

数字经济视域下出版融合发展的模式探析

高平亮

内蒙古财经大学 010070

[摘要]二十一世纪中国的数字经济得到了前所未有的发展,这一阶段具有鲜明的特点,在这样的发展趋势下,出版融合依托数字经济的巨大优势实现行业目标是现阶段的重要课题。所以,笔者针对数字经济影响下的出版融合未来前景展开探索,希望可以为出版领域的发展提供借鉴。

[关键词]数字经济视域;出版融合;方法

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6261.2021.10.373

数字经济从某些角度而言是市场经济高度发展的必然结果,它在多种外力的助推下得到了迅速的发展,也在商业领域取得了非凡的成绩。从一开始的农业社会演变到后来的工业社会,直至今天的数字经济,人们的生活方式发生了翻天覆地的变化。数字经济是时代进步的产物,也是社会进行优胜劣汰自然选择的结果,它给出版融合提供了创新条件,所以出版融合的进一步升级必须依托数字经济产生的有利环境,从而更好地达成行业目标。

1 数字经济时代出版融合发展现状

1.1 数字经济时代出版融合发展的优势

首先从教育出版这一行业模块出发,每个出版社都能够衡量和评估自身的优势并利用这种优势出版具有竞争力的教育读物,并且在职教育和继续教育等实施方面均已搭建了成型的网络平台在线教学、学习软件以及多元化的教育服务体系,在网络平台上覆盖了绝大多数的教师资格考试和提升学历的教育,进一步丰富了社会的教育资源体系。另外在专业出版模块上,很多出版社传统的做法是出售纸质书籍,随着行业整合,现在已经逐渐向专业出版经销模式转型。每一家出版社都积极积累自身在各个行业的资源和关系,打造知识服务的品牌效应,为用户提供一体化的只能检索服务。最后是大众出版模块,每一家出版公司都注重数字阅读的研发和运用,同时针对数字阅读中的核心内容进行深度的剖析,将自己出版社的服务产品慢慢拓展到歌曲、动漫、电视剧和网络游戏等方面,利用网络平台吸引大批的用户,逐渐使这些用户关注出版社的线下服务,以此来拓展出版社的产业链。

综上所述,目前国内出版行业逐步摆脱了传统的出版模式,向着数字化的出版模式升级,并且出版行业基本达到了出版融合的要求,在这一领域的实践中无论是深度还是广度都取得了一定的成就。

1.2 数字经济时代出版融合发展问题探析

伴随出版领域融合发展取得突破性成果,发展的过程中也暴露了不少的问题,这些问题也严重制约了出版融合的未来发展以及出版业的升级转型。首先,出版行业一般都需要积累和存储大量的大数据信息,仅仅依靠大数据技术为支撑的出版融合产业链还未完全形成。其次是出版社与出版社之间,出版社与合作企业之间还没有建立具有权威性的互联网平台工具,而且各出版行业内的平台没有达成对接,也没有

实现资源有效整合。再者对于出版行业用户群的维护与拓展方面的系统工作还只是处于起步阶段,用户保有率低且没有大量的新用户进入,用户对数字平台的关注度不够高,因其未能吸引足够的用户所以数字经济的作用还没有完全的发挥出来。最后也是最为关键的一点,出版行业与相关企业之间的还没有实现真正意义上的完全融合,且平台之间也没有系统科学的联系关系,导致国内出版融合类商品在国际市场上毫无优势。

2 数字经济背景下出版融合发展的模式

2.1 以数据作为动力推动出版融合

数字资源的特点是可以无限复制并保持赋予和增加的状态,进而形成取之不尽用之不竭的生产要素,推动出版行业实现可持续发展。另外,在推动出版融合的发展中数据是连接的关键要素,它可以将各式各样的网络平台资源及信息数据利用科学的方法和途径进行整合。二十一世纪是出版融合飞速发展的时期,出版行业要充分利用数据资源带来的优势,创新出版产业链的各个模块,将数据转换为财富,大力挖掘数据资源的价值。

从某一角度而言,结合时代发展的趋势,转型后的出版任务是为用户输出完全信息化的业务,不管在什么年代,人们需要和渴求的都是最优质的出版内容。在以往的出版运营中,出版社难以精确地统计用户数量及销售额等关键性数据,更谈不上很好的利用这些数据。当出版融合模式的快速发展,伴随科学技术的日新月异,人们得到信息和传递信息的途径产生了翻天覆地的变化,这也就使得数据的有效利用成了一种可能,数据在某些情况下能够与信息实现相互转化,最终使得数据的信息价值能够充分地发挥出来。因此,各个出版企业应该对数据以及人工智能等技术进行深挖,将其中一些优质的内容充分地利用起来,将网络当中一些比较分散的流量用户转变为自身的用户。通过对他们行为数据、消费数据以及社交数据等内容进行分析,迅速地获取更全面的选题信息,从而为后期的营销战略制定提供了更多的基础。各个出版公司必须充分地运用好自己的掌握的那部分数据资源,开发潜在的互联网用户资源,并且不断努力增加用户人群,将出版行业内的优质信息资源进行整合,这样出版社就能实现真正意义上的全媒体模式,才能够为用户量身定做优质的服务方案,以此来实现出版社从传统的内容服务商

向信息资源商的转型。

2.2 利用平台桥梁作用推动资源的整合

第一，出版行业内的出版社需要建立独立平台的主体理念，换言之每个出版社都要自主搭建拥有数据管理和知识输出等信息融合功能的网络平台，丰富网络平台上的信息资源，实现信息资源的全面覆盖，进而提升信息知识服务的专业水准以及形成出版社的独特风格。并且还需要制定出公开透明的交易方式，进而增强出版平台的权威性和传播效应。此外，每个出版社要特别重视保障平台系统的安全性，要不断地搜集实时的数据资源并更新在网络平台上，利用科学的手段延长网络平台的使用周期，促进多种网络资源同技术服务的有机结合，更加有效的推动出版融合的进程。其次出版行业内的企业要从根本上形成平台意识，充分汇聚和优化平台资源，科学配置平台上的资源。并且出版社还必须要精准定位平台用户的特征和市场需求，推动信息融合的进一步发展，构建平台用户与平台信息资源之间的桥梁，充分运用出版社对整个出版平台中全部用户信息的掌控能力为即将推出的知识服务产品做好前期的调研工作，以此来实现出版社与用户共赢的目的。就某一层面而言，合理且健全的基础性平台是可以有效为出版融合的发展保驾护航的。所以出版社在平时的运营管理中要精准定位线上线下的结合点，通过科学融合的模式来大规模的吸引用户流量，提升出版平台的发展优势。

2.3 大力发挥用户资源

从实际的角度出发，任何企业都是以盈利为第一目的的，因此数字经济重点在于经济，现在流通的一部分数字商品大多具有明显的外部特征，因此对经济利益追求的目的性也比较明确。出版融合模式下因为依托数字技术来提供服务，那么就意味着大大降低了产品的成本，简而言之光顾出版平台的用户越多，分摊到每个用户的使用成本则越低，出版社也就能实现更好的盈利，在互联网时代信息化的效率以及数字经济的发展水平就越高。综上所述，大力维护和拓展用户资源，快速吸引和壮大用户资源是当今时代出版社获得巨大经济效益的有效途径。

当今时代，伴随出版行业规模的持续壮大，用户人群的组成成分也变得越来越复杂，用户的数量也在不断地壮大之中，在以往的出版经营模式中，读者是出版社唯一的用户，他们彼此之间仅仅维系着单纯和原始的售卖关系。伴随着出版融合的发展，用户已经不再是单纯的消费群体，他们已经演变为信息的来源，目前无论是出版模式还是出版的内容上都进行了升级转型。因此，出版社必须将互联网的一些散户吸引成为数字商品的积极拥护者。从另外的角度来看，出版融合商品的用户不仅要完全吸收传统纸质媒体的使用者，还要大力开发拓展其升级产品的消费群体。此外，升级转型产品的消费群体中一般还有数据库消费者、知识服务消费者和

硬件设施消费者等等，所有这些构成了出版社与消费者之间牢固的供销关系。

2.4 提供政策保障，促进知识服务产业融合发展

当知识服务成为时代的主题时，政府部门要出台强有力的法律条文和政策来为出版融合保驾护航，国家要认真调研并充分掌握知识服务的真实状况，针对知识服务的新兴产业，设计适合行业发展的税收、监管政策，引领和保护行业的发展，突出奖励措施吸引高技能人才从事行业运营，推动出版行业的运营者与热衷消费知识服务的人群彼此融合，充分做好引领工作，通过全面制定有关政策推动产业发展，实现出版融合模式的优化与升级。

2.5 组建知识服务行业人才库，焕发行业生命力

任何行业都需要优质的人才注入，出版行业也不例外，特别是知识服务方面对专业人才的要求较高，需要大量的具有理论基础、实际操作的人才，出版行业要建立健全人才库储备工作。出版社必须要根据自身的实际情况，不断引进不同领域的技术人才、理论人才，建立起一套科学、行之有效的智库考核机制，把人才引进、人才考核、人才利用、淘汰机制不断完善，激发智库人员的工作积极性，发挥其创造性。高水平、高层次的人才队伍能够为不同社会主体参与知识服务行业提供强大的理论和技术支撑，实现产业能力的跨越式发展。

3 结语

数字经济作为当前阶段一种全新的经济发展形态，其为出版融合的发展创造了众多的有利条件。在这样的情况下，出版业应该充分地抓住数字经济发展所带来的一些机遇，充分地将自身的活力激发出来，充分地利用好各种数据，建设一个覆盖全面的服务平台，以用户的需求作为核心，构建一个开放多元的融合体系，促进我国出版业更好地发展。

参考文献

- [1] 陈丹, 朱柳琳. 数字经济视域下出版融合发展的启示与思考[J]. 出版广角, 2019(18): 14-17.
- [2] 张伟伟, 李燕, 赵文义, 等. 供给侧视域下的学术期刊数字出版发展路径[J]. 中国科技期刊研究, 2017, 28(2): 151-155.
- [3] 王晓红. 媒介融合视域下出版产业核心竞争力研究[J]. 现代经济信息, 2018(36): 332-333.
- [4] 陈宁. 简论媒介视域下传统出版与数字出版的对接与提升[J]. 艺术科技, 2015(9): 86-87.
- [5] 丁一平. 融媒体视域下边疆研究出版传播方式探究——“中国边疆研究出版传播平台”的探索实践分析[J]. 中国出版, 2021(7): 21-26.
- [6] 陈逸轩. 媒介融合视域下英语在线教育APP融合模式探究——以“百词斩”和“薄荷阅读”为例[J]. 北京印刷学院学报, 2020, 28(9): 9-12.