

数字出版转型中科技期刊知识服务及 知识付费模式探析*

陈晓堂

郑州大学学报编辑部,450001,郑州

摘要 知识付费为出版业带来新的机遇和挑战,科技期刊在数字出版转型中要突破传统出版的盈利模式,在知识服务中探索知识付费模式;参照出版业知识服务和知识付费成功案例探讨出版业尤其是科技期刊知识服务及知识付费模式,并指出实现知识付费的条件;科技期刊应从自身实际出发,依照互联网的用户特点实现知识服务和知识付费;知识付费将成为科技期刊新的盈利模式,并将成为新的出版业态。

关键词 知识付费;数字出版;知识服务;数字化;期刊盈利

Analysis of knowledge service and knowledge payment model of scientific journals in the background of digital publishing transformation//CHEN Xiaotang

Abstract Knowledge payment brings new opportunities and challenges for the publishing industry, and scientific journals in the background of digital publishing transformation should break through the traditional publishing profit model, to explore knowledge payment model in knowledge service, by referencing the knowledge service of publishing industry and successful cases of knowledge payment. Sci-tech periodicals should start from their own situation, implement knowledge service and knowledge payment, according to the user characteristics of Internet. Knowledge payment will become a new profit model of sci-tech periodicals as well as a new format of publishing industry.

Keywords knowledge payment; digital publishing; knowledge service; digitization; journal profit

Author's address Editorial Board of Journal of Zhengzhou University, 450001, Zhengzhou, China

DOI:10.16811/j.cnki.1001-4314.2018.03.009

互联网的发展带来内容创业风潮,知识分享产品如雨后春笋般随着互联网的大发展而出现。早在2009年,问答社区 Quora 即已创立;国内2011年豆丁网推出付费阅读产品;2013年逻辑思维招募付费会员;2014年微博推出文章打赏功能;2015年微信公众号开通打赏功能;2016年4月,知乎开启商业化尝试,推出付费知识直播“知乎 live”;2016年6月,喜马拉雅上线付费音频《好好说话》,首日销售额破500万。经过几年的酝酿,2016年知识付费模式爆发。知识付

费是指消费者通过互联网技术付费获取垂直领域的个性化信息、资源和经验等,从而达到任职提升、情感满足、阶级归属等目的的消费行为^[1]。《中国分享经济发展报告2017》数据显示,2016年我国知识领域市场交易额约为610亿元,同比增长205%,使用人数约3亿人^[2]。知识付费成为新的风口,越来越多的人愿意为优质内容买单^[3]。《2016—2017中国数字出版产业年度报告》显示,中国数字出版行业将出现7大发展新趋势,其中知识付费日渐兴起^[4]。知识付费的兴起,一方面是内容创业者对知识变现模式的探索,另一方面是用户对互联网信息获得提出了更高的要求。

1 出版业试水知识付费

出版业在知识付费的风口下,迎来新的机遇和挑战,许多出版业已经试水知识付费,在纸质书的基础上增收成功。2016年底,长江少儿出版社教辅图书《长江作业本》,使用 RAYS 线上同步配套纸质图书问题解答、拓展 PDF 课件、数学难点特级教师讲解视频、名师问答等,线上运营收益权在武汉知识产权交易所挂牌交易,吸引多家投资机构竞购,最终卖出688万元。外研社考研教辅类《2018王江涛考研英语满分范文背诵》一书也配套了线上服务,提供了满分范文录音;增加了王江涛帮你复习视频;你的问题我来答在线问答;王江涛帮你改作文专家审稿等线上内容,同时取得较好的收益。

2 科技期刊参与知识付费

科技期刊是科研成果的主要载体,受众面和发行量都比较小,科研成果难以普及,但由于科技期刊的专业性与权威性,使之成为所需受众的特殊需要,同时受众比较集中,这也成了科技期刊的优势,尤其是在互联网海量信息冲击下,受众接受的信息量超出了其所需要以及所能消费、承受的信息量,以至于受众无法高效选择或有效利用信息^[5]。因此,受众在这种情况下所需要的是可靠而有用的信息和知识,同时受众也会倾向于从权威的内容生产者处获得信息。科技期刊依托其专业的学术平台和强大的作者队伍能够提供高质量

* 河南省优势特色学科平台项目:新媒体环境下生产和经营创新的数字内容产业影响力提升(2017-XWXY-015);2018河南省教育厅人文社科项目:新媒体视域下数字内容产业的生产经营重构与传播(2018-ZZJH-534)

的知识内容,并且是经过多流程的把关后才进入发行渠道的,所以科技期刊所提供的内容,其质量、权威性和深度都是其他新媒体平台上的信息所无法匹敌的^[6]。科技期刊应依托纸质原生内容在数字出版中提供知识增值服务,满足受众需求,开启知识付费模式。目前,已有科技期刊试水知识服务及知识付费,例如《科技进步与对策》在知识服务方面的创新使其具备了知识付费的条件。如在纸刊的内容中增加二维码,用户扫描二维码就可以看到不同的作者提供独家论文讲解,并设置主编亲自论文写作规范在线指导快问快答等问答服务。该刊使用专业的数字内容运营平台 RAYS,加入武汉知识产权交易所的“基于传统纸质出版物的出版融合产品交易”服务平台,为科技期刊的知识付费提供了专业的服务,只要科技期刊能设计出有新意的知识服务模式,该平台就可以让你的知识变现。由此给我们的启示是只要做好知识服务,其平台有其专业的技术公司来做,相信随着知识付费的发展,正如数字出版的专业数据库知网、万方一样会有更多的专业平台为我们提供专业的技术支撑,同时知识服务及知识付费也将成为新的出版业态。

3 科技期刊知识服务及知识付费模式

科技期刊在数字出版转型中,在知识服务方面已经取得很大的成效,依托纸质内容的图片、视频、简短易懂的文字等模式在其微信公众号、微博、数字平台等多方面传播,在知识增值服务中也是随着技术的进步而日新月异。在当下,随着知识付费时代的到来,互联网免费的特征也逐渐削弱,期刊人应该在知识付费的风口下顺势而为,在已有的知识增值服务中设置知识付费方式,或者增加新的知识付费点。例如增加视频、动画、图片等,实现一种内容,多种载体。一些专业性较强的期刊为了能够让受众接受,将内容改编成浅显易懂的语言并配以视频、动画、流程图、操作过程等,也可以增加问答应用,与专家、名师一对一问答。以平台为基础,使用户通过不断的体验,在使用的过程中产生消费的意愿,并在交互的用户中搜集受众需求,集中用户最需要的部分设置知识付费。充分利用数字技术,在纸刊上设置二维码,将二维码作为知识服务的入口,从而打通客户渠道,不断提高用户数量,服务通过二维码直达用户,实现精准对接,为知识服务产品后续开发提供大数据支撑。对于受众来说,现在依托于微信公众号提供数字资源的方式降低了学习成本,节约了时间,因此,在知识付费时代,科技期刊要做一本新型的期刊、融合的期刊,做具有交互功能的现代期刊。

4 科技期刊知识付费的条件

4.1 建立健全知识服务体系是关键 科技期刊对于内容的认知需要从文章迭代到知识,从知识迭代到知识服务,从知识服务迭代到数字产品。科技期刊唯有更深刻地认知内容的含义,才能将所掌握的原始内容资源深度挖掘和加工,并向用户提供更细分和垂直的知识服务,以精准的服务赢得用户^[7]。为读者提供精准知识服务,其途径包括:1)了解读者需求,调整选题方向;2)构建起与读者双向的、持续的、多维度的关联带来更丰富的内容服务体验;3)打破媒介界限,提供数字化内容服务。

4.2 维护用户黏性是重点 社交化是数字传播的特点,知识服务和知识付费要充分利用社交化的特点,吸引用户,引起用户的关注和点击才能谈盈利。因此,用户群的建立和维护是长期发展的重点工作。一切以用户为中心,从传统出版的单向思维到数字出版的用户思维,用新技术重新生产知识,传播知识,并利用简单的接口,不要有很强的心里发动成本,为用户提供单位时间价值最大化、节省时间、高效学习的解决方案,把用户带入有人格、有温度的知识社交网。构建起与读者双向的、持续的、多维度的关联带来更丰富的内容服务体验,可以通过建立微信群、QQ群去增加用户,科技期刊的用户通常是作者或者读者,应从他们的实际出发对他们有所益处,才能永久留住他们,保持用户黏性,从而在使用中有付费的意识,达到其效果和目的。

4.3 政策支持和导向是基础 在媒体融合中需要政策的制定和支持,建立健全数字运营体制,规范数字知识产权。随着数字出版的发展,数字出版版权各项规章制度的建立,会使知识付费更加规范、合理,并逐渐成为出版新产业。

4.4 编辑的创新精神是动力 内容经济的本质是开启和占领心智,通过撬动人们的主观思维,来产生与内容相关的消费。内容的本质是寻找社会文化心理和价值观的最大公约数,在这个基础上与人们的精神需求发生共振^[8]。因此,编辑要抓住直达受众内心的好的内容。知识服务中,编辑始终占据主导地位,编辑的思维要随着数字出版的发展而与时俱进,设计新的知识服务模式,根据自己期刊的特点,从实际出发,创造同一内容的不同的衍生产品,以创造性的劳动提高科技期刊的经济效益,用互联网的思维通过媒体融合为读者作者用户的需求打造知识服务新供给。

5 结束语

科技期刊作为一种创新、传承优秀文化,提供知识