

目 录

卷首语

- 会用哲学 / 罗紫初

专论·特约稿

- 商业化时代出版人的文化追求 / 周百义

编辑学·编辑工作

- 新时期图书编辑创新素质刍议 / 刘川民
- 中小学教科书编审流程 / 刘真福
- 社科类期刊编辑初审工作浅论 / 申 华
- 日语图书的编辑工作 / 黄新路
- 科技图书在版编目数据与版权页应一致 / 郭俊媛
- 情趣向上 眼光向下 / 秦文苑
- 时尚期刊的编排设计 / 黄 钺 李 燕
- 农业科技图书作者队伍建设之我见 / 黄宇 舒 薇

出版学·出版工作

- 宏观出版资源系统的理论研究 / 刘宝瑞
- 读图时代“图文本”的优劣得失 / 喻 纬
- 出版产业竞争力的分层立体评价模型 / 廖建军
- 学术期刊的浮躁现象及其对策 / 李 建
- 课标教材出版招投标的几个特性 / 刘棣辉
- 我国动漫出版的营销策略 / 黄 婷
- 洞察中产者读物的观念意义与传播渠道 / 郑 虹

出版史·出版文化

- 邵洵美的出版实践 / 邵绍红
- 商务印书馆的谋“国”之臣高梦旦 / 杨丹丹 陈哲文
- 20世纪前半期的商务印书馆给我国现代出版企业的启示 / 潘文年
- 两脚踏中西文化 一心评宇宙文章 / 鹿丽萍

多媒体·数字出版

- 博客文体初探 / 刘 飞
- 网络杂志的运营模式探讨 / 张 炯

品书录

- 思想在语言中升华 / 李东红

博士论谈

- 论科技出版的制度竞争力 / 方 卿
- 出版竞争推动近代教科书的进步 / 吴永贵

出版学·发行工作

网络杂志的运营模式探讨

张 炯

摘 要: 文章在概括现阶段网络杂志发展特点的基础上, 分析了网络杂志的三种主要运营模式: 以资源为主的传统媒介网络化、以技术为主的网络杂志运营商和以征订为主的网络杂志代理商, 最后指出目前网络杂志发展存在的问题。

关键词: 网络杂志 运营模式

(湖北教育学院教育与信息管理系, 武汉, 430205)

[中图分类号] G237.9 [文献标识码] A [文章编号] 1009-5853 (2007) 02-00 81-04

[Abstract] By generalizing the characteristics of online magazines at present, the article analyzes three kinds of business models about them. The first one is the digitalization of traditional magazines, the second one is the online-magazine-platform-provider based on their own technology, and the third one is the online subscription agent of magazines. At the end, the article indicates the problems faced by online magazines.

[Key words] Online magazine Business model 从数据库模式到网络出版模式, 杂志在数字化洗礼中正悄然经历着一场变革, 作为知识型网络的组成部分, 网络杂志正以全新的姿态颠覆着人们的阅读习惯。自 1995年杂志首次触网以来, 国内出现的网络杂志已经很难用数字来统计, 特别是 2005年, 具备多媒体功能的网络杂志浮出水面, 不仅令出版业和用户刮目相看, 还引起了IT业和投资商的极大关注。

1 现阶段网络杂志发展的特点

网络杂志经过十多年的发展, 如今有了一些新变化, 主要表现如下。

①随着信息技术的发展, 传统杂志的网络化与网络媒体的杂志化之间的区别已变得越来越模糊, 业界对它们的理论研究也已走出概念的“沼泽地”, 更多地向网络杂志的实际运作及赢利方式倾斜。

②能说会唱的网络杂志已经由梦想变为现实, 这种杂志具有超强的影音互动功能, 用户只需下载安装一个插件, 即可免费阅读时尚资讯、影音动漫等诸多信息, 而杂志中的语音设置也为读者带来非同一般的阅读体验。

③在网络杂志不断推出新品种的同时, 数据库模式的电子杂志也在推陈出新。它们不仅有效地整合了不同学科的数据库, 而且凭借其独特的引文机制和网络链接特性, 形成以知识为基础的学术信息资源整合体系。

④网络杂志依附的平台越来越广, 杂志表现形式也越来越丰富。杂志与手机的嫁接就是一个典型, 例如, 著名出版公司丹尼斯 (Dennis) 旗下的《马克西姆》(Maxim) 利用手机提供一对一的内容服务, 不到一年时间全球数万个订户通过手机无线网络订阅了该杂志。还有一种诞生于网络博客的个人网络杂志, 其风格已经大大超出传统杂志的版面形式, 有着更加自由和开放的个性。

2 网络杂志的运营模式

- 我国图书营销中的几个问题分析 / 谢新洲
- 试析学术图书“卖书难，买书难” / 胡磊
- 出版社在图书营销中的区隔构建 / 毛菁华

◆ 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 第6期

2008: 第1期 第2期 第3期 第4期 第5期 第6期

网络杂志在网络化浪潮中似乎是一个人人都想要的蛋糕，多方力量的融入与碰撞使得这种争夺愈演愈烈。在这场争夺战中，每股力量各有所长，有的是技术领先，有的则凭借资源和市场优势，不管是哪一方取胜，都将是网络杂志发展的有益探索。就目前的情况看，网络杂志的运营模式主要有三种，即以资源为主的传统媒介网络化、以技术为主的网络杂志运营商和以征订为主的网络杂志代理商，形成三足鼎立之势。

2.1 模式一：以资源为主的传统媒介网络化

网络杂志的起步是从纸质杂志的简单数字化开始的。作为传统媒介，杂志社在内容资源方面具有得天独厚的优势，但是在技术“横行”的时代仅有资源是远远不够的，尤其是与网络杂志相关的新概念和新技术层出不穷，使传统媒介无论在传播方式上还是赢利模式上都面临巨大的变革压力。

当所有技术日渐明朗之后，传统媒介也开始涉足新一轮的网络杂志出版，或者借助其他网络平台，或者推出自己的平台。在与新型网络媒介较劲的过程中，传统媒介逐渐形成了自己的模式，也产生了不少精品，如南方报业传媒集团精心打造的《物志》，《财经时报》创办的中国第一份财经类电子杂志《财经文画》，还有《瑞丽》杂志社推出的系列全新网络杂志《瑞丽Pretty》《瑞丽JM》和《瑞丽 Goo》等。这些杂志不仅继承了纸质杂志的编辑水准，而且在多媒体表现力和互动技术上也很有特色，从而成为网络杂志阅读和下载排行榜上的明星。

该模式的基本流程如图1。

选择网络平台对传统媒介的未来发展是一个关系重大的问题。若选择第三方网站，传统媒介就只需提供内容，制作加工则交由专门的技术开发商来完成。这种合作可以说是优势互补，传统媒介可以轻而易举地扩大其网络影响，为自己的品牌“加码”，第三方网站获得杂志数字化服务的代理权后，不仅可以丰富自己平台的内容，而且可以促进自身品牌的成长。不过现阶段，大多数传统媒介都是选择自己开发和运营网站，对他们来讲，与其把内容无偿转让给别人去做，还不如自己尝试着做，起码可以充分利用自己网站上的一些原创资源，实现与纸质杂志之间的互补与互动。

该模式在实施过程中要避免成为纸质杂志的翻版，一方面，将纸质杂志的内容搬上网络会影响传统杂志的发行。作为“内容为王”的传媒业，保证内容上的惟一性是其生存和发展的基本前提，而一旦有了可以在网上免费下载和阅读的网络杂志，这种内容上的重复出现就会无形之中造成自己跟自己的竞争。另一方面，我们应当看到，在传统的出版模式下，很多优秀稿件由于受印刷版面的限制不能发表，网络杂志既然已经打破了版面限制，就应该扩充信息量，加深对原创资源的挖掘，形成自己的独立风格。因此，以内容资源为主的传统媒介在网络化进程中应加强资源整合，以便优化配置实现双赢。

2.2 模式二：以技术为主的网络杂志运营商

每一个网络杂志平台背后都有许多核心的网络技术支持，随着技术的不断开发，平台的运营模式及服务方式也在不断改进。从目前网络杂志的整体运作来看，只要拥有核心技术和一个网络平台，并汇集足够多的可供下载的网络杂志，运营商的基本构架就形成了。因此，从这个层面上说，出版网络杂志的门槛并不高，目前国内已有大大小小200多家网络杂志平台运营商，其中最具代表性的是Xplus、Zcom、Poco[1]。

Xplus互动杂志新门户(www.xplus.com.cn)成立于2003年，是起步较早、容纳杂志品种最多的一个平台。2004年底Xplus软件加入订阅机制，2006年推出MagA个人网络杂志制作软件，Xplus平台实现集派送、订阅、制作、上传等诸多功能于一体。截至2006年10月，Xplus会员总量达到1100万人，单月杂志发行量890万册。Zcom智通互动娱乐平台(www.zcom.com)成立于2004年初，于2004年12月正式推出核心产品——Zcom互动电子杂志管理器。到目前为止，Zcom智通注册用户已经突破1700万，用户遍及国内及北美东南亚等地，并以每天7万左右的净增量递增，是目前国内下载量最大、读者群最广的网络杂志阅读平台之一。Poco魔幻盒子(www.magbox.cn)是中国最大的P2P用户分享平台，于2005年7月推出网络杂志发行平台，目前已经有超过80种电子杂志通过该平台发行，订阅用户突破180万，月发行杂志超过350万册。Poco庞大的用户群和门户网站的知名度为其网络杂志的发展奠定了很好的基础。

该模式的基本流程如图2。

以技术为主的网络杂志平台运营商如果能吸纳足够资金就可以加快前进步伐。2005年,三大网络杂志发行平台先后拿到风险投资:宏基、联想投资和招商局三家共同向Xplus注资450万美元, IDG向Poco投资1200万美元,凯雷则向Zcom投资1000万美元。据Xplus中国区总经理夏鸿估计,整个网络杂志行业目前已经吸纳了6000万美元的资本[2]。

融资双方确定共同目标后,运营商则从内容搜集和技术处理两个方面进行资源整合。这种“整合”突破了传统杂志单纯的平面文字和图画的限制,用音频、视频、三维动画、Flash等形式绚丽地对内容进行展现[3]。从内容上看,网络杂志平台运营商不仅代理发行别的网络杂志,而且开发自己的杂志品牌,如Xplus的《爱美丽Me》《男人志Wo》《Go!新势力》等。

在网络杂志制作方面,平台运营商往往形成了一套自己的技术体系,如Xplus的技术体系包括五个组成部分:P2P资源分享系统、VOIP受付电话系统、ATS自动广告发售系统、ADD广告即时配送系统、MagA个人网络杂志制作软件[4]。各部分协调工作,实现网络杂志的派送、订阅、下载、上传等功能,为投资方、合作伙伴、广告客户及读者提供全方位的便捷服务。

2.3 模式三:以征订为主的网络杂志代理商

与网络多媒体杂志不同,网络与杂志的嫁接还诞生了另外一种模式,即通过网络进行纸质杂志的征订与电子版阅读。这种服务类型是一种典型的电子商务模式,其服务内容比较广泛,包括纸质杂志的征订,杂志的全文电子版阅读,以及少量的电子杂志。目前这类网站的数量并不多,代表性的有龙源期刊网(www.qikan.com.cn)和浏览网(www.gotoread.com)。

龙源期刊网自1998年开通以来,以丰富的网络内容吸引了成千上万的中外读者,目前每日的造访者平均在100万人以上,而且还在不断增长。内容特色是以人文社科大众类杂志为主,其全文在线的杂志已达到1400多种,拥有完善的刊社管理和客户服务管理系统软件[5]。龙源期刊网主要是与传统杂志社合作,代理纸质杂志的网上征订和有偿阅读。浏览网将自己定位成杂志订阅、在线阅读和广告投放服务提供商,集中了新加坡和我国港澳台地区的近万种中文刊物[6]。读者可以免费浏览他们感兴趣的刊物以及这些刊物中的具体栏目和文章,包括与纸质杂志同步的内容和部分过刊内容。

该模式的基本流程如图3。

网络杂志代理商与杂志社、作者签约以后,将在杂志社每月定期提供的样刊和电子数据的基础上,为签约杂志社提供刊物的数字化处理服务,并在网站上进行推广和销售。对传统杂志社来说,与网络杂志代理商合作可以扩大影响,提高知名度,还可以增加纸质杂志的海外订户,达到电子版、纸质版网上订阅互动促销的效果。此外,代理商还提供杂志电子版的网上结算和客户管理功能,杂志社除获得销售收入外,还可以获得网络读者投稿这个新稿源和具有重要参考价值的读者统计数据。

一般情况下,通过网络杂志代理商订阅杂志要比传统渠道订阅便宜,例如《三联生活周刊》的全年定价是384元,而在浏览网上征订的优惠价是288元。除了价格上的优惠外,在网上订阅杂志还可以获得许多礼品,如订阅全年《中华遗产》,不仅获赠三期《户外探险》杂志,还可获得时尚旅行包。可以说,价格上的优惠是用户选择在网上订阅杂志的主要原因。值得一提的是,在这种模式下,网络杂志代理商为了保证杂志邮寄及时、可靠,往往将网上定单传给杂志社,再由杂志社把杂志寄给用户。

3 网络杂志目前存在的问题

与传统杂志比较而言,网络杂志有很多优势,但在发展道路上还有无数障碍。有些是网络媒介共有的问题,比如版权保护问题、支付手段问题等,有些是网络杂志特有的问题,主要表现在以下几个方面。

①目前的网络杂志内容良莠不齐,粗制滥造的现象比较严重,这不仅影响了网络杂志的整体形象,而且内容价值的欠缺还会阻碍网络杂志从免费到收费的转轨,限制投资商和广告商资金与广告的投放,使赢利道路更艰难。

②传统杂志都是通过刊号进行统一管理,现阶段的网络杂志是没有刊号的,这就为目

前的媒介管理留下了隐患。另外，我国在网络杂志方面的相关政策法规尚不健全，留有許多监管上的空白。

③网络杂志还存在发行渠道和资源的整合问题。市场上已经出现的十多种网络杂志阅读器互不兼容，阅读网络杂志必须下载相应的阅读器，非常麻烦。而且从长远发展来看，阅读器格式缺乏统一标准对网络杂志的健康发展是不利的，网络杂志市场的真正繁荣，必须以格式的标准化为前提[7]。

④网络杂志采用Flash格式的文字与图片，无法被现在的搜索引擎索引。网络杂志中的信息就像图书馆里没有进入编目体系的文献，容易成为“死书”[8]。这是网络杂志发展过程中出现的新问题，也是目前网络杂志亟需解决的问题，有待出版界、图书情报界和网络界同仁的共同努力。

参考文献

- [1] 马雪芬. 网络杂志的“盛世”危情[N]. 中国图书商报, 2006-06-09
- [2] [8] 网络杂志: 好风凭借力 送我上青云[J/OL]. [2006-05-07]. <http://www.people.com.cn>. 传媒视线第120期
- [3] 胡义兰. 杂志也疯狂——以Xplus为例试析多媒体电子杂志[J]. 出版发行研究, 2006(4): 70-73
- [4] <http://www.xplus.com.cn>
- [5] <http://www.qikan.com.cn>
- [6] <http://www.gotoread.com>
- [7] 张炯. 谈电子图书的三种网络出版模式[J]. 出版发行研究, 2004(2): 51-55
(收稿日期: 2007-01-11)

(ID:996)

© 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

技术支持: cgz@163.com

【您是第位访客】