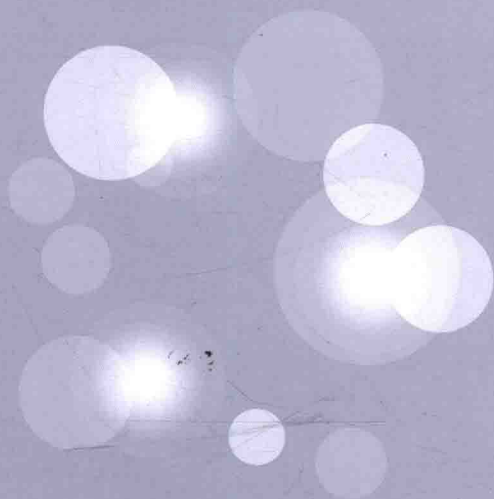


传播大视野丛书



SHUZI CHUBAN YANJIU
YUNXING MOSHI YU FAZHAN QUSHI

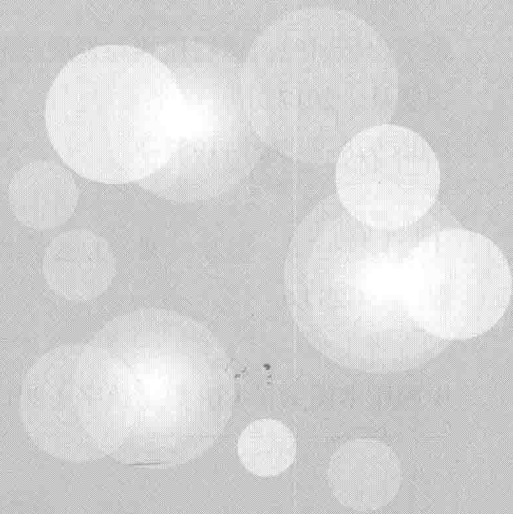
数字出版研究

——运行模式与发展趋势

万安伦 / 著

中国传媒大学出版社

本书系中央高校基本科研业务费专项基金资助项目：“数字出版的运行机制与发展趋势研究”（项目批准号：SKZXY2015078）的阶段性成果。



SHUZI CHUBAN YANJIU
YUNXING MOSHI YU FAZHAN QUSHI

数字出版研究

——运行模式与发展趋势

万安伦 / 著

中国传媒大学出版社

· 北京 ·

图书在版编目(CIP)数据

数字出版研究：运行模式与发展趋势 / 万安伦著. — 北京：中国传媒大学出版社，2017.9

ISBN 978-7-5657-1957-8

I. ①数… II. ①万… III. ①电子出版物—出版工作—研究

IV. ①G237.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2017）第 066025 号

数字出版研究：运行模式与发展趋势

著 者 万安伦

责任编辑 黄松毅

装帧设计 卡古鸟设计

责任印制 阳金洲

出版发行 中国传媒大学出版社

社 址 北京市朝阳区定福庄东街1号 邮编：100024

电 话 86-10-65450528 65450532 传真：65779405

网 址 <http://www.cucp.com.cn>

经 销 全国新华书店

印 刷 北京玺诚印务有限公司

开 本 710mm×1000mm 1/16

印 张 18.75

字 数 286千字

版 次 2017年9月第1版

2017年9月第1次印刷

书 号 ISBN 978-7-5657-1957-8/G·1957

定 价 65.00元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

绪 论 /001

第一章

数字出版的内涵和外延 /012

第一节 数字出版的内涵 /012

第二节 数字出版的发展历程 /020

第三节 数字出版的外延 /037

第四节 数字出版的特点 /045

第五节 数字出版相关技术 /049

第二章

比较视野下的中国数字出版现状 /054

第一节 中国数字出版现状 /054

第二节 亚洲其他国家数字出版现状 /062

第三节 欧美国家数字出版现状 /069

第三章

数字出版的重要环节和主要内容 /079

第一节 数字出版重要环节 /079

第二节 数字出版主要内容 /086

第四章

数字出版的主要运行模式 /098

第一节 数字出版的生产模式 /098

第二节 数字出版的传播模式 /105

第三节 数字出版的盈利模式 /112

第四节 数字出版的管理模式 /122

第五章

现行数字出版运行模式存在的主要问题和瓶颈 /136

第一节 目前我国数字出版运作的体制背景与运作主体 /137

第二节 数字出版生产模式中存在的主要问题 /140

第三节 数字出版传播模式中存在的主要问题 /154

第四节 数字出版盈利模式中存在的主要问题 /160

第五节 数字出版管理模式中存在的主要问题 /169

第六章

解决现行数字出版运行模式问题的方法和路径 /184

第一节 生产模式问题的对策研究 /184

第二节 传播模式问题的对策研究 /196

第三节 盈利模式问题的对策研究 /199

第四节 管理模式问题的对策研究 /200

第七章

数字出版的发展规律和发展趋势 /208

第一节 数字出版的发展规律 /208

第二节 数字出版的发展趋势 /211

附录

中国网民数字阅读状况调查报告（2016） /217

绪论

一、“数字出版”的相关概念探讨

“数字出版”一词是由英文“Digital Publishing”翻译而来，亦可称为“数字化出版”。数字出版所覆盖的内容包括基于互联网的数字内容发行和出版发行、在线教育内容发展、移动内容研发和出版等。广义上讲，目前基于互联网和移动网络的数字报、手机报、网络视频和网络游戏等多种新媒体业态均属于数字出版。^①数字出版其实是对数字内容进行创建、存储、传输、再现和管理的过程，也就是对数字内容的一种整合，包括数字内容管理、数字沟通和数字交易。^②

随着计算机、网络和通信技术的飞速发展，科学技术正给新闻出版业带来深刻的变革。数字出版的概念日益突出，引起了业界和学术界的高度关注。数字出版主要包括两个方面，即传统出版业的数字化和新的数字出版形态。事实上，在今天，纯粹意义上的传统出版已经不复存在，即使是纸质出版物，其出版过程也离不开数字技术的应用。^③

“数字出版”这一概念是伴随着技术的不断进步而不断深化的，从桌面出版、电子出版、网络出版、游戏出版、手机出版再到数字出版。^④以往的这些概念更多地表现了数字技术在出版的某一流程或某一介质上的应用，只有“数字出版”第一次用更本质的技术属性来概括出版的全过程。^⑤因此，

① 杨靖. 关于数字出版的几点思考[J]. 科技传播, 2014(24): 171-180.

② 郝秋红. 浅谈数字出版的运作模式[J]. 太原城市职业技术学院学报, 2012(9): 1-2.

③ 廖健太. 中国当代民族出版研究[D]. 兰州: 兰州大学, 2008.

④ 张立. 数字出版的若干问题讨论[J]. 出版发行研究, 2005(7): 13-18.

⑤ 张立, 陈含章. 数字技术与数字出版[J]. 编辑学刊, 2006(3): 4-9.

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。^①换言之，只要是用二进制的技术手段从事的出版活动，都叫“数字出版”。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

让我们来比较下面六个概念：

1. 概念一：桌面出版

桌面出版（desk to publishing .DTP）这一概念由美国的保罗·布赖内德（Paul Brainerd）首先提出，是指将图文信息输入计算机之后，运用Pagemaker软件进行排版，而Postscript对排版后的图文信息进行描述——可以任意放大、缩小图像与文字，并保证Laser Writer激光打印机打出一致的校样。^③

典型的桌面出版系统由以下几个部分组成：图文信息输入设备、图文处理设备、图文显示设备、数据存储传递设备、图文输出设备。激光照排机是桌面出版系统中最为重要的输出设备，可在胶片或相纸上输出高精度、高分辨率的文字和图像，但是，其制造难度大、价格偏高。^④

2. 概念二：电子出版

电子出版，“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，用以表达思想、普及知识和积累文化，并可复制发行的大众传播媒体。媒体形态包括软磁盘（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媒体形态”。这是国家电子出版与新闻出版总署于1998年1月1日生效的《电子出版物管理规定》第二条对于电子出版与电子出版物的界定。

3. 概念三：网络出版

网络出版，是指出版者采用一定的技术手段将其待出版的作品存放在网络服务器上，以有偿或无偿的方式提供给用户的出版形式。从广义上来

① 张立. 数字出版相关概念的比较分析[J]. 中国出版, 2006 (12): 11-14.

② 刘成勇. 定义数字出版[J]. 科技与出版, 2007 (12): 6.

③ 张立. 数字出版的若干问题讨论[J]. 出版发行研究, 2005 (7): 13-18.

④ 张立. 数字出版相关概念的比较分析[J]. 中国出版, 2006 (12): 11-14.

讲,信息通过互联网向大众传播的过程都可以叫做网络出版。谢新洲认为,网络出版是狭义上的概念,指出版单位通过互联网向大众传播信息的过程,即出版主体限定为传统的出版单位。其具体特点主要有四个方面:①出版主体的合法性;②网络产品的数字化;③流通的网络化;④交易的电子化。

网络出版是借助于计算机网络(主要是互联网)进行信息传播的一种方式;是某个人或某些组织,出于一定的社会目的,把一些特定的信息进行收集并整理、编辑,定期或不定期地放在比较固定的网络空间或传送给需要者,以供其阅读浏览。而网络出版物就是用互联网或其他信息网络进行传输和发行的出版物。^①

网络出版亦称互联网出版,国外对此有 Online Publishing、e-Publishing、Net Publishing 等不同表述。

4. 概念四:互联网出版与在线出版

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。

在线出版又称为“联机出版”,与“离线出版”(Offline Publishing)相对应,指出版商通过计算机网络向用户提供除传统出版物之外的电子出版物的过程。现在的在线出版都已转向因特网出版了。^②

5. 概念五:泛网络传播

跨媒体的泛网络传播(Network Publishing)大大改变了内容生成、管理和提交的方式,这种内容更容易被管理,只要用户需要,无论何时何地,都可以通过各种形式,如Web网页、打印机、手机、手持设备、PC或Internet专用设备安全地提交到用户手中,真正实现了创建、管理一次完成,多次发布。^③

Adobe公司中国区总经理皮卓丁在2005年7月6日发布的《数字出版与跨媒体解决方案》中称:“泛网络传播解决方案分为两个不同层面,其一是基于网络、电脑、打印机、手持设备等建立信息内容采、编、排、印、发的全数字化的创建、管理、传播流程,即解决不同地域、不同作业方式、

① 张立. 数字出版相关概念的比较分析[J]. 中国出版, 2006(12): 11-14.

② 张立. 数字出版相关概念的比较分析[J]. 中国出版, 2006(12): 11-14.

③ 张立. 数字出版相关概念的比较分析[J]. 中国出版, 2006(12): 11-14.

不同企业、不同软件采编的数据采集，建立一个虚拟的从设计到产品的新闻出版机构，使之成为引导信息消费与增值的主体。其二是建立一个基于HTML、PDF、XML等适合于跨媒体出版的页面描述与表达的方法和技术，解决信息高效率、低成本、互动的技术，最大限度降低跨媒体出版重复性作业的冗余。”^①

6. 概念六：数字出版

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。其中由著作权人、数字出版商、技术提供商、网络传播者及读者构成了数字出版产业链的主体。换句话说，数字出版或数字化出版，是指在出版的整个过程中，从编辑、制作到发行，所有信息都以统一的二进制代码的数字化形式存储于光、磁等介质中，信息的处理与传递必须借助计算机或类似设备来进行的一种出版形式。这是现阶段重要甚至主要的出版形式。^②

二、几种概念的比较分析

1. 数字出版对应的英文词是Digital Publishing。其意是数字化的出版或用数字化技术实现的出版活动。而数字化技术的本质就是二进制技术(0, 1)，其最小单位是比特(bit)。在传输方式上，模拟传输是把信息作为“连续值”处理；而数字传输则是把信息作为“数值”处理。在过去的几十年中，二进制的语汇极大地扩展了，使它包含了大量数字以外的东西及越来越多的信息，如声音和影像，都被数字化了，被简化为同样的1和0。数字技术的直接结果是计算机的发明。数字技术在出版业的应用，就是数字出版。^③

2. 网络出版对应的英文词是Network Publishing。由于互联网空前迅速的发展，目前，许多人习惯性地把“网络(Network)”完全等同于“互联网(Internet)”。但二者还是有区别的。网络(Network)的概念应该更宽

① 张立. 数字出版相关概念的比较分析[J]. 中国出版, 2006(12): 11-14.

② 葛存山, 张志林, 黄孝章. 数字出版的概念和运作模式分析[J]. 北京印刷学院学报, 2008(5): 1-4.

③ 汪曙华. 也谈数字出版的概念界定和发展路径选择[J]. 怀化学院学报, 2008(12): 155-157.

泛,它既包括了互联网(Internet),也包括非互联网的网络,如局域网、通讯网等。^①

3. 互联网出版对应的英文词是Publishing Online、Web Publishing或e-Publishing。严格意义上的互联网出版,应该仅指基于Internet的出版活动。英文的Online和Web两词,都代表了互联网平台。新闻出版总署颁布的《互联网出版管理暂行规定》,无论从其名称上——“互联网”三个字,还是从正文的叙述上,都指明其适用的范围为互联网上的出版物。^②这样的定义是比较严谨的。

4. 电子出版对应的英文词是Electronic Publishing。电子出版最初指的是电子出版物的生产,如CD-ROM等。但今天也有一些人将电子出版与网络出版或数字出版的概念等同。不过从新闻出版总局管理权限的设置上来看,其音像电子司的三个处室分别为音像处、电子处、网络处,是有明确分工的,而其电子处所管辖的范围就是CD-ROM的出版。^③

5. 泛网络传播对应的英文词仍是Network Publishing。泛网络传播内涵和外延都更大,不仅仅局限于纸介质方面的广告传播,它的概念可以扩展到报社、网站、电视台、报刊社等,逐渐形成整合的媒体集团。它比网络出版的概念更全方位,但它却没能扩展到光盘发行这类独立性的电子出版领域。^④

三、数字出版与二进制

在上述提到的所有概念里,数字出版应该是最大的概念,因为不论是网络出版还是电子出版,只要是用二进制这种技术手段从事的出版活动,都应叫数字出版。所以,数字出版的定义能否这样表述: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,都是数字出版活动。数字出版在理论上就是运用二进位制的技术手段进行知识和信息的创

① 张立. 数字出版的若干问题讨论[J]. 出版发行研究2005, (7): 13-18.

② 张立. 数字出版的若干问题讨论[J]. 出版发行研究2005, (7): 13-18.

③ 张立. 数字出版的若干问题讨论[J]. 出版发行研究2005, (7): 13-18.

④ 张立, 陈含章. “数字出版”概念探讨[EB/OL]. (2013-03-21) [2016-06-20]. <http://www.oodii.com/v3/news/arc/2013/arc1895.html>.

新、复制、管理、传输、交易、发行、传播的新型出版形态和模式。

那么，到底何为二进制（binary system）？18世纪德国数理哲学大师莱布尼兹发现了二进制，19世纪爱尔兰逻辑学家乔治·布尔对其进行了发展。二进制和十六进制、八进制的原理相似，在运算过程中都是以二的幂来进位的。和十进制逢十进一的运算规律相似，二进制算术运算的基本规律是逢二进一。二进制是计算技术中广泛采用的一种数制。二进制数据是用0和1两个数码来表示的数。它的基数为2，进位规则是逢二进一，借位规则是借一当二。因为它只使用0、1两个数字符号，非常简单方便，易于用电子方式实现。^①有学者认为二进制是受了中国古代“八卦”的启发，每一卦都由阳爻（—）和阴爻（--）构成。如果以阳爻（—）为1，以阴爻（--）为0，按照二进制的逢二进一的规则，64卦均可用0和1两个数字表示出来。其实早在莱布尼茨之前，北宋的哲学家邵雍就在他研究《易经》的著作中提出了比较完备的二进制思想，可惜他的二进制思想没有传播开来。为了避免与十进制阿拉伯数字符号混淆，现代运用中更多的是采用T（true）和F（false）或L（left）和R（right）作为基本符号。^②

二进制算法：

二进制的或运算：遇1得1。

二进制的与运算：遇0得0。

二进制的非运算：各位取反，就是把1变成0，把0变成1。

二进制法则：

加法法则：

$0+0=0$ ； $0+1=1$ ； $1+0=1$ ； $1+1=10$ 。

减法法则：

$0-0=0$ ； $1-0=1$ ； $1-1=0$ ； $0-1=1$ 。

当需要向上一位借数时，必须把上一位的1看成下一位的（2）10，
则 $0-1-1=0$ ， $1-1-1=1$ 。

乘法法则： $0 \times 0=0$ ， $0 \times 1=0$ ， $1 \times 0=0$ ， $1 \times 1=1$ 。

除法应注意： $0 \div 0=0$ （无意义）， $0 \div 1=0$ ， $1 \div 0=0$ （无意义）。

① 王霞成. 不同数制之间的转换的教学方法探讨[J]. 中小企业管理与科技（下旬刊），2013（12）：265-266.

② 柯资能. 先天易的数学基础初探——试论先天卦序与二进制制[J]. 周易研究，2001（3）：79-91.

除法法则： $0 \div 1=0$ ， $1 \div 1=1$ 。

了解一点二进制的基本规则，对学习和理解数字出版具有重要意义。

四、我国数字出版的发展现状

（一）发展迅速，产值屡创新高

数字出版近些年产值屡创新高。作为国家经济发展中不可缺少的一部分，数字出版有力地推动了国民经济的发展。我国数字出版政策环境空前利好，数字出版平台竞争加剧，渠道不断创新。2014年我国数字出版产业收入比2013年增长33.36%，为3387.7亿元，在新闻出版产业总收入中，数字出版产业收入的占比由2013年的13.9%提升至17.1%。仅从2013年和2014年两年的数据中就能看出我国数字出版发展日新月异的态势。

（二）产品及服务形态更加丰富

一是特色资源数据库的建设。通过专业出版资源的数据化、结构化、多维化，实现海量出版资源在数据库中的聚集来打造专业领域优质内容服务平台。有的特色资源数据库针对特定群体的特定需求而开发，也有的针对特定主题而开发。如社科文献出版社为“一带一路”打造的特色资源数据库等，已经取得良好的“双效”收益。^①

二是移动端产品的可视化、多维化创新。很多新闻客户端，通过图文、短视频、动画、动漫、游戏等多种形式呈现新闻报道，实现了一维到多维、可读到可视、平面到立体的服务转化。如新华社的新闻客户端推出了“动新闻”栏目，用3D技术还原新闻现场。^②

三是以慕课为代表的数字教育产品与服务形态迅速崛起。很多教育出版社和专业出版社都搭建了自己的慕课平台，开发了基于自身内容资源的慕课课程。如人民卫生出版社开发了中国首套国家级医学数字教材，并联合全国180余家高等医学院校成立了中国医学教育慕课联盟，搭建了新型慕

① 魏玉山. 2014-2015中国数字出版产业年度报告[R/OL]. (2015-07-23) [2016-09-20]. <http://www.bisenet.com/article/201507/150880.htm>.

② 魏玉山. 2014-2015中国数字出版产业年度报告[R/OL]. (2015-07-23) [2016-09-20]. <http://www.bisenet.com/article/201507/150880.htm>.

课平台。^①

（三）数字技术不断创新，推动数字出版跨越发展

首先，大数据技术应用前景广阔。移动互联网时代，广大用户的消费行为将通过移动端实现，阅读内容等消费行为将逐步融合和统一。因此，新闻出版业转型升级，不仅带来产品的多样化形态，而且可以通过对大数据技术的运用、渠道把握和为用户提供服务，从而提供产品、服务转型，实现从互联网文化产品加工制造商到服务提供者的角色转变。

其次，云出版与云服务逐步推广。通过云出版平台，出版社可以对社内资源加密，可以选择发行渠道进行授权、安全分发，渠道运营商可以打通各种渠道的终端应用，方便获取出版单位授权的资源进行运营。云计算在出版领域的应用，对于出版产业达成合作联盟、统一行业标准、完善产业链分工、优化高效利用和使用资源、提供更好更便捷的服务，起到直接的推动作用。^②

（四）数字阅读率快速上升，移动端电子书阅读量增长显著

据2016年4月中国新闻出版研究院“第十三次全国国民阅读调查”数据显示：2015年数字化阅读方式（网络在线阅读、手机阅读、电子阅读器阅读、光盘阅读、Pad阅读等）的接触率为64%，较2014年的58.1%上升了5.9个百分点，超过了纸质图书阅读率。

2015年我国成年国民电子书阅读率为58.4%，较2014年的58%上升了0.4个百分点；电子报的阅读率为26.8%，较2014年的22.3%上升了4.5个百分点；电子期刊的阅读率为9.4%，较2014年的8.0%上升了1.4个百分点。

五、我国数字出版发展存在的问题

在数字出版发展得欣欣向荣的同时，一些问题的存在也制约着数字出版前进的脚步。

① 魏玉山. 2014-2015中国数字出版产业年度报告[R/OL]. (2015-07-23) [2016-09-20]. <http://www.bisenet.com/article/201507/150880.htm>.

② 刘肖, 董子铭. 我国数字出版产业协同发展路径分析[J]. 出版发行研究, 2012(2): 49-52.

（一）数字出版的理论研究亟须进一步加强

数字出版是新生事物，学界目前的数字出版研究才刚刚开始，无论是整体研究还是单项研究都还较为薄弱。集中研究数字出版的运行模式和发展趋势的则更为稀少。在数字出版的发展一日千里的情况下，从理论到实践，研究和厘清一些亟待解决的理论问题并用以指导实践，显得尤为重要。

（二）产业链分工不明，契合性差

由于对中国数字出版产业链的信息在形成过程中的共享平台建设不足，产业链上的企业各部门不能及时有效地对行业相关信息进行传播、共享和集成，整个产业链缺乏流动性。根据产业链理论，一个成熟的产业链的每一个环节都应该有明确的分工、良好的连接和合作，从而实现多赢的目标。但是中国数字出版产业链上的企业为了抢占市场，经常四面出击，一些科技企业凭借技术和资金优势极力拓展下游、上游——上至内容创作过程，下至产品销售过程。这导致产业链分工混乱，效率低下，甚至恶性竞争，企业之间缺乏信任，直接的后果是部分数字媒体公司由于缺乏内容供应，或版权受限制不能在产业链中立足。

成熟的产业链，应该是参与的企业群落内部形成一条合理的分工链条，其中的各环节都有自己专注的领域，都能各自实现价值，合并起来可以形成整体优势。目前，中国数字技术提供商囊括产业上下游、一家通吃的做法，无法发挥产业链各环节的比较优势而形成健康发展的整体合力，这显然是数字出版产业发展的一大短板。^①

（三）技术主导产业链，利益分配极不均衡

我国数字出版产业的快速发展与新技术的应用关系非常密切。技术服务商凭借技术优势逐渐介入甚至左右内容资源的生产和供给；在内容销售方面，技术也在主导数字出版产品的市场分销和利益分成。比如，亚马逊一直主导着kindle电子书的定价，大部分内容提供商即使有怨言也不得不接受。又如，中国移动、中国联通等电信服务商掌控技术和发布平台，在利益分配上具有支配地位。技术主导着数字出版产业链的运行，利益分配

① 祝兴平. 我国数字出版跨越式发展的瓶颈与短板[J]. 中国出版, 2011(4): 6-9.

不均问题突出。在欧美发达国家，技术平台运营商在收益分配中一般占30%左右，而我国技术平台运营商的收益占比在60%甚至更多。此外，技术商凭借技术优势企图控制和“通吃”整条产业链，“跑马圈地，占山为王”，不仅会降低自身的效率，也容易造成整个产业生态的恶化，过于强大的技术主体攫取了绝大部分利润，将使整个产业链失去生机，不利于产业的长远发展。^①

（四）内容劣势，上游传统出版机构式微

由于缺乏完善的合作机制，中国数字出版产业链的信息缺乏流动性，各个环节又各具自身的优势：内容提供商有版权优势，技术提供商有技术优势，平台运营商有销售优势；他们又分别代表自己的利益，在产品经过他们各自的环节时，为了实现自身的利润最大化，往往会忽略其他环节中企业的利益。^②

与国外数字出版产业链中传统出版机构充分发挥内容优势、有效地和技术结合并占据主导地位不同，目前我国传统出版机构在数字出版中处于劣势地位。在新的数字出版业态中，以技术领先的新型企业、互联网巨头处于强势主导地位，传统出版机构则沦落为“配角”。究其原因，技术和资本投入是大多数传统出版机构开展数字出版的瓶颈，风险大、周期长，传统出版机构观望较多，动力不足，加之版权保护制度滞后、行业技术标准不统一、专业人才匮乏、体制机制不灵活等原因，使传统出版机构作为内容提供商，在数字出版发展进程中一直处于被动状态。^③这一点，实际上是数字出版健康快速发展的瓶颈和痛点，需要正视和解决。

六、我国数字出版的运行模式

当前数字出版主要有电子书、数字图书馆、数据库、在线教育

① 邓佳佳. 产业链视角下的数字出版产业发展[J]. 南昌大学学报(人文社会科学版), 2014(6): 73-76.

② 杨桂琴, 谢志琴, 徐晓敏. 河北省数字出版产业发展对策研究[J]. 经济论坛, 2014(1): 34-37.

③ 邓佳佳. 产业链视角下的数字出版产业发展[J]. 南昌大学学报(人文社会科学版), 2014(6): 73-76.

(E-learning)、在线网络(原创文学)出版、手机书、移动教育、按需出版、在线工具书、多媒体在线电子书、图书搜索、电子杂志订阅等产品形式,^①这些业务都有各自的运行模式和发展趋势,但是目前学界对于这些细分领域的运行模式和发展趋势的研究仍处于较低水平。作为一个以内容生产为基础的知识产业,数字出版为适应产品形态多样化、传输网络化等特征,获取尽可能多的收益,就必须创造出比传统出版更科学的运行模式。按照价值链的不同环节,数字出版包含了三个运行模式:内容模式、营销模式和盈利模式。

七、本研究主要内容和逻辑架构

本研究主要目的在于通过研究数字出版的内涵和外延以及数字出版的运行模式,探求数字出版的发展规律,从而预测数字出版的发展趋势,为数字出版的理论研究和实业发展提供思考路径和建议。本研究内容共分七章。第一章介绍“数字出版的内涵和外延”,对本研究的研究对象作清晰、明确的界定;第二章通过与国外数字出版发展情况作比较,探讨中国数字出版的现状和问题;第三章对数字出版的重要环节和主要内容进行分析;第四章主要研究数字出版的运行规律和运行模式;第五章厘清现行数字出版运行模式存在的主要问题和瓶颈;第六章提出解决现行数字出版运行模式问题的方法和路径;第七章预测数字出版的发展规律和发展趋势。

① 姚娟. 中美数字出版商业模式比较研究[D]. 湖南:湘潭大学,2011.

第一章

数字出版的内涵和外延

信息技术和网络技术的快速发展，极大地推动了社会进步和经济的飞跃式发展，同时这些新技术与出版业不断融合，数字化浪潮袭来，逐步产生了新的出版形态——数字出版，使人们的阅读方式和阅读习惯发生了巨大转变。作为出版业中一种新的出版模式，数字出版是建立在计算机技术、通讯技术、网络技术等高新技术的基础上，融合传统出版内容而发展起来的新兴出版模式。^①数字出版强调内容的数字化、生产模式和运作流程的数字化、传播载体和阅读消费的数字化、学习形态的数字化。^②数字出版是对出版的整个环节进行数字化操作，而不仅仅局限于某一部分。

第一节 数字出版的内涵

一、数字出版的内涵

（一）数字出版的内涵

新世纪以来，信息与网络等高新技术飞速前行，随着数字出版理论与技术研究、数字出版实践活动的逐步开展，人们对数字出版这一新兴事物的内涵的认识随着数字产品形态的变化而不断拓展，不同领域也有着不同的理解和观点。笔者总结了国内外不同的学者、协会、工具书等对数字出

① 张广宇，浅谈新型出版业态——数字出版[J]，数字技术与应用，2013（1）：195。

② 张广宇，浅谈新型出版业态——数字出版[J]，数字技术与应用，2013（1）：195。