

黄孝章 张志林 陈丹◎著

SHUZI CHUBAN CHANYE  
FAZHAN YANJIU

# 数字出版产业发展研究

SHUZI CHUBAN CHANYE FAZHAN YANJIU



知识产权出版社  
INTELLECTUAL PROPERTY PUBLISHING HOUSE

## 内容提要

该书对目前有关数字出版的相关概念、数字出版的发展历程及国内外数字出版发展的现状和存在的问题做了全面的概述;阐述了数字技术对传统出版业出版流程、产业链及人才素质和能力等方面的影响;分析了内外部环境对我国数字出版的影响,包括政治、经济、社会及技术等环境对数字出版行业的影响;分析了我国数字出版行业发展的特征、市场环境发展状况及细分行业(如电子书、数字期刊、数字报纸、网络游戏、图书搜索、数据库出版、手机出版等)发展状况;分析和研究了我国数字出版的发展模式、金融危机环境下数字出版的发展策略及数字出版的发展趋势。这对推进我国数字出版产业健康稳定的向前发展有十分重要的应用价值。

责任编辑:毛淑娟

## 图书在版编目(CIP)数据

数字出版产业发展研究/黄孝章,张志林,陈丹著. —北京:知识产权出版社, 2010. 10

ISBN 978-7-5130-0192-2

I. ①数… II. ①黄…②张…③陈… III. ①电子出版物-出版工作-经济发展-研究-中国 IV. ①G237.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 185031 号

## 数字出版产业发展研究

SHUZI CHUBAN CHANYE FAZHAN YANJIU

黄孝章 张志林 陈 丹 著

出版发行: 知识产权出版社

社 址: 北京市海淀区马甸南村 1 号

网 址: <http://www.ipph.com>

发行电话: 010-82000860 转 8101/8102

责编电话: 010-82000860 转 8339

印 刷: 北京富生印刷厂

开 本: 880mm×1230mm 1/32

版 次: 2011 年 1 月第 1 版

字 数: 190 千字

邮 编: 100088

邮 箱: [hjb@cnipr.com](mailto:hjb@cnipr.com)

传 真: 010-82000860 转 8240

责编邮箱: [maoshujuan@cnipr.com](mailto:maoshujuan@cnipr.com)

经 销: 新华书店及相关销售网点

印 张: 7.625

印 次: 2011 年 1 月第 1 次印刷

定 价: 28.00 元

ISBN 978-7-5130-0192-2/G·355 (3134)

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

2006年，国家先后公布了《中华人民共和国国民经济和社会发展第十一个五年规划纲要》《国家中长期科学和技术发展规划纲要》《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》，这三个重要的规划均把发展数字出版、数字印刷技术和发展新媒体列入了科技创新的重点。

2007年1月23日，中共中央总书记、国家主席、中央军委主席胡锦涛在中共中央政治局第三十八次集体学习时强调，要以创新的精神加强网络文化建设和管理，满足人民群众日益增长的精神文化需要，并就加强网络文化建设和管理提出了五项要求，其中第二项要求就是要提高网络文化产品和服务的供给能力，提高网络文化产业的规模化、专业化水平。

2009年8月14日，新闻出版总署署长柳斌杰在部市合作第二次联席会议上的讲话中提出，数字出版是新闻出版业的战略重点和未来发展方向，是我国文化经济的新增长点。2010年1月25日，柳斌杰署长在全国新闻出版工作会议上的报告中明确提出，到2020年，我国数字媒体等新兴产业的发展达到世界先进水平是今后十年我国建设新闻出版强国的一个重要发展目标。

上海市已把发展数字出版正式列入了市政府“十二五”专项规划，并建成了张江国家数字出版基地和基地延伸园区（虹口园区）。继上海张江数字出版基地之后，新闻出版总署又先后批准重庆数字出版基地和杭州数字出版基地两个国家级的数字出版基地。北京也在2010年5月成立了中国北京出版创意产业园区。

国家和各级地方政府对数字出版产业发展的高度重视和强有力的政策支持，显示了数字出版对我国经济和文化建设的重要性。

本书共分为十章。第1章从八个方面对目前关于数字出版的概念进行了梳理和分析，并对数字出版的相关概念进行了阐述；从出版介质、出版工艺和流通方式的演变过程出发，简述了数字出版的发展历程，有助于从事数字出版教学与理论研究的人员更好地理解数字出版的实质。

第2章从八个方面详细分析了数字出版技术对传统出版业带来的影响，并列举了相关实例作为说明。数字技术的发展及其在出版领域的应用，将使传统出版业发生革命性的变化。数字出版代表着新闻出版业未来的发展方向。传统出版业必须审时度势、与时俱进，积极实行数字化转型，否则就会被淘汰。这对在数字出版面前持徘徊观望态度的企业将起到很好的警示作用。

第3章从政治、技术、社会和经济四个方面，对我国数字出版产业的发展环境进行了深入分析。这对政府有关部门领导人及出版企业决策层领导坚定发展数字出版的信心有十分重要的意义。

第4章对国外主要发达国家数字出版的发展状况进行了详细分析，并通过案例说明了其数字出版发展模式和业务特点，有利于增进数字出版从业人员对国外数字出版产业发展状况的了解。

第5章对北京传统出版企业数字出版的发展状况进行了调查，在此基础上，对我国数字出版产业的发展态势进行了深入分析和研究，有利于从业人员对我国数字出版产业的发展有清醒的认识和了解。

第6章从企业生产要素角度对北京市数字出版产业现有的发展模式进行了认真的归纳和总结，提出了目前基于生产要素的发展模式不利于数字出版产业的发展。基于投资、联盟合作、产业

集群、产业融合化发展模式是数字出版产业发展壮大的关键。

第7章在分析了数字出版产业发展人才需求现状的基础上,提出了数字出版人才知识和能力结构的具体内容和要求,有利于高等院校和企业数字出版人才培养方面把握方向。

第8章对数字版权保护的现状、版权保护相关技术及应用状况进行了详细分析和研究,阐述了数字版权保护的发展趋势。

第9章从政府层面、企业层面、技术和法律层面提出了我国数字出版产业发展中存在的一些关键问题。有利于政府有关部门制定产业发展规划,及时调整产业发展政策,加强数字出版市场监管体系建设和对产业发展的宏观调控;有利于企业把握发展方向,确定合适的数字出版发展模式,制定科学、有效的内容和产品发展策略,从而加快其数字出版业务的发展。

第10章从政府和企业角度出发,提出了数字出版产业发展的相关对策。为政府有关部门及有关企业制定数字出版发展规划及产业政策等提供了重要的决策依据。

本书系统、全面和深入地分析了我国数字出版产业发展现状及存在的问题,提出了数字出版产业的创新发展模式和发展策略。这对政府有关部门制定数字出版产业发展规划,及时调整产业政策,对数字出版企业顺利实施和发展数字出版业务,以推进我国数字出版产业健康、稳定地向前发展具有十分重要的应用价值;对企事业单位从事数字出版教学和理论研究人员,具有十分重要的学术价值。

由于时间仓促,书中难免有错误和不妥之处,敬请读者批评指正。

黄孝章

2010年7月26日于北京印刷学院

# 目 录

|                                     |    |
|-------------------------------------|----|
| 第 1 章 数字出版发展概述 .....                | 1  |
| 1.1 数字出版的概念 .....                   | 1  |
| 1.2 数字出版的相关概念 .....                 | 8  |
| 1.3 数字出版的发展历程 .....                 | 11 |
| 第 2 章 数字出版技术对传统出版业的影响 .....         | 16 |
| 2.1 数字出版技术 .....                    | 16 |
| 2.2 数字出版技术催生跨媒体出版 .....             | 24 |
| 2.3 数字出版技术对传统出版流程产生重大影响 .....       | 26 |
| 2.4 数字出版技术促使出版业内部产业链重组 .....        | 30 |
| 2.5 数字出版技术引发对复合型出版人才<br>的大量需求 ..... | 31 |
| 2.6 数字出版技术大大扩展了平面媒体功能 .....         | 34 |
| 2.7 数字出版技术使媒介走向融合 .....             | 38 |
| 2.8 数字出版技术将使纸质媒体走向消亡 .....          | 39 |
| 第 3 章 中国数字出版产业发展的宏观环境 .....         | 44 |
| 3.1 政治环境对中国数字出版产业发展的影响 .....        | 44 |
| 3.2 经济环境对中国数字出版产业发展的影响 .....        | 49 |
| 3.3 社会环境对中国数字出版产业发展的影响 .....        | 50 |
| 3.4 技术环境对中国数字出版产业发展的影响 .....        | 51 |
| 第 4 章 国外数字出版产业发展状况 .....            | 53 |
| 4.1 主要发达国家数字出版产业发展状况 .....          | 53 |

|            |                            |            |
|------------|----------------------------|------------|
| 4.2        | 国际著名出版传媒机构的数字化转型策略·····    | 69         |
| <b>第5章</b> | <b>我国数字出版产业发展态势</b> ·····  | <b>75</b>  |
| 5.1        | 数字出版产业发展状况·····            | 75         |
| 5.2        | 传统出版企业数字出版发展状况·····        | 90         |
| 5.3        | 数字出版产业链分析·····             | 110        |
| 5.4        | 数字出版主体企业分析·····            | 111        |
| <b>第6章</b> | <b>数字出版产业发展模式研究</b> ·····  | <b>135</b> |
| 6.1        | 产业发展模式的含义·····             | 135        |
| 6.2        | 数字出版产业主要发展模式·····          | 137        |
| 6.3        | 数字出版产业发展新模式·····           | 145        |
| 6.4        | 中外数字出版产业发展模式比较·····        | 165        |
| <b>第7章</b> | <b>数字出版人才发展分析</b> ·····    | <b>169</b> |
| 7.1        | 数字出版人才结构与需求状况·····         | 169        |
| 7.2        | 数字出版从业人员能力结构评价·····        | 170        |
| 7.3        | 数字出版人才知识结构的具体要求·····       | 171        |
| 7.4        | 数字出版人才能力结构的具体内容·····       | 174        |
| 7.5        | 数字出版人才非智力因素具体内容·····       | 178        |
| 7.6        | 数字出版人才知识能力结构体系构架·····      | 179        |
| 7.7        | 数字出版人才培养现状·····            | 180        |
| <b>第8章</b> | <b>数字版权保护发展研究</b> ·····    | <b>181</b> |
| 8.1        | 数字版权保护发展概况·····            | 181        |
| 8.2        | 数字版权保护技术的应用·····           | 191        |
| 8.3        | 国内外数字版权保护主要解决方案介绍·····     | 195        |
| 8.4        | 数字版权保护发展趋势研究·····          | 207        |
| <b>第9章</b> | <b>数字出版产业发展存在的问题</b> ····· | <b>213</b> |
| 9.1        | 政府层面的问题·····               | 213        |

|               |                           |            |
|---------------|---------------------------|------------|
| 9.2           | 企业层面的问题 .....             | 214        |
| 9.3           | 技术支撑问题 .....              | 217        |
| 9.4           | 法律保护问题 .....              | 218        |
| <b>第 10 章</b> | <b>数字出版产业发展对策研究 .....</b> | <b>221</b> |
| 10.1          | 各级地方政府发展对策 .....          | 221        |
| 10.2          | 企业发展对策 .....              | 225        |
| <b>参考文献</b>   | .....                     | <b>228</b> |

# 第 1 章 数字出版发展概述

## 1.1 数字出版的概念

### 1.1.1 数字出版是一个中国化概念

通过相关学术文献分析，数字出版的定义有数十种之多。在国内，蓬勃发展的数字媒体和出版业的数字化，常采用“数字出版”（Digital Publishing）的概念来概括，这是一个中国化的概念。“数字出版”作为一种概念在国外并不普及，国外使用更多的是“数字内容管理”（Digital Content Management），或者是“数字内容产业”（Digital Content Industry）的提法。

从时间上来看，2006 年以前，有关数字出版的定义很少，有的称之为数字出版，更多称之为网络出版，也就是说，还没有形成统一的名称界定。按照数字出版定义的时间顺序，比较有代表性的定义如下：

#### 1. 从存储读取介质划分的定义

最早进行数字出版研究的是北京大学谢新洲教授（2002 年），他提出，所谓数字出版，是指在整个出版过程中，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<sup>●</sup>。徐丽芳认为，所谓数字出版，就是

---

● 谢新洲. 数字出版技术 [M]. 北京：北京大学出版社，2002.

指从编辑加工、制作生产到发行传播过程中的所有信息都以二进制代码的形式存储于光、磁、电等介质中,必须借助计算机或类似设备来使用和传递信息的出版<sup>①</sup>。这个定义主要从载体介质特性的角度给出,之后一段时间,很多文献都采用了类似的定义。

### 2. 从载体与内容分离跨媒体角度的定义

张志林认为,模拟技术是使内容和载体合一的技术,因此造就了庞大的印刷媒体生产方式下的纸媒出版产业;数字技术使内容和载体实现了分离,从而产生出全新的跨越介质的数字出版时代<sup>②</sup>。跨媒体出版(Cross-Media Publishing)的目的是要把相同的内容发布到任何需要的媒体,并不受媒体格式的限制,跨媒体的概念在印刷领域的数字化转型中讨论得比较充分,文献很多<sup>③</sup>。刘红莉(2009年)指出,跨媒体出版指的是出版者同时传输相同内容到不同媒体上,以满足受众不同需求的过程;或者是同一套数字信息在不同媒体产品中的展现,即同一套数字信息的多用途使用。跨媒体指的是在现有信息传播技术框架内,实现相同信息源在多种信息传播媒介中的描述、表达与应用。简言之,在纸媒体传播、电子媒体传播和网络媒体传播中,实现信息要素的共享、组织方法的共享和满足应用需求的最大化<sup>④</sup>。

这种定义的观察点在数字技术实现内容的跨越介质媒体出版上。从出版企业角度,希望生产的内容能够跨过多种媒体以多种渠道发布,满足不同受众的需求,还希望降低运作成本。跨媒体出版使这一希望成为可能。跨媒体出版的概念已被业界认可,原因是业界已经广泛认识到介质是人们消费内容时的一种固化的阅

---

① 徐丽芳. 数字出版:概念与形态[J]. 出版发行研究, 2005(7): 7-8.

② 张志林. 传播知识管理[M]. 北京:中国书籍出版社, 2004.

③ 通过CNKI知识搜索共检出181篇论文,以印刷领域期刊居多,主要发表在今日印刷、印刷技术、印刷杂志、出版与印刷、中国传媒科技、电子出版、桌面出版与设计、印刷世界、中国电子与网络出版等媒体上,随后热点在报业数字化转型中出现较多。

④ 刘红莉. 谈谈跨媒体出版[J]. 印刷工业, 2009(9): 68-72.

读载体,只是承载内容的表现方式,内容才是最重要的。

### 3. 从数字内容创建传播服务角度的定义

周荣庭(2004年)认为:数字出版就是对数字内容的创建、管理和传送的过程;并且又认为,数字出版或者数字化出版,是指在整個出版过程中,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<sup>①</sup>。葛存山等(2008年)认为,数字出版就是采用二进制数字代码创建、存储、传输、再现和管理数字内容的出版方式与活动<sup>②</sup>。进一步讲,数字出版是以计算机数字处理技术和互联网传播技术为基础,对出版的所有环节进行数字化操作,并由此带来出版产业链、出版主体、出版产品及融合产生新的数字内容产业的出版生产方式,包括原创作品、编辑加工、印刷复制、发行销售等出版流程的数字化,以及阅读消费的数字化等。随着技术的发展,数字内容可以为用户带来更多的多媒体体验。一旦实现了所有内容的全数字化、沟通的全数字化和交易的全数字化,那么就实现了全数字出版<sup>③</sup>。这是从数字出版活动包括内容创建、管理沟通和交易发布三个阶段、不同功能实现贯通角度的观察。

### 4. 从出版流程角度的定义

在2005年首届全国数字出版博览会后,中国出版科研所数字出版研究室主任张立(2006年)给出的定义是,数字出版是指用数字化的技术从事的出版活动。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

① 周荣庭. 网络出版[M]. 北京:科学技术出版社,2004.

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):5~8.

③ 张志林,黄孝章,彭文波. 数字出版新业态呼唤出版复合型人才培养创新[J]. 2007中国出版学科建设高层论坛,2007.

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。数字出版在这里强调的不只是介质,还包括出版流程。所以,数字出版既包括了新兴媒体的出版,也包括了传统媒体的出版。随着数字技术的进一步发展,未来将不再有传统出版与数字出版的划分了,数字出版就是未来出版业的全部,也是未来出版业的方向<sup>①</sup>。

这个定义得到社会的认可,被广泛引用。但是,这个定义对数字出版的考察为传统出版流程各个环节的数字化形式的相加,处于一种离散化状态的观察,是基于“点对多”传统出版传播模式的思考。

### 5. 从出版活动主体形态角度的定义

祁庭林(2007年)提出,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<sup>②</sup>。

这里的数字出版定义讲到内容产业链条各主体的分工流转,认为数字出版是一种行为;观察到出版活动包括了两大出版主体,是在一个历史发展基本格局点上的考察。但是数字出版的发展不会停留在传统出版业数字化和数字媒体企业共同存在的这个阶段上,数字出版是提供符合国家利益和导向的文化内容,实现数字化内容的出版传播是数字出版活动的基本特征。

### 6. 从文化生产传播角度的定义

上海世纪出版集团董事长陈昕教授是业内最早提出数字出版

---

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 祁庭林. 传统出版该如何应对数字出版的挑战[J]. 编辑之友, 2007(4): 6-8.

概念的人士。他在2007年考察美国数字出版后提出,数字出版是以数字化技术为支撑,以计算机网络为载体的、全新的文化生产与传播方式,是计算机和网络技术发展h到一定阶段后出现的产物。它具有以下三个特点:①具有记录、储存、呈现、检索、传播、交易数字化的特点;②具有在网络上运营,实现即时互动、在线搜索等功能,具有创造、合作和分享的特性;③能够满足大规模定制这—个性化服务的需要<sup>●</sup>。他的定义跳开传统出版传播的模式,从数据加工、信息处理的特点、网络服务特征、文化生产与传播的角度指出数字出版的基本属性。

随着新闻出版总署组织实施四项重大出版基础工程建设,还有一种提法是“数字复合出版”。田胜立(2007年)指出,数字复合出版的概念既包括传统出版各环节的数字化,并可生成各种传统出版载体形式,也包括“数据库存储、有线或无线网上传播、手持终端读取”这类出版服务方式<sup>●</sup>。这里强调了出版的数字产品和服务性功能,数字出版融合了纸质出版的特点和开辟了数字出版服务的新领域,是对传统出版活动功能的一种拓展。

### 7. 从出版产业链流程再造角度的定义

吕志军(2007年)指出,数字化的出版主要指利用数字出版技术对出版业的各个业务流程进行改造,它包括数字化的创作、数字化的编辑加工、数字化的复制发行、数字化的阅读消费等;而出版的数字化更多地被业界理解为出版管理的信息化,指利用现代信息技术设备和工具对传统出版的管理进行信息化改造,例如包括编务、出版印制、发行、财务等出版环节的管理系统。而传统出版业务流程包括组稿、编辑编务、出版印制、发行储运、发货、结算等环节,它们是按照时间顺序线性运行的<sup>●</sup>。

● 陈昕. 从美国数字出版现状看出版新趋势 [N]. 文汇报, 2008 (1).

● 田胜立. 数字传媒时代对编辑规范和人才的要求 [J]. 编辑之友, 2007 (6): 7-8.

● 吕志军. 数字出版对传统出版业务流程的影响 [J]. 大学出版, 2007 (2).

张立(2008年)提出,数字出版实际上是出版业的流程再造。流程再造以后,出版单位将形成以内容为核心的业务管理模式,是一种全面解决方案(total solution)●。中国出版集团公司总裁聂震宁(2008年)进一步阐释说,数字出版的生产流程包括:内容源→内容创建→内容管理→内容发布→应用集成(技术服务、系统集成商)→多种运营接入(电信、网络服务)→用户。在这个生产流程中,数字出版将给现行的印刷方式、物流方式、销售模式等带来根本性的变革。完整的数字出版产业链应包括以下方面:创作数字化——写作多媒体化;编辑数字化——实现无纸编辑;出版数字化——多元化出版,满足不同需求偏好、不同层次的读者;发行数字化——实现网上发行,实现基于互联网的读者与作者、读者与出版社的双向或者多向交流;标识数字化——把一二次文献同步制作、报道与发行,实现社会性的标准化与规范化;管理数字化——流程管理与内容管理融为一体,不仅使出版全过程可控,改善编辑的工作强度,提升出版质量和效率,而且为随机修改带来无可比拟的灵活性●。这种观点是基于出版业务流程变革带来的出版新业态,形成新的出版生产方式的观察。

数字出版既有狭义的行业特性,又有广义的社会特性。数字出版的运作模式是建立在数字内容管理、数字沟通和数字交易基础之上的,国内外从事数字运营的企业实践也验证了数字出版运作基础的合理性和可行性●。

### 8. 从数字出版管理角度的定义

新闻出版总署科技与数字出版司2009年为制定促进数字出版产业政策,专题讨论从出版管理角度定义数字出版的内涵和外

---

● 张立. 数字内容管理与出版流程再造[J]. 出版参考, 2007(21): 28.

● 聂震宁. 数字出版: 距离成熟还有长路要走[J]. 出版科学, 2009(1): 6, 10, 78.

● 葛存山, 张志林, 黄孝章. 数字出版运作模式研究[J]. 科技与出版, 2008(9).

延。张毅君司长在“吉林首届数字出版论坛”上提出,数字出版是指利用数字技术进行内容生产,并通过网络传播数字内容产品的活动,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形式网络化。基于传播途径的不同,数字出版又可分为网络出版和手机出版等多种类别。目前,已经成型的数字出版物包括电子图书、数字期刊(杂志)、数字报纸、数字音乐、网络动漫、网络游戏、网络原创文学、网络地图、网络教育出版物、数据库出版物、手机出版物(如彩信、彩铃、手机报纸、手机期刊、手机小说、手机游戏)等。这个定义明确了数字出版的本质是采用数字化、网络化的形式进行内容生产与传播,出版产品与服务,整个社会将会迎来全新的出版新时代。

### 1.1.2 数字出版概念认知深化的轨迹

数字出版行业的迅猛发展,归因于市场条件的成熟、技术水平的提高及数字化内容产品的独特优势。数字出版概念的提出至今也不过十几年,业界学界对它的认知也经历了一个由外及里、由浅入深、由介质到形态、由工艺到流程、由技术到产品与服务的认识发展过程。对数字出版相关概念的认知有一个清晰的发展轨迹。

由于数字出版是随着数字技术的迅速发展而出现的。所以数字技术的发展使得媒体和出版概念的内涵和外延都发生了很大的变化。跨媒体的本质是跨越介质形态,进而将内容有效整合按照不同载体进行发布传播。因此,出版企业就是生产“内容”的企业,不是单纯生产某一介质产品,而是跨越介质形态,利用一种资源生产适合于在不同介质上发布的产品,实现整合营销社会效益和经济效益的最大化。

数字出版是数字技术驱动下的出版发展历史新阶段。业界对数字出版的认知,从介质这个表层特点开始,逐步认知到数字出

版对出版业务流程的改变与提升，数字阅读引起数字出版的新业态出现，数字技术驱动的跨媒体特征。内容数字化可以将图形、图像、文本、声音、视频转化为一种通用格式，进而可以把相同的内容发布到不同的媒体上。直至近年来我们又深入认识到，出版的本质是文化内容的生产传播，媒体形式可以新建、改造、融合，带来产业形态的变化和升级。在目前，我们已经感知到，数字出版实质是文化出版的内容，通过数字化、网络化出版方式，提供满足大规模的个性化需求的出版物产品和服务。这大大地延伸和提升了出版的产品形态、产业形态，也预示着在数字融合背景下，数字媒体产业、数字内容产业必然的同一发展。

## 1.2 数字出版的相关概念

数字出版的概念最早可以追溯到 1978 年。当年 4 月，J. A. Urqart 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，将电子出版定义为利用电子手段创建、管理、传播出版物的过程。此后，随着数字技术在出版领域的广泛应用，在出版领域出现了网络出版、互联网出版与在线出版等诸多概念。了解和学习这些概念对我们认识和研究数字出版有很重要的意义。

### 1.2.1 电子出版

电子出版是个广泛的概念，它不仅指利用多媒体技术、计算机技术进行的出版活动，也指利用互联网等新型工具进行的出版活动。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、电等介质上，通过计算机或其他具有类似功能的设备读取使用，并可复制（或下载）发行的大众传播媒体。电子出版既包括图书、期刊、报纸等出版物在生产过程中

的计算机编辑排版,也指采用电子技术手段从事出版物生产制作,并且最终产品也是电子(数字)形式出版物的出版活动,还包括以电子(数字)形式出版和传播信息的其他任何活动,如文本、超文本、可视图文(videotext)、电子邮件、电视、广播等的制作、传递、浏览、阅读、下载、联网打印等。很明显,网络出版也是电子出版的一种方式。

### 1.2.2 网络出版

网络出版是区别于传统纸介质出版,没有物化形态的新的出版方式,即将信息、知识、观念等内容,以数字形式存储在光、磁等存储介质上,并在网络上进行传播的行为,即通过互联网传播数字内容的过程。完整的网络出版流程包括三个阶段:获取原始素材、制作数字内容和传播数字内容,并通过有偿提供数字内容的复制品来获取收益。

网络出版的定义有狭义和广义之分。狭义的网络出版定义是指具有合法出版资格的出版机构,以国际互联网为载体和流通渠道出版并销售数字出版物的行为。网络出版物就是网络出版的直接产品和最终表现形式,包括印刷版图书的电子版、纯网络出版的电子图书(没有相应印刷版的出版物)、个性化的按需印刷定制的网络出版物及通过E-mail发给网络图书订阅户的图书资源电子文件等。由于限定了出版者必须是具有“合法出版资格”的“出版机构”,并且要求有“销售数字出版物”的行为,所以这个定义受传统出版概念的影响比较深,可以说是传统出版概念在网络时代的一种延伸。

而广义的网络出版定义则不同:“利用互联网创建、管理和传递(或访问)数字内容,并为组织或个人创造价值的过程和技术”,这一概念在2000年初由Adobe公司倡导,同时也获得一些IT企业的协助推广,现如今接受的人更多一些。首先,它将