

# 传统出版社在数字出版中的困境及解决方案探索

厦门大学出版社 施高翔

**摘要** 数字出版近些年来发展迅猛,2009年总产值已超过纸质出版,很快将成为出版业主流,但传统图书出版社在数字出版产业中所占的份额极小。本文分析了传统图书出版社目前在数字出版热潮中的困境,并针对这些问题提出了一些解决办法。

**关键词** 传统图书出版社;数字出版;内容资源;人才;赢利模式

数字出版这种新的出版形态作为出版业发展的一个必然趋势,越来越引起传统图书出版社和新兴数字出版公司的重视。据有关报道,我国数字出版2006~2009年年均增长率超过55%,2009年数字出版总产值达799.4亿元,首次超过纸质出版产值。2010年预计数字出版产业总产值将超900亿元。数字出版的黎明已经到来,引得众多传统出版社投入巨大的人力物力开始涉足数字出版。新闻出版总署《关于发展电子书产业的意见》于2010年10月9日发布,就发展电子书产业提出了具体要求和新的目标,这更将大大推动目前方兴未艾的数字出版产业的发展。

虽然新闻出版总署和传统出版社对数字出版非常重视,很多传统出版社也对电子书出版中的某一个或是几个环节做了很多工作,但目前只有

的。我认为,每位编辑在策划书时应问自己3个为什么:“我为什么要出版此书?”“我出版的书将来有人看吗?”“我是在为人类积累知识财富作贡献,还是在制造垃圾?”书是人类进步的阶梯。出好书育人,出好书益人,这是出版人义不容辞的责任。医学出版者更应该意识到自己的职业使命感,因为我们的工作也是在为提高人类健康水平作贡献。有所为,有所不为,坚守职业道德,我们出版的图书生命力才会更强,真正成为医学发展

较大的人力、物力的投入,却没有实实在在的产出,对数字出版总有无从下手之感,整个传统出版界对发展前景和赢利模式尚未明朗的数字出版业充满了焦虑。下面对传统图书出版社在数字出版中存在的问题进行分析,并提出一些解决办法。

## 一、传统出版社在数字出版中存在的问题

### 1. 数字出版的定义问题

目前,对于数字出版的定义有不同的说法。《2005~2006中国数字出版产业年度报告》对数字出版给出了一个广义的概括:只要用二进制这种技术手段对出版的任何环节进行的操作,都是数字出版。有的则认为数字出版包括出版环节、产品运营环节及产品的形态均是数字化。从目前官方公布的数字出版产业发展数据来看,大家对数字出版的概念是广义的。2009年的近800亿数字出版总产值中,网络游戏、网络广告、手机出版占97.1%,而与传统出版有关的数字期刊、电子书、数字报刊只占不足3%。正因如此,传统出版社要想在数字出版中有大的发展,需要突破与传统出版业有关的电子书的出版模式,进入到占数字出版主业的网络游戏、手机出版等业务中。

进步的阶梯。

本文重点论述的是医学出版的内容质量,并不意味着编校、印装质量就不重要,只是相对内容质量而言,编校、印装质量更容易控制些。在认识上,我们有时会存在误区,认为只要编校、印装质量合格了,书就算过关了。其实,出版质检合格的平庸书也是一种人力、物力的浪费,因为毫无使用价值。“内容为王”是不变的真理,只有踏踏实实把内容质量做好,医学出版业才能有美好的未来。 ■

## 2. 传统出版社在数字出版中的核心地位问题

这个问题即数字出版是否如图书出版一样,只有出版社能做,而且也能形成一条完整的产业链,也就是说数字出版时代出版资源是否仍像传统图书出版一样稀缺。

传统出版中,出版权是出版社拥有的核心资源之一,稿件只有经过主管部门的审批和出版社编辑加工后出版,才能够成为可销售的出版物,否则只是普通印刷品,不得标价销售。正因如此,所有需要销售的出版物都得经出版社出版。数字出版时代,传统的图书和电子出版社并不是唯一的合法出版者,有不少网络公司、移动通讯公司、IT公司同样拥有合法的出版权,如盛大网络公司、中国移动、中国联通等,也恰恰是这些公司成为数字出版业的主力。在自身经济实力、经营能力不强的情况下,传统出版社在与这些新兴的数字出版公司的竞争中完全处于劣势,即使传统出版社有编辑人才、有内容资源,但在强大的资本面前,仍显得没有竞争力。因此,传统出版社在数字出版领域显得并不重要了,靠出版权来赢利的模式在数字出版时代也有点力不从心了。

## 3. 数字作品的版权保护问题

数字作品的版权保护问题是数字出版能否赢利的前提条件。在我国,目前对数字作品的版权保护状况并不是太好,网民随意在网络上传和下载有版权的作品,版权保护行政部门对此也没有大的作为。虽然现在行政主管部门开始加大对数字作品版权的保护力度,著作权人也开始为自己维权,如今年3月的作家告百度文库事件,但对数字作品的版权保护并没有成为网民和一些网站的自觉行为。数字作品的版权保护在我国还有很长的路要走。

## 4. 数字作品资源不足的问题

数字出版与互联网有天然的关系,出版社从事数字出版就必然要向互联网出版方向发展。互联网是个信息海量的平台,这个平台要求包含足够多的出版资源,一家或几家出版社的资源是远远不够的,要联合很多家出版社的资源,目前,这样的实际操作难度还非常大。存在的问题包括:由谁牵头做平台,投资者是谁,是成立独立的公司来运作还是合伙来做,人员如何配备,利润如何分成,等等。这

些问题目前靠出版社自己还难以解决。

## 5. 人才问题

数字出版领域的人才问题是目前比较突出的问题。传统出版社懂得数字出版和运营模式的人才极少,要让已有的出版人才转型有较大难度,而新进入的出版人才要有几年时间的摸索和培养成长期,短期内很难成才。而网络公司等新兴的数字出版公司中,很少有从事过传统出版的人才,他们对数字出版技术和运营模式较为熟悉,但缺乏传统的编校等能力,无法做到网络技术与编校技术的结合。

## 6. 数字出版的赢利模式问题

这是目前数字出版中最核心的问题。过去的10来年中,很多出版社对数字出版有了初步的探索,比如与北大方正等技术公司合作,由出版社提供电子书,技术公司负责销售。但这种合作模式并不成功,出版社在合作中完全处于劣势,不能掌握自己的电子版图书的销售主动权,销售数据不透明,所得收益不多。因此,这种合作赢利模式已被大多数出版社放弃。也有出版社完全靠自己的力量,自己销售电子书,但因前期投入巨大,本身数字作品数量少,技术力量有限等问题,结果往往不尽如人意,这种模式要赢利目前很难。目前在数字出版领域赢利的出版社各有自己的模式,但可复制性不强,均靠自己某一方面的先天优势而赢利。没有一个通行的赢利模式,传统出版社在数字出版这个行业很难维持,更不可能发展。

## 二、解决办法

要解决传统图书出版社在数字出版中碰到的问题,首先需要考虑的是出版社在数字出版中的核心竞争力是什么。但目前,传统图书出版社在数字出版中最主要问题是找到适合出版社的数字出版赢利模式。笔者认为,传统出版社在数字出版方面可从两方面着手:一是围绕自己的内容资源,做好电子书出版;二是拓展自己的业务范围,进入新的数字出版领域。

### 1. 充分用好内容资源

数字出版的核心之一是内容,没有内容就谈不上出版。在传统出版中,出版社积累了大量的内容资源。不少出版社认为自己天然地拥有内容资源,拥有内容就会在数字出版中占有核心地位,离开了

出版社数字出版就无法进行。这几乎成为大家的共识。但实际上,出版社在利用内容资源等方面还是存在问题的,为了做得更好,应注意以下问题:

(1)内容是否过时。

(2)数字版权是否属于合法拥有。

(3)内容是否适合直接用作数字出版:数字出版中的内容需要碎片化、词条化,所有内容资源均要按主题作标引,以支持全文检索及内容重组等。传统出版中的数字化文档并不具备这些条件,内容还需要投入大量的人力来完成碎片化。

(4)内容是否适合数字出版:现在数字出版的内容,主流是快餐文化、消遣文化。如现在开始流行的手机阅读、手持阅读器等,内容基本上是通俗读物,教材教辅、学术著作并不是这些阅读器的主流内容。

考虑到以上问题,出版社就须花大力气对自己已有的内容资源进行梳理,理出符合目前数字出版市场的内容,解决版权问题,并对内容进行加工。有了符合数字阅读的内容,才有进入数字出版领域的条件。

## 2. 改变出版观念

数字出版确实改变了传统出版业已非常成熟的编印发的业务流程和赢利模式,改变了从业企业形式,但新兴的数字出版仍是传统出版社可以大胆进入的新领域,如网络游戏、手机出版等,这些新的出版领域市场空间大,利润率高,而且是目前数字出版的主流,传统出版社需要改变观念,尽早进入这些领域。网络游戏和手机出版与传统的纸质图书的出版相比,改变了出版社的出版形式、销售方式、赢利模式,但本质上仍是一种出版方式,出版流程也与传统出版有着很大的相似性。网络游戏的出版和运作模式一般为:先由编辑策划游戏方案,组织文案、美工、音效、程序设计等,创作人员根据策划方案设计,制作完成的游戏或通过游戏运营平台运营,收益由出版社、创作人员和运营平台三方按比例分成;或由自己直接运营,利润由出版社和创作人员分成。手机出版模式更像图书出版:编辑根据市场确定选题,组织稿件,按照手机运营平台的要求将内容进行碎片化,然后交由运营平台销售,收益按比例分成。从以上两种出版模式中可以看出,出版社完全有能力进

入主流数字出版领域。

## 3. 探索赢利模式

现在有很多人说传统出版社在数字出版中没有赢利模式,其实,近十来年,很多出版社对数字出版赢利模式作了探索尝试。从目前一些在数字出版中已实现赢利的出版社来看,赢利模式各不相同。如有的是自己或通过平台销售电子书和电子课件;有的与移动平台合作,提供碎片化图书给平台,通过分成实现赢利;有的提供内容作为网络游戏、动漫等的脚本,从游戏和动态的利润中分成,等等。大家均是基于自己的优势与合作者探索出适合自己的赢利模式,只是因为没有适合所有出版社的,所以让人觉得传统出版社在数字出版中没有赢利模式。从已赢利的出版社的情况来看,各家出版社一定可根据自身的条件及优势,找到适合自己的数字出版的赢利模式。

## 4. 人力资源才是数字出版时代出版社真正的核心所在

数字出版作为一种出版形态,它与传统的出版具有很多相通处,包括它一样要有选题策划,要有编辑审稿、修改,要有营销、销售,只是出版的介质和表现形式不同而已。因此,传统出版社中的人才仍可在数字出版中发挥关键性的作用,特别是在电子书出版领域。出版社拥有大量掌握出版专业知识和专业技能的编辑和营销人才,这些编辑和营销人才是数字出版中出版社与其他数字出版公司竞争的核心,也是出版社能在数字出版中赢利的根本。与新兴的数字出版公司相比,传统出版社中的编辑人员对内容的评判、市场的把握、电子书的编辑质量等方面均有很大的优势,这也是传统出版社仍能在数字出版中占有一席之地的根本。

当然,数字出版与传统出版仍有较大的区别,出版社的现有编辑、营销人才需要通过多种途径进行转型,如可通过实战来学习,通过培训来转型,也可通过在数字出版公司的实习来学习,让这些传统的编辑和营销人员了解数字时代的出版模式、读者阅读新方式、数字产品的消费方式等,从而策划出好的数字内容,并针对不同的数字产品做相应的、有效的营销。如做好编辑人才和营销人才的转型及储备,传统出版社仍可在数字出版中大有可为。 ■