



传统出版社如何发展数字出版——易文网模式剖析

浏览：274

易文网 (<http://www.ewen.cc>) 是新闻出版总署批准认可的互联网出版机构，其运营商为上海世纪出版集团、上海新汇光盘(集团)有限公司和上海联和投资有限公司三方投资组建的上海数字世纪网络有限公司，是目前较为典型的由传统出版单位投资、经营的专业性出版网站。易文网依托上海世纪出版集团丰富的出版内容资源、强大的出版运营能力以及长期积累起来的出版品牌效应，在充分借鉴其他互联网商业机构在网络运营上的成功经验的基础上，以“出版门户网”的全新经营理念，形成了较为成熟与完善的出版社数字出版运营模式。其向我们所展示的出版社在数字出版领域的最新发展趋势，主要体现在以下六个方面。

第一：从“数字化威胁”到“互联网竞争”

目前大多数出版社已习惯于将网络阅读率的迅猛增长与图书阅读率的逐渐萎缩进行对比，并多以“危机”，“威胁”，“挑战”等字眼来表达对互联网的强势冲击所产生的种种忧虑情绪。但通过易文网模式我们却不难发现，出版社凭借自身的内容资源与品牌优势，同样可以通过构建自己的专业化数字出版运营平台，直接参与互联网竞争。易文网网站内容架构，基本上就是采用的门户网的模式。其设立的图书、音像、期刊、教育、书城、听书、原创、理财、短信、论坛、工具书在线等多种颇具特色的专业网络频道，形成了多层次、全方位的数字出版服务，这与其他较为成熟的互联网商业机构的网络运营模式并无二异，并且其网站流量始终保持在一个较高水平，各项网络运营业务稳步推进。这说明出版社完全没有必要将自己与互联网的这一新兴媒体相互隔绝与对立起来。因为互联网本质上是一个信息传播平台，任何机构和个人都可以通过它提供内容、参与竞争。此外，由于其运营模式极易被复制，所以内容品质的优良就将直接决定网络运营竞争力的高低。而出版社恰恰在内容上具有其他机构所无法比拟的优势。传统出版社通过易文网模式可充分认识到纸媒介与互联

标题 关键字 搜索

热点聚焦

全国出版社网站建设工作交流会
第三届中国传媒创新年会
中国出版走出去
第14届北京国际图书博览会
2007北京国际出版论坛
第9届中韩出版学术年会
第2届中国数字出版博览会
2007报业经营模式创新论坛
第17届全国书市
第2届中国传媒创新年会

更多

专题集锦

出版业改革30年专题
回眸2007
中共十七大专题
出版发行业诚信体系建设专题
出版蓝皮书专题
农家书屋专题
全国国民阅读调查专题
出版集团建设专题
民营书业专题
优秀出版科研论文评奖专题

更多

网的媒体竞争，并非等同于出版社与互联网的竞争；出版社的核心竞争力来自于图书知识内容的生产而非图书物质形态的制作，只要实施相应的数字化拓展，互联网的发展壮大本质上是为出版社提供一个更为广阔的新兴市场。因此，出版社应该改变原有的“纸介质+内容+印刷”的传统框架，突破纸张对传统出版业在媒介形态上所形成的行业藩篱，凭借对作者资源的掌控、编辑能力的提升与市场运营的强化，将全部的力量集中在对精品内容的塑造上，进而在互联网竞争中占据主导地位。

第二：从“内容提供”到“平台运营”

目前在积极发展自己数字出版业务的出版社，大多仅仅做为读者提供电子书内容的服务，而易文网则充分借鉴其他互联网商业机构在网站内容与服务项目上的成功经验，开拓出较为成熟而丰富的网络平台运营业务。

从丰富的信息内容看，网站首页与图书频道提供了大量的出版动态与图书资讯。如其综合性图书信息频道提供全球媒体资讯、国内外书业新闻动态；汇集来自不同媒体的书评，为网友开辟专门的评论空间，以书摘的形式对部分图书进行介绍，并以连载的方式提供部分图书的在线免费阅读服务，以及来自不同时间、不同地域、不同出版机构的图书排名信息。

从成熟的在线销售业务看，网站书城频道具备成熟的网上书店服务功能，“工具书在线”和“电子书”频道提供专业在线付费阅读服务。如其工具书在线频道通过会员制形式提供工具书在线查询检索的专业化信息服务，包括汉语大词典、中华文化通志、辞海、中央日报标题索引（1929年—1947年）、点石斋画报等五个重要网络辞书资料库。

从创新的服务项目拓展看，设立了“原创频道”、“听书频道”、“短信频道”等个性化服务项目。如开辟专门区域对来自于用户的网络原创作品进行集中展示与发布，并使其成为出版单位的备选稿件。同时栏目编辑在众多的投稿中，挑选出一些未能被出版机构出版但具有一定质量的作品编辑成刊；每期拥有一个主题，并根据主题重点推荐一名作者。将一些精品图书升级为有声读物，使读者可以在阅读上得到全新的“听书”享受。

从深度的内容资源开发看，开启了对“教育”、“理财”等专业领域的内容咨询服务。如为读者提供最新的教育动态与教学信息，对精品教材教辅资料进行重点推荐、介绍，还进行在线学习方法指导与知识要点讲解。

第三：从“版税收入”到“盈利多元”

虽然目前数字出版已得到突飞猛进的发展，但由于其还处于起步阶段，出版社还没有形成完善的数字出版盈利机制，大多仅仅通过提供“电子书”的内容而获取一定的版税收入。但由于易文网依托其网络平台形成了完善的经营业务，所以它便突破了出版社在数字出版运营上依靠电子书版税收入的单一盈利模式，实现了网络版权贸易、出版物电子商务、网上出版业务、网站会员费以及网络媒体广告的多元化盈利模式。如在其出版物电子商务业务中，读者与机构可以通过该网站对集团所有出版物进行网上搜索、阅读体验与在线订购，并可获得更多价格优惠。如在其网上出版业务中，对在网上发表的原创文字或音乐作品进行编辑加工，或在网上登载出版，或以传统纸介质印刷出版，探索互联网出版的新方式。网站利用即时印刷设备，开拓个人著述、稀版与缺版图书的定制业务。

第四：从“媒体竞争”到“媒介融合”

易文网设立的“听书”、“短信”频道以及在其教学频道上提供的名师授课的教学视频，充分表明传统的出版单位可以在自己的网络出版平台上实施以内容为中心的跨媒体经营。由于互联网可以通过图文、音频、视频等多种媒介形式对内容进行表达，所以通过它，出版社可以衍生出“有声读物”、“在线广播”以及“网络视频”等多种经营模式，并实施面向手机等移动媒体的内容服务。其实，在目前传媒市场上，传统出版社所面临的挑战并非单单来自于互联网的崛起，最为深刻的影响是来自于市场环境的变化，即通过数字技术的升级与传播模式的创新，各种媒体的传媒竞争力都得以大大提高。传统的电影、电视、广播以及新兴的网络与移动媒体，都在充分发挥自身的媒介优势与特色并吸引受众。但由于受众的注意力资源总是相对有限的，而新兴媒体的迅速崛起和传统媒体的不断发展又在拓展受众的媒体选择空间，这样就使整个传媒市场媒体供给相对过剩。媒体竞争的市场格局使受众在媒体选择上呈现出分众化的发展态势，所以出版社的原有读者群也自然会被其他媒体所稀释，出现相对萎缩的状况。但易文网向音频、视频以及手机的业务拓展表明，出版社可以充分挖掘互联网对其他传媒形态实施媒介融合的特征，将原有的以图文表达为主的图书内容，在互联网上打造出满足受众不同视听欣赏偏好的传媒产品链。这样，出版社就可以突破不同媒体在传媒市场所形成的割据状况，实现对不同媒体细分市场的覆盖，满足其不同受众群体的媒介消费需求。而目前网络视频与广播技术的飞速发展也使得这一媒介融合战略成为未来互联网的发展趋势，所

以其他出版社也更应该像易文网那样，通过构建自己的网络平台，突破出版业的原有界限，将出版物的内容实施面向不同媒介形态的开发与经营，使传统出版业在新技术与新媒体背景下实现蜕变。

第五：从“WEB 2.0”到“出版 2.0”

目前互联网发展最为显著的特征是进入到WEB 2.0时代。虽然目前对WEB 2.0还没有一个很精确的定义，但其核心概念已经得到了广泛认同，即用户产生内容；信息的接受者同时也是信息的创造者；强调开放、共享、参与、创造；内容来源的去中心化、非权威化而走向个人化等等。而这种变化趋势对传统出版业产生的影响不单是吸引了更多受众成为网络媒体用户，更为严重的是它形成了对现有的和潜在的作者资源的掠夺。以往，这些作者都必须通过有限的出版机构来发表自己的作品，并由于内容品质、市场预测、编辑偏好、印刷成本，甚至是作者名气的大小等多种因素形成了较高的进入门槛。但当互联网进入到WEB 2.0时代后，他们在作品的发表上找到了几乎没有任何门槛的数字化平台，其自我表达的需求与互动参与的热情得到了无限释放。目前“博客”与“播客”的井喷式发展，便是这一状况的最好印证。而关键在于一旦人们习惯了以各种WEB 2.0模式直接在网上发表作品并进行互动阅读；高水平的作者与互联网商业机构也寻求到了相应的完善的盈利模式，则作者与读者必将绕开出版社，形成以个人为中心的全然不同的网络出版体系。这一相当不利的局面自然是出版社应当极力避免的。而易文网在实践中也为应对这一挑战进行了相应的探索。如在其“原创频道”，“播客天地”等栏目中，搭建一个对原创作品以及用户个人进行集中展示、宣传的网络空间，提供以用户个人作品发表为中心的全方位服务，甚至还将一些网络作品作为纸媒出版的内容资源加以储备。这其中蕴涵的是传统出版理念的巨大转变，即由过去“作品内容筛选为主”发展为目前的“作品发表服务”为主。由于易文网有出版社长期积累的内容公信力与强大编辑能力做依托，所以其服务于用户个人作品发表的“出版 2.0”模式，必将会在WEB 2.0时代成功突围。

第六：从“参与者”到“领导者”

虽然数字出版发展前景广阔，但从已有的数字出版的市场运营模式看，大多数出版社在整个网络出版产业链中仅仅是图书内容的提供者，这不光让出版社难以充分挖掘互联网阅读的市场潜力，同时还将可能失去对尚未成型的网络出版产业链的主导权。目前在国际市场上，Google正希望通过它的“图书搜索计划”构建互联网在线阅读平台；在国内市场上，书生、超星的数字图书馆网

络阅读平台已初具规模。不难看出，在未来的网络出版市场上，可能将要出现由其他技术公司或拥有技术力量的商业机构来构建网络出版平台并实施运营的局面，而出版社将会沦为单纯的内容提供者。似乎在网络出版发展还处于襁褓之中时，出版社就有被边缘化的迹象。而一旦这些网络平台运营商借助强大的平台优势直接向出版产业链最上游的作者资源延伸，则将直接威胁到出版社的生存。不过易文网模式向我们表明，传统出版单位已开始探索以通过自己投资、经营网络出版平台，与其他IT公司进行技术合作的方式来应对这一局面。易文网已与北大方正电子有限公司进行了合作开发，由方正集团为之提供电子书制作、阅读、下载等技术支持。由于易文网拥有内容资源、谙熟图书市场、具备品牌效力，并且掌控销售平台，所以主导整个产业发展的仍然是易文网背后的上海世纪出版集团，方正仅仅是为其服务的专业技术供应商。而通过这种网络出版产业链整合模式，出版社不仅避免了以较大的资金成本投资于相关领域的技术开发，又为其他拥有较强技术力量的商业机构参与产业发展留下了一定的空间，并保证了自身在整个产业链中的领导者地位。

易文网是传统出版机构在发展数字出版事业上的一次成功探索。虽然由于其整体上还处于起步阶段，目前与其他更为成熟的互联网商业机构相比还存在一些差距，但易文网的出现，使传统的出版机构真正拥有了自己的数字出版平台与网络运营平台，可以主导整个数字出版产业链的整合与发展，其在“成功适应WEB 2.0网络环境变化”、“有效实现多媒体融合”等的诸多方面的突破，也为我们打开了新的视角。通过对易文网模式的分析，我们不难看出出版社在未来的数字出版发展中，如果以网络出版平台的建设与运营为中心，就可以充分挖掘传统出版社的内容资源与品牌优势，实现以图书内容为中心、多元化的经营业务与盈利模式的开拓，以出版社直接参与互联网竞争的全新经营理念，积极投身到这一前景广阔、潜力巨大的新兴市场之中，为出版业的发展开拓出新的空间。

（本文作者单位：武汉大学、湖北长江出版集团）

[\[查看/评论\]](#) [打印](#) [\[关闭窗口\]](#)

[相关文章](#)

[图片新闻](#)

[|>更多](#)

版权所有 2007 中国出版网

京ICP备05064761号

主管单位：新闻出版总署 主办单位：中国出版科学研究所

地址：北京市丰台区三路居路 97号 邮编：100073



