

数字出版个案研究

张大伟 于 成 著

高等教育出版社

上海高校高峰高原学科 项目成果
| 大学国家文化创新研究中心

数字出版个案研究

张大伟 于 成 著

Shuzi Chuban Gean Yanjiu

高等教育出版社·北京

图书在版编目 (C I P) 数据

数字出版个案研究/张大伟, 于成著. --北京:
高等教育出版社, 2016. 11 (2017. 1 重印)

ISBN 978-7-04-046780-2

I. ①数… II. ①张… ②于… 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 (2016) 第 266132 号

策划编辑	曹培庚	责任编辑	曹培庚	封面设计	李树龙	版式设计	马 云
插图绘制	黄云燕	责任校对	刘 莉	责任印制	韩 刚		

出版发行	高等教育出版社	网 址	http://www.hep.edu.cn
社 址	北京市西城区德外大街4号		http://www.hep.com.cn
邮政编码	100120	网上订购	http://www.hepmall.com.cn
印 刷	涿州市星河印刷有限公司		http://www.hepmall.com
开 本	850mm × 1168mm 1/32		http://www.hepmall.cn
印 张	8		
字 数	190千字	版 次	2016年11月第1版
购书热线	010-58581118	印 次	2017年1月第2次印刷
咨询电话	400-810-0598	定 价	12.00元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题, 请到所购图书销售部门联系调换

版权所有 侵权必究

物 料 号 46780-00

■ ■ 打开数字出版的天窗（序）

张涛甫

大伟先生嘱我给他的新书《数字出版个案研究》写序，受宠若惊，诚惶诚恐。大伟是一位深耕于出版研究多年的青年学者，他对数字出版尤为擅长，成果卓著。我们偶尔在一起海聊，谈及出版话题，他如数家珍，洞见纷呈，我一直怂恿他抓紧把他对数字出版的新鲜见解变现成书。近日，拜读大伟先生《数字出版个案研究》书稿，似有电光石火的感觉，为其中闪现的精彩观点和精到分析倾倒。很多萦绕在脑际的困惑，经作者点醒，豁然开朗。我觉得此书出版是及时的，它能给过热的数字出版炒作降温，澄清当下出版界对数字出版的误识。

提及数字出版，在当下中国出版界，不论是做出版的，研究出版的，或是站在路边围观出版的，若不把数字出版作为一个话题，似乎就不好意思开口。对于数字出版，似乎人人都可以谈，都可以扯上几句，于是乎数字出版就成为一块公共草场，谁都可以在这里放牧。由于过度开采，在理论上缺乏有效的提炼，致使我们对数字出版的理解甚为粗糙，很多关键知识概念表达非常模糊，甚至连数字出版概念本身都没有搞清楚。轴心概念不明确，造成延伸概念面目不清，由概念串联起来的理论逻辑也甚为薄弱，更谈不上建构其逻辑自洽、直戳实践命门的理论体系了。

数字出版虽被人们热闹地谈论着，甚至成为业界人士舌尖上的热词，但究竟数字出版是什么模样？怎么回事？其背后的运行

逻辑是什么？至今仍然是待解的迷思。对于数字出版，我们真的不太了解。不了解的原因并不是由于我们的固执和惰性，而是数字出版颠覆了我们此前所有的经验性知识和惯性思维。理解数字出版，须跳出我们此前的经验路径和理论逻辑。但事实上，我们上了传统的“贼船”，无法跳出过往的思维框架，大家都在自以为是地把自己触摸的部位视为整个大象的模样。“横看成岭侧成峰，远近高低各不同，不识庐山真面目，只缘身在此山中。”此诗喻示的哲理，同样适用于我们对数字出版的理解。

面对喧嚣的数字出版炒作，我们亟需在理论和实践上有力的作为，从而对数字出版有一个负责任的交待。幸运的是，大伟、于成先生所著的《数字出版个案研究》，可以帮我们解答诸多困惑。此书弥补了我在数字出版理论和实践上的诸多知识缺损，更为重要的是，纠正了不少此前固守的偏见和误解。

此书虽然只有十多万言，体格娇小，但感性、结实，充满理性的智慧，与那些动不动就拿体系和规模吓唬人的宏大叙述相比，这是一本谦逊的书。它没有气势恢宏的理论冲动，不以理论标榜，只是谦虚地以“个案”示人。但凡能完整过目此书的读者，会发现：此书采撷的个案，不是那些随机摘取的时令故事和“看上去很美”的盆景。在个案的选择以及对个案背后逻辑的组织上，随处透着作者的理论洞见和实践敏感，在案例背后隐伏着理论的逻辑，也浮现出作者的理论自信。

我深度同意作者关于数字出版的理解和界定。作者认为，截至目前，数字出版的内涵和外延还没有一个公认的清晰的轮廓。对于数字出版的理解不能仅仅理解为传统出版的数字化，或者0和1二进制代码的全流程化。数字出版与传统出版本质性的不同在于信息组织的方式、传播方式、生产流程发生了革命性的变革。在这当中，对数字出版传播方式的变革，学界和业界有十分清楚的认识，但对数字出版信息组织方式和生产流程方面的认识尚待深入。作者认为，对数字出版信息组织方式和生产流程起到

革命性影响的是计算机标记语言，其中，影响最大的是 SGML（标准通用标记语言）、HTML（超文本标记语言）和 XML（可扩展标记语言），目前标记语言发展的最前端和最丰富的技术是 XML，因此 XML 对出版业的信息组织和生产流程所带来的影响是革命性的。只有理解数字出版的技术逻辑，才能真正理解数字出版。从技术逻辑出发理解数字出版，才是找到正解的理论入口，只有方法论对路，才能获得理论的正解。即便是那些在传统出版理论和实践中摸爬滚打多年的“老出版”，由于没有找到理解数字出版的正确入口，致使常在自己的经验根据地里兜圈子。哪怕是“老船长”，凭借一张旧的“航海地图”，也是抵达不了数字出版这个新大陆的。

对案例的选择和解读，同样需要有正确的理论站位和敏锐的洞见，也考验作者的视野、理论洞察力、技术敏感以及实践的理解。《数字出版个案研究》一书，在一个个饱满的案例中，显示了作者对数字出版技术、市场、制度的独到理解。

首先，比较视野中的新锐洞见。此书没有拘泥于局部性、区域性的经验，而是放在全球数字出版视野中，把“地方性”经验置于中外数字出版理论和实践的大视野中进行比较研究。书中在观察中外传统出版转型和数字出版实践时，对域外案例的选择和研究，对国外数字出版经验的提炼，处处显现比较的视野以及由此视野所见的独特景观。书中对百度、超星、盛大案例的比较分析有精彩、独到的见解。“百度文库”几乎上传了所有有市场价值的中文文学作品，但法律并没有任何的裁决，除了几位积极参与诉讼和谈判的作家之外，别的作家都没有获得任何补偿。相比之下，超星所构建的“超星模式”要远比“百度文库”提出的“朱光保护费”模式更合理，更富有制度建设构想。作者认为，一个公司的成功受制于很多因素，与超级公司相比，超星还很弱小，但其所建构的在现实基础上的技术选择、版权方案，以及技术的再转型，都值得珍视。作为内容创新企业，盛大对版权

机制的构建不仅考虑到作者的利益，还对部分作家进行培养并促其成名。这提示我们，互联网公司的盈利并不必然以损害作者的利益为代价，二者完全可以共赢。相比“盛大文学”成为世界数字出版三大模式之一，其与作者合作共赢的思想也许更值得中国数字出版界所珍视。上述比较分析，都十分到位。

其次，对技术及技术标准的精到理解。如何理解技术，决定如何理解数字出版。技术经由社会化和市场化之后，技术竞争和市场的竞争最终受制于技术权力的竞争。谁有权对技术进行开发？技术标准如何界定？谁有权对技术进行标准化？这背后涉及复杂的权力博弈问题。长期以来，我们较为重视电子书规模的增长、读者阅读习惯的改变、数字版权以及设备制造商之间的矛盾等问题，但其实电子书格式标准化也是数字出版产业发展最为核心的问题之一。在数字时代，信息的快速、准确、有效的传输，必须依赖于信息组织方式（格式）的标准化，没有信息组织方式的标准化，数字阅读的优点是无法实现的。标准是数字出版行业发展的制高点，从以信息非实体化为特征的数字内容制作过程，到以信息重新实体化为特征的数字内容平台展示过程，标准化的意义体现在其中的各个环节当中。现实的困境在于：中国电子书行业没有自己的标准，我们不得不不断跟上、反复引进、采用国外标准。比如，虽然 CEBX（基于混合 XML 的公共电子文档）技术处于领先地位，且在国内市场中得到一定程度的认可，但其影响力远不及 EPUB 和 PDF 标准，而且不如亚马逊的专有格式。在我国的网络中，EPUB（美国电子书产业标准）和 PDF（便携式文档格式）等国外标准依然占据着电子书的主导地位。我们通常会认为，先进的技术取代落后的技术合情合理，但真实的现实是：先进的 CEBX 无法取代原有标准。技术很精彩，但现实很无奈，技术的新陈代谢并不意味着技术标准的推陈出新。为什么技术先进并不能成为行业标准？这种逆技术进化论的现实困境，不能不令人深思。

再次，寻找技术、生产、市场、制度的关系逻辑。数字出版涉及技术、生产、市场、制度诸个变量的复杂关系。这些关系虽然在传统出版中也存在，但数字出版颠覆了传统出版的关系逻辑，确立了新的关系逻辑。时至今日，无论是出版界还是学界，都在试图把握数字出版的新逻辑，但获得的均是局部经验或暂时性逻辑，尚未找到一个普适性的规律。这既是当下出版界的活力所在，也是理论洞察的难点所在。《数字出版个案研究》并没有交给我们一个现成的理论答案和逻辑图谱，而是从案例中探寻理论逻辑的轨迹。每一个案例各有侧重，珍视每个典型案例的标本价值，但又不在理论上说得太满，太绝对。比如，在对亚马逊公司代理制案例的分析中，作者一针见血地指出，出版商所获得的定价权并不是真正的定价权，而是有限制的定价权。苹果公司给出的 12.99~14.99 美元的定价标准，是电子书定价的上限，在苹果公司划定的这个定价范围内，出版商才拥有自主定价的权力。在合作中，最终的定价权，还是掌握在苹果公司手里。再如，作者关于“终端到内容”与“内容到终端”的经营策略分析，颇有理论说服力。认为从“终端到内容”与从“内容到终端”比较而言，后者也许更为平坦些。比如，亚马逊就是采取了这一策略。以图书电子商务为基础，亚马逊的内容渠道更多，且锁定了大量用户群，企业经过十几年的发展壮大，具有赔本赚吆喝的实力，亚马逊 Kindle 的成功可谓水到渠成。即使难以达到亚马逊的高度，中国销售生产电子书阅读终端的厂商也并非没有相对成功的案例。盛大即依靠其原创文学内容，创新与出版社的合作模式，成功地建设了云中书城内容平台。强大的内容支持是盛大成功的主要原因，而这正是汉王的主要短板。汉王是先有电子阅读器终端，再去寻找内容资源；与汉王刚好相反，盛大是先有盛大文学等原创性内容，之后才进入终端市场。盛大电子书的后起，源于盛大文学背后积累的强劲内容。事实表明，内容才是核心竞争力。盛大和亚马逊一样，抓住了问题的关键，先丰富自身

的内容资源，锁定用户群，最后才去做电子书阅读终端。最后，作者形象地提炼出：对于电子终端产品来说，提供内容服务才是持续盈利的关键。不少从业者喜欢把电子书阅读终端与内容形容为“刀架”和“刀片”的关系。对于电子书阅读终端生产商来说，“刀架”只是一次性售卖，而不断更新的“刀片”才意味着源源不断的利润。打通从“刀片”到“刀架”这一整条产业链，才是长久之道。

最后，中国数字出版的短板。在中外数字出版案例的比较研究中，不难发现中国数字出版实践中的诸项短板。在技术、生产、市场以及制度诸个方面，中国数字出版的缺项是甚为明显的。提及中美数字出版实践时，作者提出：中美的数字出版产业并不处于著名中国出版人陈昕所讲的“一样的斜坡、一样的爬”，美国的核心优势在于能够建立合理均衡的利益分享机制、善于抢占技术标准高地以及能够破除垄断的法律机制等，而中国目前在核心制度建构上、行业规则建构上仍有很大的调整空间。作者认为：在合理的版权体系的构建中，读者是利益相关方，读者的合理权利应该受到保护（合理使用原则），不合理的行为（侵权行为）应该受到限制和惩罚。平台商和内容商的融合是未来产业的发展方向，这需要企业家和企业的协作精神，只有建立在利益平衡基础上的协作才能迸发出更强劲的产业能量，而在这方面中国显然还没有准备好。

■ ■ 目录

如何理解数字出版	1
第一部分 传统出版业转型	21
巴诺：传统书店数字转型的得与失	23
培生教育：如何在数字时代切割教育出版大蛋糕？	36
施普林格：如何选择合适的技术构建数字出版平台？ ...	47
约翰·威利：如何从“卖产品”转向“卖服务”？	58
美国《读者文摘》：为何在数字时代轰然倒塌？	67
第二部分 阅读终端与平台构建	77
亚马逊：为何主导美国电子书定价？	79
当当网：为何不能成为中国版的亚马逊？	90
汉王电子阅读器：王者缘何没落？	99
第三部分 数字版权与权利均衡	109
谷歌图书馆：版权问题为何无法阻止谷歌前进的 步伐？	111
百度文库侵权案：“朱光保护费”和“百度 态度”的背后	129
超星：“超星模式”的成功逻辑及过渡性	140
中国知网（CNKI）：政府扶持知识数据库的利与弊	151

盛大文学：如何在大众出版领域成功经营版权？	162
第四部分 数字出版技术标准	175
PDF：如何成长为标准化及其标准化的意义	177
OEBPS：如何成为数字出版通用标记技术标准？	186
CEBX：“标准后发国”的标准化之路	196
第五部分 一本书和一本期刊	205
《骑弹飞行》：何以创造销售神话？	207
《ONE·一个》：免费电子期刊如何盈利？	215
余论	223
果壳网：如何在 Web2.0 时代界定数字出版的边界？	225
后记	235

■ ■ ■ ■ 如何理解数字出版

新媒介技术产生以来，对于如何界定新的出版形态，把握新媒介环境下出版形态的一些特点，学界、业界、管理机构都在通过“概念”的生产来试图达到对本质的理解。从电子出版、网络出版、多媒体出版、数字出版，一直到全媒体出版，“概念”层出不穷、夺人耳目。问题在于：产生这些概念的必要性何在？这些概念是否触及了当下出版形态的本质？概念的界定是否对业界把握产业发展方向有利？在本文中，笔者想通过探讨有关数字出版的概念界定，来分析数字出版概念界定的模糊化以及对传统出版业转型的误导。之所以在众多的概念中选择数字出版进行论述，一是如有些研究者所说，数字出版的命名在一定程度上能概括我们现在出版业发展的现状；二是因为在全世界范围内，数字出版已经成为许多国家比较认同的一个概念，对数字出版的讨论有必要跟世界接轨；三是我国出台了为数众多的数字出版产业政策，但数字出版的内涵和外延一直是困扰学界和业界的大问题，对已有数字出版概念的明晰，有助于我们把握数字出版产业的内在本质。

一、是技术隔膜还是有意误读：数字出版成了“巨无霸”

我们已经习惯于用“种+属别”的方式给事物命名，也习惯于用“种+属别”的思维定势去理解一个新概念，因此，目前有关数字出版的概念界定，也是循着此种思路。数字出版被理解为“数字化”+“出版”或者“数字技术”+“出版流程”。当前对于数字出版的两种定义，具体的表述如下：

一种是以目前传统出版的数字化转型现状为基础，可以代表我国传统出版社对数字出版的一些最初认识，即数字出版=“出版”+“数字化”，认为数字出版是内容提供商将著作权人的作品数字化，经过对内容的选择和编辑加工，再通过数字化的手段

复制或传送到某种或多种载体上以满足受众需要的行为。这里的载体可以是光盘、互联网、电视，甚至纸质载体。“数字出版实际上包括两方面的内容：一方面是传统出版业的数字化，另一方面是新兴数字传媒的崛起。”^①

另一种是以统一的二进制代码作为理解数字出版的基础，认为数字化贯穿于数字出版的整个流程当中，而不是其中某个环节，在具体的表述中，学界和业界的表述具有些许的差异。

业界的表述：我们今天谈的数字出版，是在出版的整个过程中，“所有的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，信息的处理与传递则借助计算机或类似设备进行。”它强调内容的数字化、生产模式和运作流程的数字化，传播载体的数字化和阅读消费、学习形态的数字化，当然光盘出版和网络出版均为数字出版。“1978年4月，J·A·Urquhart在卢森堡‘科技社会的出版未来’研讨会上，首次提出了‘电子出版’（electronic publishing）的概念，一言概之：利用电子手段创建、管理、传播出版物的过程。”^②

学界的表述：“数字出版或者‘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。这一出版概念有利于我们理解‘数字化’的要点。”^③

在笔者看来，以传统出版的“数字化”或者二进制代码为基础来理解数字出版，就如同从竹简向纸张的转变过程中，我们简单地以纸张为基础来理解出版一样，显然过于宽泛了。纸质出版与竹简的最大不同在于信息的组织（编辑）方式、传播方式、

① 祁庭林：《传统出版该如何应对数字出版的挑战》，《编辑之友》2007年第4期。

② 王异：《何为数字出版？》，《科技与出版》2006年第5期。

③ 周荣庭：《网络出版》，科学出版社2004年版，第13页。

生产流程发生了革命性的变革。纸质化并非出版的本质，只有经过特殊的信息组织、流程加工和传播的纸质产品，才可能称得上是出版。同样，对于数字出版的理解不能仅仅理解为传统出版的数字化，或者二进制代码的全流程化。数字出版与传统出版本质性的不同在于信息组织的方式、生产流程、传播方式发生了革命性的变革。在这当中，对数字出版传播方式的变革，学界和业界有十分清楚的认识，但对数字出版信息组织方式和生产流程方面的认识还有待深入。对数字出版信息组织方式和生产流程起到革命性影响的是计算机标记语言，其中，影响最大的是 SGML（标准通用标记语言）、HTML（超文本标记语言）和 XML（可扩展标记语言），目前标记语言发展的最前端和最丰富的技术是 XML，并且所有 XML 文档，都可以很容易地转换成其他格式的文档，包括 HTML、PDF 以及适用于其他阅读器的各种格式，因此本文主要论述 XML 对出版业的信息组织和生产流程所带来的革命性变革。在哥伦比亚大学出版专业教材《哥伦比亚数字出版导论》一书中，标记语言尤其是 XML 及相关技术被认为是数字出版的技术基础。

在笔者看来，以二进制代码为基础理解数字出版，是目前对数字出版产业的最大误读，同时这种误读也误导了传统出版业数字化转型的路径选择，误读和误导体现在以下几个方面：

1. 以二进制代码为基础理解数字出版，使得数字出版的内涵十分模糊。这种理解，一方面是数字出版理解的“窄化”。让许多传统出版社认为原有内容的数字化和网络化就是数字出版，而忽略了数字出版和传统出版在媒介的传播介质之外的其他本质区别，而这些本质区别对于从事数字出版的企业来说是更重要的。另一方面是数字出版理解的“泛化”。在许多人的理解中，也包括政府的年度报告中，网络视频、手机动漫等均属于数字出版领域，而忽略了对这些不同数字出版领域特性的分析和区别，因此传统出版企业在行政政策的鼓励之下进入数字出版领域时，

往往进入一个自己十分陌生的领域，如许多出版企业对动漫产业的投资，被证明是一种砸钱而不能见效的方式。

2. 以二进制代码作为数字出版的本质特征，无法界定数字出版区别于传统出版的特点：个性化定制、一次创建多次使用、强大而准确的搜索和链接功能、交互功能。把二进制代码存储在某种介质上，或者生产的整个流程都是数字化（二进制代码为基础）的，如果最终的产品形式仍然是不能提供上述功能特点的，则不能被称为是数字出版，Word 文档是以二进制代码为基础的，在网络上，不可能个性化定制，也没有强大而准确的搜索和链接功能。超星数字图书馆完成了传统图书的数字化，但是它所提供的搜索、链接、个性化定制是十分有限的，因此可以看作是从传统出版向数字出版转型的中间形式。可以肯定地说，相比传统出版，在传播介质的多元化之外，数字出版提供了更多的服务功能，满足了受众更多的需求。如果我们不能用新技术提供更多的服务，满足更多的需要，甚至于也没有降低生产的成本，这种使用事实上是一种浪费。

二、中国式模糊：数字出版概念的生成及语境

第一层的模糊是：数字出版成为一种时尚、一种光明的前景、一种现实的压力、一种先进的代名词，与模糊而又笼统的理解之间成了中国数字出版产业发展的一个悖论：无数的人在谈论数字出版，甚至数字出版年度报告已经出了将近 10 年，但截至目前，数字出版的内涵和外延还没有一个公认的清晰的轮廓。

第二层的模糊是：传统出版社还没有找到数字出版的盈利模式，学界和业界都在探究数字出版的盈利模式；而中国官方的统计数据表明数字出版产业规模和盈利额都在飞速地发展。据《中国数字出版年度报告》的统计，2015 年，我国数字出版产业整体收入规模为 4 403.85 亿元，比 2014 年增长了 30%，数字出版