

跨界发展移动数字服务

目前,我国手机阅读用户月访问突破1.6亿,每天用户累计阅读时长超过500万小时,用户日均点击量超过6.8亿次。手机阅读已成为绝大多数消费者最常用的电子阅读方式,无论从用户规模、产业规模、厂商数量,还是资本市场的投入,均取得了爆发式增长。移动数字服务的市场已然形成。

推动移动数字服务,需要了解数字内容从源头生产到开发利用的全过程。首先,需要进行数字内容创建生产。全媒体环境下需要出版社或者自出版者提供或重点采集相关数字内容,并进行版权管理,即梳理数字内容所涉及的各种权利人关系,分析各种合同约定,著录数字内容资产的版权信息并使之规范化、清晰化,为全媒体环境下在各种渠道和终端上进行版权开发利用做好准备。其次,进行数字内容编目和组织。通过对数字内容进行全面的转储、入库、编目、整理、标引、识别、归档、著录和规范等全方位加工和数据挖掘,推进媒资管理,完善对数字资源的深度揭示和组织。第三,数字内容的传播与推广,即数字内容分发或是版权销售。在多种传播终端并存的全媒体环境下,数字内容需要具备片段化、知识化、语义化、可视化等特征,在被人理解的同时也要被“计算机理解”,通过“一次采集、多重编辑、多渠道传播”的服务方式,实现数字内容资产的精细化重组及功能化运作,形成数字内容资产价值最大化,满足社会大众的多维度应用和个性化消费需求。

移动数字服务不可避免地趋向于“在线与互联”,涉及数字内容的生产、组织与传播,涉及数字资产的出版形态再造、移动服务模式革新和商业转化能力的创新,需要发挥传统出版社的内容优势、互联网公司的渠道优势、文献数据公司的集成优势,形成出版商、集成商和渠道商三者间的跨界合作与互动融合。据悉,2014年5月中国出版集团公司与中国移动集团公司签署战略合作协议,将在数字阅读内容形态创新、模式探索、运营推广等领域合作。我们期待着数据商、渠道商与出版商三者间实质性合作的全面加强,既推进数字出版,也发展数字图书馆,形成适应全媒体时代移动数字服务的新模式、新机制和新实体。

■ 曾建勋