

目 录

卷首语

- 让出版科研更好地 转化为生产力

专论·特约稿

- 关于我国著作权法的修改

编辑学·编辑工作

- 也谈网络时代的编辑活动
- 一本书一本书地锤炼 编辑出版理念
- “入世”对中国期刊业的影响 和应采取
- 璧有瑕, 请为君示
- 用“三个代表”思想 指导编辑工作
- 书籍与大众传播
- 出书结构调整直面的几重关系

出版学·出版工作

- 试论出版基础理论建设
- 漫议出版抢滩”
- 鲁迅先生的书刊广告艺术
- 图书营销工作中的市场预测
- 图书出版合同的若干法律问题
- 汉文字校雠的源流与传承
- 传承文化遗产的力作
- 中央部门出版社校对岗位培训班结业考试题
- 《典论丛书》的装帧设计

多媒体·网络出版

- 出版数字化与网络出版
- 电子书正向我们走来
- 利用网络优势 发展出版发行业

书苑掇英

- 版式设计要抓视觉找感觉
- 中西部出版合作的前景
- 我看“工者有其股”
- 图书市场营销的个性化

编辑史·出版史

- 张元济的编辑思想

编辑随笔

- 纯文学期刊路在何方
- 文物与人品

编者·作者·读者

- 胡真和他的出版观
- 陈惠琳谈

出版数字化与网络出版

张儒

一、出版业面对的一个重大问题

世界已进入21世纪, 中国“十五”计划的主题是发展。发展“是解决中国所有问题的关键”, 当然也是解决我国出版业方面问题的关键。我国加入世界贸易组织(WTO)后, 我国出版业如何加速发展就显得尤为突出。在20世纪里, 出版作为一种现代产业已十分成熟。特别是从20世纪90年代开始, 出版的集约化、集团化、国际化走向日趋明显, 世界各国都加大了建设信息工程的力度。我国信息化建设的目标是, 在2010年前, 建立起健全的、具有相当规模的、先进的国家信息化体系。面对国际国内信息化的强劲走势, 我国出版业也将纳入“信息化带动工业化”的发展轨道, 加快信息化建设的步伐。

国家对于加速中国新闻出版业信息化建设工作十分重视。在2001年初召开的全国新闻出版局局长会议上, 新闻出版总署署长石宗源充分强调了我国出版业信息化建设的重要性。石宗源指出, 科技进步是提高新闻出版业整体素质的决定性因素。如果没有科技进步和创新作支撑, 就难以摆脱低水平、低效率的局面。随着高科技的发展和应用, 许多传统的出版方式逐渐被淘汰, 而新兴的出版形式却获得更加广阔的生存空间和发展空间。数字技术、网络技术在新闻出版业越来越广泛的应用, 正在形成一个新的出版形态。网络时代的出版业是一个全新的概念, 它在很大程度上突破了传统的出版观念, 对传统出版业来讲, 与互联网的结合已不再是一个简单的利用和“嫁接”的过程, 而是一个如何开拓新的空间、新的领域以至新的产业的问题。面对一个全新的领域, 你不去占领, 别人就会去占领; 你不去学习、不去认识, 你就失去领导权。我们必须有这种危机感。高新技术发展对于新闻出版业的要求是多方面的。要在编、印、发、供等环节采用高科技手段, 提高产品的创新能力和产品质量。加强磁、光、电等新媒介的研究, 积极开发新的出版媒体。要实现出版物编辑制作流程数字化, 印制自动化, 管理网络化, 加快出版业的信息步伐。要研究制定有关新闻出版电子商务活动的规章制度, 加快行业标准化信息体系的研究与建立。从这里可以看出国家对推进新闻出版业信息化建设的决心。

信息化的基础是数字化以及基于数字化的网络化。如何实现数字化和网络化, 是出版业必须面对的一个重大问题。数字化和网络化的飞速发展, 给出版的现代化提供了强大的动力和支撑, 也提出了巨大挑战。

我们现在面对的到底是一个什么样的出版物市场环境呢, 请看以下的几条小资料:

▲新生代读者无论是在学习, 还是在工作和生活中, 越来越依赖于计算机和互联网。在20世纪末的短短五六年内, 全球上网人数已超过3亿, 中国上网人数现已超过2 600万, 预计到2005年, 全球将有10亿人上网。现在全球每天通过互联网发出的电子邮件超过10亿封。

▲出版产业的国际化已是一种现实。出版资源和资讯产业正在全球范围内大规模地重新整合。国外出版和传媒业巨头十分看好中国市场的巨大潜力, 早就通过版权贸易、联合出版、单项合作等形式涉足中国的出版和传媒业市场。比如, 国内著名的《计算机世界》周报, 就是中美合资的。

• 这颗心，在为波兰哭泣

• 爱情的写作

品书录

• 人品·学品·精品

• 壮丽的天河

• 一部富于创造性的专著

• 《李峰文集》的启示

• 让科技发展与人类文明并肩前行

• 学有三长 述成一家

◆ 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

▲国内出版业国际竞争力有待提高。我国的出版社大多还是计划经济体制观念下的粗放经营，规模集中度低、重复出版、资源浪费、行业分割十分严重。德国贝塔斯曼出版集团1997年的利润额为5.86亿美元，而我国还很少有一家出版社的年利润额超过1亿元人民币的。

▲网上销售方式日趋成熟。2000年，美国畅销书作家斯蒂芬·金的小说《骑弹飞行》直接上网以下载的形式出版发行，全球有40万读者在小说发布的第一天就通过互联网下载、阅读，把传统的作者、出版者、发行者、读者这个流程简化为作者与读者的直接交流，大大地缩短了出版周期。

▲内容产业（Content Industry）业已出现。由于因特网的出现，出版业与影视、娱乐、IT等行业的界限已越来越模糊。其他行业可以透过各种形式涉足出版业，出版业也可以涉足传媒、娱乐、教育等行业。图书本身不会消失，但出版作为一个独立的行业很有可能最终融入到内容产业、传媒业中去。

▲规模经营将是出版业的发展方向。新闻出版总署署长石宗源在全国新闻出版局局长会议上的主题报告中讲到：“到‘十五’期末，要形成5至10个年销售收入数十亿元乃至近百亿元的出版集团，10至20个有世界影响的名牌期刊，1至2个年销售收入3至5亿元的期刊集团；要形成有国际影响的音像电子出版集团；要形成若干家书报刊、音像和电子出版物、网络出版以及广播影视综合经营的大型传媒集团。”从国家的宏观政策可以看出，是要引导出版业向规模经营方向发展。

出版业要走集约化、规模经营、产业升级的路子，其出路何在？综观我们所处的国际国内市场环境和发展趋势，我认为必须依托以数字、网络技术为主的现代技术，用它来武装、改造我们的传统出版业，使之实现现代化。

二、数字化和网络化是出版业发展的必由之路

如果说20世纪的出版是以电子化为基本终结性特征的话，那么，在21世纪，数字化似乎可以成为出版的基本特征。还有网络化、按需出版，这些都可能成为21世纪出版的典型特征，它们都是以数字化为基础的。国际出版业正在向数字化方向发展。所谓出版数字化，是将各种图、文、声、像信息以数字（一般皆为二进制）形式存入信息库中，出版单位可根据市场需要对这些信息进行选择、编辑、加工、整合，然后以纸介质出版物、光盘或网络出版物等形式投放市场。数字与因特网技术应用到出版领域，有可能对出版业产生深远的影响，从目前情况来看，其影响大致表现为以下几个方面。

1. 数字音像制品和电子出版物。无论是以VCD、CD、DVD为主要载体的音像制品，还是以CD-ROM、FD、DVD-ROM为载体的电子出版物，它们的内容无一不是由数字bit所构成。数字音像制品是在20世纪80年代诞生的，在此之前只有模拟的音像制品，如LP、AT、VT（VHS与BETA格式的），20世纪80年代初数字音乐光盘（即CD）一诞生，立即在音像制品行业引起了一场数字革命，随之陆续出现了激光视盘（LD）、数字激光视盘（VCD）、高密度数字激光唱片（DVD-Audio）、高密度数字激光视盘（DVD-Video），不出几年，便将LP、VT赶出市场，只有AT还在市场上苟延残喘。最近几年，又不断有新的数字音像制品出现，如MD（数字迷你光磁盘）、MP3（采用了一种新的数字音频压缩技术的音乐媒体，它还与因特网联系密切）等。至于电子出版物，就更不用说了，它的内容和所包含的计算机程序都是数字化的，否则，计算机根本无法读取。对于电子出版物而言，数字化是其细胞和生命。

2. 网络出版。对于网络出版，目前比较普遍的看法是：具有合法出版资格的出版机构以互联网为载体和流通渠道，出版销售数字化出版物的行为。网络出版与传统出版相比，具有产品数字化、流通网络化和交易电子化三个明显的特点。近两三年里，计算机网络既成为出版物的一种流通渠道，也成为一种特殊的出版物载体。出版物以数字化形式存储在网络出版物提供者的网络服务器中，在计算机网络中流通，通过计算机或专用的电子阅读器来阅读。现在美国已有专门的网上出版社，比较知名的如网络图书馆（netLibray.com）。该公司最初是为各类图书馆提供电子图书，现在则是专门的“电子图书提供者”（the provider of e-books）。它提供的服务是将各类传统出版物转化成

随时随地可在互联网上阅读并具有完备检索功能的电子书读物。该公司已获得数万种图书的网上出版权。网络出版在产品形态上表现为网络出版物，主要的一种实质上就是电子图书e-book，这是一种数字化的出版物。它与纸介质出版物具有本质的区别。对于出版社而言，你的传统出版物和出版资源是否已作数字化处理，具不具备这种处理能力，出版人员是否适应这种新的出版方式，这些都将对出版社的生存和发展产生较大的影响。

3. 按需印刷。以数字技术为基础的按需印刷（Print on demand，简称POD），将从根本上解决长期困扰出版社的退货和库存积压的问题。对于印刷厂而言，随着数字式彩色印刷机的产生和应用的普及，将抛却传统的、繁琐的制版、装订工艺，大大提高生产效率，使传统的印刷得到质的飞跃。比如以色列的Indigo公司、美国的IBM公司，他们推出的全无版数字式彩色印刷机，由于省去了传统的打样、晒版、冲版、挂版、洗橡皮布、归位调整、水墨平衡、试车等工序，不存在成本分摊，它的第一张到无数张的单品耗材成本不变，所以在短版印刷中占绝对优势，并使实现“按需印刷”也成为可能。

4. 按需出版。随着数字技术、网络技术和数字印刷技术的日益完善和普及，和目前十分时髦的VOD（Video On Demand，即“视频点播”）一样，在出版界也将出现POD（Publishing On Demand）——按需出版。消费者可以根据自己的兴趣来定制自己的“日报”和书刊。用一位专家的话说就是“过去的报纸是先印刷，再发行，而明天的报纸是用电子化手段先发行，然后再印刷”。比如，美国的Newspaper Direct公司与旅馆连网，客房指定要看哪份报纸，旅馆就把指令通过网络传到报馆，报馆即时将所需报纸转成PDF格式数据传到旅馆，旅馆的数字印刷机接到数据指令很快印出报纸，及时地送到客房。在国内，北京的人民时空等单位也在尝试图书的按需印刷或出版的工作。在不远的将来，或许书报摊就变成联网的数字印刷机，投钱后指定要什么报刊或图书，机器就会自动接通网络服务器，当场印出所需出版物。

5. 网上版权贸易。数字和网络技术也给版权贸易方式带来不小的变化。世界各地的重要书展和版权代理公司纷纷设立版权网站，介绍可供交流的书目资料。在网上版权贸易方面最引人注意的是国际版权在线（<http://www.rightscenter.com/>）。这是一个融版权信息交流、版权贸易和管理为一体的网上平台。1999年开通后，开辟了网上版权贸易领域。国际版权在线利用最先进的网络技术，为参与版权交流和贸易的各方营造了一种高效率、低成本的全新贸易环境和方式。它以出版业为出发点，为各种媒体的内容提供者提供信息交流和版权贸易的场所。到目前为止，网上交流还不能完全代替当面谈判，但网站提供的详细而及时的版权信息，使沿用的纸质信息交流大大减少，交易双方的通讯成本大幅度降低，并且缩短了交易时间。

6. 网上发行。前几年如雨后春笋般不断涌现的网上书店，充分展示了因特网对图书发行商的吸引力。美国网上书店的营业额已占全美图书总营业额的40%。对于网上书店，当前知名度最高的还是美国的亚马逊网上书店（<http://www.amazon.com/>）。过去两年，我们常将亚马逊看作图书电子商务在赢利上不成功的例子，现在却不是这样了。2001年，亚马逊开始对公司和机构开放团体图书购销业务，企业可使用特定的订单，而不再需要信用卡。这些新客户占整个团体图书市场的40%的份额，将给亚马逊今后两年带来1.5亿美元的销售额。但最近亚马逊较为成功的销售是旧书，而不是新书。其旧书的交货已占公司总交货额的8.5%。自2000年11月购入Bibliofind.com，亚马逊公司现有旧书顾客77万多，每月销售额增长30%，而在进入2001年6月份的几周增长50%，预计2001年第四季度将赢利，其英国和德国的网站已经收支平衡。预计到2002年，公司将正式赢利。从亚马逊的运作情况来看，网上书店的优势在于便利读者获得所需图书信息和挑选图书，扩大读者群体。亚马逊网上书店自1995年6月成立以来，迄今已为150多个国家的1700多万读者提供了网上服务，这是传统书店很难做到的。

我国的网络出版物销售单位也在日益增多，除出版社和新华书店所开展的电子商务外，大家比较熟悉的有8848、当当书店、人民时空等等。还有一些新成立的单位，在出版物电子商务方面搞得很不错，如中国音像商务网（www.cnave.com），该网站提供的信息每天都在更新，成交量也一天比一天大，深受用户欢迎。网上发行事实上已在悄悄地改变出版物的发行方式。

7. 外行业进入出版业。出版者含义发生变化，出版者的概念也有了新的延伸。随着

出版业成为“内容产业”的一部分，出版者也就成为“内容提供者”，因此，出版不再主要是出版社的行为，所有从事信息产业的“内容提供者”都将成 为出版者。因特网和数字印刷技术大大地降低了出版业的门槛，使图书的小批量印刷和出版（甚至是一本书的印刷）在经济上成为可行，这使以前没有能力投资出版项目的个人能够逾越进入出版业的许多障碍，获得参与机会。当然，在我国从事出版活动，必须取得政府部门的许可。

8. 出版服务的个性化。在网络时代，出版非常个性化和高度专业化的图书也能获利，其途径是向特定对象提供特定内容和网络服务。从理论上说，出版者现在能够为单一读者提供专门的字典、CD和报纸内容，并获得利润。从传播学的角度而言，网络出版是面对特定受众的小众传播，信息的选择权、主导权在受众手中。这种情况刚好与传统出版相反，传播者与受众之间形成互动关系，双方角色可以互相转化。网络出版的这一特点决定了个性化的出版服务成为可能。总的来说，网络出版的最大用武之地是专业出版领域。这是因为专业出版物的内容有针对性，读者比较固定，他们对相关专业的出版物比较关注。由于读者比较固定，专业出版领域比较容易实现读者和出版社以至销售商之间的交流，能够推动专业出版向纵深层次发展，例如开发出介于正式出版物和非正式出版物之间的出版形式，建立海量数据的资源中心等。从长远的方向来看，网络出版最主要的优势在于提供个性化、专业化的资源增值服务。在发达国家，主要报刊均有网络版。由于网络出版物具有可选择性、互动性与即时性的优势，日益受到读者的青睐。

综上所述，数字和网络技术已开始渗透到出版的各个环节，从编辑或制作、印刷或复制、版权贸易到发行。面对数字化和网络技术的挑战，世界出版业正主动或者被动地作出回应。

三、数字化和网络化与传统出版

如何正确认识网络出版对传统出版业的挑战？对这一问题的回答，直接关系到出版社如何采取措施迎接网络出版的挑战。我认为，既要看到网络出版对传统出版的异化、变革和冲击，增强紧迫感，积极探索发展网络出版与出版电子商务的新路子，又要看到现阶段网络还不能动摇传统出版业的主导地位，稳住阵脚，发展传统出版事业。

网络出版具有特点和优势，使它不仅对传统的出版观念造成了巨大的冲击，同时也对传统出版流程提出了挑战。传统出版是编、印、发三位一体，而在现代的网络出版中，各个流程均发生了变化。互联网的电子出版方式实际上已能使人人都可拥有自己的出版物。网络出版的登台，使作者和读者的功能放大、地位上升，传统出版业主体功能缩小、地位下降。这也许就是国内网络公司纷纷进军出版业的原因之一。

从本质上看，新技术给传统出版业带来的是革命性变革，但在短期内，网络还不能动摇传统出版业的主导地位，它造成的影响甚至可以忽略不计。如果看不到这一点，就容易步伐错乱，丧失信心，进而丧失发展机遇。

网络能够得到飞速扩张，在于其只是致力于制造虚拟空间，但网络的意义不是为网络而网络，而在于与传统产业的结合和对传统产业的改造，不断提高生产力水平和生产效率。对于依托网络开展电子商务而言，其发展要受到很多牵制，牵制有来自社会层面的，比如信用体系和物流基础设施等等的不完善，也有来自自身的。电子商务要稳健地发展，网络公司无论是自搞一套，还是与传统产业部门合作，都势必加大其成本支出。亚马逊网上书店就是经历了一个从零库存到建立大型配送中心的转换过程。在这个过程中，网络、网上书店的扩张速度就必然降低。

从介入出版业的表现来看，网络目前还处于模仿传统出版业的初级阶段。在内容提供方面，网络把传统出版物经过技术处理移植上网，是模仿；在服务方面，建立网上书店，依然是模仿。如今，真正的网络出版和像斯蒂芬·金这样的原创作者还很少，而且斯蒂芬·金网上作品的流行，靠的是传统出版业形成的品牌效应。网络要跨越模仿，进入创新阶段，形成自己独到的内容优势，还需假以时日。

但从长远来看，网络及网上出版发展面临的制约，并不是永远消除不了的障碍，更不能成为传统出版业满足现状、自我安慰的理由。无论如何，网络这个正在迅速成长的“巨人”的足音已清晰可辨，传统出版业除了紧跟“巨人”的步伐前进，没有别的选

择。

在网络时代，在线阅读逐渐普及以后，传统的出版机构将不得不完全改变现有的经营模式，出版单位将变成一个提供在线阅读的站点，吸引读者的是不断提供新书和好书（内容），吸引作者的是网站能够有更多的访问量，出版社的收入来源不再仅仅依靠图书发行，还可能包括出版网站的广告收入。目前，许多国际著名的出版社开辟了自己的网上站点。德国海德堡公司对全球印刷媒体与电子媒体的研究认为，1995年印刷媒体所占市场份额为70%，电子媒体占30%；到2010年印刷媒体将降到48%，电子媒体会占到52%，甚至更高。据有关资料，英国《大英百科全书》1995年的纸张印刷本收入占营业收入的88%，1997年只占35%，而光盘版、网络增值应用等的无纸收入大幅提升。纸张本《大英百科全书》1998年零售价为每套1250美元，多媒体CD-ROM仅为125美元一套，网上使用为每年85美元。

四、我国网络出版的现状及发展面临的问题

作为网络出版的基础，因特网在我国发展极其迅速。2001年7月17日，中国互联网信息中心发布第八次《中国互联网络发展状况统计报告》，该报告称：截至2001年6月30日，我国的上网计算机数已达1002万台，比上年同期增长54%；CN下注册的域名数已达128362个，比上年同期增长28.7%；WWW站点数242739个；网民人数2650万。用户获取信息方面分别为“新闻”（63.5%）、“计算机软硬件信息”（44.2%）、“休闲娱乐信息”（44.1%）、“电子书籍”（32.8%）、“科技、教育信息”（31.4%）等。网络用户认为在最缺少的信息中，电子书籍排在首位，占29.1%。

目前，我国有许多网络公司进军网络出版业，它们为传统出版单位提供网络出版平台，为出版单位开展网络出版服务。传统出版单位要抓住信息技术带给出版业的机遇，在发展传统出版事业的同时，积极发展网络出版，开展出版电子商务，寻找新的经济增长点。

虽然互联网全面介入出版业还存在许多具体的困难，但还是有一些有战略眼光、意识超前的出版单位，已经在网络出版或者出版电子商务上迈出了一大步。人民时空就是其中的先行者。由人民出版社发起，多家出版社参与投资的人民时空，自1999年1月成立起，就以出版业为根基，致力于推进出版业网络信息化。人民时空的工作以电子商务为中心展开。电子商务围绕信息流（信息采集与发布）、资金流（结算方式）和物流（储运配送）进行。从一开始就用信息流去重组传统出版资源，用信息流去引导物流和资金流。

人民时空与国内许多图书电子商务网站不同，因为搭建起网络出版平台，拥有一整套从作者、出版单位到读者的电子商务解决方案，建起了四个平台——出版社平台、网络出版平台、出版信息平台、电子商务平台。目前已有300多家出版社加盟人民时空，15万种新书目在网上流通。

网络出版平台的推出，得到不少出版单位的响应。2001年初，14家国内大型出版社宣布通过人民时空开展网络出版业务，并推出首批网络出版物。人民时空继续开发网络出版物制作系统，赠送给所有签约出版社，组建网络出版同盟，共同培育、规范和发展网络出版市场。目前国内短版书市场大约在100亿元人民币，为了继续引导网络出版新领域，人民时空已经引进以色列Indigo公司的数字印刷设备，开展按需印刷（POD）业务。在2000年的南京书市上，人民时空现场演示，不到5分钟就印出一本比原版书更精美的在线印刷品，引起了读者广泛的兴趣。尽管POD产品目前比传统书成本要高，但它能够提供小印量、个性强的产品，而且速度快。

网络出版对传统出版业最大的冲击，莫过于传统印刷厂的让位和互联网技术提供商的登场。作为中国出版业的技术先行者——北大方正，业已推出“方正Apabi-eBook”网络出版整体解决方案，预示着出版业将迈入一个新的时代，这将是一个告别纸与笔的时代。

发展网络出版尽管有着非常好的前景，但目前还面临很多问题，归纳起来，大致有以下几个方面：

1. 数字版权的保护。对于网络出版单位而言，最无可奈何的事莫过于版权的保护。

网上盗版的泛滥，使许多作者对网络出版敬而远之。国家要大力推进数字版权保护机制，不再使作者的作品被随意“拷”来“拷”去。

2. 网络出版物的内容有待丰富。面对目前国内e-book资源贫乏的现状，不少单位看准了“内容”建设的重要性，积极地促进“内容”的生产，从而期望带动e-book产业的发展，加速整个网络出版产业的进程。据乐观预测，到2005年，少数出版社e-book的销售将达到50%；到2008年，随处可以买到e-book；到2015年，图书馆新增图书的50%将是e-book。

3. 正确对待e-book。尽管e-book被人们看好，但发展缓慢。主要原因：一是技术问题。e-book阅读器的显示效果还未解决好，长时间阅读眼睛会比较累。二是电子阅读器价格还比较高。三是观念问题。大多数出版社还不愿意把图书放到网络上。最近，美国的一份期刊的调查显示，通过计算机屏幕阅读e-book的读者占72%，以电子阅读器等专用设备及其他方式来阅读的读者占28%。当然，28%的份额是经过了三四年发展起来的，近期内以计算机屏幕为阅读界面的还会继续占优势。最近看到报道，我国在电子阅读器技术的研究上有所进步。由南开大学主持开发的一种不耗电电子阅读器在天津面世，即将投入大批量生产。人民教育出版社也正在调试一种电子书包。该电子书包的出现，可以使学生不再背着沉重的书包上学，而是把所有的课本、笔记本和作业、资料存储在质量不足1公斤的电子书包里。从一些正在进行e-book运作的主力网站看，大家一般认为e-book会比其他类型的出版电子商务更有发展前景。这是因为e-book是网上非常稀有的、有个性的、有价值的、经过深加工的信息。同时，e-book不存在物流问题，这对从事电子商务工作来讲，具有相当大的吸引力。

4. 内容数字化的问题。实际上，e-book也好，POD也好，都需要一个丰富的内容做支撑，否则，就是技术再好，价格再低，阅读屏幕再大，不管网络出版多么美妙，对读者来说，都没有太大的意义。内容是如此重要，那么如何寻找和处理有用的内容信息？最现成、最丰富的内容在传统的出版物上，在每天出版的大量的图书、报刊、音像制品、电子出版物上。我国是一个出版大国，传统的出版内容包括各个学科，各个领域，是目前最大的一个信息源泉。有效地利用这一资源，将其分期分批地数字化，就能为e-book提供丰富的资源。

21世纪出版业的变革已经是大势所趋，也许我们并没有深刻认识数字化、网络出版，也没有深刻认识e-book、POD，但是无论怎样，我们也脱离不了网络无处不在的影响力，在不经意中，也许我们的身份已经从书生转化为网虫，而有一天我们会发觉自己变成了名副其实的网上“书虫”，这也许就是21世纪出版业变革的力量。

随着我国加入WTO，我国的出版业将会逐步走上产业化的路子，在业务上出现多元化、规模集团化、市场国际化、技术数字化和网络化。只要我们抓住机遇，积极开拓，乘势而上，我国的出版业一定会更加繁荣兴旺。

（说明：本文参考了阳志清《数字媒介与网络出版》，《湖南电子音像》2001年第3期）

（作者单位：湖北省新闻出版局）

(ID:195)