中国新闻出版广电报

2024年4月8日 星期一 责编:李子木 版式:桂政俊 责校:耿道川 邮箱:zbs404406@163.com 热线:(010)87622067

观点速览

文艺出海 文化扬帆

“乘风破浪”的网络文学，是近年来中国文艺作品“出海热”的缩影。脱贫攻坚题材电视剧《山海情》在50多个国家和地区播出，电影《你好，李焕英》吸引海外影业公司翻拍……中国文艺作品，何以风靡海外？传播的热度，亦源自情感的共鸣。优秀的文艺作品中，凝练着跨越国界、种族的共通情感。当《山海情》里的村民在时代浪潮中用双手消除贫困、重返经历沧桑巨变的西海固，当《你好，李焕英》中的母亲以无私的爱与女儿告别，当《流浪地球》中人们选择携手同心拯救家园……励志、亲情、热血等人类共通的情感便在作品中交织激荡，构成文艺作品跨越时空传播的“最大公约数”。

酒香也怕巷子深，中国文艺作品出海驶上快车道，同样离不开日渐成熟的市场推广机制。例如，一家专注数字阅读的企业，着力打造海外门户网站，访问用户量累计约2.3亿，在海外举行的“全球华语IP盛典”等活动收获良好反响；一家视频网站，与国外电视台达成合作，设立专属频道播放中国动画作品……从过去更多依托自发的口碑传播，到如今重视宣发推广、探索行之有效的海外发行机制，拥抱市场、融入世界各地人们的文化日常，中国文艺作品正以更积极的姿态接受海外市场的检验。

要跨越“文化鸿沟”，赢得海外受众的认同，就要把中国故事讲得更鲜活、更有温度。寓宏大叙事于一个个充满文化韵味、真情实感的故事中，探索更多讲好故事的创新载体，打造更多深入人心的精品品牌，出海的文艺作品将会更好助力中国文化扬帆世界。

（4月3日 《人民日报》 李铁林）

微短剧应回归精品化

随着微短剧市场迅猛发展，一些剧情低俗、粗制滥造、同质化严重的微短剧也开始泛滥，带来不少问题。

价值观功利化。商业霸总与灰姑娘的甜宠之爱，当代绝望主妇的华丽蜕变，有些微短剧依靠复仇、玛丽苏等内容在短时间内吸引大量观众；有些微短剧聚焦婆媳争斗、夫妻矛盾等题材，放大群体矛盾，制造情感撕裂；有些微短剧渲染以暴制暴的不良价值观，混淆是非观念。微短剧的价值观功利化，会破坏平台良好生态，扰乱网络视听节目传播秩序，导致“劣币驱逐良币”现象出现。

付费套路化。成都一老人最近半年保持着每个月6000元的微短剧付费频率，累计充值金额竟高达4万元。一边是微短剧极易让人上瘾，一边是需充值平台会员或付费购买才能观看全部内容，很多平台付费方式比较隐蔽，越来越多的老年人陷入付费陷阱。很多老年人使用手机不熟练，在受到“解锁一集只需0.9元”等广告宣传诱导后，很难注意到“默认下一集自动解锁”等选项，导致其在不知情的状况下被扣费。

微短剧是个新生事物，也是个增长迅速的文娱产业，绝不能任其泥沙俱下、生态污化。让微短剧回归精品化，远离低俗、快餐式消费的标签，一方面要加强监管，出台审核的细则、标准，实行“黑名单”等信用监管制度，畅通消费者维权渠道；另一方面行业要保持自律，承担起社会责任，兼顾内容创作与审美价值，为用户提供良好的观看与消费体验。如此才能让这一具有庞大流量的“电子榨菜”，发挥正向的娱乐价值和精神价值。

（4月2日 《河南日报》 王思文）

直播熊猫，“爱”在规范

近期，北京动物园进入游园旺季，公园采取了一系列管理措施，规范主播直播熊猫行为，引导广大游客文明游园。

国宝大熊猫憨态可掬，多年来在海内外圈粉无数，也成为各地动物场馆里的“顶流”。除了线下排队驻足观看，“云吸熊猫热”也在互联网空间盛行。于是，不少网络主播瞅准这一流量密码，纷纷奔赴线下搞起了熊猫直播。

其实，对那些受限于时间空间的粉丝来说，大熊猫“在线营业”无疑是一大福音。通过直播，让更多人了解大熊猫的日常生活、专业知识，唤起大众对生态保护和熊猫产业发展的关注，本无可厚非。但问题在于，高流量背后衍生出一些“烦恼”。比如，有的主播长时间“霸占”最佳观赏位，有的在直播大熊猫时进行带货，有的出现使用闪光灯、拍打玻璃、胡乱投喂等不文明行为。凡此种种，不仅影响游客观赏体验、破坏园区游览秩序，也有害于大熊猫的身心健康。

正因如此，有必要规范主播直播熊猫行为，将规则说清楚、把规矩立起来。此次北京动物园采取了积极有效的管理措施，为主播直播大熊猫提供了行为指南。一则“有所为”，如明确主播需登记备案，讲述内容必须客观准确，且身着动物园统一发放的“直播”马甲；二则“有所不为”，如不允许有带货行为，主播贴墙站在最外边，尽量减少对游客的影响。规范有了、体验好了，才能平衡好多方诉求，实现各取所需、多方共赢。推而广之，期待更多动物场馆加强探索、细化规范，让大众对大熊猫的喜爱得以更好安放。

（4月4日 《广州日报》 张冬梅）

量子数字出版技术将推动新质生产力发展

□安立伟

文化兴国运兴，文化强民族强。党的十八大以来，习近平总书记高度重视文化工作，作出了一系列重要论述。全国宣传思想文化工作会议正式提出习近平文化思想，标志着我们党对社会主义文化建设规律的认识达到了新高度、理论创新达到了新高度、文化自信达到了新高度，为进一步做好宣传思想文化工作指明了前进方向，提供了根本遵循。出版工作作为思想文化工作的重要组成部分，如何扎实贯彻落实习近平文化思想，立足新起点、面向新时代，抓住数字化变革的重要机遇促进大融合、构建新生态，推动实现高质量发展，是当前亟待研究解决的重大课题。

核心阅读

◆进入21世纪，随着数字技术的突飞猛进，人类社会步入数字经济时代。习近平总书记指出：“数字技术、数字经济是世界科技革命和产业变革的先机，是新一轮国际竞争重点领域”“发展数字经济意义重大，是把握新一轮科技革命和产业变革新机遇的战略选择”。出版物是传承文化、传播知识、传递信息的重要载体。推动出版融合发展，加快发展数字出版等新型文化业态，改造提升传统文化业态，促进结构调整和优化升级，不断丰富文化产品的有效供给，对于建设社会主义文化强国、实现中华民族伟大复兴具有十分重大而深远的意义。

◆尽管在国家产业政策的支持引领下，近年来出版单位积极推动传统出版和数字出版深度融合，并取得一定成效，但毋庸置疑的是，当前仍然存在一些待解决的问题。

◆当前和今后一个时期，建设出版强国，推进出版业高质量发展，要以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻落实党的二十大精神，坚定文化自信，坚持守正创新，坚持把社会效益放在首位，社会效益和经济效益相统一，加大资金投入力度，通过改革创新、技术赋能、政策激励、人才支撑等多种措施，加快推动传统出版和数字出版深度融合，为建设社会主义文化强国奠定基础。

一、量子数字出版融合发展是建设社会主义文化强国的重要任务

进入21世纪，随着数字技术的突飞猛进，人类社会步入数字经济时代。习近平总书记指出：“数字技术、数字经济是世界科技革命和产业变革的先机，是新一轮国际竞争重点领域”“发展数字经济意义重大，是把握新一轮科技革命和产业变革新机遇的战略选择”。出版物是传承文化、传播知识、传递信息的重要载体。推动出版融合发展，加快发展数字出版等新型文化业态，改造提升传统文化业态，促进结构调整和优化升级，不断丰富文化产品的有效供给，对于建设社会主义文化强国、实现中华民族伟大复兴具有十分重大而深远的意义。

第一，传统出版与量子数字出版融合是出版业发展的必然趋势。

当今世界，发达国家在依托高新技术推动出版传媒深入发展中，都高度重视数字出版产业，加速推动传统出版与数字出版的深度融合，数字化生产方式、传播方式和消费方式渐成主流。

我国数字出版是从上个世纪90年代起，随着互联网在我国的兴起而迅速发展起来的。特别是进入本世纪以来，新闻出版业对数字技术发展的反应更加敏锐，及时把企业的技术换代列入发展战略，传统出版与数字出版的融合不断加深，模式不断创新，产业链条不断延展，管理体制和管理方式不断变革，呈现出良好的发展态势。

原国家新闻出版总署署长柳斌杰于2023年7月25日发表文章指出，经过20多年努力，我国数字出版处在全球领先的地位，我国的数字出版产品成为全球畅销产品，全民阅读中的数字接触率年年攀升，凡是有手机的读者、有智能设备的阅读场所，数字出版产品无处不在。从整体上看，数字出版已经成为出版业的主导业态，也是推动文化科技经济融合发展的重要基础支撑。

第二，传统出版与量子数字出版融合是出版业高质量发展的内在要求。

高质量发展是全面建设社会主义现代化国家的首要任务。2021年12月，国家新闻出版署印发《出版业“十四五”时期发展规划》（以下简称《规划》）明确提出“出版业高质量发展”和“2035年建成出版强国”的奋斗目标，并提出“数字技术赋能引领作用充分发挥，内容生产传播数字化水平显著提升，数字出版、按需印刷等新业态新模式更加多元，精品供给更加丰富，数字化营收占比持续提高，行业融合发展进一步深化”等具体要求。推动传统出版和数字出版深度融合，使出版产业数字化水平迈上新台阶，是贯彻落实《规划》实现出版业高质量发展、建设出版强国的重要路径。

第三，传统出版与量子数字出版融合是丰富人民精神文化供给、满足人民精神文化需求的客观需要。

2020年新冠疫情暴发后，为减少人员接触，出版单位加快构建全媒体营销体系，抖音、快手、B站、小红书、微信公众号及视频号等成为出版单位吸引流量、聚拢受众的重要阵地。出版单位线上营销逐渐常态化、体系化。相当部分出版单位借助短视频、直播电商等方式开展图书销售和品牌营销推广，在带动图书销售、提升出版品牌影响力方面取得良好成效。以强调品牌符号和品牌价值传递的播客营销模式成为出版新媒体营销的一大亮点。

2021年国家新闻出版署启动实施出版融合发展工程，优先实施“数字出版精品遴选计划”和“全国有声读物精品出版工程”，在入选项目中，主题出版物占据相当比重，其中，有声读物成为主题出版融合发展的重要着力点。这些表明数字出版不仅可以满足人民精神文化需求，提供人民需要的精神文化消费形态，而且在凝聚人民精神力量、提供精神鼓舞方面发挥着越来越重要的作用。

第四，传统出版与量子数字出版融合是落实国家文化数字化战略的必然要求。

2022年3月，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于推进实施国家文化数字化战略的意见》，将文化数字化上升为国家战略。文化数字化就是把所有的文化典籍、文化遗存、文物文博、文化创意、文化要素转化为数字化的产品，向国内外传播，提升中华文明的传播力、影响力。实施文化数字化战略不仅是夯实文化强国建设的根基，更是推动数字出版高质量发展的驱动力。数字出版是文化数字化战略的基础支撑。数字出版融入文化数字化战略，将赋予数字出版产品丰富的文化内涵，全景展现中华文化大发展大繁荣，满足全媒体时代用户对服务多样化、多场景化、多层次消费需求。数字出版作为文化强国建设的排头兵，将承担增强国家文化软实力、传播和弘扬中华优秀传统文化的光荣使命。

二、当前传统出版与量子数字出版融合发展存在的问题

尽管在国家产业政策的支持引领下，近年来出版单位积极推动传统出版和数字出版深度融合，并取得一定成效，但毋庸置疑的是，当前仍然存在一些待解决的问题。

科技支撑不足，新技术赋能力量薄弱。

科学技术的发展和应用为数字出版提供了前所未有的发展机遇和条件。科技的创新必然会带来创新性的商业模式，这需要多方共同参与，以推动整个出版行业转型发展。从目前出版行业的发展情况来看，尽管数字技术已经渗透到出版行业各个环节，但为出版产业发展赋能力度不够，并没有给出版产业发展带来根本性的变革。已经建起来的行业、地方数据库和资源库兼容整合不够。出版单位对于数字技术的应用普遍还处于碎片化、相互分隔的状态，尚未建立以数字技术为支撑的生产、流通、服务、消费全业态的完整出版链条。

标准建设滞后，导致出版物质量参差不齐。

数字出版国家标准、行业标准相对滞后。手机出版、数字印刷、数据库出版、网络游戏等新型出版领域的标准尚属空白，无法对数字出版产业进行统一和协调。各企业标准都是根据企业自身产品开发出来的封闭式标准，大部分只能在企业内部使用，缺乏协调，由于标准不统一，不仅导致数字出版物质量参差不齐，一定程度上影响用户的阅读体验，而且不同数字出版物需要使用不同的阅读器阅读，导致严重的资源浪费。

定价机制不完善，市场存在无序竞争。

一些数字出版物价格过于低廉。电子书对市场细化和图书分类的工作做得相对粗糙，除了一些针对特定用户的专门性网站，例如网络文学中的起点中文网、学术研究中的知网，大部分电子书网络商城的商品存在杂而不精、泥沙俱下的问题，读者面对的是各种千篇一律的折扣和优惠活动，大部分读者的个性化需求和专业阅读需求无法在价格上体现。这种对电子书不加区分、简单打折的做法不仅扰乱了正常的市场竞争秩序，破坏了供求关系，而且违反了商业规则，削弱了市场的发展动力，对我国数字出版业的长远发展是极其有害的。

版权保护、打击盗版力度有待加强。

作为出版业安身立命的根本，版权的重要性无需赘述。尽管我国在版权和图书市场监管上做出了长期的努力，但总体而言，对于图书特别是电子出版物的监管力度和对盗版行为的打击力度仍有进一步加强的必要。随着《著作权法》的第三次修订、《信息网络传播权保护条例》的修改和施行以及相关法律法规的不断完善，我国加强出版业版权保护的决心愈发明显，但现行相关法律法规依然存在适用范围模糊、可操作性不强等问题，一定程度影响了相关法律法规的施行。

资金投入不足，政府扶持力度有待加大。

数字出版产业是在传统出版行业的基础上发展而来，必然需要大量的资金投入和政策扶持，且短时期内可能无法获得明显的社会效益和经济效益，因此，一些规模较小的出版单位因缺乏足够的资金而无法实现转型和技术升级。在国家层面，虽然面向数字出版推出了“项目带动”战略，为传统出版行业转型给予资金支持和政策扶持，但覆盖面相对较小，全国大部分城市的出版单位无法获得相应的、有针对性的资助和扶持。目前，大多数传统出版单位仅仅抱着尝试的心态开展部分数字出版业务，主动性有待进一步加强，这也限制了数字出版产业的发展。

人才储备不足，人才培养机制不完善。

从全国范围看，目前数字出版人才队伍的专业素质和水平与实际需求尚有一定差距，存在人才结构不完善、人才培养模式不健全、高端人才资源数量不足等问题。根据2021年统计数据，我国2021年数字出版高端智库专家库专家总量为74人，其中实务专家占比57%，人数为42人；理论专家占比16%，人数为12人；管理型专家占比27%，人数为20人。由以上数据可知，目前我国数字出版相关人才数量相对较少。另外，具有传统出版知识和数字技术应用能力的复合型人才相对匮乏，理论知识和实践技能兼备的专家数量相对较少。

三、推动传统出版与数字出版融合发展的对策建议

当前和今后一个时期，建设出版强国，推进出版业高质量发展，要以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻落实党的二十大精神，坚定文化自信，坚持守正创新，坚持把社会效益放在首位，社会效益和经济效益相统一，加大资金投入力度，通过改革创新、技术赋能、政策激励、人才支撑等多种措施，加快推动传统出版和数字出版深度融合，为建设社会主义文化强国奠定基础。

提高科技创新应用水平。

数字出版是文化与科技创新的集大成者，持续推进文化数字化战略更是离不开科技创新的重要支撑。当前，全球科技创新进入空前密集活跃的时期，以大数据、云计算与边缘计算、人工智能、物联网、区块链、数字孪生等技术为代表的新一轮科技革命正在重构全球创新版图、重塑全球经济结构，也为出版业数字化转型创造了必要条件。出版单位要以数字化项目为抓手，整合各方面资金，加大投入力度，促进科技成果转化和产业数字化，把新技术、新工艺应用于出版的流程改造、产品研发、平台建设，培育出版新领域、新业态，打造覆盖生产、流通、服务、消费的全业态出版链条，推动出版业逐渐从传统出版走向融合出版，进而走向智能出版。

创新量子数字出版产品。

加强选题策划，着力推出一批数字出版精品。精准匹配用户需求和应用场景，进行产品形态、服务方式等创新。系统性记录、生产、传播知识，是出版行业的本质。出版的核心竞争力还是内容。内容是出版产业的命脉，内容有内涵、有高度、有深度，是最根本的生存之道。出版单位应坚持以用户需求为核心，进行优质内容的创作出版；强化出版融合发展的内容建设，坚持正向的社会价值观，持续进行内容创新，进行有价值、有意义的内容输出；依托传统出版中丰富的内容资源，实现纸质产品向电子化产品的转变。

创新数字出版营利模式。

随着数字技术的应用，数字教育出版发展路径和模式不断发生变化。出版单位应聚焦技能提升和知识服务方向开发新形态教材、数字课程，将打造智慧教育服务平台作为教育出版融合发展的重点方向，以新形态教材开发作为推动融合发展的重要着力点，加快构建出版、培训、课程、服务等多元一体的教育出版服务体系。出版单位应充分发挥自身出版资源优势，推动出版资源产品化、运营精细化、服务精准化，打造差异化竞争优势。在国家鼓励数字文化贸易走出去的政策支持下，秉承传播中华文化的责任使命，以全方位的维度、多元化的方式实现中华文化的对外传播。

加强专业人才引进和培养。

推动传统出版与数字出版融合发展，对数字出版人才建设提供了更高要求。主管部门要在评优示范、培训培养、激励、评价、管理等层面，为建强数字出版人才队伍提供指引和支持，完善配套政策举措，健全与出版业实施数字化战略、出版融合发展、数字出版高质量发展需求相匹配相适应的人才选用育评制度体系。

出版单位应加强与数字出版相关的专业技能型人才、全媒型编辑、版权运营、品牌营销、国际运营人才培养。围绕新型出版人才队伍培育，加强与高等院校、科研机构交流合作，通过搭建人才需求平台、建立人才储备库、人才培养实践基地等方式，探索建立人才共同培养使用的新模式。

完善量子数字出版管理制度体系。

出版单位应聚焦数字出版的重点领域和出版深度融合发展的重点环节，研究制定推动出版业高质量发展的政策措施，健全数字出版相关政策制度体系，在数字阅读、网络游戏、有声读物、知识服务等领域加快出台指导意见和管理办法。

出版单位应加强数字出版精品建设、示范单位、示范平台建设，发挥行业示范引领作用；突出内容导向，明确数字出版质量评价指标；加快数字版权管理服务平台建设，围绕数字版权的确权、鉴权、估值、转化、交易等环节，明确数字版权管理流程和数字版权使用规则，推进数字版权使用交易的合法合规；健全数字出版相关标准体系，充分发挥标准在产业发展中的基础性、引领性作用，为数字出版高质量发展提供重要支撑。

（作者为中国财经出版传媒集团纪委书记）

社址:北京朝阳区东四环南路55号 查询电话:(010)87622114 邮编:100122 开户银行:交通银行松榆里支行 账户名称:《中国新闻出版报》社有限责任公司 开户账号:110060900012015027658 经营许可证:京朝工商广字第8016号
发行单位:北京市报刊发行局 发行方式:邮发 国外总发行:北京399信箱 每周一、二、三、四、五出版 每份1.37元 录入组版:本报机房 印刷:经济日报印刷厂(北京市西城区白纸坊东街2号)