



日前,国家新闻出版广电总局发布了《2014年新闻出版产业分析报告》,全面反映了新闻出版产业在内容生产、体制改革、产业发展等方面的特点和趋势——

微观聚焦

在激烈的数字化变局中探路前行

本报记者 李哲



《2014年新闻出版产业分析报告》显示,2014年全国出版、印刷和发行服务完成营业收入19967.1亿元,同比增长9.4%;利润总额1563.7亿元,同比增长8.6%。与往年相比,增速有所回落,仍保持了较好的可持续发展能力。

数字出版跨越发展

随着“低头一族”的与日俱增,用手机“追”小说成为不少人日常生活的一部分。知情人士透露,今年上半年,中文数字阅读提供商——整合腾讯文学与盛大文学成立的阅文集团,仅稿酬就支付了4亿多元。

在众多新模式阅读者的支持下,2014年数字出版凭借3387.7亿元的营业收入,实现了33.4%的增长速度,总体经济规模一跃成为行业第二位,仅次于印刷复制,成为行业新的增长引擎。其中,网络动漫营业收入增长72.7%,领跑数字出版;移动出版增长35.4%,高于数字出版总体水平;互联网期刊与电子书增长18.2%,远高于新闻出版业总体水平。这表明,传统出版与新兴出版的融合发展进一步加深。

“在对历年数据的比较中,各数字产品销售均呈现增长趋势。具体而言,互联网期刊的发展虽在9年间出现过微小的起伏波动,总体依旧呈现增长趋势,且近两年来发展态势趋稳。电子图书收入总量与纸版图书销售收入相比,所占比例依然很少,从2012年开始呈现快速增长态势,年均增长20.5%。”中国新闻出版研究院院长魏玉山介绍。

探究数字出版快速发展的成因,《2014-2015中国数字出版产业年度报告》认为“政策支持力度大、资金扶助途径多”是首要因素。

近年来,国家出台的一系列措施为数字出版提供了强力支持。例如,2014年8月18日,中央全面深化改革领导小组第四次会议审议通过了《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》。2015年全国两会上,《政府工作报告》也提出将制订“互联网+”行动计划,推动移动互联网、大数据、物联网等与现代制造业结合等要求。

此外,传统出版与新型出版融合发展

的步伐日趋加快。2014年,传统出版单位利用新兴媒体选题策划、联系作者、图书营销的策略受到进一步重视。在京东商城、当当网、亚马逊销售的电子书呈增长态势,通过中国移动阅读基地、苹果商城、移动客户端销售电子书出版成为重要发展方向,在线教育等成为各种资金投资热点。除此之外,传统出版企业不断通过并购、合作、投资建立等形式实现新媒体平台的快速发展。

图书出版结构优化

《秘密花园》、《追风筝的人》、《平凡的世界》……打开当当网的图书畅销榜单,由读者真实购买数据“投票”产生的前10位图书中,除了一本绘图书以外,其他9本无一不是今年的新书。而有些上榜图书甚至已重印、重版上百次。

2014年,全国共出版图书44.84万种,同比增长0.9%,增速回落6.5个百分点。其中,新版图书25.59万种,增速回落5.8个百分点,近十年来首次出现下降;重印、重版图书品种19.25万种,

同比增长2.2%。

重印、重版图书品种和新书品种增长的一升一降,表明图书出版的精品意识和质量意识逐步增强,正在由追求数量规模向提高质量效益转变。

据统计,2014年累计印数超过100万册的书籍由2013年的48种增加到66种,其中主题图书8种。魏玉山认为,这充分表明了图书出版调整、优化结构的成效进一步凸显。

业内专家表示,图书作者的创作是出版业的根本,出版业的根本应该是打造精品力作。当下,内容为王的观念正在得到出版工作者的广泛认同。打造精品力作,通过创新产品满足读者的阅读需求正在成为出版业的共同追求。

此外,在图书出版结构不断优化的前提下,我国版权贸易的结构也在进一步优化,出版版权输出实现持续增长。2014年,全国共输出出版物版权8733种,较2013年增加289种,增长3.4%;全国版权输出品种与引进品种比例由2013年的1:1.7提高至1:1.6。

链接

出版业重视念好“金融经”

本报记者 李哲

2014年5月6日,全国文化行业首家企业集团财务公司——湖南出版投资控股集团财务公司正式挂牌运营,这是国内文化行业首个金融牌照。据悉,中南出版传媒集团股份有限公司的出资额占该财务公司注册资本总额的70%。

财务公司是非银行性的金融机构,通俗地讲是企业集团的“内部银行”。湖南出版投资控股集团财务公司负责人认为,通过成立财务公司,可以帮助企业集团的成员单位在资本市场获取更多支持,解决资金需求,还可以凭借金融企业的身份,让流动

资金效益实现最大化。数据显示,该公司通过内部资金归集及金融运作,在成立后短短8个月内实现营业收入1.36亿元,完成利润6946.33万元。

中南传媒获得文化行业首个金融牌照,开创了文化产业和金融行业紧密结合的先河。事实上,自《关于金融支持文化产业振兴和发展繁荣的指导意见》2010年发布后,出版企业就在加大与金融行业的融合力度。

与银行等金融机构签订协议,达成战略合作关系,解决融资难题,是出版企业与金融业融合的普遍模式。除此之外,通过上市,许多出版企业

也成功实现了融资路径的突破。

2014年,中文在线成功“登陆”创业板,成为民营数字出版企业第一股。同年,中国科技出版传媒股份有限公司、南方出版传媒股份有限公司等成功上市。北京昊福文化传播股份有限公司、北教文化传媒股份有限公司等在“新三板”上市。

目前,出版产业的上市公司方阵营规模日趋扩大。以2014年12月31日收盘价计算,在境内外上市的31家出版发行和印刷上市公司股市流通市值合计2601.8亿元,较2013年同期增加860.9亿元,增长49.5%。

中国国际数码互动娱乐展览会开幕——

中国游戏产业变中谋新

本报记者 李治国

第13届“中国国际数码互动娱乐展览会”(ChinaJoy)日前在上海揭幕。本届展会以“让快乐更简单”为主题,来自全球30多个国家和地区的700余家企业参展。各大企业都拿出了与以往不同的新产品。

从本次展会可以发现,中国游戏走出去的步伐在加快。上海锐战网络科技有限公司去年拿到上海美术电影制片厂《葫芦兄弟》改编权,计划将其打造为手机游戏。锐战网络创建于2009年,首款作品《傲视天地》向全球20多个国家发行运营,经历5年,累计流水突破20亿元。今年,锐战旗下的游戏产品将在海外15个欧美国家、全亚洲地区上线。

如今,游戏更新换代速度很快,竞争激烈,新增用户获取成本不断增大,同质化严重,创新型玩法要求越来越高。腾讯集团首席运营官任宇昕指出,今后不妨以明星IP为核心,打造手游、端游、动画、小说、影视等跨界产品,“尽管游戏、文学、动漫、影视等文化创意内容的表现形式不同,它们都可以共同围绕明星IP打造,发展出围绕明星IP互相融合的更高形态的创意产业内容。”

此外,从本届展会来看,越来越多的年轻人成为游戏产业的主力。譬如,去年上海网游销售收入377亿元,占全国的32.9%。取得如此业绩的,是七万名来自上海的、平均年龄为27岁的从事网络游戏的人员。值得关注的是,这七万人既来自盛大、巨人这样的传统游戏企业,也有不少来自新创立的游戏企业,甚至是不足百人的创业团队。统计数据显示,新兴创业型游戏企业占到总量的近50%。

盛大游戏CEO张铎锋表示,盛大游戏至今共投入扶持资金超过10亿元,投资、入股或采取其他合作方式扶持的中小开发团队和创业公司总计已超过50个。小团队能快速适应市场变化,降低试错成本,而公司提供的配套团队则能帮助创业者实现创意转码。“如今,公司每年都会推出约20款新游戏,自主研发产品的产值比例较从前增加30%。”张铎锋说,作为创意产业,需要用更多触角接触市场。

本次展会组委会秘书长祝君波说,进一步激发游戏产业的活力需要机制创新和管理创新。以前,开发一款客户端游戏需要3至5年,投资上千万元。到了手机游戏时代,一款游戏的开发周期仅为几个月,成本也只需百万元。每年会有数以万计的新游戏诞生,能赚钱的却不到1%。在创业成本大幅降低的情形下,如何提高创意的市场竞争力,如何提高企业的存活率,是互动娱乐产业需要破解的问题。



《漆语画音——乔十光漆画展》近日在北京开幕。展览集中展示了乔十光的水乡题材、抽象题材的60余件代表作品。乔十光是我国现代漆艺的开拓者和漆画创始人,被誉为“中国漆画之父”。 本报记者 赵晶摄

DHL物流助力摩托车锦标赛

本报讯 德国物流公司DHL日前宣布与世界摩托车锦标赛(MotoGP)缔结为期3年的合作关系。此次合作中,DHL负责为MotoGP大奖赛提供物流支持。

据悉,MotoGP是历史悠久的世界摩托车锦标赛,与其缔结合作伙伴关系,凸显了DHL物流作为赛车运动首选供应商的优势。

MotoGP的2015赛季共有18场比赛,赛场横跨四大洲14个国家。每个赛季中,需要运输参赛车队的80余辆赛车以及大奖赛组织者的350余吨设备。DHL物流通过量身定制赛车设备包装和装卸的解决方案,将确保这次运输顺利进行。(宝木)



图为国家5A级旅游景区——浙江省嘉兴市乌镇近日举行的“乌镇香市踏白船”民俗活动。浙江2015年上半年接待国内外游客约2.55亿人次,实现旅游总收入3132亿元。 新华社记者 谭进摄

莫让报刊亭变成早点摊

牛瑾

有些日子没回老家天津,最近回去,总觉得这座城市有哪里变得不一样。细细琢磨后发现,原来可以买份报刊读上半天的报刊亭悄然变成了早点摊,浓浓的纸墨香也被满鼻的煎饼香代替。或许,这正是报刊业不断萎缩的印证。或许,这与数字出版连续保持高速增长不无关系。

不管你是否愿意,数字出版在全球范围内取得实质性突破的事实就这样发生了。在这个过程中,对技术更加深刻的理解使内容得到了更丰富的呈现,读者的阅读感受也更加立体。这也是为什么很多有技术背景的公司,如中国的百度、新浪,美国的谷歌、亚马逊,能够在数字出版领域占得先机的要因之一。

即使代表了出版的发展方向,即使有了方便阅读的创新,对于我国的数字出版,我们也必须客观理性地看待,绝不能“捧杀”。

从产业结构上看,我国数字出版产业泛娱乐化倾向明显,产业链条结构不合理,各环节发展不平衡,重平台、重技术、轻内容的现象依然存在。此外,内部从业人员对数字出版缺乏足够认识,没有形成完整、统一的数字化流程。产业标准不统一,一个地区一个标准,一个单位一个制式,谈不上互联互通。上述种种,禁锢着数字出版产业的发展。

我们当前要思考的,是如何冲破禁锢、在有了数量之后让质量快速跟上。

首先,加快融合发展,推行“内容为王”,进一步做大做强。融合发展并不是个新话题,只是在当前的大背景下,亟需打破路径依赖和思维定式,挖掘新动力。具体来说,就是摒弃“传统出版向数字出版靠拢就是融合”的观念,转向传统出版和数字出版的并行并重,此长彼长。尤其

是要想实现数字出版下的“内容为王”,现阶段更需将传统出版的专业采编优势、内容资源优势延伸到数字出版,依托先进技术和渠道,借力推动出版业融合发展,建立健全一个内容多种创意、一个创意多次开发、一次开发多种产品、一种产品多个形态、一次销售多条渠道、一次产出多次增值的生产经营运行方式。

其次,要做大做强,才能加快走出去的步伐,在世界舞台彰显中国魅力。如今,随着我国在世界经济体系中分量的提升,越来越多的国家和地区对中文电子书的需求日益旺盛,他们希望借此了解中国的经济脉动和文化遗产。这为我国数字出版走出去搭建起了平台。但是,我们的出版业如果要走出去,不能仅仅依靠中国传统文化如京剧、国画等,必须分析进入国外市场之后的优势,明确自身定位,找准差距,塑造符合自身特色的品牌。

第三,要加快走出去的步伐,更要解决好版权问题,这是数字出版走向成熟的关键。出版数字化以后,阅读方便了,盗版也变得容易了。缺乏版权保护的数字出版,如同建在沙滩上的高楼,一时的炫目换不来长久的稳固。尤其是到国际市场上参与竞争,更需要依靠版权保护发挥作用。为此,应该尽快完善相关法律法规,成立专门机构,对数字版权产业链进行整合和管理,使数字版权从“事后纠纷处理”转向“事前利益分配”。同时,积极探索建立适合互联网特征的开放共享的授权机制,加强版权国际对话与合作,用创新思维解决数字网络环境下的版权保护问题。