

出版广角

VIEW ON PUBLISHING

中国出版产业观察期刊



第二届国家期刊奖百种重点期刊

中国最美期刊

中文核心期刊

中国知网 (CNKI) 来源期刊

中文社会科学引文索引 (CSSCI) (扩展版) 来源期刊



4 — 2018年
月上总第313期

邮发代号: 48-84

ISSN 1006-7000



9 771006 700188

P6 冯宏声 / 内容产业的合与分: 知识服务的多元化未来

P9 方军 / 知识付费: 带动出版业向知识服务转型

P12 汪毓楠 / 知识服务的下一步:

打造用户美好体验的精神产品

P19 张棣 / 知识服务变现与创新的实战

数字出版企业的知识服务战略研究

——以睿泰集团为例 / 孙晓翠

特别策划

P15

从数字出版业务到知识服务的转型发展过程中，不仅仅是技术、内容、版权单个要素的升级，更是一个多要素、多层次的转型过程。科技型数字出版企业不仅要借鉴技术优势，更要整合知识服务产业市场中的内容、用户和资本等其他资源的融合创新应用。技术只是驱动因素，而包括技术、内容、用户和资本等在内的现代知识服务体系的建设，是我国科技型数字出版企业向知识服务提供商转型的关键。

知识服务反思出版改革 / 陈生明

特别策划

P22

新时代呼唤新的知识传播，新传播需要新的服务方式。近年来，知识服务企业闪亮登场，知识服务内容特点鲜明。多样的信息渠道，丰富的知识内容，创新的呈现技术，社群的互动交流，成为知识服务的明显优势。在知识服务盛行的当下，出版改革刻不容缓。

特别策划

- | | | |
|----|-------------------------------------------|--------|
| 6 | 内容产业的合与分：知识服务的多元化未来 | 冯宏声 |
| 9 | 知识付费：带动出版业向知识服务转型 | 方军 |
| 12 | 知识服务的下一步：打造用户美好体验的精神产品 | 汪毓楠 |
| 15 | 数字出版企业的知识服务战略研究
——以睿泰集团为例 | 孙晓翠 |
| 19 | 知识服务变现与创新的实战 | 张棣 |
| 22 | 知识服务反思出版改革 | 陈生明 |
| 25 | 知识付费与出版业创新研究 | 许欢 桑裕臻 |
| 28 | 从知识服务的视角看传媒、出版和教育的融合
——以得到“薛兆丰的经济学课”为例 | 张远帆 |

新观察

- | | | |
|----|-----------------------------------------------|-----|
| 31 | 当前出版业高质量发展的八个特点和五个突破
——以2018年北京图书订货会为中心的考察 | 何军民 |
|----|-----------------------------------------------|-----|

- | | | |
|----|---------------------|-----|
| 34 | 人工智能技术与学术和专业出版的融合发展 | 孙赫男 |
|----|---------------------|-----|

产业

- | | | |
|----|----------------------------------------|--------|
| 37 | 中外版权金融管理模式探析 | 林林 赖义美 |
| 40 | 教育出版物“走出去”的探索与实践
——以江西教育出版社中加合作项目为例 | 刘孟淳 |
| 43 | 新时代主题出版的内容打造 | 邱俊明 |
| 46 | 数字图书馆知识产权保护研究 | 高蔚 |

报刊

- | | | |
|----|--------------------------------------|------------|
| 49 | 河北省高校学术期刊与新媒体融合发展模式研究 | 吴星 蒋晴云 杨继成 |
| 52 | 期刊栏目的创新与经营启示
——以《辽宁青年》的《特别报道》栏目为例 | 王志多 王亦楠 |

当前出版业高质量发展的八个特点和五个突破

——以2018年北京图书订货会为中心的考察 / 何军民

新观察

P31

高质量发展理念的提出，切中出版业健康、优质发展的脉搏，必将长期引领出版业科学发展。出版人应该深入研究高质量发展理念的根本精神，积极投身高质量发展实践，在转变发展方式、优化产品结构、转换增长动力上多做工作，取得实效。

教育出版物“走出去”的探索与实践

——以江西教育出版社中加合作项目为例 / 刘孟淳

产业

P40

中国教育出版“走出去”是在不断探索和尝试中前进的。虽然经过长期的经验积累，教育出版“走出去”已在品质和数量上取得了进步，但竞争力弱、形式单一和渠道不畅等问题依然存在。面对不断变化的国际市场，教育出版“走出去”只有在解决问题的基础上，抓住“一带一路”倡议带来的市场机遇，才能取得可持续发展的进步与发展，才能真正成为中国文化“走出去”的中坚力量。

实务

- 55 创新“一带一路”图书出版对外传播模式 王 丽
- 58 少儿英语阅读市场的打造
——从《剑桥彩虹少儿英语分级阅读》的引进谈起 蔡 琦
- 61 中国出版博物馆的功能定位：坚定文化自信 洪 莹
- 63 简论明代科考用书的出版 周 阳

新传媒

- 66 人工智能时代新闻生产方式的变革研究 贺 岭 南一飞
- 69 UE时代下交互式动画研究 刘麟霄 孙 强 杨 铮
- 72 媒介语境下的网络公关
——以脱口秀节目《吐槽大会》为例 孟 翀 王以宁
- 75 模糊的边界：微信隐私与社交媒体倦怠 皇甫铮

学研

- 77 从《人性的枷锁》解读文学作品的传播 李卫霞

- 80 基于编辑出版的角度试析《金色笔记》的价值 魏琼华

全民阅读

- [阅读观察]
- 83 历史维度的全民阅读创新研究
——评《中国全民阅读工程发展简史》 戚庭跃
- 86 哭过之后还能笑，这人生多美好
——评《蜘蛛先生的葬礼》 陆莉莉
- 88 海关与中国现代化关系研究的新视角
——评《潮来潮去——海关与中国现代性的全球起源》 刘喜涛 马 跃
- 91 幽默诉说与人性关怀
——评《我在秘密生长》 李静欣
- 94 战火硝烟里的温情陪伴
——评《陪安娜穿过漫漫长夜》 王文军 马会峰