

融合出版趋势下传统出版社的经营策略转型研究

◎ 李友生

[摘要]文章从融合出版的角度,剖析了传统出版社在融合出版时代面临的多重挑战,包括数字技术对传统出版流程的颠覆、读者阅读习惯的转变、内容生产与传播方式的革新及新媒体平台加剧出版市场竞争等。结合实际案例,文章提出传统出版社须从构建多元化IP内容开发与运营体系、打造跨媒体融合出版全流程数字化平台、优化内容生产与传播机制、拓展衍生产品及服务等方面入手,实现经营策略转型,以期助力传统出版社应对行业变革,重塑核心竞争力,为出版业的高质量发展提供路径支持。

[关键词]融合出版;传统出版社;经营转型;创新策略

DOI:10.16852/j.cnki.45-1390/g2.2025.02.015

随着新媒体技术和互联网的快速发展,传统出版业面临前所未有的机遇与挑战。推动传统出版与新兴出版融合,是顺应传媒格局深刻变革、满足人民群众精神文化需求的客观要求^[1]。在融合出版趋势下,传统出版社亟须转变经营理念,优化业务流程,提升竞争力。文章将探讨融合出版时代传统出版社面临的困境,并提出相应的转型策略,以期为行业发展提供参考。

一、融合出版的内涵及范畴

融合出版指在数字化、网络化和智能化技术的驱动下,传统出版与新兴出版深度融合、协同发展的过程中产生的新型出版形态。其内涵涵盖内容生产、传播渠道、运营模式等多个维度。首先,融合出版突破了传统纸质载体的局限,借助大数据、人工智能等技术实现了内容的智能化生产与个性化推送。其次,融合出版融合了图书、期刊、音视频等多种介质,构建了跨媒体、跨平台的立体化传播矩阵。最后,融合出版创新了“内容+服务”的运营模式,通过IP衍生开发、知识服务等形式延伸产业链条,提升用户黏性^[2-3]。总的来说,融合出版是出版业与信息技术加速融合的产物,代表了出版业转型升级的方向。

二、融合出版时代背景下传统出版社经营存在的挑战

(一) 数字技术颠覆传统出版流程

随着数字化转型的不断深入,出版业正经历一场前所未有的变革,传统的线性出版流程,面临数字技术的全面颠覆。融合出版时代,内容的数字化采编、多媒体融合呈现等,对传统编校方式造成冲击,语义分析、知识抽取等自然语言处理技术的广泛应用,使得版式编排、文字校对等工序实现自动化,而这些环节曾是出版流程中的人力密集型作业。随着三维动画制作、交互式电子书设计等数字出版技术的不断发展,页面内容由平面向立体演进,打破了传统印刷的平面呈现局限^[4]。此外,数字版权管理、加密传输等技术在出版物发行环节的运用,对传统物流渠道产生替代效应。数字技术正深刻重塑传统出版业的流程规范与运作方式,倒逼传统出版社进行全流程的数字化变革。

(二) 读者阅读习惯转变冲击传统出版模式

伴随移动互联网和智能终端的普及,数字阅读日益成为大众化选择。据统计,2021年我国成年国民的数字化阅读方式的接触率高达79.6%,读者从“纸上阅读”转向“屏上阅读”,对内容的需求呈现碎片化、个性化、情境化趋势。传统纸质图书无法像电子书那样利用智能算法实现千人千面的动态重组与精准推送,

[作者简介]李友生(1972—),男,江西吉安人,江西高校出版社有限责任公司副编审。

在满足读者实时获取信息、社交化互动需求等方面难有作为。而在数字出版语境下，用户多屏互动、沉浸式体验等成为可能。增强现实（AR）、虚拟现实（VR）等技术的运用，使得阅读从静态平面走向动态立体，为读者提供全新的感官体验。知乎、喜马拉雅等内容型平台的兴起，进一步分散了用户对图书的注意力^[5]。

（三）跨媒体融合趋势下内容生产与传播方式革新

随着5G、物联网等新一代信息技术的发展，万物互联、多媒体融合已然成势，传统图文内容已难以满足用户的沉浸式阅读需求，音频、视频、3D动画等多媒体内容的无缝融合势在必行。然而，多媒体内容的采集、编辑、呈现等较纯文字内容的编辑更为复杂，对出版社提出了更高要求。以制作VR内容为例，出版社须借助三维建模、全景拼接等技术构建虚拟场景，利用体感交互技术增强读者沉浸式体验^[6]。而全息投影、裸眼3D等新型显示技术的应用，又对出版社的内容呈现能力提出更高要求。此外，不同媒体形态内容须在多元渠道实现同步分发，跨平台适配、版权保护等问题亟待解决。

（四）新媒体平台加剧出版市场竞争

随着自媒体时代的来临，微信公众号、头条号、大鱼号等新兴内容平台如雨后春笋般涌现，对传统出版市场造成强力冲击。相较于出版社的组织化内容生产模式，自媒体平台采用了更加扁平化的用户生产内容（UGC）机制，基于算法快速将内容传播给目标受众。以今日头条为例，其利用自然语言处理、计算机视觉等智能技术，对海量内容进行实时分析、语义提取与智能分类，形成“千人千面”的精准推送。数字版权保护技术的缺失，进一步加剧了内容分发的无序化。

三、融合出版趋势下传统出版社的经营转型策略

（一）构建多元化IP内容开发与运营体系

融合出版时代，传统出版社亟须革新内容生产方式，构建多元化IP内容开发与运营体系。传统出版社可引入智能化采编平台，利用知识图谱、语义分析等技术，实现内容标引、关联挖掘和动态重组。例如，传统出版社可以通过构建覆盖各学科领域的知识体系，形成语义化、结构化的内容资源库，便于编辑人员快速检索相关素材，提升选题策划和内容编辑效率。针对用户的个性化阅读需求，传统出版社还可运用用户画像、算法推荐等技术，动态生成个性化书单、定制化内容，实现“千人千面”式的精准服务。同时，IP的多元化开发与泛娱乐化运营不容忽视。在图书选题

规划阶段，传统出版社可充分评估IP的开发潜力，提前规划IP全产业链开发路径。传统出版社可通过跨界联动、授权开发等方式，拓展IP在影视、动漫、主题乐园等领域的开发空间，提升IP价值。例如，对一部热门小说，在出版纸质书、电子书的同时，传统出版社可授权影视公司进行影视化改编，授权游戏公司开发相关游戏，形成协同运营的泛娱乐生态，深度挖掘IP的商业价值。此外，传统编辑部门亟须向“制作人”角色转型，全面统筹IP开发各环节，构建IP多元变现闭环^[7]。传统出版社只有构建多元化IP内容开发与运营体系，创新驱动内容生产，方能破解困局，重塑传统出版核心竞争力。

（二）打造跨媒体融合出版全流程数字化平台

面对读者阅读习惯的深刻转变，传统出版社须加快构建跨媒体融合出版全流程数字化平台，以适应读者碎片化、个性化的阅读需求。传统出版社可整合内容管理系统（CMS）、数字版权管理系统（DRM）、多渠道分发系统等，打造贯通内容采编、制作、发行、营销等环节的一体化出版平台。传统出版社可以应用CMS系统采集各类型内容资源，通过标准化制作、多格式转码、多介质适配，实现内容的一次采集、多元呈现。例如，传统出版社可以将图书内容拆分成章节、段落等结构化单元，再通过不同组合形成适配手机、平板等终端的格式，提供弹幕、社交等个性化功能，满足读者的多元化阅读需求。而DRM系统可对数字内容进行加密、传输控制，既可以保护内容版权，又支持按次计费、包月等灵活付费模式。在发行环节，传统出版社须整合自有App、第三方电商、数字图书馆等多种渠道，通过API/SDK集成实现内容的统一分发。针对不同渠道的算法规则，传统出版社还须制订差异化的内容生产、定价、营销策略，如其可以应用免费阅读、按章节付费、整本购买等不同消费模式，构建层次化的数字阅读服务矩阵，有效提升用户的复购率与黏性。

（三）优化内容生产与传播机制

在跨媒体融合出版的浪潮中，传统出版社亟须优化内容生产与传播机制，通过应用数字化和智能化手段提升用户体验。为此，传统出版社可以引入自动化工作流引擎，实现从内容策划到编辑、设计、制作等各环节的高度协同作业。例如，传统出版社可以利用可视化流程编排平台，将选题策划、编辑加工、多媒体制作以及数字出版等任务进行模块化分解与流程化组装，实现人员角色、进度管理和数据交换的一体化协同，从而有效缩短出版周期，提高内容生产的效率。

在多媒体内容制作方面，传统出版社应布局VR（虚

拟现实)、AR(增强现实)及3D动画等沉浸式内容产业,针对特定题材,如军事类图书,其可以通过构建虚拟战场,并结合VR头显和体感设备,为读者提供沉浸式的互动体验,大大增强了图书的娱乐性。在内容呈现方面,传统出版社可以开发AR绘本,将虚拟角色及场景与纸质图书深度融合,读者只需用手机扫描特定页面,即可与图书内容进行交互。在内容分发上,传统出版社需要应用智能推荐算法、社交网络和创意营销策略,以确保内容能够精准触达目标受众。在图书正式出版之前,传统出版社可以通过分析群体画像和兴趣点来锁定潜在读者,向他们推送个性化的书单和试读章节,鼓励读者参与到内容的讨论和互动中,以此形成口碑效应。

总体而言,要应对跨媒体融合带来的挑战并推动出版业的转型升级,传统出版社必须坚持以用户体验为中心,充分利用智能编辑工具、沉浸式内容呈现技术以及精准的内容分发策略,重塑内容生产和传播流程,这不仅有助于提高用户满意度,还能够开辟新的市场。

(四) 拓展衍生产品及服务

面对新兴媒体平台的激烈竞争,传统出版社应当积极拓展衍生产品和服务,探索新的业务增长点。基于现有的知识产权(IP)资源,传统出版社可以开发包括有声读物、互动游戏、在线课程等在内的多样化数字产品。例如,传统出版社可以将畅销书籍改编为有声小说,利用语音合成技术增强读者的听觉体验;或开发角色扮演游戏,将书中的角色和故事融入游戏关卡设计,通过角色扮演和剧情互动来增强用户的沉浸感。针对特定读者群体,如中小學生,传统出版社可以建立在线学习平台,并提供名师直播教学,以满足学生的学业指导需求。对专业领域的读者,传统出版社则可以构建一个集成了行业资讯、人脉交流和项目合作的垂直社区,探索知识变现的新模式。

在衍生产品的开发上,传统出版社应加强与互联网企业的跨界合作。例如,传统出版社可以与在线教育机构共同推出系统化的培训课程,把出版内容转化为视频、音频等多种形式的学习资料,以丰富教育资源;也可以与电商平台合作开展众筹出版活动,推出限量纪念版或签名定制版图书,满足收藏爱好者的需求。

此外,非标准化的定制服务同样是一个重要的发展方向。凭借自身的内容策划能力,传统出版社可为

企业客户提供年报编写、品牌宣传册设计、团队建设活动策划等个性化服务,从而将其内容生产扩展到更广泛的泛知识服务领域。总的来讲,传统出版社应立足于自身的内容优势,深入开发IP衍生产品,创新商业模式,才能突破同质化竞争的束缚,提升在行业内的影响力。

四、结语

文章旨在总结数字化、网络化技术对出版业务流程、模式的深远影响,分析传统出版社在面对新媒体竞争和读者需求变化时的核心痛点,并探索融合出版趋势下传统出版社经营策略的转型路径。文章提出构建多元化IP内容开发与运营体系、打造跨媒体融合出版全流程数字化平台、优化内容生产与传播机制、拓展衍生产品及服务等转型策略,以及强调技术驱动与内容创新深度结合的必要性,希望能为传统出版社在融合出版背景下推动转型创新、提升竞争力提供参考;同时也期望相关研究进一步关注人工智能、区块链等前沿技术对出版业发展的驱动作用,探索更具前瞻性和实践价值的出版融合创新模式。

[参考文献]

- [1] 崔亮. 在新时代JZ文艺出版社的经营方案优化研究[D]. 南昌: 南昌大学, 2024.
- [2] 廖佳平. 经营与发展思维下的质量管理路径探索: 以广西师范大学出版社集团有限公司质量总监岗位创新为例[J]. 中国编辑, 2023(08): 67-71.
- [3] 聂会佳. 全媒体时代传统出版社跳出“舒适圈”实现经营转型[J]. 文化产业, 2023(16): 123-125.
- [4] 李珊珊. 浅析社会效益考核评价导向下出版社经营管理[J]. 中国地市报人, 2023(02): 60-61.
- [5] 曾虹. 财政支农助推乡村振兴的路径思考: 评科学出版社《新型农业经营主体构建与财政金融支农服务创新研究》一书[J]. 价格理论与实践, 2022(02): 207.
- [6] 李海港, 于宝莹, 孙宇科. 基于品牌价值延伸的出版机构复合经营策略: 以机械工业出版社为例[J]. 出版广角, 2021(08): 71-73.
- [7] 王芙蓉. 企业风险全面管理体系理论构建与实践探索: 评机械工业出版社《企业风险管理: 从资本经营到获取利润》[J]. 价格理论与实践, 2020(10): 183.