

• 数字出版系列丛书 •

SHUZI CHUBAN  
CHANYE  
LILUN YU SHIJIAN

# 数字出版产业 理论与实践

张新华◎著



知识产权出版社

全国百佳图书出版单位

本书受北京市社科规划重点项目“北京地区数字出版”  
(13JDZHA003) 和北京市教委人文社会科学面上项目“我国数字出版产业发展路径研究”  
(SM201210015003) 资助

# 数字出版产业理论与实践

张新华 著



知识产权出版社

全国百佳图书出版单位

## 内容提要

本书从产业经济学、信息经济学等角度探讨数字出版的产业特征、经营模式,从全球、国家、地区和企业等不同维度透视出版业的数字化转型以及数字出版产业发展的路径、特点、经验等,建设性地提出我国数字出版产业发展的定位、原则、目标和方法。本书主要面向数字出版从业者、教育者和学生,对于数字出版产业的研究、学习和实践都有一定的借鉴意义。

责任编辑:于晓菲

责任出版:刘译文

## 图书在版编目(CIP)数据

数字出版产业理论与实践/张新华著. —北京:知识产权出版社, 2013. 9

ISBN 978-7-5130-2295-8

I. ①数… II. ①张… 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(2013)第227336号

## 数字出版产业理论与实践

SHUZI CHUBAN CHANYE LILUN YU SHIJIAN

张新华 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.cn>

发行电话: 010-82000860 转 8104/8102

责编电话: 010-82000860 转 8363

印刷: 知识产权出版社电子印制中心

开本: 720mm×960mm 1/16

版次: 2014年1月第1版

字数: 208千字

邮 编: 100088

邮 箱: [rqyuxiaofei@163.com](mailto:rqyuxiaofei@163.com)

传 真: 010-82005070/82000893

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

经 销: 新华书店及相关销售网点

印 张: 13.75

印 次: 2014年1月第1次印刷

定 价: 45.00元

ISBN 978-7-5130-2295-8

出版权专有 侵权必究

如有印装质量问题, 本社负责调换。

# 序

信息革命方兴未艾，现代数字技术扩展了出版的范围和边界，为出版提供了广阔的空间和发展平台。出版原本是传媒产业、文化产业的一部分，但现在这个空前复杂的跨媒体环境中，它与广播、电视、通信、网络、图书馆等原本清晰的界限被打破，出现这样一种趋势，即“大出版时代”和“内容产业时代”的加速到来。各类媒体的互动、融合是当今文化传媒产业发展的大势，新闻出版业必须主动适应文化时代的新趋势，建立起“大出版”的概念，实现强势媒介资源在各种媒体间的共享，使图书与网络齐飞，平面同立体一色。在此基础上，要重点构建集图书、报刊、广播、影视、网络、信息咨询于一体的跨媒体集团，整合优势资源，团队作战，只有这样，方能在国际竞争赢得一席之地，也才能真正实现支柱产业的地位。

数字出版是出版业在数字化大潮中真正立足的根基。出版业与其他第一二产业相比，无疑是蒸蒸日上的朝阳产业，而且是永恒的朝阳产业，将比国家、军队、法庭的历史还要长远，那种认为随着互联网和数字技术的兴起，出版终结和出版崩溃的论调是没有根据的。作为一种新业态，数字出版正以强大的力量消解着媒介之间、社群之间、产业之间、信息发送者和接收者之间的边界。它以自己的独特优势，不断延长出版的产业线，实现内容资源的最大化。这些都会加快“内容产业时代”的加速到来，未来必将是复合出版大行其道的世界。随着高新技术的发展和知识经济的到来，出版媒体形态将更加丰富多彩，这对出版产业的转型和发展、研究和实践都提出了新的要求。

在逐渐兴起的数字出版研究领域中，北京印刷学院是一方重镇，近年来涌现了一批优秀的中青年学者，在数字出版的产业发展、企业创新、版权保护、

制度转型等方面取得了丰硕成果。张新华博士是这个学术群体中的一员，他在1999年获得硕士学位后到北京印刷学院从事编辑出版学专业教学。科研上，他把精力集中在期刊传播、出版产业、出版制度等学术领域。2003年，他投身中国传媒大学胡正荣教授门下，攻读传播学博士学位，完成博士论文“转型期中国出版业制度分析”。后来，鉴于信息技术对出版业数字化转型的巨大影响，他适时调整了教学和科研方向，转向数字出版领域，先后承担、完成了“北京报业数字化”、“我国数字出版产业发展路径”、“数字出版商业模式创新”等前沿性研究课题。2011年4月，他进入北京大学新闻与传播学院和湖南出版投资控股集团合建的新闻传播学博士后工作站，成为该站的首位博士后研究人员，开展“我国数字出版价值网的构建和优化”课题研究。

《数字出版产业理论与实践》是张新华过去几年数字出版领域研究的代表性成果。它分上中下三篇，其中上篇是数字出版产业理论探讨，厘清了数字出版和数字出版产业的内涵和外延，对数字出版产业的生命周期、产业特征及产业经营模式等问题进行分析；中篇和下篇则分别对国外和国内数字出版产业发展实践的研究，考察了数字化转型背景下全球出版业格局、北美地区出版移动化发展趋势及典型性出版集团的数字出版业务等；分析了我国数字出版产业的历史、现状和发展战略，提出了我国数字出版产业的发展路径。

这部著作的一个显著特点是分析透彻，观点新颖。它主要体现在理论探索部分，作者利用产业经济学、信息经济学等理论方法对新兴的数字出版产业提出了一系列颇有新意的观点。比如对“数字出版”这一众说纷纭的概念，他从知识传播的角度界定其为“采用数字技术手段为满足用户需求而开展的知识获取、知识加工和知识服务的传播活动”，并从“数字化生产手段”、“便捷化知识服务”、“多媒体化的内容呈现”、“专门化的传播活动”等四个方面对其内涵进行分析，抓住了数字出版区别于传统出版和其他传媒活动的本质。再如，关于数字出版产业经营，作者在总结产业界常用的内容模式、营销模式和收入模式的基础上，又着力提出并论证了“构建数字出版物知识网络”、“构建以出版社为中心的价值网，实现客户价值最大化”等观点，这些观点有理有据，值得产业界借鉴。

这部著作的另一个显著特点是全球视野与本土意识相结合。这主要体现在中、下两篇。从结构的安排看，作者所关注的核心问题是我国数字出版产业的发展路径和发展模式。在该问题的指引下，作者以上篇的理论观点为基础，分别对国外和国内两个维度的产业实践展开比较深入地分析。中篇他放眼世界，通过对近年来主要国家出版业相关数据的综合对比，得出以中国为代表的新兴经济体国家的迅速发展已动摇了西方发达国家主导全球出版业格局的深刻洞见；同时，又通过对北美地区出版产业及阅读市场的移动化趋势考察，预测我国数字出版产业的发展方向。可见，作者努力在全球出版产业数字化转型背景下确定中国出版产业的发展坐标。下篇他紧密关注本土，总结我国数字出版产业发展的历程、现状和问题，深入调查以北京地区所代表的我国报业网站建设和经营状况，为我国数字出版产业发展路径提供建议，如优化产业环境和产业组织、加快传统产业转型、促进产业融合、推动国际化发展等。

我和张新华相识既久，十年前就在教学、科研交流中有所交往。2011年在他进入博士后工作站后，我是他的导师，除了参加他博士后课题研究的开题、中期检查等规定环节外，还在本科和研究生课堂、学术沙龙、学术会议、外出考察等场合，就数字出版、文化软实力、全民阅读等问题与他进行过多次深入地交谈。这部著作中的不少观点已经在他平时的言谈中论及，有的已经形成学术论文发表，现在汇集成书就显得更加系统和深刻，从中可见他独立思考和刻苦钻研的学术精神，也使我们能够较完整地了解他对数字出版的理解和认识。

当然，《数字出版产业理论与实践》仅是张新华数字出版产业研究的一个阶段性成果，在欣喜于它问世的同时，我更期待他取得更多的成果，为促进我国数字出版产业发展做出更大贡献。

是为序。

肖东发

2013年9月5日于北大未名湖畔

# 目 录

## 上篇 数字出版产业理论

|                          |    |
|--------------------------|----|
| 第一章 数字出版产业的内涵和特征 .....   | 3  |
| 第一节 数字出版和数字出版产业的界定 ..... | 3  |
| 第二节 数字出版产业的生命周期 .....    | 7  |
| 第三节 数字出版产业的经济特征 .....    | 11 |
| 第二章 数字出版产业经营 .....       | 18 |
| 第一节 数字出版产业经营模式 .....     | 18 |
| 第二节 构建知识网络 .....         | 30 |
| 第三节 实现客户价值 .....         | 38 |

## 中篇 国外数字出版产业实践

|                             |    |
|-----------------------------|----|
| 第三章 转型中的全球出版业概况 .....       | 49 |
| 第一节 2005~2009 年发展状况 .....   | 49 |
| 第二节 2010~2011 年主要发展趋势 ..... | 54 |
| 第三节 主要出版集团经营状况 .....        | 56 |
| 第四章 北美地区数字出版业的移动化发展 .....   | 68 |
| 第一节 北美地区数字出版移动化发展概况 .....   | 68 |
| 第二节 美国电子书消费现状透视 .....       | 80 |
| 第五章 数字化转型的成功企业 .....        | 92 |
| 第一节 兰登书屋的数字化转型 .....        | 92 |
| 第二节 爱思唯尔的数字化转型 .....        | 99 |

## 下篇 国内数字出版产业发展实践

|                                  |     |
|----------------------------------|-----|
| 第六章 中国数字出版产业发展现状和问题 .....        | 111 |
| 第一节 中国数字出版产业发展现状 .....           | 111 |
| 第二节 中国数字出版产业发展的主要问题 .....        | 120 |
| 第七章 我国数字出版产业发展的目标、原则和路径 .....    | 124 |
| 第一节 产业发展定位 .....                 | 124 |
| 第二节 产业发展目标和原则 .....              | 130 |
| 第三节 产业发展路径 .....                 | 135 |
| 第八章 我国报业网站发展现状及对策——以北京地区为例 ..... | 145 |
| 第一节 北京报纸的网络化生存 .....             | 145 |
| 第二节 调查报告：北京地区报纸网站建设现状 .....      | 150 |
| 第三节 北京地区报纸网站发展案例分析 .....         | 163 |
| 第四节 报纸网站发展困境、趋势和策略 .....         | 175 |
| 附录 电子书包：政策推动下的产业新浪潮 .....        | 194 |
| 参考文献 .....                       | 200 |
| 后 记 .....                        | 205 |



# 上 篇

数字出版产业理论



# 第一章 数字出版产业的内涵和特征

20 世纪中期以来,在信息技术的推动下,建立在印刷技术基础上的传统出版产业迅速向数字化方向演化,改写着出版产业的内涵和边界。如今,全球范围内新兴的数字出版业态已基本形成,并成为传媒产业发展的一支重要力量。分析数字出版的内涵和特征,把握数字出版产业的基本规律,有助于推进数字出版产业的科学发展。

## 第一节 数字出版和数字出版产业的界定

### 一、数字出版的界定

#### 1. 数字出版的概念

数字出版的起源最早可以追溯到 1951 年美国麻省理工学院的 P. R. Bagley 对利用计算机检索代码做文摘进行的可行性研究。这一研究导致了所谓电子出版物雏形的诞生,如 1959 年美国匹兹堡大学卫生法律中心建立的全文法律信息检索系统,1961 年美国化学文摘服务社用计算机编制的《化学题录》等。伴随着计算机技术和互联网技术的不同发展阶段及其出版领域的应用,这种迥异于印刷技术基础上的出版活动先后被称为“电子出版”、“桌面出版”、“网络出版”等;直到进入 21 世纪,“数字出版”才取代以前的概念逐渐成为一种主流的叫法。在国内自 2005 年中国首届数字出版博览会召开起便开始使用“数字出版”,此后,“数字出版”成为行业、学界和政府普遍认同的一个概念。但是,目前国内对这一概念的界定众说纷纭,不同的学者从不同角度进行



定义,其中代表性的就有四种类型:从存储介质、载体界定,从业务流程特点界定、从内容管理角度界定、从媒体应用角度界定<sup>①</sup>。我们认为,数字出版从本质上看和传统出版没有区别,都是为满足个人和社会知识和文化需要的信息传播活动;但与传统出版显著不同的是出版活动所借助的计算机和网络通信技术手段,以及由它引发的知识生产、知识组织、知识传播和知识消费等方式上的变化。

从研究出版企业经营层面的实际出发,我们对数字出版的界定为:采用数字技术手段为满足用户需求而开展的知识获取、知识加工和知识服务的传播活动。

## 2. 数字出版的内涵

传统出版产品是以“印刷文字”为中心,以满足人眼器官扫描文字为主要特征。波兹曼在其经典之作《娱乐至死》中写道:“每种技术都有自己的议程,都是等待被揭示的一种隐喻。印刷术就有明确的倾向,即要被用作语言媒介。从15世纪诞生之初起,印刷术就被看作是展示和广泛传播书面文字的理想工具,之后它的用途就没有偏离过这个方向”。<sup>②</sup>在纸张上印刷文字形成的图书,在内容和形式上是线性的、固定的、孤立的,而且一旦形成,不可修改。而数字技术以及与其相伴相生的多媒体表现手段,则是以满足人的大脑思维为主要特征;在内容和形式上都表现为跳跃的、非线性、关联性、可组合,而且产品形成之后还可以修改。陈昕总结了数字出版三个方面的特点:一是具有数字记录、储存、呈现、检索、传播、交易的特点;二是具有在网络上运营,能够实现即时互动,具有在线检索等功能,具有创造、合作、分享的特点;三是能够满足大规模定制个性化服务的需要<sup>③</sup>。

结合前人研究成果,根据数字出版实际,我们认为数字出版活动具有以下四个基本特征。

(1) 数字化的生产手段。数字出版活动建立在现代计算机和网络通信技术基础上,从知识的获取、加工、推广、服务到传播的媒介、渠道等,都采用数字技术。而在组织化、规模化的数字内容的生产过程中更需要依赖数字技

① 陈丹. 数字出版产业创新模式研究 [M]. 北京: 科学技术文献出版社. 2012: 33-35.

② [美] 尼尔·波兹曼. 娱乐至死 [M]. 桂林: 广西师范大学出版社. 2004: 111.

③ 陈昕. 美国数字出版考察报告 [M]. 上海: 上海人民出版社. 2008: 4.

术,包括基于自然语言的内容信息标引和识别技术、知识搜索引擎技术、数据挖掘技术、数据库技术,以及开放的数字内容编辑平台、数字内容前置审查平台和可再生数字资源多次开发平台等技术。这是数字出版区别于传统出版的物质和技术基础。

(2) 便捷化的知识服务。在数字环境下,出版活动的终端服务对象由过去的单一媒介的读者转变为多渠道、跨媒体、交互式的用户,数字出版的核心价值在于为用户提供便捷的个性化的知识服务。在网络环境下,数字出版经营者需要跨越所有内容、渠道、媒体、阅读终端等有形和无形的界限为用户提供随时随地的信息和知识服务,并能够实现服务的定制化、互动性和阅读的社会化等功能。这是数字出版活动与其他信息传播活动服务方式上的区别。

(3) 多媒体化的内容呈现。数字出版的内容不再以单一的线性文字信息为主,具有高度融合、高度开放和非线性特征,借助于数字媒体设备,集文字、声音、图片、影像、动画、三维空间、虚拟视觉等各种媒体手段于一体,可调动用户的眼、耳、口、手等多种感官,实现了内容的多媒体化传播和呈现。这是数字出版活动与传统出版活动在内容形态上的区别。

(4) 专门化的传播活动。在数字环境下,人人都可以成为出版者,但只有以满足特定目标用户需求进而获得自身价值的组织才会把出版作为一种连续性活动来经营。和传统出版一样,数字出版活动的主体主要由各种出版企业构成,它们专门从事知识的获取、加工和传播的活动。这是产业化的数字出版活动和作为个人化的数字出版活动之间的区别。

## 二、数字出版产业的内涵和外延

### 1. 数字出版产业的内涵

产业是指生产同类产品,并具有密切替代关系的厂商在统一市场的集合。据此可对数字出版产业简单界定为:提供数字出版产品和服务的企业的集合。

从产业链的角度看,构成数字出版产业的企业主要可分为四类。

一是数字出版商。主要从事数字内容的生产、加工和传播。它大致包括三类。(1) 开展数字出版业务的传统书、报、刊出版社,如施普林格、中国高



等教育出版社、爱思唯尔等。(2) 从事数字内容集成加工和传播的公司, 如谷歌、中国知网等。(3) 从事网络原创资源开发和传播的公司, 如盛大文学。

二是数字发行商。专门开展数字出版内容的推广、发行, 如亚马逊、龙源期刊网。

三是数字阅读运营商。主要通过特定渠道或设备控制终端消费者进而开展活动, 如中国移动阅读基地、汉王科技等。

四是数字出版服务商。专门为机构或个人的数字出版业务提供技术支持或服务, 如北大方正、BioMed Central 等。当然, 这并不是严格科学的划分, 实际上期中的大部分公司在数字出版产业中同时充当多种角色。

## 2. 数字出版产业的细分

从数字出版产品和服务的形态看, 目前我国数字出版产业主要包括九个部分, 分别是: 电子书、数字报纸、互联网期刊、博客、在线音乐、手机出版、网络游戏、网络动漫、互联网广告<sup>①</sup>。其中, 网络游戏、网络动漫、互联网广告是否应该划入数字出版产业的范畴内, 专家们仍争论不已, 但在我国的政府统计口径中, 它无疑是数字出版产业的重要组成部分之一。随着技术发展和社会需求的变化, 数字出版物的形态不断丰富, 数字出版产业的边界会不断扩大, 内涵也会更加丰富。

从社会功能看, 数字出版产业与传统出版业相似, 可以划分为学术出版、教育出版和大众出版三大部门, 分别满足科学研究与知识积累、文化教育、娱乐休闲方面的社会需求。

## 3. 产业融合与数字出版边界的变化

在数字技术兴起之前, 建立在模拟技术基础上的出版产业与广播电视、通信等产业之间泾渭分明, 而数字技术和互联网的兴起从根本上推动了这三个产业的融合, 并且随着技术的发展, 产业融合的程度不断加深。数字出版产业就是这种融合的产物, 它成为三个甚至更多产业发展的交叉且逐渐延展的地带。

---

<sup>①</sup> 该分法参考了《2011—2012 中国数字出版产业年度报告》一书。该书由郝振省主编, 中国书籍出版社 2012 年版。

反过来,不断扩大的数字出版产业不仅拓展了出版的产业边界,还由于其继承了广电、通信等产业的基因而改变、丰富了传统出版产业的产品、功能和市场。其中受影响最大的可能是数字出版业中的大众出版部门,它与影视等娱乐产业之间的重合区将越来越大。

目前,我国政府正在推进电信、电视、计算机三网融合,努力实现三者之间的互联互通、资源共享,也为数字出版产业的发展带来巨大动力。有业内人士认为三网交融对数字出版业有五大好处:(1)信息服务将由单一业务转向文字、语音、数据、图像、视频等多媒体综合业务;(2)极大地减少基础建设投入,并简化网络管理,降低维护成本;(3)将使网络从各自独立的专业网络向综合性网络转变,网络性能得以提升,资源利用水平进一步提高;(4)通过网络的整合,衍生出更加丰富的增值业务类型,如图文电视、视频邮件和网络游戏等,极大地拓展业务提供的范围;(5)打破了电信运营商和广电运营商在视频传输领域长期的恶性竞争状态,看电视、上网、打电话资费可能打包下调<sup>❶</sup>。可见,数字出版产业的边界及运营方式将在三网融合的背景下发生新的变化。

## 第二节 数字出版产业的生命周期

### 一、产业发展的生命周期理论

和其他任何事物一样,每一个产业都有一个产生、发展和衰退的过程,即具有自己的生命周期。对于单个产业的产生、成长和进化过程,可以用产业发展的生命周期理论来描述。产业生命周期理论是在产品生命周期理论基础上发展而来的,假如某一产业是以具有代表性的产品为基础,就可以借用产品生命周期的阶段划分方法,将一个产业的生命周期业划分为四个阶段,即形成期、成长期、成熟期与衰退期。

---

❶ 赵婷,廖小珊.三网融合将为出版业带来什么 [N].中国新闻出版报.2010-8-26.



划分产业生命周期的不同阶段，主要是按照该产业在整个经济系统中所占比重的大小及其增长速度的变化而进行的。在形成阶段，产业的发展有快有慢，但该时期在整个产业中所占比重还很小。当某产业的产出在整个产业系统中的比重迅速增加，且该产业在促使产业结构变动中的作用也日益扩大时，就可认为其进入了成长期。处于成长期阶段的产业的一个主要特征是该产业的发展速度大大超过了整个产业的平均速度，技术进步迅猛，市场需求容量也迅速扩张。当某产业经过成长期的迅速增长后，由于一方面其市场容量已渐趋饱和与稳定；另一方面，该产业对产业结构变动所起的作用也基本上得到了发挥；它的发展速度放缓，这就标志着该产业进入了成熟期，这时期与其他阶段相比该产业在整个产业中所占的比重最大。当技术进步向市场上推出了在经济上可替代此产业的新产业时，该产业占整个产业的比重就会下降，发展速度开始变为负数，表明该产业进入衰退期。

产业生命具有明显的“衰而不亡”的特征。一个产业进入衰退期，意味着该产业在整个产业系统中的比重将不断下降。但世界各国产业结构演进的历史表明，进入衰退期的产业占整个产业的比重不会下降为零。主要原因是，随着新兴产业的不断形成和发展，原有产业的比重必然会下降，但对该产业产品的市场需求不会完全消失。产业生命周期往往会产生突变，进入下一个发展周期。有的产业虽然已经进入了衰退期，但由于技术进步或市场需求变化等原因，往往会重新焕发“青春”，再次显示出成长期甚至成熟期的一些特征。因此有的经济学家认为，只有“夕阳技术”，没有“夕阳产业”。

## 二、传媒产业的生命周期

传媒产业也遵循生命周期规律。在产业发展的不同阶段，传媒产品的销售额、单位顾客成本、产品利润、消费者类型以及竞争者的数量都不同。一般而言，其变化规律如表 1-1 所示<sup>①</sup>。

目前，各种传媒产品处于不同生命周期的发展阶段。据媒介经济学家罗伯

---

① 罗伯特·皮卡特. 传媒管理学导论 [M]. 北京: 人民邮电出版社. 2006: 21.

特·皮卡特分析,在发达国家,一般主要的传统传媒产品都处于成熟阶段,由于受众和广告商越来越习惯于使用和更新的信息技术和传播技术,传统的印刷媒体(书籍、报纸和杂志)处于成熟的后期阶段。我国传媒产业起步较晚,但发展很快,传统传媒产业包括出版业的发展阶段与发达国家相似,也已进入成熟期,甚至在传统的纸质媒体(如书报刊)领域,已经出现衰退的迹象。

表 1-1 传媒产品在不同的产业生命周期中的表现

| 阶段     | 形成  | 成长    | 成熟  | 衰退  |
|--------|-----|-------|-----|-----|
| 销售额    | 低   | 快速增长  | 最高值 | 下降  |
| 单位顾客成本 | 高   | 中     | 低   | 低   |
| 利润     | 亏损  | 增长    | 高   | 下降  |
| 顾客     | 创新者 | 早期接受者 | 大多数 | 落伍者 |
| 竞争者    | 少数  | 增长    | 稳定  | 削弱  |

### 三、数字出版产业的生命阶段

#### 1. 我国数字出版产业已进入成长期

随着全球信息化进程的推进以及信息技术向各个领域延伸,数字出版产业的发展势头强劲,并日益成为我国出版产业变革的“前沿阵地”。从时间上看,中国数字出版的发展历史并不久远,但作为新生事物其发展速度却让人始料未及。据统计,我国 2006 年数字出版产业总收入为 213 亿元,到 2012 年达 1935.5 亿元,年均增长率在 45% 以上,详见表 1-2。

表 1-2 2006~2012 年我国数字出版产业总收入 单位:亿元,%

| 年度           | 2006 | 2007   | 2008   | 2009  | 2010    | 2011    | 2012    |
|--------------|------|--------|--------|-------|---------|---------|---------|
| 总收入          | 213  | 362.42 | 556.56 | 799.4 | 1061.79 | 1377.88 | 1935.49 |
| 比上年增长<br>增长率 | -    | 70.15  | 53.58  | 43.63 | 32.82   | 29.77   | 40.47   |

资料来源:2012~2013 中国数字出版产业年度报告。