

# 出版广角



ISSN 1006-7000



9 771006 700201

万方数据

## 出版直播营销 3.0：体验、情感、沉浸 / 冯馨瑶 靖鸣

### 特别策划

# P6

疫情期间，直播成为出版业营销的一个重要端口，今后出版直播营销的发展更应结合直播特性，着眼于品牌文化内容的输出。文章划分了出版直播营销的历程，根据阶段特点分为1.0、2.0、3.0时代，未来的出版直播营销更应在体验式营销、情感式营销和沉浸式营销三方面营造直播场景，塑造品牌形象，提升直播营销的转化率。

## 出版机构网络直播实现知识创新扩散的因素与实证研究 / 汤书昆 秦庆

### 特别策划

# P26

以网络直播为代表的新兴媒介正在深刻而迅速地改变人们的生活方式，出版机构具备知识类服务的天然优势，研究“出版+直播”过程中实现知识创新扩散的影响因素，可以更好地把握这一新兴业态的关键特征，帮助出版机构提供更优质的直播服务。本研究从使用与满足理论出发，针对受众人群围绕影响因素模型进行实证分析，以为出版直播发展和研究提供借鉴。

### 特别策划

- |    |                          |             |           |  |       |
|----|--------------------------|-------------|-----------|--|-------|
| 6  | 出版直播营销 3.0：体验、情感、沉浸      | 冯馨瑶 靖鸣      | 36        | 在线教育实践对数字教育出版发展的启示                             | 赵欣    |
| 11 | 网络直播下出版业发展的新业态与新要求       | 雷戎 刘浩冰      | 39        | 中国出版“走出去”提质增效的路径探索<br>——以中少总社对外出版成果及资助项目出版图书为例 | 路玥    |
| 15 | 打造直播产业链，出版直播营销迈入 3.0 时代  | 崔亮 黄震       | 42        | 5G 与人工智能技术赋能下 VR 图书的内容设计研究                     | 陈宏伟   |
| 19 | 直播时代出版机构营销模式探析           | 柳杨          | <b>报刊</b> |  |       |
| 23 | 出版直播营销中的风险与对策            | 叶璐 韦丽杉      | 45        | 一流学科建设与高校学术期刊发展研究<br>——以入选一流学科建设的财经类高校及其刊物为例   | 刘茜    |
| 26 | 出版机构网络直播实现知识创新扩散的因素与实证研究 | 汤书昆 秦庆      | 48        | 媒介融合视域下《民族画报》的数字化转型                            | 徐健 张聪 |
| 30 | 出版直播业态的价值重构与逻辑思考         | 王续文 葛致远 蔡兆翌 | 51        | 粉丝经济视域下时尚杂志电子刊的应用探究                            | 宋宇    |

### 产业

- 33 我国新闻传播学科的发展动向和格局审视  
——基于 2015—2019 年国家社科基金项目的统计分析  
杨迎春

### 实务

- 54 从古籍整理出版工程看中华传统文化的出版与传播 王井辉

# 我国新闻传播学科的发展动向和格局审视

——基于 2015—2019 年国家社科基金项目的统计分析 / 杨迎春

产业

P33

国家社科基金项目与新闻传播学科建设有密切关系。文章以2015—2019年国家社科基金新闻传播学项目为研究对象，以文献分析、数据统计以及人工读审的方法对项目内容予以归纳分类，在分析近五年我国国家社科基金新闻传播学项目的总体发展趋势的基础上，进一步对该学科的发展动向予以阐述，以期勾勒当下我国新闻传播学研究的具体轮廓，为学界研究及课题申报提供借鉴与指引。

# 5G 与人工智能技术赋能下 VR 图书的内容设计研究 / 陈宏伟

产业

P42

作为创新VR出版产业形态的新动力，5G与人工智能技术赋能将进一步推动VR图书向纵深化、精细化、多元化、大众化方向发展。文章以5G与人工智能技术赋能为切入点，对VR图书的内容设计予以研究，指出新时期VR图书的内容设计应凸显沉浸式、交互性、构想化等特征，“以内容景观为中心”的场景式设计、“以用户体验为中心”的沉浸式设计为原则，以及时有效的多感官叙事设计和全面立体的具身式交互设计为方法，才能在新技术思维下实现创新发展。

- |                               |         |                        |         |
|-------------------------------|---------|------------------------|---------|
| 57 中英文对照版图书的策划小议              | 雷丹      | 74 新媒介：新消费发展的重要动力      | 任增吉     |
| 59 专业出版社如何打造国家重大出版项目          |         | 77 中国文化对外传播的实践经验和可行路径  |         |
| ——以西安交通大学出版社《中华医药卫生文物图典（一）》为例 | 赵文娟 秦茂盛 | ——以 YouTube 李子柒短视频为例   | 张红芸     |
| 62 以文化自信守护广西民族文化的根脉           |         | 80 可视化动画在新闻报道中的应用分析    | 刘兴 陈玮   |
| ——从“那书苑”的实践探索民族优秀传统文化的繁荣与促进   | 李雨春     | 82 网易云音乐 APP 市场发展探讨    | 侯璐璐     |
| 65 海南琼剧文献资源的利用与传承             |         | <b>学研</b>              |         |
| ——以吴梅先生捐赠的琼剧文献资料为例            | 王冬梅 吴觉妮 | 85 “互联网+”背景下数字图书馆的建设研究 |         |
|                               |         | ——以国家数字图书馆为例           | 王锐      |
| <b>新传媒</b>                    |         | 88 杭州主题图书馆的服务模式和建设模式浅析 | 吕诺      |
| 68 图书直播营销现状和前景分析              |         | 91 传统图书馆智能化的潜在张力与发展趋势  | 王建伟 刘广燕 |
| ——以青岛书城直播营销为例                 | 刘得存     | <b>阅读观察</b>            |         |
| 71 新零售时代分众传媒的发展模式浅析           | 孙峰      | 94 《澄衷蒙学堂字课图说》现代教育价值探究 | 王军      |