

浙大传播大讲堂第 170 期——国内外学术出版的现状与发展趋势

主讲人：张玉国、张文飞

2017 年 11 月 9 日 13:00-16:00，在浙江大学西溪校区教学主楼 411 鸽子书吧，励讯集团中国区高级副总裁张玉国，中国人民大学资料中心副主任、人文社科学术成果评价研究中心副主任张文飞，为同学们就“国际专业出版发展的新趋势”和“数字环境下，媒体赢利模式的传承与拓展”两大主题分别做了两场精彩的讲座。



“励讯集团数字化转型发展战略以及科技出版的未来”是张玉国为师生们带来的讲座主题。他首先阐述了爱思唯尔母公司——励讯集团的数字化转型的过程。在 20 年前互联网的成熟使福布斯得出了“以纸质出版为主的出版商将走向终点”的结论。但是，这样的预言并没有实现，20 年后的爱思唯尔公司，成为了世界最大的科技、医学、法律以及商业信息服务提供商，其下属的四大板块在各自的领域都占据着领先的地位。而其扭转形势的关键，就是数据化转型。根据爱思唯尔的收入类型划分来看，电子化所占得收入比例逐年增高，成为了其收入的主要来源。而实现向“数字化转型”，需要有三种能力，一是深入了解用户需求的能力，二是掌握海量内容和大数据能力，三是要拥有强大的技术能力。而这种数据以及技术能力，使其广泛服务政府、银行、保险公司以及社会各个方面。

其次，张玉国深入分析了爱思唯尔的出版情况以及其发展战略。首先，其市场定位——“全球科技市场”实际上是一个稳定增长的市场。根据全球 STM 出版市场的规模来分析，科技期刊占比较大。而从全球科研论文出版的总体情况来看，订阅模式仍是主流。而爱思唯尔出版科研论文的增长高于市场平均水平，其期刊群也达到了 2000 多种，占全国论文数的百分之 20，占据了极高的市场地位。而之所以爱思唯尔能够占据如此庞大的市场，离不开的是公司的使命——一切以服务科研为中心。公司未来的发展战略，是从提供独特的内容到提供独特的服务。首先，其研究科研人员的工作流，从科研准备，科研进行，科研分享上，不断地将服务贯彻在每一个流程中。而科研人员专业社交网络是获取信息的重要渠道，因此，爱思唯尔收购了自然科学学术社交网络平台 MENDELEY 公司和社会科学学术社交网络平台 SSRN 公司，为科研人员提供专业的社交网络平台。

其次，科研人员对于科研数据得需求很高，但是获取难度较大。对此，爱思唯尔收购了 Hivebench 电子实验室笔记本以及 DataSearch 数据搜索引擎，为科研人员提供专业的数据共享以及搜索平台。而面对科研成果的决策咨询、绩效以及评价问题，爱思唯尔也提供了解决方案，公司通过大数据生成科研竞争力的图谱，使决策者能够清晰的知道其科研成果的竞争力。由于爱思唯尔将科研领域的归一化，使得其成为了多个国家和机构进行科研咨询和评价的首选。



最后，张玉国将专业出版未来的发展方向比喻成从农庄到超市，再到餐厅的发展过程，从出售原始出版物到通过数据库提供经过加工和包装的内容，再到根据不同的需求提供独特的解决方案，“个性化”“多样化”是专业出版未来的重要发展方向。

讲座结束后，张玉国与听众就科研成果出版等相关问题进行了讨论，并在掌声中结束了这场讲座。

紧接着，中国人民大学的张文飞带来了“数字环境下，媒体盈利模式的传承与拓展”主题讲座。她从以下三个方面来阐述此主题，“无论媒体如何变迁，传媒的基本赢利模式始终没有改变”，“事实上，新媒体的运营成本远比传统媒体低”，“随着网络环境的成熟，新媒体的赢利模式将更加多元”。



首先，张文飞谈到了传媒行业著名的“三次售卖理论”，即内容、广告、活动。内容的发行量以及收视率直接影响了广告的盈利，从而影响其活动的规模。她对照分析了传统媒体与新媒体的盈利模式。基本赢利模式一，就是区域集中度，这体现在传统纸媒上是某一具体的地域性报纸（例如潇湘晨报）的广告盈利，高于普遍性的报纸（例如体坛周报），由于其受众范围的固定，使广告商能够有效的锁定目标群体。而这一盈利模式运用到新媒体上也是同样的道理，例如一些区域性明显的公众号“最爱大北京”“萌动上海”等。基本赢利模式二，就是人群

区隔度。例如凤凰卫视设置了新闻评论员这一职位，将目标受众定位在了精英阶层和知识分子阶层，安徽卫视、江苏卫视等各自设定主题，从而划分受众人群。这是一个“横切”的过程。而相应的“纵切”，就是将每一个行业进行一个细分。例如快乐老人报，将目标群体定位在老人身上，通过对老年人的性格分析，深入老年人的生活，从而使其成为中国第一大老年报。而新媒体在“横切”和“纵切”的方式下也产生了不少盈利的大号。例如“壹学者”，将全中国的人文社科学者集合起来。从而实现“横切”。而“雪球”“餐饮老板内参”等专注于某一领域的公众号通过“纵切”也实现了巨额的盈利。

张文飞还谈到新媒体的运营成本远比传统媒体要低。在“信源”上来看，这新媒体的“互推转载”实质上是一个利益共赢的方式，因此在新媒体模式下信源的成本大大降低。在审核以及传播上也是如此，由于传播的“无物流”“无实物”“无线下实体店”。使得传播的成本下降，效率提高。

最后，张云飞分析道，随着网络环境的成熟，新媒体的赢利模式将更加多元。在传统媒体时代，商品永远需要广而告之消费者。而电商的接入使得产品唾手可得，例如大量的内容电商如小红书、逻辑思维等。跨界整合的收入如绽放。付费阶层、付费订阅、直播分享等等盈利方式层出不穷，这也为广大的从事传媒行业的人群提供了极大的发展空间。只要想法足够独特，学会运用多种方式和渠道，就能够在时代剧变的今天做出一番成就。

在听众们的掌声中，张文飞结束了此次讲座。本次传播大讲堂圆满落幕。

（图文/王方）