

电子书包搅局传统出版痛失千亿市场

传统出版和数字出版分成比例难确定,教材数字化还是一件比较遥远的事情

■ 实习记者 罗小清

电子书包正在从一个模糊的概念变成炙手可热的香饽饽。其千亿市场被业界视为出版业数字化转型过程中的新蓝海。

中南传媒董事长龚曙光表示,如果教科书和教辅材料实施电子化,传统出版业将迎来一场地震。业内人士认为,电子书包的推广将打破传统出版业基于印刷介质、书店发行的垄断优势,加速市场洗牌。

电子书包市场两千亿 教育出版占比不足两成

据教育部统计数据显示,目前中国在校生达 3.2 亿人,课本和作业本加起来将达到 360 亿册,其总价值超过 1000 亿元。因此有分析人士认为,“电子书包”取代传统书包,至少有 1000 亿元的大市场,且不包括延伸的配套产品市场。

对此,河北大学新闻传播学院出版研究所副所长杜恩龙认为,不能以纸本价格衡量数字化的教材。按照目前国际上通行的做法,电子教材、教辅、作业本的价格相当于纸本的 1/3,即使电子书包是在全国推广,那市场份额应该是每年 333 亿元。

据杜恩龙测算,电子书包硬件和电子白板费用合计为 3911 亿元,按照最短寿命 6 年计算,平均每年产生大约 652 亿元的费用。此外,电源改造费用、教师培训费用、无线通讯费用(九年制义务教育阶段)保守估计分别为 320 亿元、53 亿元、930 亿元。

因此,不难看出,电子书包若在全国推广,上述五项费用合计至少达到每年 2288 亿元,而传统教育出版社生产电子教材、教辅、作业本的收入在整个电子书包的市场中占比仅为 16.7%。

教育出版社产业链位置将被边缘化

目前,全国已经有近一半省份的相关城市开展了电子书包试点工作。据悉,今年京版纸质教材将完成电子



本报记者 林瑞泉 / 摄 王利博制图

化开发,在部分试点学校中推广;上海全市中小学今年也将进入传统教材与电子教材并用的阶段。

凭借先天的技术优势,阅读器硬件厂商、互联网服务商、电信运营商、多媒体 IT 公司和教育机构将是教材电子化的最大获益群体。

纵观我国的电子书包发展,IT 厂商已成为电子书包的主要推动者,英特尔、微软、惠普、联想、海尔、壹人壹本、松下等厂家都推出了电子书包产品。今年以来,就有三星电子、华为集团、方正科技、金禄电子、立人科技、鼎师科技、中科梦兰等科技公司都相继发布并推广自己的电子书包产品。在各大 IT 厂商的电子书包产品中,平板电脑和云计算平台成为重要内容。

出版界资深人士表示,电子书包出现之后,借助数字媒介,教育系统可以直接发布教材,教育机构可以直接开启网络互动教育,而出版业作为合法中介的产业链位置将被边缘化。从这个意义上来说,传统出版业应该是电子书包最大的反对者,而不是倡导者和支持者。

一位不愿透露姓名的相关政府

官员认为,电子书包最大的短板是教材内容。“只要拥有教材内容,电子书包在全国普及也就一年的时间。”这位官员表示,国内至少 70% 的出版社是靠教材教辅资源生存。如果由政府要求出版社必须提供电子版教材,那么这些出版社所面临的就是死亡,而且,由于传统出版和数字出版的分成比例很难确定,所以教材数字化还是一件比较遥远的事情。

内容创新成教育出版社新出路

从短期来看,在电子书包产业链中最积极的一方还是硬件厂商和电信运营商。“但是,从长远来看,内容提供商在新产业链中将会有更多的话语权。”华东师范大学教育信息化系统工程研究中心副主任、全国电子课本与电子书包标准专题组秘书处负责人吴永和说。

目前,电子书包“重硬轻软”的顽疾深受业内外诟病。一些从事电子书包的企业,因为缺乏优质的数字化教育资源,大都依靠卖硬件作为主要收

入,电子书包还未形成成熟的盈利模式。江苏可一文化产业集团董事长毛文凤推测,随着电子书包的普及,数字化内容的更新与提供将成为电子书包未来的最大盈利模式,而原创教材出版单位将成为受益者。

近年来,一些传统出版企业在电子书包项目上做出了有益尝试,部分企业开发的项目已有较好的盈利。在出版业上市公司中,中南传媒在 2011 年就启动电子书包项目,据悉,今年上半年新增 116 个产品订单,下半年电子书包等商用推广有望过亿元。

此外,人民教育出版社、外研社、华东师大社等教育社依托自身教育资源发展电子书包,山东世纪金榜科教文化股份有限公司、江苏可一出版物发行集团等大型民营机构也在布局数字化产品。

“数字出版在人们潜意识里仿佛是专门为终结传统出版而生的‘终结者’。但在教育出版领域,数字出版和数字化教材却是传统出版切入到教育产业领域的一大机会。”湖南教育出版社编辑宋城杰表示。

分拆传闻催涨中国联通

专家称:中国移动一家独大,必然会引发市场对政府再度分拆企业的预期

■ 本报记者 许意强

中国联通(600050)一次久违的股价涨停,再度引发资本市场对于“国务院将再度拆分移动通信企业、优化市场竞争格局”传闻的热议。

不过,《中国企业报》记者在采访中了解到,市场对于移动通信企业再度拆分的传闻,只是来源于工业和信息化部一份“有关统筹移动网间结算及市场竞争格局优化调整”的政策研究报告。目前尚未有任何迹象表明政府将在 4G 发牌前会再度分拆电信企业。

浙江万里学院客座教授冯洪江指出,“分久必合、合久必分”。工信部的政策研究报告,只是一个引子。在受行政调控的中国移动通信市场上,中国移动一家独大,必然会引发市场对政府再度分拆企业的预期,这并不意外。但资本市场的动作往往与企业经营业绩存在不同步的情况”。

事隔 2 年多涨停引发的分拆热议

自 2010 年 12 月 13 日涨停之后,中国联通的股价在此后的两年多时间一直未能再度上演“涨停”戏码。直至 2013 年 10 月 8 日“十一”黄金周结束后的第一个交易日,中国联通股价在事隔两年多时间后再度以涨停收盘,并迅速引发资本市场的热议。

有证券研究机构放出消息,称工信部有意调整三大电信运营商之间的网间结算价格,主要集中在“允许中国移动经营固定宽带市场”和“下调联通与电信向中国移动支付的移动网间结算标准”两部分,旨在削弱中国移动的优势,推动整个电信市场的平衡发展。

Jefferies 证券在一份报告中特别指出,由于中国移动用户群较大,仅下调移动网间结算标准一项,预计可让中国联通和中国电信分别省下 57 亿元和 76 亿元网间成本,联通纯利将有 27% 上行空间,而电信纯利则有 29% 上行空间。

分中国移动的肉,给中国联通和中国电信,这显然只是政府部门可能实施的一种行政调控手段。但让市场和投资者兴奋的不仅是这一点。

一位华泰证券徐姓分析师告诉《中国企业报》记者,“工信部的这一举措,其实是给资本市场释放出一个新的信号,那就是政府有意通过行政手段再度拆分移动通信市场,解决中国移动一家独大的问题,这对于中国联通未来的规模、利润带来了新的想象空间”。

不过,在冯洪江看来,“离上一轮电信企业的整合没有几年时间,当前政府也试图在通过一系列有倾向性的政策引导,在推动中国联通、中国电信的迅速发展壮大,并削弱中国移动的过度优势。当前,中国三大电信运营商

等处在 4G 牌照发牌的前夜,政府不可能在这一背景下再度分拆企业达到平衡电信市场格局的目的”。

当然,在中国联通的一次涨停背后,也不排除是众多机构投资者借助大盘走势的一次正常的市场操作。

移动互联网催生的中国联通活力

尽管包括工信部调整三大运营商网间费用结算标准,甚至市场预期中的电信企业再度分拆只是传闻,但对于中国联通来说,即将放牌的 4G 牌照以及受到移动互联网推动下的 3G 业务井喷式发展,却带来了实实在在的利好。

“十一”黄金周后,国家发改委发布了《关于组织实施 2013 年移动互联网及第四代移动通信 (TD-LTE) 产业化专项的通知》,提出将移动智能终端、可穿戴设备等八大领域作为下一阶段产业发展重点,并对申请相关产业专项的企业予以资金支持。此前的 9 月工信部部长苗圩也明确表示,4G 牌照将于今年年底前正式发放。

“对于中国联通来说,从 4G 牌照发放,到 4G 业务盈利,尽管还需要一定的时间,但这会加速催生运营商在 3G 业务的增长”,独立电信分析师曾高飞认为,当前,微信、微博等 OTT 新业务推动的移动互联网浪潮,对于三大电信运营商来说,将是一轮借助外

部市场手段进行重新洗牌的新拐点,这将会对一直想凭借 3G 业务赶超中国移动的中国联通带来新的动力。

2013 年上半年,中国联通移动业务主营业务收入为 751.0 亿元,同比增长 20.6%,其中 3G 业务收入为 422.5 亿元,所占移动业务主营业务收入的比重由上年同期的 44.6% 上升至 56.3%。仅今年 8 月,中国联通的 3G 用户净增长数就达到 393.3 万户。3G 用户累计达到 1.078 亿户。

今年,中国联通还在广东试水与腾讯合作推出专属微信卡,将 3G 数据流量套餐与微信进行深度捆绑,意在借助移动互联网的契机,抢夺新一代年轻消费群体。

在冯洪江看来,“任何事物都是此消彼长。对于中国联通这样一家综合电信运营商来说,在移动互联网时代尽管语音、短信等传统业务受到冲击,但 3G 数据业务却迎来新的增长,而且这代表了未来发展的方向。中国联通只要在 3G 时代完成对用户群体的抢夺并锁定,那么在 4G 时代中,这种提前布局优势就会释放出来”。

工信部此前公布的数据显示,今年前 5 个月我国信息消费规模已经达到 1.38 万亿元,同比增长 19.8%。预计到 2015 年,我国信息消费规模将超过 3.2 万亿元,年均增长 20% 以上,带动相关行业新增产出将超过 1.2 万亿元。

工信部电信研究院副总工程师、电信经济专家委员会秘书长陈金桥

所有企业都将移动互联网化

■ 本报记者 郭奎涛 丁国明

日前,国家发改委发布《关于组织实施 2013 年移动互联网及第四代移动通信 (TD-LTE) 产业化专项的通知》,提出从移动智能终端新型应用系统研发及产业化等八大方面,支持基于 TD-LTE 的第四代移动通信 (4G) 的产业化。

继互联网之后,移动互联网已经给包括互联网在内的各行各业带来了革命性冲击和改变,新一代移动互联网技术的到来又将给中国经济带来怎样的变革?《中国企业报》记者就此专访了工信部电信研究院副总工程师、电信经济专家委员会秘书长陈金桥博士。

企业虚拟形态比例迅速上升

《中国企业报》:相比 3G 网络,政府推动 4G 建设具有哪些重要意义,有何基础?

陈金桥:4G 网络彰显了中国的世界性地位。中国 3G 网络虽然在全球三分天下而有其一,但其影响力主要还在国内市场。4G 网络技术成为一场全球运动,得到了全球产业链的响应,中国厂商也全面参与了 4G 角逐,TD-LTE 网络开始服务全球市场。

经过短短几年的努力,中国利用 3G 的商用经验和机会,造就了包括芯片、手机、应用在内的完善的产业链,为 4G 的发展奠定了良好基础。尤其重要的是,3G 网络的普及培养了一大批用户群体,形成了良好的用户习惯,使得 4G 有了坚实的市场需求。

《中国企业报》:3G 网络的发展,已经使得运营商如临大敌,4G 背景下如何应对?

陈金桥:全产业链总结起来就是四个字,“云管端台”,云就是基于云计算的应用和服务,管是管道,端是各类作为用户入口的智能终端,台是业务平台,运营商占据优势地位的只是其中的“管”。所有企业都应该清楚自己的优劣,明确在移动互联网产业链中的定位,从而有所为、有所不为。

当前,互联网企业从自身优势出发不会主动去做“管”的建设和运营,这需要巨大的投资,形成的沉没成本也会削弱其长处。电信运营商无论对网民需求的敏感程度,还是互联网产品的创新能力,跟互联网企业都是没法比的,未来云端服务必定更多由互联网企业特别是中小企业来主导。运营商则可以依靠规模优势,在“管”的基础上,有效影响“云”、“端”和“台”。

《中国企业报》:互联网企业初步经历了移动互联网的过渡,4G 又将带来哪些挑战?

陈金桥:3G 网络时代,互联网企业都在“找感觉”,甚至有巨头反应都有迟缓。从 3G 到 4G,带给移动互联网的是更多的内容、更快的速度、更高的质量和更多的终端,互联网企业要不要转型移动互联网已不是问题。

移动互联网是个低门槛、高淘汰的行业,赚钱的可以赚很多钱,同时也有大量的企业成为炮灰和垫脚石,因为随时可能有新的产品和模式出现,用户来得快、去得也快。尽管百度、腾讯都是被认为拿到所谓的移动互联网“船票”的企业,他们也有很强的危机感。百度领袖李彦宏提倡狼性精神,认为“百度离破产永远只有一天的时间”。

还需要注意的是,转型移动互联网不是简单地将 PC 端产品照搬到移动端,移动互联网为网民的行为增加了很多新的属性,例如时间、地点,这就为企业创新提供了许多的机会。

《中国企业报》:移动互联网还加速了传统行业的触网,4G 是否提供了新的机会?

陈金桥:如果说 PC 互联网时代,还有传统行业和企业能够置身事外,未来 4G 网络时代,所有的企业都将是网络化的和移动互联网化的。未来 5 到 10 年,就不用问谁是互联网公司了,因为大家都是网络化生存的公司。

届时,一家企业通常都会具备双重形态,一种是实体形态,另一种是虚拟形态。尤其在服务业中,实体形态的比例将急剧压缩,虚拟形态的比例则会迅速上升。例如旅游业,从规划、销售到支付、售后都在网上完成,唯一剩下的实体形态,就是用户的现场体验。

这就要求传统企业要来一场机制上的大变革,简单地成立一个 IT 部门或者互联网、移动互联网部门是不行的,这些人才或者能力应该是所有部门都具备的。移动互联网已经渗透到企业运营的全流程了,无论哪个环节都需要做出适应移动互联网的改革。

移动互联网繁荣背后还存在阴影

《中国企业报》:中国移动互联网繁荣发展的背后,是否存在一些不足或者需要警惕的地方?

陈金桥:虽然发展速度惊人,仍然有太多地方需要改进。像北京公交经常出现人都下不来还是拼命往上挤的场面,因为乘客不知道下一班车什么时候到,假如有一款产品能让他知道后面一趟车两分钟就到,乘客自然就不会那么挤了。在公共服务领域,这样的例子比比皆是,这些都是移动互联网创业者的机会。

另一个需要注意的是,移动互联网繁荣背后还存在阴影,尤其是信息过载和安全危害的问题。每天都在产生大量的数据,不乏一些虚假信息、欺诈信息。传统互联网是固定场所,管理起来比较容易,移动互联网每个人都是信息源,这给信息管理带来很大困难。建议应当从技术、法律和道德三个层面建立防火墙,道德不是抽象的概念,而是各个行业的自律准则。

(下转 T04 版)