



推进传统出版业与新兴媒体融合发展的路径选择

阳 琴¹, 陈国生^{1,2}, 陈晓亮²

(1. 湖南工学院 经济与管理学院, 湖南 衡阳 421002;

2. 中南林业科技大学 商学院, 湖南 长沙 410004)

摘要:整合媒体资源,推进传统出版业和新兴媒体一体化发展是大势所趋。在经济新常态背景下,推进传统出版业与新兴媒体的融合发展,一要强化互联网思维,实现平台、内容、经营、渠道、管理“五位一体”融合发展;二要借助第三方的力量,建立综合性经营平台;三要大力培育自身品牌,增强出版企业核心竞争力;四要把握程序化时代脉搏,开启高效传播渠道;六要结盟手机媒体,注重读者的用户化,创新经营读者之道。

关键词:经济新常态;传统出版;新兴媒体;媒介融合

中图分类号: F276.6

文献标识码: A

文章编号: 1671-931X (2015) 03-0058-05

传统出版业与新兴媒体融合在业界被称为媒介融合,已经成为学术研究的关键热点之一。最早提出媒介融合的概念是1983年美国马萨诸塞州理工大学伊契尔·索勒·普尔在其《自由的科技》一书中认为,数码科技的迅猛发展直接导致了传播形态迅速聚合。^[1]随着媒介融合进程的演进,对传统出版业与新兴媒体融合的认识也在不断变化和深化,从初期融合的起源、优势探索,逐步转入对驱动因素和发展趋势的预测上。2014年8月18日中央全面深化改革领导小组第四次会议上审议通过了《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》,对新形势下如何推动媒体融合发展提出了明确要求,^[2]做出了

具体部署,各主要新闻媒体加快了推进媒体融合的步伐。江西出版集团全力推动传统媒体和新兴媒体优势互补、一体发展,将融合发展中的新兴产业发展成为占据业态格局的“半壁江山”,在“一体两翼、互动发展,一业为主、多元支撑”发展战略的指引下,2014年江西出版集团营业收入、净利润、总资产和净资产等四大经济指标全面超额完成年度发展目标。集团连续六届入选中国“文化企业30强”;中文传媒市值2014年度盘中最高突破200亿元,纳入“上证180指数成份股”,连续三届入选“财富中国500强”。^[3]同样,湖南传统出版业与新兴媒体融合发展在区域媒介融合方面也具有有着典型的代表意

收稿日期:2015-03-23

基金项目:湖南省社会科学院招标课题“湖南传统出版业与新兴媒体融合发展研究”(项目编号:2014WHCYD2);衡阳市社会科学基金市情课题“衡阳传统出版业与新兴媒体协同共生模式构建与优化研究传统”(项目编号:2014B(II)026)。

作者简介:阳琴(1990-),女,湖南常宁人,中南林业科技大学商学院林业生态经济与管理专业硕士生,研究方向:区域经济管理;陈国生(1965-),男,湖南常宁人,博士,湖南工学院旅游规划与设计研究所所长,二级教授,中南林业科技大学商学院硕士生导师,研究方向:区域经济与旅游管理;陈晓亮(1983-),男,湖南常宁人,硕士,湖南工学院旅游规划与设计研究所讲师,研究方向:区域经济与旅游管理。

义。随着湖南文化产业市场主体发展与壮大,其产业竞争力日趋明显,整个文化产业呈现出欣欣向荣的局面。尤其是特色分明的“出版湘军”更成为湖南文化产业中的一支生力军。在面对积极发展的态势的同时,我们也注意到传统出版业也面临着如何与新兴媒体一体化发展的问题。通过研究传统出版业的媒介融合历程也可以为我国传统出版业与新兴媒体融合一体化发展的路径选择提供借鉴意义。

一、传统出版业与新兴媒体融合发展研究的研究综述

国外学者各个从不同的角度和语境去观照“媒介融合”,形成了多元化的研究视角。本文研究采用广义的媒介融合的概念,包括两层含义,一是媒介相互交融的状态;二是媒介交融的过程。总体来说,媒介融合分为技术融合、经济融合、政治融合、社会与文化融合几个认识维度。随着数码技术以及电子科技的发展和,传媒业不断拓展新的业务领域,西方学者对于媒介融合的讨论和实践从媒介技术融合,向媒介的内容生产、组织转型和文化融合等多个层面展开。^[4]

目前国内关于媒介融合的研究主要体现在媒介管理学和媒介文化这两方面的著作,而专门研究媒介融合的著作还没有出现,其代表性著作仅有中国人民大学王菲教授于2007年创作的《媒介大融合》一书。^[5]浙江大学传播学博士研究生徐沁的《泛媒体时代的生存法则——论媒介融合》。这篇论文指出媒介融合在国外在不同程度上受到了从业者和消费者的抵制。而这些问题也客观的为我国传统出版业正在进行的媒介融合提供了借鉴。近年来关于媒介融合的研究成果几乎呈几何数量逐年递增,特别是广电集团、出版集团的媒体融合开创了新天地。而从现有的文献看来,媒体融合的主要研究集中于报纸媒介与电视媒介和网络媒介这三种媒介融合。^[6]广电集团的媒介融合是现在学界的一个热点。原因一部分是因为现有的媒介准入的机制,导致电视媒介对报纸和网络以及相关媒介的融合比较得到政策以及相关准入机制的准许。^[7]

从国内外区域媒介融合研究现有文献来看,有三个特征:一是媒介融合的研究已经成为媒介研究的学术热点,而研究的升温 and 媒介融合的发展状况密不可分。二是从国内外研究的差异来看,国外关于媒介融合的研究基本是以定量研究为主,以数据和访谈为支撑。而国内关于这方面的研究大多与定性研究为主,以观点陈述和总结为主,三是国内外的研究各有所长,而国内针对某一具体地域的传统出版业与新兴媒体融合研究,这一领域尚属少有人问津之处。^[8]

二、传统出版业与新兴媒体融合的现状分析

(一)传统出版业与新兴媒体融合初步形成

为促进数字出版产业发展,根据不同类别的企业特点和发展需要,各省市积极组织申报数字出版资质。截至2012年5月,湖南有湖南红网新闻网络传播有限公司、华声在线股份有限公司、拓维信息系统有限公司、湖南蓝海技术科技有限公司等22家单位获得了互联网出版许可证。湖南省青苹果数据中心有限公司和湖南纽曼网络科技有限公司分别获得了电子书复制、发行许可证。从事数字出版业务既有传统出版单位,又有新兴数字出版企业;既有出版集团,又有中小出版社;众多通讯、IT企业进入数字出版业。数字出版产品涵盖了电子书、数字报纸、数字期刊、网络原创文学、网络动漫、网络游戏、数据库出版物和手机出版物等数字出版主要产品门类。湖南的数字出版企业覆盖了数字出版产业链条中的各个环节,初步形成了数字出版产业链。从上游的内容提供商,中游的技术提供商、渠道运营商和平台运营商,到下游的终端设备制造商,湖南都有在行业内具有重要影响的代表性企业。其中,中南出版传媒集团推出了“湖南省建国以来图书出版数字资源库”,已整合优质图书资源近两万种,湖南省青苹果数据中心有限公司推出了“华文报刊文献数据库”和“中国少数民族文献数据库”,该公司是我国最主要的报刊文献数据库提供商和服务商;天闻数媒科技(北京)有限公司推出了“数字资源全屏营销传播平台”,将打通运营商、手机等移动终端、互联网、数字电视、CMMB等各类数字资源营销通道,平台建成后该公司将顺利完成从传统内容提供商向内容提供商和渠道运营商的转型;体坛传媒集团完成了“中国体育数据库”;中南大学出版社完成了“中国有色金属数据库”,内容资源整合不断加快。湖南纽曼数码科技有限公司是我国最重要的电子阅读器生产商之一,该公司的电子阅读器共有70多种系列产品,2010年产值达到18亿元,2011年电子阅读器市场占有率达到14.2%,在同类产品中排名第二,2012年电子书销售产值将超过23亿元。

(二)传统出版数字化转型初见成效

经过长期发展,我国传统出版业积累了宝贵的内容资源、版权资源、人才资源和作者资源。多年来,各省市新闻出版局坚持把推动传统出版业的数字化转型作为发展数字出版产业的重要举措。湖南的中南出版传媒集团全面布局数字出版,以复合出版为基本形态,构建开放的全媒体数字内容产业链,打造世界知名的华文全媒介内容运营商、信息服务和传播解决方案提供商。该公司投入2000多万元在集团系统内建设ERP系统,实现了管理流程的数字化。

旗下天闻数媒科技(北京)有限公司拓展了互联网、电信运营、硬件终端等九类数字内容营销渠道。电子书包技术示范工程、中国联通阅读平台、数字资源全屏营销传播平台、中南海外数字阅读平台等数字出版重大项目进展顺利。中南大学出版全面推进数字化转型取得明显成效。中国有色金属在线已于2010年8月开通,是我国有色行业的垂直门户网站。该网站开展数字化来料加工,建立了中国有色金属知识库,达5亿汉字、37万张图片;开展图书网络出版,纸质版和网络版同时发行,还开发了电子书用户卡;开展有色金属电子书服务,KK用户达21万;与方正番薯网、方正Apabi、中国知网、中国移动阅读基地等单位合作开展电子书出版,年赢利数十万元;开展在线投稿,日均流量达3.8万人次;目前该社实现了在线投稿、编辑、管理、网络发行等全媒体出版。

(三)数字出版平台建设取得阶段性成果

数字出版平台是传统出版业与新兴媒体融合发展的重要渠道。近年来,各省市新闻出版局坚持推动数字出版平台建设,取得了阶段性成果。天闻数媒科技(北京)有限公司推出了中国联通阅读平台,已覆盖湖南1000万用户。该公司还与华为公司合作推出了数字资源营销传播运营平台、海外阅读平台,为国内外内容商提供覆盖全球的数字内容发布渠道,为全球用户提供优质的数字内容全屏服务,现已签约24个国家。拓维信息系统股份有限公司推出了手机动漫游戏技术中心平台,是全国最大的手机动漫游戏出版渠道运营商,2011年实现利润5000多万元。湖南省青苹果数据中心有限公司推出了“华文报刊文献数据库”阅读及服务平台,为全世界200多家图书馆和研究机构提供服务,年利润超过1400万元。

(四)一批数字出版重大项目顺利推进

湖南省新闻出版局把扶持数字出版重大项目作为推动数字出版产业发展的重要抓手。目前,中南国家数字出版基地、华文报刊文献数据库、电子书包技术示范工程、中国联通阅读基地、QQ体坛、艺术步行街全媒体平台等55项数字出版重大项目均顺利推进。湖南省青苹果数据中心有限公司推出了“华文报刊文献数据库”,规划建立拥有4000亿汉字和4亿篇文章的海量报刊文献数据库。目前,该公司的年生产能力达300亿汉字,已完成《人民日报》、《光明日报》、《申报》、《解放军报》、《新华日报》等报刊的数字化制作。青苹果将通过互联网向外界发行数据库产品,成为中国乃至世界中文报刊文献数据的互联网发布中心和服务中心。湖南省快乐阳光互动娱乐传媒有限公司芒果游戏平台推出了大型网络游戏、休闲游戏、网页游戏和手机游戏四大系列产品。其中,大型网络游戏推出了《快乐无双》和《还珠online》等;休闲游戏推出了《网球宝贝》、《梦幻Online》、《疯狂弹头》等;网页游戏已有9款上线运营,到年底将上

线20款;手机游戏已上线300多款。2011年实现利润1000万元,2012年将实现利润2000万元。

2013年新闻出版产业主要经济指标平稳增长,产业规模继续扩大。全国出版、印刷和发行服务实现营业收入18246.4亿元,较2012年增加1611.1亿元,增长9.7%;利润总额1440.2亿元,较2012年增加122.8亿元,增长9.3%,成为带动整个新闻出版业发展的强劲引擎和重要的经济增长点^[8],数字出版产业发展进入快车道,一批数字出版重大项目顺利推进,传统出版业与新兴媒体融合初步形成。但也存在以下主要问题:一是传统出版业与新兴媒体融合发展的市场竞争秩序有待规范。主要是通信运营商自身经营手机阅读业务,对市场形成垄断。这种情况不利于行业的有序竞争。加之一些不具备互联网出版资质的企业经营手机阅读,在一定程度上造成市场无序。二是传统出版业与新兴媒体融合发展的技术标准有待统一。在编辑出版流程的数字化升级改造过程中,由于市场上提供的各种技术系统标准不一,与互联网顺利接轨存在技术困难,这是传统出版业数字化改造过程中最根本的障碍之一。三是传统出版业与新兴媒体融合发展的优惠政策有待完善。如湖南至今尚未出台有关加快湖南省数字出版产业发展的特殊政策,包括中南数字出版基地建设在内的数字出版产业发展并未能得到特殊政策的引导和扶持,因而缺乏政策推动力。四是传统出版业与新兴媒体融合发展的资源整合有待加强。目前已出现企业产品同质化的苗头,特别是在教育出版领域。五是传统出版业与新兴媒体融合发展的融资渠道不畅。大多数企业反应数字出版重大项目投入大,资金严重不足。由于大多数数字出版企业都处于起步阶段,底子薄,没有很多的不动产用于抵押,很难从银行机构获取支持。六是传统出版业与新兴媒体融合发展的人才培养有待加强。传数字出版产业发展的关键是人才。与传统出版比较,数字出版在生产方式、营销方式、赢利模式以及服务方式等方面发生了根本性变化。目前我国普遍存在严重缺乏数字出版专业人才问题。^[10]

三、传统出版业与新兴媒体融合发展的路径选择

如何推动湖南传统出版产业与新兴媒体一体化发展?习近平总书记在中央全面深化改革领导小组第四次会议上明确提出,“要遵循新闻传播规律和新兴媒体发展规律,强化互联网思维,坚持传统媒体和新兴媒体优势互补、一体发展,坚持先进技术为支撑、内容建设为根本,推动传统媒体和新兴媒体在内容、渠道、平台、经营、管理等方面的深度融合。”^[9]这不仅是推动我国传统出版产业与新兴媒体一体化的本质所在,也是推动我国传统出版产业与新兴媒体一体化发展的路径选择。

(一)深化互联网与传统出版业的融合,保护新兴媒体和网络版权,促进出版业振兴

在互联网时代,传统出版业最容易与新兴媒体融合。目前,出版传媒业的互联网化正在有序的发展,如中文传媒并购智明星通和浙报传媒收购边锋等游戏公司便是典型例子,这是传统产业发展大势所趋的方向,接下来的关键将是互联网如何与传统产业进行深度融合,不断向游戏动漫、互联网平台等方向发展,把平媒与“屏媒”真正有机融合起来,从而提升“屏媒”影响力和竞争力,以获取更多的受众。中国出版业最大的突破口,就是传统产业的互联网化。这也是中国未来20年出版业命运的走向。

(二)以平台为王,以内容为主,强化互联网思维,实现平台、内容、经营、渠道、管理“五位一体”融合发展

随着大数据和云计算技术水平的提升,移动端不断的多样化,智能终端正日益普及,互联网正贯穿于出版企业商业模式升级、设计和实施的全过程,已经释放出无穷的威力。这也意味着互联网思维作为一种新的价值观,将成为传统出版业完成转型升级的基本法则。由于浙江出版集团的博库网与时俱进,积极拥抱产业互联网时代,极大优化出版产业资源的重新配置、充分释放传统出版企业的创新能力和发展活力,终于在出版行业的竞争中占据一席之地。传统出版产业一旦全面互联网化,这将“质”上改变传统价值创造和实现方式,从而全面推动文化创意产业结构快速调整,成为适应当前中国出版新常态、打造中国出版产业升级版的最重要驱动力,方能真正实现传统媒体与新兴媒体的深度融合。

(三)借助第三方的力量,建立综合性经营平台

传统出版业要与新媒体实现一体化发展,需要有借助第三方力量的发展意识,充分利用第三方现有的成熟技术、渠道和平台,着力在提升管理水平上下功夫,着力在增强服务能力上下功夫,延伸产业链。中文传媒旗下江西新华发行集团坚持“强化主业、科技创新、资本运作、多元经营、人才兴企”五项发展战略,按照借力的原则,积极引入战略合作者,开展资本运营。尝试收购、兼并、出让等盘活资本的方式,大力探索以控股参股方式介入新企业、新项目运作,有计划、有步骤地推大力推进数码产品经营,组建物流公司、物业经营公司,使之成为线上线下融合发展的综合性经营平台。^[10]

(四)大力培育自身品牌,增强出版企业核心竞争力

品牌主宰着企业的发展。出版行业要实现产品品牌化,主要从三方面突破,一是上规模。长期以来,许多传统出版产品一直做不大,不仅规模小,而且产品高度分散,做出来的所谓的品牌体量太小,销售太

少,影响力也就太小。因此规模与集中,是做出版品牌的前提。外语教学与研究出版社创办的“外研社杯”全国英语辩论赛,目前已成为目前国内规模最大、水平最高的英语口语赛事。二是加快消费升级,消费者开始对这类产品有更高的要求;同时技术升级也已经能够满足消费者的要求,企业已经有所尝试。二是加快消费升级,消费者开始对这类产品有更高的要求;同时技术升级也已经能够满足消费者的要求,企业已经有所尝试。摩托罗拉公司针对近年来注重生活情趣的消费者越来越多的情况,特别推出“一心语”品牌手机,这一手机主要用于和家人及朋友沟通,与朋友共享欢乐,共担忧愁,他们从中得到的是内心的安定与平和,他们体会的是人生美好的一静祥和境界。^[10]三是突出差异化,这里是品牌营销永恒的法宝,是营销者的终极追求,培生教育出版亚洲有限公司出版的《朗文当代高级英语辞典》一直是教育工作者和各年龄层的学生提高英语水平的必备书籍,成功塑造培生教育集团在外语教学方面的优势品牌。

(五)把握程序化时代脉搏,开启高效传播渠道

互联网传播仅仅是一个技术问题,有效地拓宽好传播渠道才是关键。我国传统出版业虽然拥有良好的内容资源,但投送的瓶颈一直未能找到有效的突破点,致使不少优质的信息生产出来后难以投放市场。在移动互联网背景下,程序化购买是未来的大趋势,将来所有传播渠道都会程序化。我国传统出版业应把握程序化时代脉搏,开启高效传播渠道,积极研发新闻客户端,打造自身的程序化购买渠道,客户亲身感受到程序化的高效、可控,从而推动这个市场向正确和积极的方向发展。中国也将如欧美国家将50%的品牌预算都投入在程序化购买上。2014年06月11日,袁俊《2014中国首届品牌程序化研究项目·启动会》上介绍,“现在很多公司都以自己的方式向程序化方式转型,我们有90%以上的客户都在用程序化的方式进行投放,而且OMG的客户基本全是品牌客户。”显然,程序化购买可以实现受众购买、利用智能优化算法实时调整广告投放,并能提升广告投放的效率和效果。^[11]

(六)结盟手机媒体,注重读者的用户化,创新经营读者之道

从传统媒体到新媒体,从传统渠道到全渠道,图书怎样营销?移动互联网下怎样看清形势?社会化媒体的兴起和传播正在成为主要的营销方式之一。只要出版传媒业吸纳读者参与新闻制作与和销售,参与经营,出版市场必将成倍拓展。以前出版社在做营销传播时,主要注重的是出版资讯,目的是希望读者去购买。但时代在变,读者在变,渠道在变,从坐销到行销,无论是实体店还是虚拟店,这种传播模式所起到的效果在递减,主要原因来在于使用手机的用户

不仅越来越多,而且十分便捷,其实手机目前已经成为全社会最为强大的网络媒体。中国的手机网民2012年底就已经达到了4.2亿,“如今手机已经超越个人电脑成为第一大上网终端,手机用户已经过了10亿,智能手机有4亿,其实就是说,基于大众手机上网的这种移动互联网时代已经到来了,手机成为最强大的网络媒体。”^[12]

参考文献:

- [1] 伍湘.浅谈新媒体与传统媒体的融合发展[J].湘潮,2014.(12下):52-53.
- [2] 联汇.应用互联网思维 快速迭代广播数字新平台——访杭州联汇数字科技有限公司总经理赵凡[J].广播与电视技术,2014,(10):132-133.
- [3] 邓芳.适应“新常态”,打造江西出版集团转型发展升级版[N].江西晨报,2015-02-01(05).
- [4] 杨娟.中国媒介生产融合研究[D].上海:华东师范大学,2011.
- [5] 刘晓.新形势下传统媒体在三农中的作用研究[D].保定:河北农业大学,2013.
- [6] 唐苗.混媒体时代美国电视媒体的内容生产[D].长沙:湖南大学,2011.
- [7] 陶喜红.媒介融合在中国的发展前景[J].新闻窗,2007,(03).
- [8] 李国斌.数字出版总产近1400亿元[N].湖南日报,2012-08-10(02).
- [9] 傅伟中.传统出版与新兴媒体融合发展的路径[N].中国新闻出版报,2014-10-28(03).
- [10] 佚名.2006出版集团产经备忘[N].中国图书商报,2007-01-02(02).
- [11] 董明.公共关系在构建品牌文化形象中的运用[J].湖州职业技术学院学报,2005,(06).
- [12] 吴清华.中国首届品牌程序化研究项目正式启航——易传媒与20+行业领军企业共同开启品牌程序化新时代[J].广告大观(综合版),2014,(07).

[责任编辑:张磊]

Approach to Integration of Traditional Press Industry and the New Media

YANG Qin¹, CHEN Guo-sheng^{1,2}, CHEN Xiao-liang²

- (1. School of Economics and Management, Hunan Institute of Technology, Hengyang 421002, China;
2. School of Business, Central South University of Forestry and Technology, Changsha 410004, China)

Abstract: Integration of traditional press industry and the new media represents the general trend. Given the present economic conditions, to promote the integration, the paper argues we need to protect the copyright of new media based and web-based publications; the press should try to integrate the development of the platform, content, operation, channel and management; a comprehensive running platform should be built with the help of the third party; brand should be built to enhance the core competitiveness of the publishing enterprises; the rules of procedure based world should be studied to find out a highly efficient transmitting channel; the traditional press should work with the mobile media, make readers your users and innovate approach to readers.

Key words: economic new normality; traditional press; new media; media convergence