

2013年数字出版转型示范单位公示(上)

为深入贯彻落实党的十八大精神,培育和壮大数字出版产业,加快新闻出版业发展方式转变,自2012年9月,原新闻出版总署在新闻出版行业开展了传统出版单位数字出版转型示范工作。此次活动经广泛征求业界意见和严格评审,确定了首批数字出版转型示范单位名单。现予公示。

本次公示时间为2013年6月28日~7月3日。在此期间,如对示范单位持有异议,可将意见以电话、传真等方式反馈至原新闻出版总署科技与数字出版司。

联系电话:010-83138708, 83138709; 传真:010-83138708。

出版集团

单位	地域	示范点概述
浙江出版联合集团有限公司	浙江	浙江出版联合集团有限公司根据自身传统图书出版业务的生产需要,并能按计划组织实施。企业规划设计得当,方向明确,成熟技术应用较为合理,为传统图书企业初级转型提供了示范。
时代出版传媒股份有限公司	安徽	时代出版传媒股份有限公司战略规划起点高,以提升我国数字出版产业技术创新力与核心竞争力为出发点,努力探索文化与科技融合的数字出版商业模式,在新兴传媒业务领域致力于打造传统核心内容产业与现代传媒产业互动发展的产业链。集团率先组建全国第一家数字与新媒体出版产业技术创新联盟,聚集数字内容资源,通过“时代·博”全媒体数字出版运营服务平台,打造新媒体营销模式,从传统纸质出版商转变为多媒体数字出版产品的服务商。
海峡出版发行集团	福建	海峡出版发行集团能较好地利用地缘优势,引领下属企业从资源及能力出发,依托内容管理系统构建集团全媒体出版平台,逐步实现从传统纸质出版向全媒体出版的转型升级,集团还注重打造具有品牌价值的旅游数字平台,有效延伸了产业链。
中南出版传媒集团股份有限公司	湖南	中南出版传媒集团股份有限公司以全产业链进入数字化生存为主题,以重点项目带动转型升级为路径,致力于将企业打造成为全媒介内容运营商和现代化综合传播平台。在策略上,与华、腾讯、日本角川集团等业外和境外资本合作,组建专业公司业务研究、探索和挖掘市场机会,引领传统内容单位依托自有优势资源开发数字内容产品,并与专业公司共同运营,在此过程中,打造一支战略上高度统一、战术上齐心合力的数字出版团队。
新华文轩出版传媒股份有限公司	四川	新华文轩出版传媒股份有限公司中长期发展战略具有全球化视野,组织保障措施到位。在业内率先推行出版物电子商务、数字阅读产品推送、数字内容资源建设和按需出版印刷系统建设方案;切实推进内容资源建设的全流程数字化再造和在线协同编辑出版;探讨了数字教育产品生产、销售的市场机制和商业模式,初步形成了提供个性化数字教育的解决方案;积极构建数字时代市场机制条件下,上下游业务相互依存的无障碍产业链。

图书出版单位

单位	地域	示范点概述
北京师范大学出版社	中央	大力推进数字出版机构和制度建设,积极整合内外优质内容资源,推动跨平台的多媒体出版和网络出版,力图借助O2O模式打破传统模式下出版社与读者被隔离的局面,重构和延长出版产业链;充分利用在教育领域内的优势,打造基于互联网和移动互联网基础上的能够提供个性化定制服务的学习解决方案,探索掌握渠道和终端客户的可持续发展的B2C模式,为积极寻求从内容提供商向内容运营商和教育服务商转变的新模式进行了有益的探索。
北京语言大学出版社有限公司	中央	北京语言大学出版社有限公司的数字出版战略规划思路清晰,发展方向和目标明确,产品线完整。在此基础上,形成了对传统图书出版工艺化过程的支持,在管理措施上,坚持跨部门合作,完成重大项目的研发和数字出版任务,在实践中逐步培养一批既懂传统编辑又懂数字出版的复合型人才。牢牢把握了资源开发与技术合作的主导权,从而增强了数字出版的运营能力和数字产品的开发能力。
电子工业出版社	中央	围绕“从传统出版社向现代知识服务提供商转型”这一战略目标,从资源数字化管理和知识网络化服务两个角度入手,借助行业特色和自身出版优势,依托结构化加工、开放共享协议、内容动态关联和重组以及数字内容资源全媒体发布等关键数字技术,开展基于云计算的知识资源服务、动态数字出版应用、开放存取共享服务等数字出版实践,同时积极拓展数字出版新领域,尝试基于内容的知识服务模式,探索基于移动互联网的增值电信业务,有力地推动了传统出版向数字出版的转型。
法律出版社	中央	法律出版社发展思路清晰、资源配置合理、专业内容聚集度较高、数据结构性好。在此基础上注重产品的质量管理 and 产品营销能力建设,其开发的“法律数据库”在我国司法系统内已形成品牌并在国际上产生一定影响,为企业转型打下较好基础。
人民交通出版社	中央	以交通职业教育、技能培训为切入点,以构建交通行业权威、全面的内容与信息服务商为目标,汇聚大量优质数字内容资源,成功开发了综合类“交通运输专题知识库”和主题类“U网通”等数据库产品,上线开通专业数字出版平台“悦通网”。绩效考核机制及业务流程和管理制度有效,为专业社由内容提供商向内容开发商、信息服务商转型方面提供了典型案例。
人民邮电出版社	中央	人民邮电出版社在发挥自身行业优势、内容优势及品牌优势的基础上,将传统出版优势转化为数字出版优势,坚持以重点项目带动的方式,在充分面向产业、行业领域及社会的需求的基础上,采用国际主流的数据库技术和优质的内容资源,探索出了多种专业数字产品和持续服务的模式。
外语教学与研究出版社有限责任公司	中央	外语教学与研究出版社在业内率先推行全媒体数字内容编辑、数字产品经理和职业项目经理等复合型人才梯队建设方案。其基础资源建设投资力度大,在数据库技术和模块化架构的支撑下切实推动内容资源建设的全流程数字化再造,完成了在线协同编辑和按需出版系统,及国际多语言公共服务平台等底层架构设计,摸索出了全新的在线内容创作机制和个性化数字教育产品出版模式。
中国质检出版社	中央	中国质检出版社能充分利用本行业的特色资源,进行专业化集约化结构化和碎片化的汇聚,形成内容丰富的资源库,为各行各业标准化工作提供了支撑。同时,在资源库的支撑下通过过程协同服务系统,构建知识社区互动平台,形成智能知识服务体系,创造性地设计和生产切实符合读者需要的数字阅读产品。
中国地图出版社	中央	中国地图出版社在具有自主知识产权的GISWAY数字地图制作出版编辑系统的支撑下,通过整合国内外相关地理数据信息,实现了全球范围内中小比例尺地图的绘制,系列化专题化在线地图产品已在百度、新浪、搜狐等新兴媒体上线,为我国地图出版提供了支撑。
中国建筑工业出版社	中央	中国建筑工业出版社依托行业优势,开展全媒体资源库和专业信息服务平台的建设,制定了系统完善的资源管理的标准体系和规范化资源管理制度,为企业的可持续发展奠定了基础。
中国轻工业出版社	中央	中国轻工业出版社以内容为核心、以阅读为基础、以网络为平台、以技术为支撑的战略指导思想明确,致力于内容、产品、传播和业务流程管理四大业务模块的数字化,努力从电商平台向服务平台及品牌战略转移,以期实现可持续的收入成长。
中国少年儿童新闻出版总社	中央	中国少年儿童新闻出版总社在数字出版技术升级改造的同时,能与传统出版物的质量保障体系有机地结合起来,为产品内在质量提供了保障,以优质资源数据库和产品库为支撑的全媒体、多介质、跨终端的产品线已经形成,产品服务链利用移动终端已向B2C延伸,其用户阅读行为分析系统的研发,为提高服务水平提供强有力的支撑。
中国大百科全书出版社	中央	中国大百科全书出版社以《中国大百科全书》(第三版)国家重大出版工程为契机,坚持以重点项目带动的方式,在项目设计方案中以构建优质内容为核心的数据库集群为基础,以协同编辑系统和用户行为分析为依托,以面向社会阅读及在线工具书的知识查询为目标,以开放严谨的学术审查及完善的编撰审读为条目的质量保障体系,以开放式用户参与及专家撰稿为条目的组织模式,从而形成了新型知识内容动态生产模式,为大型知识类工具书的编辑出版转型作出了有益探索。

知识产权出版社	中央	知识产权出版社的文献型主营出版业务,已由传统出版模式转变为以大规模数据处理、内容深度加工、专业数据库建设和全行业信息服务为特点的全流程数字出版新模式,业务范围、生产规模、利润水平得到大幅度拓展和提升。按需出版和数字印刷基地的建立则极大地推动了该社的数字化转型,该社目前60%以上的图书通过全流程的数字出版技术完成,数字出版收入和利润已占70%以上。
人民军医出版社	军队	人民军医出版社依托自身资源优势,将资源加工、产品运营和技术平台整合,构建起多元化的业务体系及复合型的赢利力,从而形成从数据到产品,从产品到消费,从消费到服务的全新的产业模式,为出版单位转型提供了示范。
华东师范大学出版社有限公司	上海	华东师范大学出版社有限公司通过将ERP管理系统与内容管理系统的组织关联,形成了信息流及业务流的互联互通,在内容资源建设方面,通过编辑主动策划,将约稿产生的内容与用户阅读过程中主动生产的内容组织关联起来,构成了互补互生型的内容组织生产新模式,为构建数字内容和生态系统的有益尝试。
浙江大学出版社有限责任公司	浙江	浙江大学出版社有限责任公司通过内容重组、流程再造、服务支撑和产业延伸等手段,强化了内生型核心业务的数字化生产能力及产品供给能力,对外则联合出版商与运营商向数字出版服务整合商转型,初步形成跨界发展的新格局。在机制建设与人才培养方面,建立了支撑数字出版可持续发展的管控机制、人才引进机制、对外合作机制及内部工作机制,探索出“以项目驱动、产学研一体化、主导型社会化应用”的数字出版发展新模式。
二十一世纪出版社有限责任公司	江西	二十一世纪出版社有限责任公司积极筹划并实践推进全媒体数字出版产业基地,在业务上重构关联新型业务链,强化数字销售平台管理,优化发行模式,注重内容的一体化开发,以期提升产业的编辑价值,衍生产品的商业价值,其构建的“少儿数字阅读科技馆”全媒体体验中心,充分展示了数字出版高科技成果。
青岛出版社有限公司	山东	青岛出版社有限公司在数字出版与传统出版有机融合的基础上,改造ERP系统与传统出版流程,利用“数字城市社区”项目工程提升了企业的品牌效应。在走出去方面,与澳大利亚威尔顿国际集团、英国出版科技集团等世界一流企业合作,获得了较好的国际影响。在注重产业内生性转型的同时,该社还与海尔等名牌企业进行跨产业融合,为资本和技术融合、品牌效益积累、赢利模式创造了条件。
云南教育出版社有限责任公司	云南	云南教育出版社有限责任公司走出去战略目标明确,注重少数民族地区双语出版和对外汉语教学平台的建设,为云南及周边国家和地区提供优质的汉语和民族语言学习类资源,为西部地区跨地区、跨语种的文化交流提供了支持,为坚持民族特色出版方向做出了有益探索。

报业集团

单位	地域	示范点概述
重庆日报报业集团	重庆	重庆日报报业集团致力于打造全媒体集团,实现了“三大突破”、建立了“两大平台”和“一报一网”目标。一是突破平面媒体与广电媒体行业边界,将华龙网与视界网融合,组建了重庆华龙网传媒有限公司;二是突破地域界限强强联合,与腾讯公司合资创办腾讯大渝网,2012年收入突破1亿元,利润2500万元。三是突破行业边界,与国家工信部和重庆中小企业局合作创办了中小企业网。在平台建设方面建立了集团EIP综合管理平台,实现了全集团管理数字化;建立了集团数据库平台,抢救《重庆日报》历史报纸10.08万个版。
辽宁报业传媒集团	辽宁	辽报集团顺势而为,制定全媒体战略,积极推动传媒的多元化和立体式发展。目前集团已经成功建立“辽宁中部城市群群刊新闻共享平台”以及辽沈北国网、海力网。已建成的自有数字化机房,拥有专用服务器85台,网络带宽500M,形成了数字内容管理和发布系统、数字化信息采集系统及数据库技术应用体系等,为数字化转型保驾护航。
浙江日报报业集团	浙江	近年来,浙报集团在新媒体产品研发和并购方面成效显著,与阿里巴巴集团合作推出“淘宝天下”新媒体产品,组建基于LED大屏的竞合传媒,与腾讯集团联合创设大浙网地方生活门户,通过上市公司平台收购边锋浩方集团,投资创办财新网等。集团确立了新媒体人才储备计划,成立了集团新媒体中心,发布了全媒体战略行动计划,组建了集团全媒体战略领导小组,创设了传媒梦工场公司。通过一系列标本兼治、产业规律和市场规律相结合的行动,占据了国内同级同类报业集团数字化转型的制高点。
合肥报业传媒集团	安徽	经过多年的探索实践,合肥报业集团已经初步形成党报、都市报齐全,日报、晚报、晨报、周报、手机报及网络全媒体联动,媒体之间统筹协调、责任明确、功能互补、覆盖广泛、富有效率的传播产业格局。集团下属的“合肥在线”“巢湖在线”网站准确把握新媒体发展方向,突出合肥地区特色,做深做透网络媒体、移动媒体,实现全方位的资讯服务。此外,集团还加快向轻轨报、地铁报、广播、电视、出版、户外媒体的跨媒体发展,进一步丰富传播内容和手段,打造全系统传播的良好局面。
南方报业传媒集团	广东	2010年年初,南方报业传媒集团吹响了向全媒体战略转型的号角,大力实施“聚合战略”,通过打造网络媒体、移动媒体、广电媒体、户外电子阅报栏和户外LED联播网等多种新媒体业务板块,真正实现了集团的全媒体生产、全介质传播、全方位运营,从传统的“内容提供商”转变为适应新业态的“全媒体信息服务商”。目前,集团已形成良好的数字化业务布局,从事数字出版专业人员已经从原来不足60人,增至目前600多人,南方报业已探索出一条市场推动、产业结合、事业融合的具有鲜明“南方特色”的数字化产业发展之路。

报纸出版单位

单位	地域	示范点概述
人民日报社	中央	人民日报的数字化转型重点围绕建设国际一流媒体的总目标,推动形成以人民日报为轴心,以人民网为骨架,以人民搜索、人民日报人微博、人民数字传播、人民数字出版和人民日报社报刊为支撑的国内领先、国际一流的全媒体生产、传播体系。其标志性项目人民网运行已整整16年,目前ALEXA全球网站排名第179位。作为国家重点新闻网站的排头兵,2012年人民网在A股上市,是第一家在A股上市的新闻网站,也是第一家在A股整体上市的媒体企业。
中国科学报社	中央	中国科学报社成立于1959年1月,报社以数字化全媒体新闻信息平台建设为重点,努力突破六大项目,完善八项建设。其网络媒体科学网,根据Alexa国际网站排名系统统计,截至2012年年底,在中国排名800名左右,在全球网站排名约为6000名,拥有30多万电子杂志订阅用户,80多万网站注册用户,日均访问量(PV)接近100万次。
证券日报社	中央	2011年年初,证券日报社制定了5年发展规划,计划在2016年前达到“报即是网,网即是报”,报网合一的数字化转型战略目标。目的是突破传统媒体在信息传播速度、容量等方面的限制,全面提升及扩大《证券日报》的影响力。同年,报社官方网站——中国证券网成功开发“上市公司投资者关系平台”,方便上市公司利用网络渠道维护公司的公众形象、投资者关系、产品宣传与舆情掌握等。经过推广宣传,先后为46家上市公司服务,受到较高的好评。
北京青年报社	北京	在报业网站建设、新媒体终端开发和应用、数字出版平台搭建等方面,进行了大胆而积极的尝试。近年来,北青集团不断总结经验,确立自身定位,不盲目模仿、跟风,量身定制集团的数字化发展规划,确定了“整合与转型”是北青集团未来一个时期的发展规划。“整合”包含集团层面的数字资源整合和商业化新媒体的投资,“转型”是利用品牌和资金优势,打造新媒体板块,尽快形成报业和新媒体两大支柱的业务结构。
京华时报社	北京	2012年,京华时报的“云报纸”全球首发,揭开国内报纸数字化出版的新篇章。截至2012年年底《京华时报》共出版200余期云报纸,推出了32期132个版的“云周刊”,实现云素材图片4226张,拉动了1000万元的广告投放,并在京交会、艺博会、欧洲杯、奥运会等专题报道中得到了充分应用,获得了政府领导、业内学者和媒体同行的普遍肯定,被誉为“2012年传媒行业十大事件”。云报纸的推出标志着《京华时报》已经转型为基于传统媒体形式结合数字媒体优势的新的云媒体。

(下转08版)

2013年数字出版转型示范单位公示(下)

(上接07版)

单位	地域	示范点概述
上海第一财经报业有限公司	上海	为适应数字化出版环境的需要,《第一财经日报》2010年起成立了数字媒体中心。该中心负责的全媒体数字化平台将视频的直观性、平媒的深度性、无线媒体的即时性以及网络媒体的交互性有机融合,全方位、多形式地为广大受众提供高度专业性、即时性和权威性的金融与商业信息服务,满足不同层次受众的多种财经资讯需求,形成持续性、可拓展的财经媒体衍生价值。
上海日报社	上海	作为一份面向外国读者的英文报纸,上海日报对新媒体的发展有着极其敏锐的眼光。早在2005年,上海日报网站(www.shanghaidaily.com)就已正式上线。目前网站每月访问量达到近100万独立访客,是上海访问量最大的英文网站。新媒体平台与经济、教育、文化类近10家境外公司合作进行内容输出也为报社带来了多元的文化出口收入。新媒体数据库同时向道琼斯,美国Newsbank数据库,慧科数据库等新闻数据库提供新闻数据;中英文双语手机报提供移动、联通、电信三大平台。上海日报入选为2011-2012年度“全国文化出口重点企业”的新闻媒体,网站同时被评为“国家文化出口重点项目”。
《语文报》社有限责任公司	山西	语文报社的数字出版项目直接由报社最高领导负责,网络统筹管理,本社编辑直接参与,共同打造融报纸、刊物、网络、手机报合一的语文传媒全媒体平台。2010年报社精心策划的“汉语远程网络教育平台”项目,已被山西省新闻出版局列入国家级新闻出版业发展项目,并在当年得到了国家文化产业专项资金200万元的扶持。2011年,报社策划了“中小学阅读写作数字出版平台”项目,为全国中小学提供阅读活动辅导平台、写作展示和交流平台、报刊图书阅读平台,极具引导意义和训练价值。
内蒙古日报社	内蒙古	内蒙古日报社制定了“蒙汉媒体一体化发展战略”,使蒙汉全媒体数字化建设适应当前云计算技术、移动互联网技术、流媒体技术发展形势。目前,报社已成立汉文、蒙文多个新媒体项目,如内蒙古新闻网、正北方网站、内蒙古手机报、中国蒙古语新闻网站和传统蒙古文手机报;专门对蒙古国和俄罗斯各蒙古加盟共和国的“索伦嘎”新蒙文网站和蒙蒙文手机报等。其对我国边疆少数民族地区多语言文字一体化并用全媒体数字化建设具有示范作用。
延边晨报社	吉林	2004年创刊伊始,延边晨报就顺应数字化建设,筹备建立网站和手机报。2005年,延边新闻网开通,即时新闻、视频音频等晨报优质新闻资源第一时间上线,同年,手机报开始运营,鲜活生动的本土新闻快速传递到广大订户手中,延边晨报组建了多媒体新闻中心,把QQ、微博、微信等新媒体元素融入报纸,加快报网深度融合速度,加大数字化项目开发力度。目前,晨报数字化转型已形成了延边新闻网、手机报、延边晨报户外电子显示屏等三大标志性项目。
家庭医生报传媒有限公司	江西	家庭医生报社在数字化转型方面,战略定位明确,在传统媒体、在线媒体和移动媒体三个环节积极探索,大胆创新,紧紧围绕《家庭医生》的忠实读者的需求逐步拓展新传播手段,努力实现医疗咨询对群众的全覆盖。通过这些有计划、有步骤的创新举措,一方面实现了对民众身体健康的全方位服务,另外一方面也将健康类报刊的出版发行推向了崭新的发展阶段,从而实现群众满意、企业效益提升、社会影响力增强的三大价值。
齐鲁晚报	山东	齐鲁晚报主动应对新兴媒体发展带来的挑战,抢占新的舆论阵地,实现从“山东第一报”到“山东第一传媒”的转型升级。报社积极抢占山东新媒体市场发展的空白,打造山东第一生活资讯服务网络,实现对新媒体市场的控制力;整合齐鲁报系各方面资源,加快媒体发展方式的转变,通过线下纸媒经营和线上网媒经营的互补与融合,拓展新的经营空间。成为国内一流、山东第一的信息集成运营商、数字信息运营商、媒体和信息的混合运营商。
大河报社	河南	《大河报》全媒体移动采集发布平台是以现有资源为基础,以内容为核心,架构报纸、移动客户端、社交化媒体、网站产品等多种媒介互通互联统一管理的信息采编系统。平台通过对新闻线索的采集与分发、多渠道内容发布、多媒介广告发布等的统一管理,再造报纸业务生产流程,实现报社采编资源、经营资源、发行资源的重新整合再分配,变“报纸唯一”为“多元结构”,推动传统报业数字化转型、全媒体升级。
潇湘晨报传媒经营有限公司	湖南	新媒体时代,《潇湘晨报》密切跟踪新闻传播技术谋求未来。在巩固传统纸媒业务的基础上,着手进行数字技术升级、资源重组和产品设计,积极孕育新介质,构建新传播体系。全社上下将“基于数字化传播的全媒体生产、打造数字出版产品集群和完善数字产品形态及布局、强化数据库营销”作为工作重心。除网站外,《潇湘晨报》运行多个数字内容产品和项目如“图片项目”“多媒体项目”“即时新闻项目”等。
今日女报社	湖南	今日女报社充分利用新媒体平台,挖掘女性新闻的资源特质,稳定并延续传统报纸发展;同时,围绕核心平台发展关联产业,优化报纸产业结构,延伸报纸经济产业链,从横向多元化扩张向新媒体强势转型。目前,今日女报社已建立相对成熟与完善的数字化传播体系,并创办平台网站“风网”,报社以风网为核心,打造一个信息平台与商务平台相结合的新媒体平台,开辟全新的价值增长空间。
广州日报社	广东	广州日报社是国内最早进行数字报业探索的“先行者”之一。1999年开始,广州日报社建立了区域商业门户——大洋网,多年来不懈践行报网融合、滚动新闻生产和发布的理念。大洋网作为国内报网互动的典型代表,曾多次成为广东省乃至全国的示范项目。至今,大洋网走在了全国报业网站的前列,在刚刚出台的“2013区域互联网商业能力综合指数排行”中位列第三。广州日报社在2012年率先成立了全媒体中心,推动各采编部门转型为全媒体生产部门。作为国内市场化程度较高的地方党报,广州日报社的数字化转型探索可成为国内其他报纸出版单位数字化转型的典范样本。
中山日报社	广东	成立于2006年8月的中山日报报业集团,不畏网络技术的冲击,以科技创新和体制创新为动力,革新传统模式,从过去单一的报纸发行转向报网互动、微博传播、二维码营销、全媒体出版等多元化的生产运作方式,建立起向数字出版转型的全流程运作体系。2008年12月,中山网被广东省新闻出版局确立为首批“城市综合信息门户网站工程”试点单位之一。报社通过门户网站和移动新媒体平台的建设,促进传统媒体向数字新媒体转变,对地方报纸媒体的数字化转型起着表率作用。
佛山市陶城报社出版有限公司	广东	作为陶瓷行业的专业报刊,《陶城报》数字化转型探索始于2010年。其已运营的新媒体产品包括陶城网、陶城手机报、掌上陶城(手机应用)、陶瓷云iPad导购系统等。《陶城报》立足陶瓷行业进行数字化转型探索,深度关注陶瓷行业的专业化、精细化、深度服务和特色服务,成功满足了陶瓷企业在产品展示、品牌传播、信息交流、电子商务等多方面的需求,创新陶瓷企业营销模式,切实推动了陶瓷这一传统产业的升级转型,是国内媒体服务于产业的典型代表。
成都商报	四川	基于传统纸媒数字化转型的实际需求,成都商报形成了以研究院为战略指导,成都商报新媒体实验室为研发核心,成都全搜索网站为发布平台,成都商报营销策划公司为市场抓手的完整数字化出版体系。报社还引入项目管理,采用科学管理手段,对项目进行有效计划与控制。目前,成都商报数字化转型战略已全面推开,除成功推出了“基于增强现实技术的立体化纸媒综合业务平台”等标志性项目外,还全面启动并推广了“码上控”“拍拍动”等数字化项目。
新疆经济报社	新疆	为适应数字网络时代的发展需要,报社已经发展为拥有“10报5刊2网站1平台”的传媒体系。2008年,成立了新疆第一个事业单位文化体制改革试点单位新疆大晨报股份公司,并将发展数字产业作为推进新兴战略产业的中心工作。2010年,报社的亚心网开通了新疆首家手机新闻网、手机视频以及手机互动社区。2011年,报社成立了数字产业领导小组。目前,新疆经济报系正在全力推进“1218工程”,全面开展数字化转型工作。

期刊出版单位

单位	地域	示范点概述
北京卓众出版有限公司	中央	北京卓众出版有限公司从客户角度出发,以“按需开发,精准定位”的思路,重点在汽车类、工程机械类、电子商务类等经营性网站方面进行布局,同时积极探索研发移动终端数字产品,开拓移动互联网市场,通过提供全媒体、全终端的综合信息服务,成功实现了旗下期刊群的资源共享和高度协同,成为汽车机械行业专业、权威、优质的全媒体信息服务提供商。

《青年文摘》杂志社	中央	自2002年探索数字化以来,《青年文摘》杂志社已形成了相对稳定、互为补充的系列产品,其青年文摘手机报付费用户近35万;《青年文摘·播》为近1万所中小学提供有声杂志内容;《青年文摘·快点》单期点击量超200万;青年文摘手机客户端订户达到254万;升级改造项目“青年文摘全媒体数字悦读汇”则重点将单一内容输出转变为多功能网络社区。丰富的系列数字产品在满足了青少年多样化阅读需求和体验的同时,也获得了市场的认可,掌握了数字化转型的主动权。
《人民论坛》杂志社	中央	围绕思想理论交互传播的主线,《人民论坛》杂志社集中力量打造中国首家思想理论门户,目前已经形成由网站、互动社区、移动终端、手机杂志、视频、商用数据库、数字信息服务等多种形态构成的数字化、全媒体发展格局。其多形态、立体化思想理论综合平台,既贴近群众,又符合互联网特点,使党的理论传播更加大众化、通俗化,发挥了网络舆论阵地的积极作用。
《中华医学杂志》社有限责任公司	中央	《中华医学杂志》社有限责任公司在数字出版的积极探索中,重构了数字出版结构化生产体系,建立了优先出版和移动智能终端数字化出版,推进了经营性网站的建设,在数字标准化加工、建设数据库、构架信息服务体系及富媒体出版、语义分析等方面稳扎稳打,逐步将现有126本期刊整合打造成为具有国际竞争实力的中文生物医学期刊群全文数据库和医学出版平台。
《中国激光》杂志社有限公司	中央	《中国激光》杂志社规划投资2000万元,以建设“中国光学期刊网数字出版平台”为抓手,专注于光学期刊论文的数字出版和资讯发布。2002年以来,在建设多集群的资源数据库系统、学术会议论文专题数据库、多语种会议管理系统、富媒体出版、企业信息库、手机应用等多个方面积极探索,不仅整合收录了国内95%的重要光学期刊,并且开发了博客、论坛、视频、社区等多种服务,成为光学领域资源丰富、服务便捷的公共信息服务平台。
《中国国家地理》杂志社	中央	《中国国家地理》杂志社建立了较完备的数字化内容经营与互联网相关服务的部门与机制,依托其传统媒体的品牌和版权资源,分别在旅游、摄影、教育等方面大力开发衍生产品,形成涵盖3大操作系统的数字阅读产品群,特别是基于LBS位置定位功能的周边服务信息,集移动阅读与生活服务为一体,拓展了传统媒体的发展思路与服务理念,较好地实现了传统媒体的品牌延伸。
《前线》杂志社	北京	作为理论宣传、政策指导的知名刊物,《前线》杂志在1999年即尝试互联网业务,目前形成了由前线城市、前线理论学习手机报、前线电子刊、前线电视节目及博客、微博在内的党刊新媒体群,始终坚持主流媒体、内容建设、读者服务的原则,突出理论特色、北京特色、文化特色,不断加强受众需求分析,不断强化数字产品服务功能,增强网络营销能力,成为导向鲜明正确、理论信息丰富及时、具备服务功能的主流新媒体。
《第一财经周刊》杂志社	上海	《第一财经周刊》杂志社以生产优质内容为基础,通过拓展APP及衍生产品,建立了一站式、汇集众多电子期刊,覆盖移动阅读的出版、营销平台。目前,iPad版《第一财经周刊》成为苹果APP Store最畅销的中文杂志之一,拥有2.4万全年订阅读户,是苹果官网长期推荐的中文杂志应用;其衍生产品《商业就是这样》《单行本》《天天好运》等,注重个性阅读需求,也受到读者的好评与喜爱。多个数字产品的协同推广,扩大了传统期刊读者群,提升了期刊的品牌价值。
故事会文化传媒有限公司	上海	由故事会文化传媒有限公司主办的故事中国网原创故事、社区互动、音频点播等功能为一体,可满足故事爱好者阅读、创作、分享、讲述、收听等多样化需求,目前拥有6000万字原创作品、500小时音频资源,25万会员。同时,其手机WAP网站、手机客户端广泛与相关企业合作,近年来已经取得超过200万元的收益,初步具备了“数字化故事生产基地”的雏形。
上海教育报刊社	上海	上海教育报刊社在数字化转型方面实行了“一把手”工程,组建了一支30人的专职队伍。2009年起,投资1000万元建成上海教育新闻网、东方校园视线、上海教育手机报等新媒体项目和应用,开发出基于互动性、开放性、服务性特征的数字产品制作和销售系统,对内完成了采编平台的数字化改造,对外孵化了以用户体验为中心的阅读资源数据库、“校本阅览室”等产品,取得了数字化教育的大突破。
《课堂内外》杂志社	重庆	重庆《课堂内外》杂志社2011年投资1000万元组建重庆新课堂数字出版有限公司,独立运营数字出版业务,目前建设的“课堂内外电子书包及云教育平台系统”“面向终身教育的数字资源聚合与投放云服务平台”“数字出版与运营示范”,注重交互式社区学习、教研成果的转化,准确把握了数字出版与数字教育的趋势,打造了一条集终端销售、平台运营与服务、数字教育云出版为一体的产业链,为广大青少年提高学习效率提供了开放、便捷、优质的数字服务。
《新课程》杂志社有限责任公司	山西	《新课程》杂志社利用自身优质教学教育资源,从适应青少年阅读习惯的角度出发,着力打造了教育内容资源数据库和精准推送平台,完成后总存储量将达到51TB,能够同时为各个阶段的学生及教师提供不同学科的教学资源,满足他们的个性化学习需求。在推送方面则多渠道并举,充分利用有线网络、无线网络、卫星传输等手段,覆盖多地区,特别是偏远地区的学校与家庭,建立起一所没有围墙、永不下课的“空中课堂”。
《中国组织工程研究》杂志社	辽宁	《中国组织工程研究》注重对原有资源积累型产品的再开发、再应用,用9年时间创办了以CRTER.org为龙头,包含6个中文品牌网站、2个国际英文网站的网络群,将传统期刊内容作了不少于20次的复合型利用,实现了期刊内容“资料纵向联合、内容深入挖掘”的数字化改造,沉淀并扩大了专业期刊的品牌和资源优势。
《大众汽车》杂志有限公司	吉林	《大众汽车》杂志有限公司自主开发的《搜游天下》,以汽车旅游服务电子商务平台为定位,以资源整合者、服务供应商的角色,为旅游爱好者提供包括线路指引、餐饮住宿、网上选购装备、预约汽车维护等多项汽车旅行服务,转变了传统媒体单向传播信息的模式,满足了用户个性化需求,对接了内容资源与旅游商务,拉动了产业链环节互动,同时极大扩展了传统媒体的服务外延和市场空间。
新青年期刊出版总社	黑龙江	新青年期刊出版总社集中优势资源、编辑团队和技术力量,建成男生女生网、黑龙江少先队小雪花网和自助养生网,不断改造和完善新青年跨平台电子期刊包、新青年网络广播视听互动社区,积极开展手机漫画业务,并策划筹建新青年阅读网、男生女生原创网、高中赢考语文网等一系列网站群,将原有纸质期刊资源整合开发利用,聚集了人气,为招商和扩大经营开辟了新路径。
《董事会》杂志社	江苏	《董事会》杂志坚持内容独有特色,重视用户体验,在渠道和终端方面积极探索,提出打造平面媒体、网站、手机阅读、移动阅读设备“四媒并发、相辅相成”战略,以董事会治理为核心内容,初步建成集经济走势、财经热点、董事会数据库等专业数据为一体的数字信息服务平台。
《小樱桃》杂志社有限责任公司	河南	针对《小樱桃》校园小读者群体庞大的特点,小樱桃数字出版平台巩固并继续探索了纸质期刊动漫特有的内容传播与营销,通过多渠道整合内容资源及交互式跨媒体服务,为小读者提供海量的、支持多终端的正版数字出版物,有望成为内容丰富有趣、寓教于乐,同时高黏度的动漫数字出版平台。
湖南教育报刊社	湖南	湖南教育报刊社2011年注资500万元成立了湖南为先在数字传媒发展有限公司,创办了大型教育期刊数字产品推送平台——为先教育,全社6种15本期刊全部通过此平台为500万读者提供在线阅读、在线辅导咨询、社区互动等数字化增值服务。该社倡导传统编采人员全员转型,在人才融合、内容融合、渠道融合、管理融合等诸多方面取得较大进展。
《中国家庭医生》杂志社有限公司	广东	在“中国家庭医生”的统一品牌下,《中国家庭医生》杂志社围绕应用、终端、服务三大元素,分步骤实现了内容生产数字化、资源呈现富媒体化、互动交流活媒体化的数字方略,打造了一条以终端带动应用,以应用推动服务的产业生态链条,推动了终端产品多样化、品牌影响跨界化、健康服务平台化,成为当前较成熟的医疗健康服务社区和平台。
当代贵州期刊传媒集团有限公司	贵州	当代贵州期刊传媒集团坚持实施“党刊数字化工程”,推行一次采访、多次编发、多种平台综合利用,重点打造了党刊内容生产平台(数字化采编中心)、党刊网络数据平台(当代先锋网)、党刊移动信息平台(《当代党员》手机杂志)等数字产品和服务,积极探索电脑屏“当代先锋网站”、手机屏“掌上当代先锋网”及平板杂志客户端的三屏战略,开拓出党刊新媒体立体传播格局。 (排名不分先后。名单也可参见国家新闻出版广电总局相关网站www.gapp.gov.cn)