

## 目 录

## 卷首语

- 文化体制改革与出版体制改革

## 专论·特约稿

- 出版单位主办主管制度的由来与调整的探索
- 出版性质与思想方法

## 编辑学·编辑工作

- 编辑劳动规律漫议
- 作品组合论
- 读者是一切编辑工作的出发点和归宿
- 试论编辑发现的科学品质和科学精神
- 期刊编辑应强化四种意识

## 出版学·出版工作

- 顺应世界潮流 推进比较出版学的建立与发展
- 论出版集团能力的整合
- 对加强出版社版权管理工作的思考
- 武汉大学编辑出版学专业二十年
- 知觉特点对校对的影响
- 浅析出版社应收账款的管理

## 数字技术·多媒体·网络出版

- 网络出版及其发展趋势
- 中文古籍数字化的成果与存在问题

## 书苑掇英

- 时代呼唤职业出版家
- 我国出版单位现有融资模式分析
- 装帧设计中如何解决显示器的色彩校准问题
- 重视外校队伍的管理
- 周报发行工作的发展趋势
- 社办发行改革模式研究
- 发货店连锁经营的特点和职能
- 浅谈图书发行信息反馈

## 编辑史·出版史

- 白居易与图书编撰
- 唐代图书政治功能浅析
- 蔡元培对新图书出版业的贡献

## 编辑随笔

- 普及经典名著的成功尝试
- 长江文艺出版社坚持品牌发展战略纪实

## 编者·作者·读者

## 网络出版及其发展趋势

周向阳

摘 要: 网络出版从出版和销售两方面向传统出版业发起了冲击, 对传统出版的影响是深刻的, 同时对传统出版业的发展起了促进作用。在20年内, 电子书与印刷书是互动和双赢的局面。

关键词: 网络 出版 电子书

在传统产业中, “出版”是最适合网络化的产业之一。为什么这样说呢? 因为计算机产业的一个核心内容就是文字的数字化问题, 而这项技术早在互联网产生之前, 就已经在写作、编辑、排版、印刷等环节成熟地应用。这种出版与计算机的“先天因缘”决定了网络出版的发展优势。“非典”期间, 人们都不愿意出门, 传统书店人流量剧减, 销售大幅下滑。与之相反的是网上书店的生意却一下子好了起来, 网络出版意外地获得了一次发展的良机。

## 一、网络出版的模式与优势

目前, 网络出版大约有五种模式。第一种模式是国外较为流行的“自行出版”或“自助出版”(self-publishing)。这种模式中, 作者就是出版人、发行人。作者将自己的作品, 通过各种加密软件, 制作成可供交易的电子图书, 然后“张贴”(post)到某个知名网站或自己的网站上, 供读者下载, 付费浏览阅读。第二种模式是网络公司争取各出版商电子图书制作代理权, 然后制作电子图书, 并将其“张贴”到网络公司所在网站, 提供读者下载, 并在付费情况下, 许可读者阅读。第三种模式是出版商自行制作电子图书, 并将其“张贴”到出版商自己网站上, 向读者出售较纸质图书便宜的电子版。这是一种省略图书发行商的运作模式, 出版商就是图书发行商。第四种模式是电子图书销售商在读者选中的图书为绝版图书或脱销但急需的情况下, 提供电子图书的即需即印版。第五种模式是微软公司创造的电子图书经营模式, 即广告商掏钱支付作者、出版商和制作商的费用, 读者免费阅读网上可下载的电子图书, 条件是在看书时同看电视、听广播一样, 也看广告。

2000年3月, 美国恐怖小说家斯蒂芬·金与西蒙舒斯特公司合作, 在网上出版了一本16 000字的短篇小说《骑在子弹头上》, 开创了网络出版史的一页。前24个小时, 小说免费阅读者浏览, 以后进行收费下载浏览, 66页的电子图书, 下载费用为2.5美元。在发行的头两天, 共有50万人次下载了该小说, 创造了网络出版的新奇迹。作为出版史上的一页, 这部小说的真正价值, 在于它完成了完全意义的网络出版实验。与传统出版相比, 网络出版的优势主要表现在: 1) 快速, 便捷, 尤其是电子书, 下载即可, 速印书也只需稍等片刻; 2) 零库存, 但永无断档、绝版、脱销情况; 3) 实现个性化服务, 按需印制; 4) 缩短出版周期, 增强图书的时效性和生命力; 5) 降低了出版门槛, 更多的人可通过网络渠道自行出版和发行图书; 6) 内容的更正、修订、改版等易如反掌, 读者可随时下载最新版本; 7) 可以分割销售, 分割下载, 读者可根据需要选取部分章节; 8) 可实现多种媒体并行, 图、文、声像并茂; 9) 自带辞典, 使用方便; 10) 为绿色环保产品, 不会产生造纸、印刷、运输等过程中的环境污染。

## 二、国内外网络出版的现状

## ● 编辑谈《编辑的故事》

- 图书：能不能少留一点空白

## 品书录

- 了解当代翻译家、从事译学研究的必读书
- 灯下有一个快乐的你
- 植物生殖生物学研究的里程碑

## 科研信息

- 第十五届全国地方版协年会暨湖北省编辑学会
- 湖北省评选首届“出版科研学人奖”

## 编辑语文知识

- 编辑要学习语法
- 谈形式逻辑中的概念运用
- “六书”与文字编辑工作

## ◆ 各期杂志

2000：第3期 第4期

2001：第2期 第3期 第4期

2002：第1期 第2期 第3期 第4期 增刊

2003：第1期 第2期 第3期 第4期

2004：第1期 第2期 第3期 第4期 第5期 第6期

2005：第1期 第2期 第3期 第4期 第5期 第6期

2006：第1期 第2期 第3期 第4期 第5期 第6期

2007：第1期 第2期 第3期 第4期 第5期

网络出版的发展离不开良好的政策法规的规范。2002年8月1日，《互联网出版管理暂行规定》出台。正是在政府宏观法规政策的指导下，在出版社、图书馆、网上书店、电子书阅读器厂商及技术提供商的共同努力下，网络出版得以良性发展。截至2002年底，我国已有200家出版社进入网络出版，出版各种电子图书（e-Book）2万种；200家数字图书馆建成，成为e-Book的重要市场；有10家网上书店开通了e-Book下载服务；生产电子书阅读器的厂商已达3家；45万读者从网上下载了100万册e-Book。开展网络出版的出版社平均每家出版e-Book100种，超过200种的出版社已有20家，e-Book资源库粗具规模。从e-Book的出版类型来看，文学、计算机及综合类图书是出版数量最多的三类图书。e-Book市场销售结果显示，语言、政治法律、经济类图书是销售量最多的三类图书，医药、教辅、军事、少儿、社会科学及各种专业书市场需求明显。

辽宁出版集团作为中国电子图书的开拓者，通过几年来的探索实践，取得了很大成绩，至今在e-Book出版数量、资源配置和产品覆盖领域都一直遥遥领先。在业务运作上，集团建立起从e-Book选题、编辑、制作到出版、发行的完整机构和运作体系，各环节分工明确，衔接紧密，为电子图书业务发展提供了组织保障。在出版数量上，两年多来，创建了“中国电子图书网”，研制开发了“掌上书房”阅读器，并编辑出版了各类e-Book近1000种。在产品体系上，集团也已具备提供从硬件阅读器研发、生产到内容加工的完整产品链，成为中国唯一能够为用户提供完整阅读服务的机构。辽宁出版集团凭借对中国电子图书和网络出版的开拓探索与贡献，在2003年“首届中国e-Book产业年会上”，荣获由中国出版工作者协会、中国图书馆学会授予的“网络出版先锋奖”。

目前，美国有800家出版社开展网络出版业务，已出版各类e-Book近6万种；有5000家图书馆和资料室建成数字图书馆；有50家网上书店提供e-Book下载服务；市场销售的电子书阅读器有三款。据统计显示：2002年1月，美国的e-Book市场销售额为21.1万美元；2003年1月，增长到330万美元，增长率高达1463.9%，市场增长强劲。预计2003年全年，e-Book的市场销售将达到4500万美元。以上数据说明，美国读者对于通过网络阅读e-Book的兴趣在迅速增长。

## 三、网络出版对传统出版业的影响及促进

“今后10年内，全部出版物的50%将以电子形式存在。如果这一天到来，那么，整个出版业将会像过去10年一样面临更大的变化。”这是万事达计算机服务公司副总裁约翰·韦克尔对未来出版业发展态势的预测。从长远看，网络出版对传统出版业的影响是广泛的。

网络技术和数字技术不仅可以改造传统出版业的各个环节，而且可以简化作者、出版者、发行者、读者这个出版流程，变为作者与读者直接交流。网络出版必将引发出版界的一次重大变革。

首先，网络出版将引发书籍出版与发行方式的变革。它打破了传统的“作者→出版社→批发商→零售商→读者”的运作方式，转变为多途径的、灵活的运作方式，如“作者个人网站→读者”“作者→出版社网站→读者”“作者→网上书店→读者”等方式，一切都以开放的形式在全球范围内进行。网络出版的同时其实已经实现了传统意义上的发行，传统书店面临生死存亡的考验。今后书店的成功将取决于和网络公司及信息中间商结盟来传输信息，并向顾客提供可靠的产品信息导航的能力。面对网络，传统的批发和零售就没有任何优势了。因此，传统出版商和销售商必须顺应信息网络时代的要求，采取多种措施如增设网络出版业务、与高新技术公司合作实行图书数字化、提供按需即印或下载电子书的服务等，实现角色的转变，才能生存和发展。

其次，网络出版将引发书籍制作方式的变革。其文本内容以数字化的形式存放于网络空间，实现了真正意义上的零库存。读者通过下载即可阅读，省略了书籍印刷这道工序，并且电子书的更正、修订、改版无需经由重新出片、打样、输出、装订等过程，只需即时更新，然后在网上发布最新版本。因此，网络出版实现了任何人在网上任何地点，在任何时间，以任何方式如文本、图像或多媒体等与任何人进行交流，突破了时间和空间的束缚，是一种完全开放的出版理念。

综上所述，网络信息时代，随着传统出版商和零售商对网络的适应和运用，出版链条

上各个环节的界限正变得模糊，出版商表现得越来越像零售商，而销售商越来越像出版商。从世界范围来看，网络出版正处于快速发展时期，西方发达国家的网络出版营业额增长迅速，如何顺应潮流，加快中国网络出版的步伐，是值得思考的问题。

网络出版将是21世纪出版业关注的焦点，网络出版是出版行业在今后几年内必然要开拓的一种新的出版形式。它将是发布信息，传播知识最迅速、最简捷，成本最低的出版形式。网络出版将有以下几个发展趋势：1)网络出版与传统印刷出版将长期共存；2)网络出版需要的技术日益成熟，规模将迅速扩大；3)在未来一段时间内，免费网络出版仍将是网络出版的形式之一；4)在网络出版部分地替代印刷出版的同时，它们也将明显地表现出分工合作的趋势；5)网络出版在一段时间后将是出版者提升服务，获取经济利益的重要手段。传统出版业的观念及模式将日渐被突破，出版载体多元化的发展趋势不可逆转，以数字化为基础的网络出版业前景可观。

#### 参考文献

周劲. 国内外eBook发展态势. 中国出版, 2003 (5)

(作者单位：湖北省新华书店)

(ID:488)

© 2001-2003 出版科学杂志 版权所有

报刊转载必须征得同意并支付稿酬，网络转载必须注明作者及本刊网址

武汉大学信息管理学院4楼403室 邮政编码430072 电话：027 68753799 传真：68753799 E-mail：[cbkx@163.com](mailto:cbkx@163.com)

技术支持：[cgz@163.com](mailto:cgz@163.com)

【您是第位访客】