

解讀 2013 年中國大陸出版十大熱點

北京大學新聞與傳播學院教授 | 肖東發
外語教學與研究出版社宣傳策劃經理 | 卞卓舟

本文總結歸納了 2013 年中國出版產業十大熱點。從大部制、出版大資料、全民閱讀立法、出版高端人才培養、數位出版基地、首家少兒出版集團、自媒體出版、電商電子書、資源整合、稿酬提高等十個方面著眼，盤點並分析這一年中國出版產業的發展、變化、調整和趨勢。

2013 年的中國出版業，有自上而下的政策調整，也有自下而上的嘗試探索，堅守傳承、又不斷創新，有成績、也有問題。原新聞出版總署和廣電總局合併，組建新聞出版廣電總局，管理改革的步伐加大；大資料時代，如何真正規範、利用好資料的力量，成為出版業思考的問題；全民閱讀進入立法階段，掀起書香社會建設的又一輪高潮；出版人才培養進入高端化，校企合作培養複合型人才成趨勢；國家級數位出版基地建滿 10 家，「聚集效應」能否真正發揮作用還有待觀察；少兒出版漲勢喜人，更有首家少兒出版集團成立；自媒體出版成風，贏利模式進入探索期；電子書業務成為電商角逐新戰場，出版社反響積極；出版集團資源整合力度加大，「三跨」、「五跨」不再難；作家稿酬提高成大勢所趨，為文化創新和內容創新打下基礎。

一、大部制改革，走向「全媒體」管理

改革開放以來，中國大陸政府機構改革已經進行過六輪，新聞出版總署 1949 以來共進行過 8 次調整，2013 年 3 月 10 日，中國新一輪機構改革啟動，國務院除辦公廳外，組成部門減至 25 個。在出版傳媒界引發關注的是將原新聞出版總署和廣電總局合併，組建新聞出版廣電總局。其管轄對象涵蓋出版、報紙、期刊、廣播、電視、電影等六大行業，囊括了所有傳統主流傳媒業，也涉及部分互聯網業務，實現了全媒體覆蓋，其管理業務遍及全部傳媒產業鏈。這是 1982 年以來中國大陸中央新聞傳媒管理部門調整力度最大的一次改革。

同時，這次公佈的新聞出版廣電總局「三定」方案明確，將取消職責 20 項，涉及出版領域 13 項、廣電領域 7 項，削減數量為本輪改革 6 部門之最。其中，僅取消的行政審批專案就達 14 項，另有 6 項下放給社會組織。這使得「合併」的意義凸顯，即為了發展、繁榮和創新，不是為了官、管、關。

國家崛起與傳媒發展是相互促進的，就全球範圍看，中國大陸新聞媒體在很大程度上還偏居一隅。國家新聞出版廣電總局的成立，為建立全球化的網路傳播管道提供了可能。當然，打造有國際影響力的傳媒集團、贏得國際輿論話語權不能僅靠管道，而是要更多地考慮發揮每個人的創意、技巧和才華，通過知識產權的開發和運用，能夠創造精神財富和物資財富，這是管理和改革的根本所在。

二、出版大資料，出版轉型又一「推手」

移動互聯網、物聯網和雲計算的技術發展催生了大資料的產生。今年3月，全國政協委員、中國出版協會常務副理事長鄔書林在京會見來華訪問的國際出版商協會主席、勵德愛思唯爾集團全球政府關係總裁池永碩時，就將大資料時代如何加快出版轉型作為了主要討論話題。出版行業的大資料也隨著與電商的合作、互聯網的銷售推廣、以及受眾閱讀行為的分析而逐步深入。

然而，不少出版人擔憂，出版業在資料收集這一環節存在諸多問題：如「買榜」現象、財政資料不公開、資料格式混亂、各平臺對接困難等。8月26日，《中國出版物線上資訊交換》行業標準在京正式發佈，這也是我國發佈的首個出版物資訊交換行業標準。此舉將統一中國大陸出版物資料交換格式，為建設跨語種、跨媒體、跨區域的開放式出版物流通資訊平臺奠定基礎，也為進一步促進出版物國內外貿易打通資訊通道。該標準由全國出版物發行標準化技術委員會組織業內多家大型出版發行單位歷時3年時間編制完成。

一個標準的出臺，是國家規範資料、利用資料的利好信號，然而無法解決長期制約出版業發展的資訊不暢問題。一方面，該標準的應用推廣將是一項複雜的基礎設施工程，將涉及整個出版產業鏈資訊平臺的升級改造。另一方面，在資料驅動的智慧時代，我們需要一股自上而下的力量。政府、行業組織及大型出版集團需要建立資料平臺，進行資料標準化處理。只有這樣，再輔以政府力量，才能真正推動資料的客觀和透明化，實現「出版大資料」的真正力量。

三、全民閱讀立法，閱讀推廣活動蓬勃開展

2013年，國家將全民閱讀立法列入工作計畫。今年3月底，國家新聞出版廣電總局專門成立了全民閱讀立法起草工作小組，草擬了條例初稿。下一步，國家新聞出版廣電總局還將通過徵求部委意見、網上公開徵求意見、地方調研等多種方式，廣泛聽取各界意見，繼續修改完善。而在2013年全國兩會期間，115位政協委員聯名簽署了《關於制定實施國家全民閱讀戰略的提案》，建議政府立法保障閱讀、設立專門機構推動閱讀，引起媒體和社會各界的廣泛關注。

政協委員和社會各界都為全民閱讀獻計獻策。比如，成立國家全民閱讀指導委員會、建立長效機制、設立國家全民閱讀節、制定全民閱讀規劃、建立國家閱讀基金、把城市閱讀指數納入文明城市指標體系等等。目前，全國已有400多個城市開展了各具特色的讀書節、讀書周、讀書月等活動。全民閱讀事業正在蓬勃展開。

2013年，有一部由湖北新聞出版廣電局組織攝製的名為《閱讀的力量》的電視紀錄片也在緊鑼密鼓的籌備當中。推出後必將引起廣大觀眾的反響和對全民閱讀的推動。今年4月23日世界讀書日晚上，新聞出版廣電總局與湖南電視臺又推出一臺精彩的讀書晚會；一個評選一千戶「讀書之家」的活動也正在神州大地展開；深圳這個只有30多歲的年輕城市在今年10月，被聯合國教科文組織授予「全球全民閱讀典範城市」稱號，該城也是世界上唯一獲此殊榮的城市。原因就是深圳每年11月舉辦公益性讀書月活動，已經堅持14年之久，並對一個城市經濟實力和文化軟實力的增強產生直接影響。據統計，深圳人均購書量連續23年位列全國第一名；近年文化創意產業年均增長百分之二十五；「讓城市因熱愛讀書而受人尊重」，已經成為深圳人十大

觀念之一。

出版企業更是在全民閱讀浪潮中扮演了重要的助推角色。2013 年，外研社架構了以「閱讀季」為品牌，以啟蒙閱讀、分級閱讀、通識閱讀和專業閱讀為階段，以數字、雙語和無障礙為特色的閱讀開發、服務和行銷體系，一年開展閱讀推廣活動多達數百場，並承辦了首屆北京惠民文化消費季閱讀板塊活動——北京家庭閱讀季，通過 96 場內容豐富多彩、群眾喜聞樂見的閱讀體驗、講座、活動以及展覽，得到北京市、海澱區政府和社會各界的好評。

四、出版高端人才培養，高校義不容辭

隨著數字出版產業的不斷發展和深化，對出版業現有人才的年齡結構、學歷結構和知識結構等方面都提出了更高的要求，不僅需要數位出版的操作型人才，更加需要瞭解行業、熟悉技術、引領創新的高端人才。

如何培養適應數字出版的複合型高素質創新人才，既是出版界也是教育界一直關注的關鍵問題。據瞭解，目前，北京大學、武漢大學、北京印刷學院等全國 100 多所院校已開設了有關數字出版的專業方向和相關課程，約 40 所院校開設了電子出版、數位傳媒、多媒體出版等數位出版教育課程，形成了一定教育規模。

通過調研統計，當前中國大陸共有 60 多所高校開設編輯出版學碩士專業，近兩年新增 20 個碩士學位點。將近 22 所高校設置了 35 個數字出版碩士學位點。以 2012 年新聞傳播學學科評估的高校排名來看，參加排名的學校中，具有「博士一級」授權的單位共 6 個，本次參評 6 個；具有「博士點」授權的單位共 8 個，本次參評 5 個；還有 12 個具有「碩士一級」授權和 8 個具有「碩士點」授權的單位。這些高校結合自身學科優勢，紛紛設立了數字出版相關專業方向和專業課程，涵蓋管理、技術、編輯出版、行銷策劃等多個方向和專業，數字出版高端學歷教育體系基本形成。

同時，為了更好的發展出版產業，當前很多出版傳媒集團與國內著名高校結合，設立了博士後流動站。如中南出版傳媒和北京大學新聞與傳播學院建立的面向新媒體高端人才的博士後培養流動站，招生面向業內複合型的出版人才；江蘇鳳凰出版集團、安徽出版傳媒集團也都建立起博士後培養機制，面向新媒體和出版領域的電腦應用前沿進行人才培養。

五、數位出版基地落戶各地，聚群成效喜憂參半

截止 2013 年，全國已有 10 家國家級數位出版基地落戶各地。按照新聞出版總署的規劃，「十二五」期間將在全國佈局建設 8-10 個國家級數位出版基地。2008 年新聞出版總署將第一塊國家級數位出版基地牌子授予上海張江國家數位出版基地，2011 年批准建立了第 9 個國家級數位出版基地——江蘇國家數位出版基地；之後，北京、遼寧、吉林、四川、廣西、河南、安徽等多個省市先後向總署遞交申請。而後，總署批准同意安徽省建立安徽國家數位出版基地。

作為新聞出版總署推進新聞出版產業發展的重要抓手，基地建設以集中優質資源、優勢企

業，以新技術、新方式形成產業集群從而帶動產業整體發展。事實證明，以這種創新模式推進產業發展的成效已初步顯現，目前已建立的國家數位出版基地運行良好，部分國家數位出版基地總產出已經超過百億元。作為首家獲批的國家級數位出版基地，上海張江數位出版基地的探索較為領先。如「國家複合出版工程」、「第三代電子書數位內容投送平臺『新華e店』」、「辭海天下」、「雲中書城」等數字出版專案都在政府的支持下向前推進。

然而，對於數位出版基地的群聚效應，業界仍有不同看法。有觀點認為，傳統生產方式比較看重群聚效應，但數位出版本身是網路，彙聚作用對企業本身並不明顯。數位出版基地對進駐企業的最大作用無非有二：1. 政策上的傾斜，稅收上給企業的優惠；2. 同類型企業在一起，政府會優先考慮。數位出版基地能否在真正意義上啟動生產力和創造力，還是需要做好內容，通過「數位出版」這個管道概念，將更多的精品內容，實現更大面積的覆蓋和群體受眾。

六、首家少兒出版集團成立，或引發新一輪洗牌

近年來，出版產業各板塊中勢頭最猛的莫過於少兒出版，連續數年增長都超過兩位數，2013年也持續保持增長態勢。業內人士紛紛表示，在未來，不僅新華書店等實體書店的銷售有望保持增長，當當網等網路書店有望繼續保持兩位數以上的較大幅度增長，特種管道（機場、超市、高鐵等管道）也可能會保持增長。

在這一市場環境下，8月，長江出版傳媒公告，公司組建「長江少年兒童出版集團」已獲相關部門批復同意，該集團也將成為國內首家少兒類出版集團。長江少兒集團將以湖北少年兒童出版社為核心，以海豚傳媒等6家公司為成員單位，業務囊括了少兒類文化創意、數字出版、圖書出版、教育培訓、動漫開發等5大板塊。8月16日，長江傳媒漲停。

業內人士評論說，集團化對少兒出版的意義毋庸置疑：集團化有利於長遠規劃，有利於大專案的投入，有利於單一出版社規避風險，但集團化不應只是一個標籤，集團化也不可能包治百病。集團化不在於「大」，而在於「專」。只有專的集團，才能更有效地集聚人力、物力和財力，集聚發展的動力和能量。不難想像，未來幾年，會有更多少兒出版集團出現，強強聯手、做大做強的好戲將不斷上演，而少兒出版集團的集結勢必將導致少兒出版市場的新一輪洗牌。

七、自媒體出版應運而生，盈利和收費潛力巨大

移動終端迎來了前所未有的發展機遇，其潛在的巨大市場空間被逐漸釋放，這兩年更是成為資本市場最熱門的投資重點之一。移動終端的普及促進了閱讀方式，更改變了閱讀方式。特別是「自媒體」，業已悄然影響著傳統出版生態出版社依託「自媒體」尋覓著選題、作者、譯者等資源，並以「自媒體」為平臺部署自身的獨特的行銷管道；更多普通人也因為「自媒體」而受到策劃編輯、出版社的青睞，一躍而成職業出版人。

在今年2月中旬，豆瓣用戶兼豆瓣閱讀作者丁小雲的「自媒體」獲益在網路曝光，其兩部作品累計銷售量16,624部，累計銷售額5,4970.48元，成為正職之外可觀的收入來源。僅僅2012-

2013 不到兩年時間，借助豆瓣日記、豆瓣小組等「自媒體」從而步入作者行列、正式出版的案例並不少見，如北京大學出版社的《夜話港樂》（何言著）、清華大學出版社的《葛原與春時》（蘇枕書著）等等，其中不乏大社名社，選題內容涉及圖畫繪本、兩性情感、散文雜記，已然形成了一股「自媒體」紅人出書的潮流。

利用微信等自媒體進行行銷推廣，更是目前出版界慣用的手法。8 月初《盜墓筆記》作者南派三叔公眾帳號推出會員方案，通過淘寶、微信支付銷售會員卡，讓會員擁有買書、看書等特權。截至 9 月 25 日，三叔讀者俱樂部會員卡最多的已銷出 400 多件，自媒體的收費專案也有潛力可挖。接下來，完全可以想像，更多基於微信的微信小說、微信視頻、微信電影等等，都將因運而生，並獲得巨大的發展空間。

八、電商發力電子書業務，市場亂象仍需規範

繼涉足線上旅遊、售車等業務後，2013 年的京東高調宣佈其電子書業務上線。在「電子書刊」頻道正式上線的同時，京東商城同時推出了智慧手機／PC 閱讀用戶端軟體。資料顯示，2013 年 3 月，京東商城電子書業務累計用戶數量達到 500 萬，日均 PV 過百萬，毛利率達到 35%，遠遠高於 3C 數碼及家電。與此同時，當當網對電子書業務平臺進行升級，將其平臺更名為「數位館」，並進行大規模擴容。手持閱讀器的發佈也被當當網提上日程。

對於電商的電子書業務而言，2013 最重磅的炸彈莫過於亞馬遜 kindle 入華，亞馬遜中國在接連上線 Kindle 中文書店、Cloud Drive 雲服務以及亞馬遜應用商店之後，Kindle / Kindle Fire 系列電子書及平板電腦終於正式踏上了中國大陸，卓越亞馬遜今年的重點也從紙質圖書轉向電子書業務。Kindle 中文商店目前已擁有近四萬本書籍，這一數量對於國內任何電子書銷售者來說都是壓倒性的優勢。此外，背靠電子商務平臺，在蘇寧進行線下銷售，亞馬遜根本不用擔心管道和用戶數量問題。所以憑藉硬體體驗出色的 Kindle Paperwhite 以及豐富的電子書資源資料庫，亞馬遜也許有機會在各廠商分疆之前完成統一大業。

在此背景下，出版商和電商之間的電子書合作一直較為積極。然而，今年 4 月，中國兩大電商——當當網和京東商城日前相繼推出限時免費的電子書下載促銷活動，引起中國出版界一片譁然，有不少出版商擔憂，這種無底線促銷將影響中國出版業的數位化轉型之路。下半年，隨著亞馬遜最近的一項禁止其他組織推銷免費電子書的行動，我們似乎看到了終結「免費」電子書商業模式的開始，只是不知道在中國市場能否真正實現。

九、資源整合加速發展，異地跨界整合成趨勢

2013 年，各種「跨界」資源整合，加速了出版業跨越式發展。各大出版集團加快了資源整合的步伐，大專案紛紛上馬。鳳凰傳媒今年基本形成整體性的「鳳凰雲校園」數字教育解決方案，今年收購的慕和網路，意在佈局遊戲領域，從而進一步發力數位媒體領域和全媒體佈局。福建新華發行集團力爭海峽出版物博覽交易中心、智慧化物流中心、海峽文化學術交流中心等

專案年內全面開工。時代出版也在嘗試基於傳統出版內容的二次開發，比如主導劇本改編兼投資、積極拓展影視、推動圖書版權與影視的互動經營，打通少兒教育全產業鏈，打造少兒產業集團。中南傳媒與湖南教育電視臺合資創立「湖南教育電視傳媒有限公司」，則是其全媒介發展戰略至關重要的佈局。

11月舉行的十八屆三中全會，通過了《中共中央關於全面深化改革若干重大問題的決定》，也提到要推動文化企業跨地區、跨行業、跨所有制兼併重組。雖然文化產業職能化和區域化的分割仍很嚴重，但可以預料的是，未來幾年，跨區域發展將成潮流。

十、稿酬提高辦法出臺，網路稿酬成難點

9月23日，國家版權局向社會公佈起草的《使用文字作品支付報酬辦法（修訂徵求意見稿）》，歡迎社會各界提出修改建議和意見。停止多年的稿酬有望提高。《辦法》將原創作品的付酬標準從1999年的每千字30元到100元，提升為每千字100元到500元；將翻譯作品的稿酬從每千字20元到80元，提升至每千字80元到300元。

國家版權局隨即召開座談會，聽取來自作者、出版社、網站、學者、司法機關和行政部門代表的意見。大家殷切期待《辦法》的出臺，能維護著作權人的合法權利，引導和規範市場秩序。

儘管原創作品的稿酬大幅提高，作家代表的意見是，現在《辦法》裏的最低標準和最高標準差距比較大，出版社或刊物往往是按照最低標準付費。建議，縮短兩者之間的差距，適當提高最低標準。出版方也提出了自己的看法和擔憂：稿酬提高導致成本提升，最終可能會轉嫁給讀者，如果真出現了這樣的局面，讀者能接受嗎？多數代表則認為：稿費提高帶來的成本提升，出版社應該通過提高自己的經營能力和利潤率來解決。

中國作協曾作過一項調查，結果顯示：目前大多數網站使用文字作品都是不付酬的，大量的網路轉載根本不付酬。對此，有代表提出：「與網站簽約的作家所發表原創作品的稿酬標準，可以比紙質作品標準低，甚至低很多，但是必須有一個標準，否則就成為一紙空文了。」

縱觀2013中國出版業，可謂有憂有喜。從問題角度看，一是閱讀邊緣化趨勢，不管行業自身承不承認，出版正在陷入一種怪圈，人們獲取知識的途徑越來越多，娛樂消遣的方式也越來越多，閱讀變得不再像過去那麼必要與重要，甚至有時成為一種陪襯與點綴。二是產業「造血」功能不足，全民閱讀立法、數位出版基地、大部制、教育政策變動，宏觀管理層面的風吹草動仍然是產業發展的主動力，甚至電子書的發展也很大程度上依賴電商平臺的推動。相比而言，出版業自身轉型變革的力度還遠遠不夠。

當然，從樂觀角度看，出版業積極尋求「融合」的勢頭是向好的。出版與文化產業的互相滲透、日漸融合，延伸與拓展，資源重組整合，為出版業新的發展注入活力。同時，儘管全民閱讀和文化復興還有很長的路要走，但一些星星之火的確給人以希望。8月2日，《中國漢字聽寫大會》在央視科教頻道一經亮相，迅速掀起了全民關注漢字書寫的熱潮。只有加強對語言文字、傳統文化的重視，出版產業才有可能迎來真正的春天。