
互联网商业发展背景下出版社的数字化业务转型

阮晓东 博士

1、新的互联网商业时代的来临

- 1) 互联网商业发展过程和发展趋势
- 2) 互联网+改变的行业类型及核心
- 3) 互联网模式的类型及对行业的动力推进作用
- 4) 互联网模式对信息传播和文化行业的影响

2、互联网商业模式的四大思维

- 1) 创新思维：找到痛点，创新求生
- 2) 资本思维：抗拒资本就是抗拒财富
- 3) 合伙人思维：单打独斗已成为历史
- 4) 平台思维：平台 个人发展成为主流

3、互联网营销模式设计核心要素

- 1) 服务用户：用户群体是谁，在哪里
- 2) 盈利模式：未来的盈利源和变现途径
- 3) 竞品比较：竞争对手是谁，有没有标杆
- 4) 核心优势：确保成功的优势有哪些
- 5) 落地措施：如何推广，如何吸粉

4、我国出版业的数字化转型升级进程

- 1) 新闻出版广电总局：开始启动一系列新闻出版重大科技工程
- 2) 总局+财政部：出版企业应用关键技术与标准及配置装备平台搭建
- 3) 各个出版集团及出版社：数字化生产能力及管理能力的形成
- 4) 具体业务部门及项目组：数字化业务运营能力及服务能力的形成

5、出版社企业如何适应互联网商业模式带来的变化

- 1) 从传统思维到互联网思维
- 2) 从碎片思维到内容思维
- 3) 从自我思维到客户思维
- 4) 从封闭思维到平台思维

案例分析 1：亚马逊数字出版业务：以其大数据为依托，内容为本按需投放

案例分析 2：当当创建内容创造工场，孵化 100 个微小工作室，适应轻阅读

案例分析 3：百度文学将与苏宁云商旗下数字阅读品牌苏宁阅读达成战略合作

6、互联网商业发展背景下出版社的业务转型

- 1) 转型升级——由传统出版发行向文化消费模式的转变

-
- 2) 投资并购——从出版到大娱乐的全产业链布局
 - 3) 强强联合——走出去、引进来，通过合作实现共赢
 - 4) 反向融合——互联网企业的大文化战略

案例分析 1：皖新传媒：从出版到大娱乐的全产业链布局

案例分析 2：广西师范大学出版社：构建良性互动的读书圈

案例分析 3：中南传媒牵手培生：教育产品引进来，走出去

7、互联网思维下数字出版发展模式分析

- 1) 数字出版产业链的实质：新闻出版业供给侧结构性改革
- 2) 数字出版产业链的特征：内容娱乐化+长尾经济+产业链关联
- 3) 数字出版产业链的重点：搭建和管理双边友好电子商务平台
- 4) 数字出版产业链的管理：通过数字化流程设计对内容服务运营

案例分析 1：盛大文学横向联合打造数字化教学平台“云中书城”

案例分析 2：凤凰出版传媒集团纵向打造数字化教育产品“凤凰学堂”

案例分析 3：浙江大学出版社高校数字教材建设及新型商务模式拓展

8、数字化转型过程中出版社业务的成长之道

- 1) 向全球数字化转型成功的出版社学习
- 2) 品牌、价格、获利的经营模式和类型
- 3) 数字化业务的跨业、营销的经营与转型
- 4) 数字化业务的成本管理和风险管理

案例分析 1：拉美文学新人文学合集《不等人的书》

案例分析 2：新的图书模式《阿古利巴：死亡之书》、《作品第一号》

案例分析 3：广西美术出版社《订单 - 方圆故事》

主讲人：阮晓东 博士

阮晓东，中科院博士，国务院发展研究中心新经济研究室研究员，东北亚开发研究院产业经济研究所特邀研究员，中宏研信息研究院研究员。多年宏观分析及城镇化咨询经历，具备数量经济分析和全产业链分析双重能力，以国际国内互动的视角解析宏观经济、产业经济和战略决策的平衡、基本面和不确定性。曾经为清华大学出版社、中央编译出版社、中国发展出版社、科学出版社做策划工作。致力于中国宏观经济、区域经济和文化产业发展等方向课题的研究工作。