

数字出版时代的选题策划创新

舒 刚

(武汉大学政治与公共管理学院,武汉 430072)

[摘 要] 选题策划是一项系统性创新工程。在数字出版时代,出版企业的选题策划思维应该与市场竞争环境相适应,选题策划的内容意识、市场意识和服务意识必须不断地加以调整和创新,以适应新形势下出版企业发展的需要。

[关键词] 数字出版 选题策划 创新思维

[中图分类号] G232 [文献标识码] A [文章编号] 1009-5853 (2013) 01-0034-03

[Abstract] Topic selection is a systematic innovation project. In the digital publishing era, the thinking of topic selection in publishing enterprises should be adapt to the market competition environment. Content consciousness, market consciousness and service consciousness of topic selection must be constantly adjusted in order to adapt to the need of the development of publishing enterprises in the new situation.

[Key words] Digital publishing Topic selection Innovative thoughts

近年来,我国出版产业正在经历两个转型:从传统出版方式向现代出版方式转型,从分散性经营向集团化经营转型。在这两个转型的过程中,紧密结合出版企业自身战略发展规划的“产品研发”——选题策划变得举足轻重。选题策划是一项系统性工程,是策划主体根据主客观条件和未来发展战略开发出版资源的创造性活动,是一定的出版理念、经营思路、市场预期的综合体现。选题策划和创新是出版企业做大做强的基石,它具有整合出版生产各环节、各方面能力和资源的作用,是出版企业形成核心竞争力的关键,是核心竞争力的“核心”^[1]。另一方面,数字技术的迅猛发展和网络文化的广泛传播,使整个社会从封闭性向开放性的转变过程变得势不可挡,人们的文化产品需求更加多样化和个性化。这对传统出版编辑的综合处理能力、选题策划能力和市场营销能力提出了全新的挑战,尤其是选题策划的思维创新,直接决定了出版企业的产品生命力和市场竞争力。

1 选题策划的内容与形式创新

出版媒介是内容的载体,无论是纸质图书还是电子图书,归根结底离不开其承载的内容,各种数字媒介的最终指向仍是具有独创性和阅读价值的内容。“内容为王”已经成为出版业手中最后一张王牌^[2],因此,内容创新意识是选题策划的关键。策划编辑应该把精力从对书稿内容的简单选择和加工提升到对

图书选题的策划和持续开发上来,在出版物内容方面投入更多的创造性劳动,以提升图书产品的内在价值。

选题策划的内容创新要体现较高的思想价值和文化价值,确保图书内容的原创性,凸显产品的自身特色,最大限度地减少跟风出版现象,避免因低水平重复出版导致的出版资源浪费。同时,要考虑同一内容在手机、网络等不同媒介的应用,针对不同内容及发布平台的特点,提供个性化的定制内容和增值服务。比如,对于大众图书,可以联合手机和网络服务商提供下载阅读等服务;对于教材等学习辅导图书,可以建立即时更新的网络资源库,提供配套的教学课件、案例资源、网络教学互动平台等。

选题策划过程中的形式创新意识也应增强。装帧形式是图书内容和质量的外在表现。好的装帧设计,体现了内容与形式、思想性与艺术性的完美统一,它能强化甚至拓展图书所表达的内容、思想和风格特点,激发读者的购买欲,成为读者挑选图书的重要考量指标。如“中国最美的图书”在网上获得如潮好评,极大地促进了销售。因此,要改变在封面设计、版式设计方面模式化操作的被动思维,积极进行形式创新。

内容创新能力和形式创新能力是出版企业软实力的体现,是出版企业市场竞争力的直接来源。只

要这种软实力能满足或引导广大读者的潜在需求,就很容易形成群体心理效应,促进产品销售,提高出版企业在市场竞争中的地位。

2 选题策划的市场意识创新

在数字时代,出版企业在遭受前所未有的市场风险和竞争压力的同时,也面临着新的市场机遇。选题策划的市场意识创新,是出版企业抓住机遇、实现可持续发展的关键。美国学者德索尔认为,一个正直的出版者应该既崇尚精神和艺术世界的价值,也注重经济学范畴的价值。这是图书出版取得成功的必需的先决条件。一个出版者如果不考虑所出图书的质量和书稿的价值,即使他偶尔也会成功,但最终会因精神饥荒而导致失败;同样,一个出版者如果不关心企业的赢利,那么他很快就会因经济破产而失去投身文化事业的机会^[3]。因此,选题策划必须关注市场发展,不断创新市场意识。

市场意识创新体现在宏观和微观两个层面。在宏观层面,选题策划要和出版企业的战略发展规划密切结合,权衡出版企业的发展方向和出版重点,贯彻企业战略意图。在微观层面,选题策划是整个出版流程的龙头,选题策划的成功与否,直接影响着后续环节各项工作的成效。因此,孤立地进行选题策划是不切实际的,而应把选题策划、图书制作、营销策划等各个方面结合起来,围绕市场需求系统地开展工作的。

具体来看,选题策划的市场意识创新可以重点关注以下三个方面。

第一,注重把市场终端客户和二级渠道商的培养和维护结合起来。一直以来,市场终端都是出版企业不遗余力重点维护的市场资源,它直接影响着出版企业的市场份额。但在数字时代,市场终端客户的开拓充满着不确定性,传统渠道市场恶性竞争以及网上优质购物平台的兴起都加剧着这种不确定性。囿于目前人力成本大幅提升,以及出版企业自身资源的限制,一味广撒网式地寻求终端客户可能不及维护二级渠道商的效果来得直接而高效。与二级市场书商、数字出版平台商密切合作,包括建立利益共享模式和产品需求信息共享机制,完善规范市场恶性竞争行为(如盗版翻印、低折扣抢夺客户)的约束机制等,使各层次、各类型的渠道商和数字出版商真正成为出版企业市场的延伸,出版企业也将得以有更多的精力专注于优质产品的策划,满足客户的真正需求。

第二,促进商业模式创新。随着数字出版平台的蓬勃发展,出版资源的二次开发成为可能,这使得出版企业的优质产品面向的读者群大大拓展。纸质内容向数字产品的拓展,使读者不再受限于地域和空间,都能享受到优质的图书产品和服务,出版企业策划的图书覆盖最大化和市场效益最大化成为可能。

第三,专业出版成为数字时代的新宠,成为市场创新的新亮点。以学术资源为基础的专业出版在数字时代拓展了盈利空间。其一,在技术平台的支持下,专业出版资源的宣传和需求变得更加多元和便捷,专业出版因其资源的稀缺性和原创性成为版权贸易的新增长点。其二,数字技术延长了专业图书的销售周期,使按章节、按所需内容页面下载付费的商业盈利模式成为可能。其三,专业出版和新商业模式的融合有助于出版企业品牌的形成,专业出版品牌一旦树立,其他内容生产商将很难替代其地位,并且优秀品牌又会吸引更多的优质选题加入。因此,市场意识创新必须自觉地以创造出版企业品牌为导向。

3 选题策划的服务意识创新

在信息时代,大众的阅读习惯随着文化产品形态的改变而不断改变,读者需求越来越多元化、个性化,这就需要选题策划在关注社会价值的同时,关注大众心理需求,以满足读者需求为己任,从而最终赢得读者的支持。比如,改变图书开本,使读者在旅途中便于携带阅读;调整字体字号,以适应老年读者的需要;多绘画少文字,以适应小朋友的阅读需要;把图书的边角设计成圆弧形,以免纸张不小心割伤读者手指。对这些细节的关注都是选题策划过程中服务意识创新的重要内容。

但选题策划服务意识创新更体现在超前捕捉和挖掘读者潜在需求并尽力加以满足上。因此,选题策划要具有前瞻性,要准确抓住选题与出版时机的契合度。时机把握得当,可以满足读者的迫切心理需求,使图书产品销售和品牌效应产生事半功倍的效果。如自智能终端 iPhone、iPad 等产品发布以来,全球掀起一股“苹果风”,有些出版企业,如中信出版社,成功地捕捉到这一商机,抢先出版了苹果公司传奇人物史蒂夫·乔布斯的自传等相关图书,受到全国苹果爱好者的广泛关注。

选题策划服务意识创新还体现在了解和满足国际出版市场对中国图书的需求方面。(下转 33 页)

长亲自挂帅主持工作,网站建设与运营便是其中业务之一。与此相应,网络编辑的待遇也在原来基础上有了很大提高,有的已高于传统图书编辑。种种

迹象表明,传统出版社正在数字化出版浪潮引领下阔步前进,这是网络出版的幸事,也是出版社网络编辑的福音。

注 释

[1]中华全国新闻工作者协会后期也参与了举办。

[2]全国网络编辑技能竞赛分为“学生组”和“职业组”两个类别。学生组面向全国高校新闻出版相关专业在校专科生、本科生及研究生;职业组面向从事数字出版、网络编辑的人员。

[3]网站专题制作及运行推广一般包含栏目策划、页面设计、内容编辑、技术支持、运营推广等工作,其中,页面设计、技术支持、内容编辑不可或缺,故本文按最少需要3人来计算。

[4]吉林省人民政府信息公开专栏.关于表彰第三届“韬奋杯”全国出版社青年编校大赛获奖单位及人员的通报[OL].[2011-11-22].http://www.jl.gov.cn/xxgkml/2011/zfgkml/auto363/auto369/201201/t20120116_78161.html

[5]社会科学文献出版社还辖有独立运营的中国救护网、皮书数据库、古籍线装网等网站。

[6]王扬.2011 全国新闻出版业网站年会在京召开[OL].[2011-11-29].http://www.chuban.cc/yw/201111/t20111128_97410.html

[7]华信数字出版网[OL].[2011-11-29].<http://www.hxpress.com.cn/Shop/SiteBottomDetail.aspx5>

[8]卫人网.“关于我们”[OL].[2011-11-29].http://exam.ipmph.com/dbxx/201110/t20111024_25873.htm

(收稿日期 2012-09-10)

(上接 35 页)目前,国内很多出版企业都在拓展国际市场,因此,选题策划必须具有国际视野,了解国际需求。出版企业可以通过各种与国外同行交流

合作的机会,挖掘国外读者对中国图书的潜在需求,策划高质量的中国读本,既满足海外读者的需求,也拓展出版企业的国际市场。

注 释

[1]周蔚华.选题创意论[J].中国出版,2006(11)

[2]牛勇,王树伟.数字出版时代需要通才编辑[N].中国新闻出版报,2012-07-31

[3][美]J.P.德索尔著,姜乐英,杨杰译.出版学概说[M].北京:中国书籍出版社,1988

(收稿日期 2012-03-20)