

特稿

树立新理念,推进新时代出版传媒转型融合新发展

——第六届亚太数字期刊大会暨2018中国期刊媒体国际创新发展论坛主题致辞

■ 吴尚之

DOI:10.11946/cjstp.201810290950



数字经济业已成为全球经济发展的新动能,媒体转型融合是全球出版传媒业发展的共同趋势和必然路径。转型融合,首先需要更新发展理念,确立发展的新定位、新格局;同时,对内容生产、技术应用、产品运营也要有新要求、新举措。

近年来,中国出版传媒业数字化转型融合取得了新的进展和新的成果。

一是数字出版产业规模不断增长,数字阅读率逐年递增。近年来,中国出版业转型融合步伐逐步加快,图书、报纸、期刊出版单位已全面实现数字化转型,数字阅读、手机杂志、新闻客户端等全媒体传播形态基本形成。中国数字出版产值逐年攀升,2017年整体收入规模突破7000亿元。其中移动出版成为数字出版的主要方向,收入规模达到1800亿元。与此同时,中国的数字阅读需求日益旺盛。中国网民数量目前已超过8亿,其中手机网民达到7.88亿。2017年中国成年国民数字化阅读接触率达到73%,其中手机阅读接触率达到71%,成为数字阅读的主要方式。

二是技术应用水平持续提升,创新能力不断增强。近年来,大数据、人工智能、虚拟/增强现实(VR/AR)、区块链等新一代技术的快速发展和创新应用,对全球出版传媒业都带来深远影响。中国出版传媒业顺应新形势,拥抱新技术、新媒介的主动性不断加强,应用新技术,进行流程改造,产品创新、模式创新的能力日益提升。特别是人工智能技术在新闻出版领域的应用已初具雏形,智能语音、智能创作、机器翻译等应用于出版流程的各个环节,实现智能生产、智能呈现与智能推送,为出版业融合创新创造了无限可能。VR/AR技术在书、报、刊出版中都得到了普遍应用,如童书、科普类等图书通过这一技术,增强了趣味性和互动性,实现了纸质图书内容的有效延伸与补充;将AR技术嵌入期刊,实现期刊内容的立体化呈现,也越来越普遍。

三是转型模式日益多元,融合路径探索初具成效。经过中国政府主管部门的有力推进,以及出版单位的积极探索,中国出版传媒业的转型升级及融合发展业已形成全局化视野和清晰的模式。中国的图书、报纸、期刊出版,在大众、教育、专业等领域都已取得了良好的社会效益

吴尚之:中国期刊协会会长。

和经济收益。如在教育出版领域,数字教育出版产品体系日趋完整,数字教育产品日益丰富。在专业出版领域,逐渐从满足用户的简单数字化文献获取需求向提供知识服务转变,逐步实现从“内容提供商”向“知识服务提供商”的转型。在大众出版领域,网络文学发展迅速,不仅成为数字阅读的重要构成,其本身作为IP,向图书出版、影视、游戏、动漫等领域多元衍生,实现了内容价值的多向延伸和文化产业多领域融合发展。

近年来,中国媒体转型融合大致经过了三个阶段:第一个阶段即1.0阶段,是纸质出版物的简单数字化呈现;第二个阶段即2.0阶段,是同一内容的多种平台渠道的多元分发、多形式呈现,这一点目前大部分媒体都已经做得不错;第三个阶段即3.0阶段,要根据互联网特别是移动互联网的传播规律,基于不同渠道、不同场景、不同用户需求,进行内容的多元整合。这一新的发展阶段,对出版传媒业的数字化转型及融合发展提出了全方位的更高要求。要进一步推进新时代出版传媒融合创新,必须在以下三个方面下功夫。

一是深耕内容价值,拓展知识服务。内容永远是出版传媒业发展的立身之本。技术改变的是内容传播的方式,并不能改变内容是出版业的核心这一本质。近年来,知识付费浪潮兴起,知识电商、知识社区、讲座课程、线下咨询、付费文档等各类知识付费产品形态不断涌现,不仅为人们获取知识提供了新模式,也为新闻出版单位转型融合带来了新的机遇。出版传媒业要顺应时代潮流,主动把握这一机遇,积极探索在知识服务中的着力点,在内容上持续深耕,在形式上求新求变。目前,我国已有许多期刊在知识付费领域进行探索,并已取得了不错的市场反响。

二是强化市场运营,提升品牌影响力。与国际领先的出版机构相比,中国出版传媒单位的运营能力还有一定差距,直接影响到数字出版产品的品牌影响力和经济效益。我们要顺应互联网传播移动化、社交化、视频化、互动化的趋势,努力提供优质、丰富的内容与服务,充分运用微信、微博等新兴社交化媒体,强化用户思维,加强与用户之间的有效互动,提升用户在体验产品过程中的满足感,形成并不断提升品牌影响力。

三是打造精品IP,实现多元融合。当前,IP开发已成为中国乃至全球文化产业实现可持续发展的重要途径,也是中国出版传媒业提升品牌价值、推进转型融合的重要着力点。IP作为重要的文化产业无形资产,通过有效的运营,其潜在价值可以得到充分的挖掘和释放。之前我们谈起IP,更多是将目光集中在大众出版领域,如网络文学作品开发为影视、游戏、动漫作品等。事实上,IP范畴已涵盖大众、教育、专业等领域。就期刊出版而言,虽然没有网络文学作品开发方式的丰富多样,但通过开发有声读物,包括前面讲到的知识付费,都是期刊开展IP运营、推进转型融合、提升品牌价值的有效途径。

转型融合发展已成为中国乃至世界出版传媒业发展的主流趋势。中国出版传媒业要将新媒体、新技术、新模式带来的挑战成功转变为发展的动力与机遇,积极培育新时代出版传媒业新动能,推进出版传媒业转型融合迈向新的高度。