

自媒体、大数据、云计算……

数字出版到了怎样的时代？

孙 波

在数字时代中，传统出版业遇到了巨大挑战，如何及时把握住时代潮流，从技术变化、内容变化、渠道变化、读者需求变化等方面深入研究并付诸行动，走出一条具有时代特色的数字出版之路？

自媒体：每个人都是出版人

传统出版以图书、报刊等纸质属性呈现，出版经营实际上是对这些实体的经营买卖，这种属性带有强烈的工业化时代的产业特点：标准化、规模化和流水线，数字出版载体则以“比特流”的形式呈现，内容组合与服务提供更趋立体化、个性化、碎片化和快速化。

当我们从传统出版社、刊、报进入到网络社区、博客、微博、微信，时间点从年、月、日到了小时、分、秒，一个人可以随时发布自己的见闻、感悟和创作的故事并辅以图片，而不用等待明后天见报或几个月甚至一年半载后见书。这些“流内容”将不再固定出版时间，随时更新、随时传送，每个人都可以成为出版人，利用网络媒体的属性，对内容分拆、精选组合乃至限定字数，形成短小精悍的内容，通过开放互动的快速传播和富媒体的表现形式实现动态出版。

大数据与云计算

时下，谁掌握了数据，谁就掌握了世界。所有的互联网巨头都在布局大数据。靠数字出版下载收费的模式无法生存（至少是在中国），而理论上，人

人都是读者，通过数字出版建立读者数据库，管理读者信息、分析兴趣爱好和购买习惯等并借此获得商业价值成为一种可能。

另一方面，已经从概念到技术解决转为商业应用的云计算，将在社会各个领域进行扩展，改变传统业务模式和服务模式。数字出版的技术架构毫无疑问是建立在云平台上的，从数据存储、获取、应用解决、远程控制到移动应用、互动分享、数据分析、计算等都将建立在“云端”。因为有了云计算使物联网成为可能，云出版服务技术等数字出版关键技术也将呈现多元化。移动互联网尤其是数字教育产业开辟了巨大的市场空间。

移动互联：数字出版移动化

数字出版的移动化不仅是手机出版，伴随移动互联网的普及，基于移动网络的应用会越来越多，移动平台与载体形式也将呈现多元化。移动互联网的深度开发，将催生多种新应用，移动终端的大面积覆盖带来的是移动阅读的海量需求与应用。

在移动阅读领域已经占据先发优势的是移动互联网公司，而不是传统出版传媒，不是手机制造商，更不是三大电信运营商。微信的横空出世更加剧了互联网企业的危机感，腾讯已经拿到了移动互联网的“第一张船票”；小米收购了移动阅读“多看”，继而又开发出小米盒子……未来的数字传媒将被移动

互联网公司掌控和主导并将高度垄断在几家巨头手里，如数字出版在全球就以苹果和亚马逊为首。

因此，传统出版在数字出版领域的布局应重点放在开放的互联网尤其是移动互联网，而不是建立区域性的网络公司或技术性开发公司，也不是要成为针对三大电信运营商所建立的阅读基地、动漫基地等渠道的内容提供商。

体验化、游戏化、社交化

近年来，我国数字出版的发展有一个特点：过度集中于基础内容数字化加工转换、数字出版发行平台这些“宏观”和“基础”建设，重项目、轻产品是数字出版界尤其是传统出版单位数字化过程中普遍存在的现象。

实际上，数字出版业应加强产品开发，让交互与体验功能成为最重要的设计理念，正如万方数据总工程师王胜海所说的：“在数字出版时代，体验可以让一个产品出奇制胜，没有体验也可以让一个产品死得一塌糊涂。”

为何要注重体验？因为大众化的数字产品在本质上都是游戏。未来的数字阅读会越来越多地带有多媒体属性，如声效、音乐、动画等，再如未来穿戴式电子产品可通过指尖滑动乃至手臂挥动、眼球转动获得无与伦比的游戏感。

体验之后需要分享——Facebook、Twitter、QQ空间、微博和微信将全世界的人都联为一体，通过彼此关注、交流与分享，人们发起更多的互动内容，引

导信息和知识自生成、自组织。所以，传统出版在数字出版建设过程中，首先要对用户体验设计给予足够的重视，在团队建设上，应吸纳用户体验设计的负责人进入高管团队并具有足够的话语权；其次，平台也好、产品也好，都要设计好社交互动分享开放的功能。

经营模式：从生产销售到服务提供

平台运营商提出了“从数据发行商向信息服务商”的转型，作为内容提供商的主体——传统出版单位也提出了“从内容提供商到服务提供商”的定位转换，早期出版社的数字出版是在既有资源里选择优秀作品进行数字化生产，再提供给读者，这与传统出版一样，是一种“先生产后销售”的线性、单向度经营模式。

从内容提供商到服务提供商的转型，意味着传统出版单位对数字出版认识程度的深化，不再将发展数字出版仅仅停留在数字化内容的提供上，而是开始从网络经济的商业模式来建构内容产业。在此情况下，具备实力的出版媒体更需要提供一体化的解决方案，从软件到硬件，从应用到收费模式，从为读者服务到为作者服务，建立完整的标准化解决方案，变目标趋动型为用户驱动型，改变传统出版以内容销售为目标、“以产品为中心”的经营模式，转向数字出版以满足用户需求为目标、“分析读者信息进行有效数据推送”的经营模式。



亚洲成为纪录片市场活跃力量

据新华社消息（记者刘塞军）6月28日，为期4天的第24届阳光纪录片节在法国西部海滨城市拉罗谢尔落下帷幕。以“科学与知识”为主题的本届纪录片节汇集了50多个国家的近2000名专业人士，包括中国在内的亚洲国家参展，其规模超过往年。

活动期间，中国、韩国、日本等亚洲国家设立的展台引人注目，众多业内人士前来咨询、洽谈。中国中央电视台纪录片频道举行的专场推介会更是吸引了国际各大纪录片制作机构和播出平台的200多位高管参加，该频道推出的10部最新原创纪录片包括《舌尖上的中国》、《茶》、《丝路》、《瓷路》和《牡丹》等，其中《舌尖上的中国》已行销全球43个国家和地区。

据主办方介绍，欧洲纪录片市场在经历了4年低迷后，2013年出现回升迹象，与此同时，亚洲市场的表现令人振奋。今年3月19日至22日，阳光纪录片节组委会在马来西亚首都吉隆坡第四次举办亚洲专场，几乎每个亚洲国家都有代表前来参会，盛况空前。大会共收到129部纪录片拍摄计划，其中有联合摄制项目，也有寻求资金支持项目，所涉及金额大大超过之前的亚洲专场。阳光纪录片节创办人伊夫·让诺会后撰文感叹道：“纪录片的前途在亚洲！”

1990年创办的阳光纪录片节始于法国南部城市马赛，2006年移师拉罗谢尔，是目前全球最大的纪录片领域专业盛会，为制作、发行及投资机构提供交流和合作平台。

莫言与美国青年作家谈文学创作

本报讯（记者于帆）6月30日，诺贝尔文学奖获得者、58岁的中国著名作家莫言与22岁的美国青年作家约翰·兰多夫·桑顿在北京师范大学进行了一场题为《世界如何想象与书写中国》的对话。此次活动也是由莫言担任主任的北京师范大学国际写作中心举办的文学对话系列活动之一。

约翰·兰多夫·桑顿1991年生于英国伦敦，12岁移居美国，现就读于哈佛大学历史系，他14岁时赴北京生活一年，学习汉语，并与北京网球队少年队共同训练。7年后，他将给自己留下深刻印象的这段中国经历写成了《美丽的国家》一书。

在谈到该书时，莫言说作者的着眼点

始终放在“中国人”身上，用心灵去感受和捕捉他们的善良、纯朴或狡猾、肤浅，这一点令人欣赏。谈到自己的小说《红高粱》被张艺谋改编成电影在柏林获奖后曾遭到“迎合西方对中国的想象，故意给西方人看中国的落后面”之类的批评，莫言表示，那时候写作并不知道西方人到底喜欢中国的什么元素，只是用内心来写作，“感觉心里压了很多话要说出来，所以我就开始写。”莫言认为，人性很多基本的层面是一致的，因此西方文学也好，中国文学也好，好的作品都能打动人。桑顿对此深表赞同，他说自己和中国青少年在很多方面都存在共通点，而且他始终带着开放的心态看中国、体验中国、挖掘中国。

中国优秀军事题材影片展在京举办

本报讯（记者苏丹丹）7月1日，由中国电影博物馆主办、八一电影制片厂协办的“少年梦 英雄梦 中国梦”——中国优秀军事题材影片巡回展在北京密云云青少年宫开幕。

本次展览精选了70部有代表性的军事题材影片，其中44部由八一电影制片厂拍摄。通过展览，观众可以欣赏到《柳堡的故事》、《野火春风斗古城》、《闪闪的红星》等经典电影，还能近距离参观

仿真手榴弹、锈迹斑斑的煤油灯、《集结号》里吹响的冲锋号、绿色的旧军装等。另外，此次巡回展针对青少年策划了多个分项活动：“八一”厂专业化妆师到讲授课，让同学们现场“变身”；“电影大讲堂”为孩子们讲解与军事电影拍摄有关的知识；“小小讲解员带你看军展”吸引了不少孩子现场报名。

据悉，本次巡回展将持续到7月31日，接下来会在京郊地区巡展。

北京欢乐谷狂欢节引爆暑期

本报讯（记者周志军）火辣桑巴、激情音乐……6月29日，上百位游客在北京欢乐谷内的欢乐舞台上跟随来自非洲、美洲的舞蹈明星一起学习桑巴、非洲风情舞蹈，一年一度的盛夏狂欢节正式拉开帷幕。

此次狂欢节以“狂欢怎能没有你”为主题，汇聚了亚、非、欧、美、澳五大洲的200名中外演员，他们将在狂欢节期间“空降”欢乐谷，开启由多国元素汇聚而成的狂欢之门，如由乌克兰跳水小王子、

国际高空跳水锦标赛亚军等成员组成的乌克兰极限跳水队将为游客上演“欢乐谷星跳跃”，非洲鼓舞、古巴滑稽等表演也将为游客带来异域的文化与幽默。

本周欢乐谷狂欢节将持续到8月25日。狂欢节期间，每天下午和晚上将举办抽奖活动，奖品包括北京欢乐谷门票、《金面王朝》VIP包厢门票、北京欢乐谷单人年卡、豪华双人游等，总价值60万元。据悉，欢乐谷还针对中、高考考生推出了暑期特别优惠。

从多明戈到莎拉·布莱曼

华彬集团的文化自觉

本报记者 周志军

继歌剧之王普拉西多·多明戈之后，近年来频频涉足文化艺术领域的华彬集团，近日再次牵手音乐界大师。6月27日，华彬集团与世界著名跨界女高音莎拉·布莱曼在北京华彬歌剧院正式签约，未来4年，莎拉·布莱曼将担任华彬伦敦中国文化交流中心形象大使，并将每年出席华彬集团举办的文化交流活动。

从红牛饮料到精致演出剧目的打造，从饮品行业到文化产业……发展近30年来，华彬集团在多元化、多领域产业集团之路上越走越宽，尤其是随着华彬文化基金会的设立，推出了新京剧《霸王别姬》、芭蕾舞剧《惊梦》等剧目，牵手多明戈、梅葆玖、李云迪、于魁智、莎拉·布莱曼等大师举办各类高端演出项目。这不禁令人好奇：这家成就于传统行业中的大企业在文化领域的设计和布局上究竟有着怎样的想法？

歌剧院里搭起中西文化桥梁

今年1月1日，中央电视台音乐频道首次将维也纳新年音乐会的转播从央视演播室搬到北京东长安街南侧通惠河畔，在有“东方维也纳

色大厅”之称的北京华彬歌剧院里创新打造了6小时的超长直播，并携手李云迪、戴玉强等呈现了这场2013年开年音乐盛典。

这样的演出活动对华彬歌剧院来说早已不是第一次。近年来，华彬歌剧院举办过多次高端文化演出，迎接过多位世界顶级艺术大师，已成为中西方经典文化艺术沟通交流的新平台。目前担任华彬歌剧院艺术顾问的世界三大男高音之一、歌剧之王普拉西多·多明戈，就曾带领美国华盛顿国家歌剧院等艺术团体多次到该剧院进行交流演出。在华彬的舞台上，多明戈和世界各国青年艺术家多次献上高水准演出，如“为歌而生”音乐会、音乐会版《弄臣》全剧、“和平的天空”国际和平日公益音乐会等。

据了解，就在此次莎拉·布莱曼和华彬集团正式签约之前，今年3月，莎拉·布莱曼就已在华彬歌剧院举行过“莎拉·布莱曼私享音乐晚宴”，演出吸引了驻京的各国使节、国内外知名企业家、艺术家等众多嘉宾观看。此次与华彬签约，标志着她将正式接受华彬集团的邀请，为华彬集团位于英国伦敦10 Trinity Square的华彬伦敦中国文化交流中心代言，并

将每年出席华彬集团举办的文化交流活动。

华彬伦敦中国文化交流中心位于10 Trinity Square，其前身是大英帝国海事总督府，也是第一份联合国宪章签署所在地。3年前，金融危机席卷全球，华彬集团成功收购了这座具有重大历史和文化意义的建筑，成为当年中资企业海外并购的成功案例之一。在保留原有历史风貌的基础上，华彬集团对这座建筑物进行了改造和升级。目前，10 Trinity Square已成为继北京华彬歌剧院之后，华彬集团旗下又一高端文化交流平台。

给力中国国粹，扶持文化传承

在与多明戈、莎拉·布莱曼等西方艺术家携手的同时，保护中国传统文化、传承经典艺术、打造让世界了解中国文化的窗口，也是华彬涉足文化领域的组成部分。为此，华彬不仅每年举办传播京剧艺术的相关交流活动，出资创新创作传统剧目，还专门成立了文化基金会用于支持国粹艺术的传承，梅葆玖、于魁智、李胜素、迟小秋等中国京剧名家均是华彬歌剧院的常客。

数据

文化产业属于信贷积极进入类行业，截至2012年末，中国工商银行文化产业贷款余额达1031.69亿元，增幅56.3%，成为该行贷款增长最快的领域。目前，中国工商银行的文化产业贷款余额和增量均位居国内商业银行首位。（来源：新华网陕西频道）

观点

虽然部分文化产业园区产业集聚效应明显，成为我国文化产业跨越发展的“助推器”，但火爆背后的弊端令人忧虑。乱象一，盲目一哄而上：翻阅各地的发展规划，文化园区建设一哄而上，有数据统计，仅北京、上海、广州、深圳、杭州、南京等10个城市在近四五年内就建了300多个文化园。乱象二，“空壳化”和“地产化”：一些园区建好后，通过招商引资吸引来一些文化企业，但这些企业并无明显的上下游关系，也没有形成文化产业的链条，园区也与一般的写字楼没多大区别，一些园区的收入也只是靠收取房租来维持运转。乱象三，同质化倾向严重：目前，文化园区同质化倾向表现较为明显的主要集中在动漫和影视两个门类中，由于许多园区发展类型相似、政策趋同，产生了一批不研究市场只关注政策的“候鸟式”文化企业。乱象四，烧钱多、回本慢、盈利难：文化产业园投资多则上百亿，少则五六亿，但目前只有少数能维持收支平衡，多数园区在短期内难以实现盈利。乱象五，高估历史资源，制造文化泡沫：现在许多文化园区为打出“特色”牌，纷纷依托当地历史文化资源大兴土木，但是，透支历史文化资源，过度策划趋势值得警惕，一旦脆弱的文化生态无法承载超负荷的策划和开发，反而会破坏固有的历史文化景点，弄得古不古、今不今。（来源：《经济参考报》）

《中国文化企业报告2013》主编、北京大学文化产业研究院副院长陈少峰表示，我国的文化产业已经进入战略发展阶段，按照一般统计口径计算，目前我国文化产业营业收入大概在5万亿元左右，产值约占GDP的3.2%。照现在的速度发展下去，2015年前后，文化产业产值将占到整个GDP规模的5%左右。但是，高速发展的文化产业存在两个方面的问题：首先，严重的低水平同质化竞争问题，什么火了大家就一拥而上，大多数时候水平很低，只是简单地模仿抄袭。其次，危险的硬件化甚至是地产化的倾向。在全国许多地方，一说到发展文化产业，就是圈地，搞文化产业园或创意孵化基地，但所谓发展文化产业经常只是一个幌子，实际上就是在用便宜的价格圈地盖楼。比如，现在很多地方都流行发展文化旅游，但最终项目中与文化有关的就只有几个雕塑，剩下的地要么盖豪华酒店，要么建高尔夫球场，与真正的文化产业完全是两码事。（来源：《中国青年报》）

地方

动漫产业成甘肃省文化产业新生力量

从甘肃省动漫企业数量来看，目前在工商部门注册的主营动漫的企业52家，兼营动漫的企业46家，这些企业主要从事动漫基础设计、动漫广告、动漫原创、动画片生产制作等。去年，甘肃省动漫产业产值为1600余万元，产值小，主要是受制于动漫企业的规模小而杂，市场发展尚不成熟等因素。

在动漫产业人才的培育方面，西北师范大学、兰州理工大学、兰州交通大学、兰州工业学院等一些高等院校，都开设了动漫方向的专业，开始招收本科或专科生。卡卡动漫创作培训中心、兰州创意文化产业园等目前已设立动漫创作室，并开始了动漫产品的基础设计和开发。（来源：《甘肃日报》）

深圳文化产业受益“营改增”

2012年11月1日，深圳市部分文化企业作为“部分现代服务业”下的“文化创意服务”纳入“营改增”试点范围。“营改增”文化创意服务包括设计服务、商标著作权转让服务、知识产权服务、广告服务和会议展览服务五大类，深圳市六大战略性新兴产业之一的文化产业36224户企业中约有26128户纳入试点。随着对“营改增”政策解读的深入，深圳市文化企业主动适应税制变化，“营改增”试点纳税人户数及改征增值税税收均出现较大幅度增长，营改增减税效果明显，有效促进了企业的营业销售收入强劲增长。

统计数据显示，深圳市今年第一季度文化产业增加值达248.8亿元，较去年同期增长16%，全市36224户文化创意企业1至5月入库国税收入39.49亿元，同比增收4.7亿元，增长13.5%，高于同口径国税收入增速1.1个百分点。其中，增值税入库28亿元，同比增长38%。（来源：深圳市国家税务局网站）

（程丽仙 编辑整理）

◀ 6月28日，位于江苏省南通市的中国第一所新型戏剧艺术学校——伶工学社，经过保护性修复后重新对外开放。修修复建后的伶工学社建筑面积3350平方米，开放后将成为南通戏剧文化教育、传播的新阵地。

伶工学社创建于1919年，是中国第一所培养新型戏剧演员和从事戏剧改革专门人才的新型戏剧学校，在中国戏剧发展史上具有重要地位。图为演员在伶工学社复建开放仪式上为观众表演京剧。

新华社发（崔根元 摄）

2012年，华彬出资1500万元，邀请陈士争导演、京剧名家孟广禄和丁晓君推出了新京剧《霸王别姬》。该剧的创作团队中除了有来自德国、美国、英国、意大利等国家的舞台监督、服装设计师、灯光设计师之外，还邀请到了曾出品过厅堂版昆曲《牡丹亭》的戏曲制作人、北京普罗之声文化传播有限公司创意总监王翔担任制作人。经过全新包装的新京剧《霸王别姬》不同于观众所熟悉的京剧唱段和戏园场面，而是呈现出极具3D感的互动视频和灯光舞美效果、后现代感的舞蹈和武术在演员形体表演中的融入以及大胆的服饰创新，令观众深刻感受到了该剧的创新和探索，也令业界感叹华彬在文化演出项目打造上的独具匠心。

对于华彬文化基金会的设立，华彬集团董事长严彬表示，目的就是帮助中国传统文化走向世界，同时也把西方更多优秀剧目带给中国观众。在严彬看来，企业要持续发展得从两个方面考虑，一是必须要有亮点、有特色、有含金量，做战略型、增长型的产业；另一个则是要从社会责任的面去思考做点什么，“我们希望能为社会做点什么，尤其是像文化传承这样有历史使命感的事情。”

据了解，目前，华彬集团与多明戈共同发起成立的“华彬亚洲青年艺术家培训计划”已走过5年，这个旨在为亚洲青年艺术家提供接受大师指导和与大师交流学习机会的计划，目前已帮助不少青年艺术家实现了艺术梦想。