因素,传统出版在满足人们日益增长的个性化需求方面明显处于劣势。数字出版时代,读者不再被动接受信息,而是可以根据自己的需求选择不同的媒介、不同的信息。最明显的是,在出版物的内容和形式上,纸质书一旦出版,其字号、行间距等

便已固定，读者不能进行调整。而数字出版物则不同，以 Kindle 电子书为例，人们可以随自己的喜好调整字体大小，进行个性化设置。此外，借助于销售数据库和大数据分析技术，数字出版商还可以对读者的阅读、观看行为和效果进行追踪，从而更好地了解读者的需求，进行个性化推送，研发个性化产品，以达到满足个性化需求。

5. 作者平民化

传统出版物的作者多是知识精英和文化权威，而数字时代，人人都可以在互联网上发表文章，数字出版使得作者队伍有了前所未有的扩大。比如，国内很多网络文学小说的诞生，起初便是先在起点、晋江文学等网站连载，随着作品越来越受欢迎，得到出版商或影视制作商的青睐，从而得以正式出版发行。近年来，国内数字出版利用新媒体搭建草根作者出版平台，比如“你的工作室”、知识产权出版社的“来出书”平台。“来出书”利用互联网改造传统出版，将传统出版和数字出版融合起来。出版人可利用平台挖掘和培育优秀平民作者，从而便捷、有效地开发新产品。

二、数字出版的类型

根据数字出版的内容和外观形态不同，数字出版大致可以分为：电子书、数字图书馆、数据库出版、手机出版、互联网出版、终端阅读出版、音像制品等形态。随着移动互联网的发展，还涌现了一些新媒体、自媒体产品，如微博、微信等。下面我们来看几种主要的数字出版物形态。

（一）电子书和数字图书馆

1. 电子书

电子书是指将文字、图片、声音、影像等内容数字化后制成的电子版图书，可以说是传统的印刷书籍的电子版本。电子书的存储格式通常有

PDF、DOC、CEB、TXT、EPub 或图片格式。电子书通过数码方式将信息记录在以光、电、磁为介质的设备中,必须借助于特定的设备来读取、复制和传输。电子书一般都有两种含义,一是指 e-book,二是指专门阅读电子书的掌上阅读器,如汉王、Kindle 电子书。

与传统纸质图书相比,电子书的特点在于:

(1) 便捷性。可查找内容,查找内容速度比以往人眼搜索或书签搜索快,省去大量时间;阅读时可改变字体大小及字型,阅读体验更好;时间上,随时可网络下载,不受地域限制,传播速度快;内容的复制比纸质书容易,资料利用率上,电子书比纸质书高;全球同步发行,购买方便快捷,且永远不会缺货。

(2) 容量大。电子书的单位体积字数容量比纸质书大。增加大量图书信息后,都不会使知识载体的体积产生膨胀,不会增加读者的携带负担,无论增加多少本,电子书都是一样的重量,比纸质书具有携带上的优势。

(3) 经济上的节省性。电子图书成本低,价格便宜;空间上,节省保存书本所需空间,且电子书实现了产品零库存。

(4) 保存时间更持久。电子书可保存时间比纸质书长久,书本内容可更新,而纸质书破损、污损后或残旧后,内容便不完整。

(5) 设计灵活。设计精美,灵活多样,可具有多媒体功能。

(6) 环保性。相比纸质书,电子书节省纸张,无需砍伐树木,在某种程度上环保低碳。

(7) 缺点是,一旦电子载体损坏,将无法阅读电子书。

2. 数字图书馆

随着社会的发展,人们创造的知识越来越多,需要保存和传播的信息越来越多,信息技术的发展使信息的存储和传播种类和形式越来越丰富,传统图书馆的机制显然不能满足这些需要。为此,人们提出了数字图书馆

的设想。数字图书馆也称电子图书馆或虚拟图书馆,是指依托一定的数字资源平台,在特定专业或特定领域,对海量的电子图书汇聚而形成的集合性数字出版产品。数字图书馆是一个电子化信息的仓储,能够存储大量各种形式的信息,用户可以通过网络方便地访问它,以获得这些信息,并且其信息存储和用户访问不受地域限制。

从数字图书馆的定义来看,其主要特征有:

(1) 首先数字图书馆属于综合性数字出版物。数字出版物分为单一性和综合性数字出版物,单一性出版物以单本数字图书、单条信息数据作为产品形态,面向广大个人用户。而数字图书馆则属于综合性出版物,比如学校数字图书馆、全国党校数字图书馆。它们汇聚了海量资源,以整批数字图书、整批信息数据为产品形态,打包销售给政府、企业等机构。

(2) 依托于特定的数字资源平台。数字图书馆通常依托于特定的数字资源平台,该平台往往需要有注册登记、资源管理、收藏阅读、资源分类、查询检索等功能。

(3) 专业或领域性。按照特定专业或领域建立,服务于特定专业群体,有的按照专业体系进行建设,有的按照职业体系建设,比如人民军医数字图书馆、中国法官电子图书馆等。

(4) 存储空间大,汇聚海量电子图书。数字图书馆的信息以数字化形式加以储存,电子图书的保有量具有一定规模。

(5) 信息查阅检索的便捷性。数字图书馆都配备电脑查阅系统,通过检索一些关键词,读者就可以获取大量相关信息。而以往图书资料的查阅,则非常繁琐而不便,需要进行检索、找书库、按检索号寻找图书等多道工序。

(6) 远程传递,信息共享。数字图书馆利用互联网迅速传递信息,突破空间和时间的限制用户只要登陆网站,轻点鼠标,即使是在图书馆所在

地的千里之外,也可以在几秒钟内查到自己想要获取的信息,这种信息共享的便捷性是传统图书馆无法相比的。并且多个人可以同时借阅一本“书”,从而可以大大提高信息的使用效率。

(二) 数据库

数据库是长期储存在计算机内、有组织的、可共享的数据集合。数据库中的数据指的是以一定的数据模型组织、描述和储存在一起,具有较高的数据独立性和易扩展性的特点,并可在一定范围内为多个用户共享。数据库产品通常按照特定专业或学科汇聚海量条目数据,为个人用户或机构用户提供知识服务。数据库出版物通常是最早最成熟的数字出版模式,以学术出版物为主。从数据库收录的内容来分,分为全文数据库、二次文献数据库和混合型数据库。全文数据库能检索并提供全文,比如中国期刊全文数据库;二次文献数据库,是指目录索引、引文索引、摘要等,是按照一定原则对以一次文献进行加工整理,比如《全国报刊索引》《中国社会科学文献》等;既包含有书目记录,也包含全文数据为混合型数据,比如万方数据库。数据库出版物的特点有:

(1) 实现数据共享。数据共享指用户可以用各种方式通过接口使用数据库,所有用户可同时存取数据库中的数据并提供数据共享。

(2) 集成式出版,汇聚海量信息。汇聚海量信息是数据库的重要特征,国内外的数据库提供商的竞争策略之一便是提供海量资源。数据库中的信息既具有独立性又具有相关性。

(3) 检索功能强大,信息挖掘程度深。汇聚了海量信息的数据库,要想为读者提供便捷的知识服务就必须具备强大的检索技术,数据库可以通过多种方式检索,如初级检索、高级检索和专业检索,提供不同的检索字段,以满足不同用户的不同需求。近年来随着人工智能等技术的发展,数

据库还可以推测人们的兴趣,为读者推荐内容,实现智能检索。

(4) 数据来源途径多样化。与数字图书馆相比,数据库的资源不仅限于有书号的电子书,还可以通过互联网抓取资源、政府资源合作等多种形式来获取数据。

(5) 数据库的销售主要是 b2b 模式。数据库一开始便是以团体用户为对象,图书馆、企事业单位、学校科研机构等。

(三) 手机出版物

随着移动互联网技术的发展,手机已不仅仅是一种简单的通讯工具,而是日益成为人们阅读、娱乐、社交等的智能产品。手机出版,顾名思义,是以手机为载体的数字出版形态,是指将文字、图片、音频、视频等表现形态,经过数字化编辑加工制作成数字出版物,以有线或无线的形式传递给手机用户的出版活动。广义上的手机出版物包括手机铃声、动漫、游戏、手机图书杂志、手机报、手机电视等,狭义的手机出版包括手机图书、杂志等手机阅读产品。APP 是手机出版物的重要一种。手机出版物的特征有:

(1) 移动性、便捷性。这是由手机自身的特性决定的。在地铁上、在公交上大家可以看到“低头族”捧着手机或看视频、或看微博、或看微信短文、或看电子书。

(2) 价格低廉,付费方便。手机用户可以同过支付宝、微信等方式付费订阅,享受数字出版带来的便利。而且手机电子书比纸质图书要便宜,比如手机微信阅读 APP 中的电子书。

(3) 互动性强,信息容量大。数字出版物不太受篇幅和长度限制,手机出版也不例外,内容可以随时发布随时更新,比如自媒体出版形态的微博、微信订阅号文章等。通过手机线上阅读,读者或出版商还便于通过大

数据分析,及时了解读者的需求,形成一种交互。

(4) 传播速度快,范围更广。不受地理空间和时间的限制,只要移动互联网覆盖的地方,内容一经发布,手机阅读就可以发生,无论读者身处何方。

(5) 形式多样化,视、听结合。随着手机 APP 的出现,人们不仅仅可以看电子书,还可以听书,比如喜马拉雅 FM、得到 APP。

(四) 互联网出版物

互联网出版的概念是随着计算机技术、互联网的普及逐渐发展起来的。我国在互联网出版上取得的成绩还是比较显著的,比如以中国知网、维普资讯为代表的期刊数据库,以晋江文学网、红袖添香、盛大文学、起点文学网为代表的网络文学出版。根据我国《互联网出版管理暂行规定》,“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”。互联网出版物主要包括:“(一) 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;(二) 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。”根据互联网出版内容的不同,互联网出版物可分为互联网学术出版物、互联网文学出版物、互联网教育出版物、互联网地图、互联网游戏出版物。互网络出版物是由拥有互联网出版资质的企业,根据互联网出版和数字传播规律,组织专业人员创作,并仅仅在互联网上进行营销的出版物。作为数字出版的一种形态,互联网出版具有以下特征。

(1) 价位低。互联网出版是直接面向读者,减少了一些中间环节的支出,成本变低,使得同样的内容,在网上观看或通过网络购买所需的费用