

2024年第7期
总第175期

2024.7



中国编辑

从主体意识到普遍意义：中国新闻传播学自主知识
体系的概念化路径 / 胡正荣 叶俊

数据要素赋能出版业发展的路径与机制探讨 /
杭敏 陆泓承

智能媒体新质生产力：理论内涵、运作逻辑
与实现路径 / 匡文波 姜泽玮

艺术学二级学科学报在新环境中的聚焦与应对
——基于期刊学术评价与双一流学科建设的双重背景 /
汪汉

全国高校出版专业教育基本现状、存在问题
与对策建议 / 李德升 梁玉蕊 邹晴枫

耕读传统与古农书编纂的互动研究 / 吴平

全国中文核心期刊
中文社会科学引文索引 (CSSCI) 来源期刊

编辑委员会

主 任 郝振省

副主任 谭方正

委 员（按拼音排序）

陈兴芜 慈爱民 董保生 段 鹏
冯文礼 高晓虹 郝振省 胡国臣
胡正荣 黄先蓉 黄晓新 李 锋
李红岩 李 岩 林如鹏 刘超美
刘洪权 马国仓 皮 钧 戚德祥
乔还田 曲 仲 苏雨恒 孙文科
谭方正 童之磊 万安伦 王明舟
王鹏飞 王炎龙 王勇安 杨海平
于殿利 张大伟 张久珍 张廷凯
张晓楠 周国清 周蔚华 庄智象

理事单位（按拼音排序）

安徽教育出版社 社 长 费世平
安徽人民出版社 社 长 杨迎会
北京师范大学出版集团 董事长 吕建生
大象出版社 社 长 汪林中
广东教育出版社 社 长 朱文清
广东人民出版社 社 长 肖风华
开明出版社有限公司 社 长 陈滨滨
青岛出版集团 董事长 贾庆鹏
人民出版社 社 长 蒋茂凝
人民教育出版社 社 长 黄 强
人民卫生出版社有限公司
董事长 王雪凝
人民邮电出版社有限公司
总经理 李 文
云南教育出版社 社 长 胡 平

目 次

自主知识体系建构

- 4 从主体意识到普遍意义：中国新闻传播学
自主知识体系的概念化路径 胡正荣 叶 俊

新质生产力与高质量发展

- 11 数智时代编辑力重构：历史演进、理论逻辑
与践行路径 崔 波 王婷瑜

融合出版

- 18 数据要素赋能出版业发展的路径与机制探讨
杭 敏 陆泓承
24 AIGC 与出版行业的结合之契：技术逻辑、
创新应用与优化路径 刘志国 高叶儿


新闻与传播研究

- 29 智能媒体新质生产力：理论内涵、运作逻辑与实现路径
匡文波 姜泽玮
36 模拟真实、权力让渡与镜像困境：
生成式平台嵌入新闻生产的三重逻辑 郭 栋
43 数字技术推动中华优秀传统文化融媒传播的实践进路
施广东

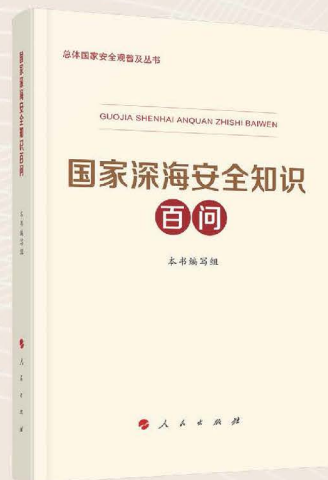
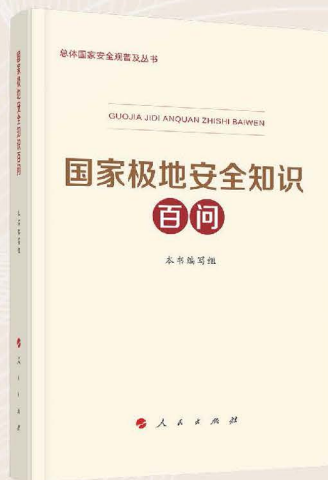
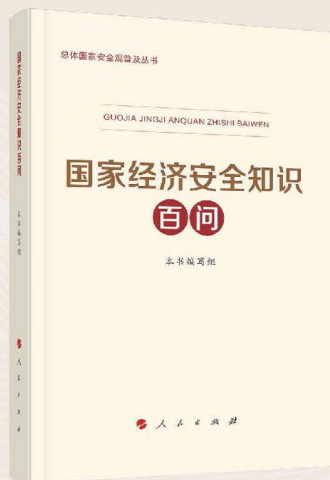
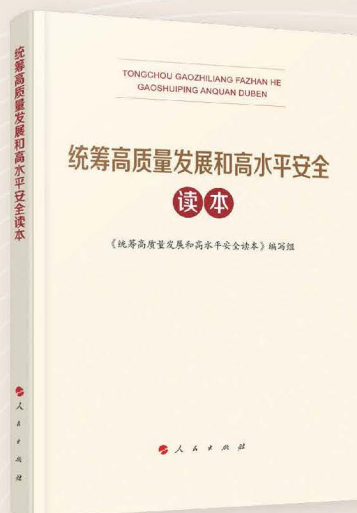
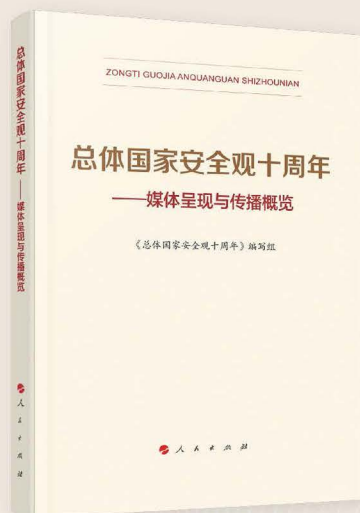
国际传播

- 49 面向文明交流互鉴的国际传播本体转型与未来进路
李 沁 姜 保 刘入豪

56	文化自觉与传播同构：文化译转视域下东南亚 华文媒体实践研究	吴梅红 施 天 陈 想
	编辑实务	
63	新闻传播学科教材建设要重点处理的三组关系	黄子祺
69	艺术学二级学科学报在新环境中的聚焦与应对 ——基于期刊学术评价与双一流学科建设的 双重背景	汪 汉
	人才培养	
76	全国高校出版专业教育基本现状、存在问题 与对策建议	李德升 梁玉蕊 邹晴枫
82	学术期刊编辑继续教育培训的特征分析 ——基于 2023 年期刊编辑继续教育培训的 统计数据	沈 秀 宋先红 侯 波
	史海钩沉	
88	耕读传统与古农书编纂的互动研究	吴 平
封二 北京师范大学出版社		
封三 高等教育出版社		
封底 人民出版社		

中国编辑（中国编辑学会会刊） ZHONGGUO BIANJI 月刊 / 2024 年第 7 期 / 总第 175 期
主 管 国家新闻出版署 主 办 中国编辑学会 高等教育出版社有限公司 出 版 《中国编辑》杂志社
社 长 郝振省 主 编 龙 杰 常务副主编 刘 佳 副 主 编 余大品
执行编辑 赵 耀 责任编辑 赵 耀 马伊颀 吴 婷 孙 莹 行 政 梁 锦 设 计 刘晓翔 王 鹏 责任印制 朱 琦
地 址 北京市西城区德胜门外大街 4 号 邮政编码 100120 编辑部电话 010-58582287 编辑部邮箱 zgbj@vip.sina.com 投稿网址 https://publish.cnki.net/bjzg 国际标准连续出版物号 ISSN 1671-9220 国内统一连续出版物号 CN 11-4795/G2
印 刷 天津鑫丰华印务有限公司 发 行 北京报刊发行局 发行范围 国内外公开 订 购 处 全国各地邮局 发行代号 国外 BM-1746 国内 82-594
广告经营许可证 京西工商广字第 8032 号 出版日期 2024 年 7 月 20 日 海外总发行 中国国际图书贸易集团有限公司
定 价 15.00 元
微信公众号 zgbjwx

投稿者应保证稿件不含有侵犯他人著作权等合法权益的内容，本刊保留对刊载的来稿进行适当修改和删节的权利。 为适应我国信息化建设，扩大本刊及刊载文章的传播交流渠道，本刊已被中国知网全文收录，且本刊可以许可第三方将刊载文章的全部或部分在世界范围进行复制、发行、汇编及信息网络传播。 投稿者向本刊投稿的行为即视为同意本刊上述声明。

总体国家安全观十周年 暨系列丛书



广告



人民出版社

地址: 北京市东城区隆福寺街99号金隆基大厦



ISSN 1671-9220

发行 北京报刊发行局

订购处 全国各地邮局

发行代号 国外 BM-1746 国内 82-534

国际标准连续出版物号 ISSN 1671-9220

国内统一连续出版物号 CN 11-4796/G2

广告经营许可证

京西工商广字第 8032 号

定价 15.00 元

数据要素赋能出版业发展的路径与机制探讨

杭敏 陆泓承

[摘要] 数据要素是形成新质生产力的优质生产要素。整合数据要素资源、挖掘数据要素价值、构建数据要素体系对于推动出版业深度融合与转型发展具有重要意义。为此,本文基于新质生产力的视角,从资源禀赋、出版价值链和出版产业链三方面来探讨数据要素赋能出版业发展的路径与机制。数据要素与出版业优质内容资源相结合,将形成独特的资源禀赋,开辟产业价值增长的新空间;数据要素也可以赋能出版价值链中各节点的数智化转型,从而推动全要素生产率的提升;整合数据要素还能够驱动生产关系变革,塑造面向新质生产力发展的新型生产要素,为出版业乃至整个社会经济的高质量发展注入新动能。

[关键词] 数据要素 融合转型 出版业 高质量发展 新质生产力

数据要素是形成新质生产力的优质生产要素,为构建新质生产力提供了重要的资源基础。新质生产力是由技术的革命性突破、生产要素的创新性配置和产业的深度转型升级而催生的先进生产力,以劳动者、劳动资料、劳动对象及其优化组合的跃升为基本内涵,以全要素生产率大幅提升为核心标志^[1]。在出版业中,新质生产力能有效赋能出版业的质态、要素与体系研究^[2],为出版业深度转型与融合发展提供理论指引与实践路径。

从经济学角度来看,数据要素作为数字时代的新型生产要素,打破了传统生产要素的质态,具有非消耗性、非竞争性、非静态性和正外部性等经济学特性;从社会学视角来观测,数据要素体现出流动性、融合性和普惠性等社会学特点,与其他资源要素相整合,可以发挥“1+N”的创新性配置作用^[3-4];从行业发展的角度来看,数据要素能有效打破传统生产要素的刚性约束,积极推动行业的资源重组与转型发展。

近年来,我国数据产量逐年增长,数据基础设施不断完善,数据要素市场逐步形成,数据治理机制和规范日趋成熟,数据要素体系的构建也在加速推进。在此背景下,如何充分发挥数据要素的优质生产要素优势,有效赋能出版产业的高质量发展,成为学界业界关注的重

点议题。为此,本文基于新质生产力的视角,从资源禀赋、出版价值链和出版产业链三个方面来探讨数据要素赋能出版业融合转型与创新发展的路径与机制,提供数据时代出版产业发展的探索、思考与启示。

一、资源禀赋:挖掘出版数据要素的资源价值

资源禀赋是形成产业核心竞争力的重要基础。长期以来,出版业一直受到优质资源流失和价值空间萎缩的制约,传统出版业务的发展面临营收紧缩和影响方式微的挑战。在此背景下,整合出版业的数据要素资源势必将会为行业带来新的发展机遇。在出版行业中存在大量有待开发的高质量数据资源,有效整合和利用数据资源将有力推动形成出版产业独特的资源禀赋,从而带来产业价值提升的机会,并开辟新的增长空间。

(一)价值层:行业需求快速增长,出版高质量数据价值凸显

当下,人工智能和大数据相关行业的快速发展带动了数据资源的需求,而这一需求正从过去粗放、简单的“规模导向”转向高端、正规化的“质量导向”,这种趋势凸显了出版业所积累的海量数据资源的独特价值。



以人工智能行业为例，机器模型训练等任务需要大量数据作为支持，对于高质量数据资源供给的需求不断增加。早期模型训练主要通过大规模英文语料库和公开数据库等来推进，偏重数据的规模和完备性，而对数据质量和来源关注较少，这使不少模型都存在一定的算法偏向和事实误差。随着行业内外对于算法精确度和普遍性要求的提升，规模导向所导致的算力浪费、清洗成本高昂，以及中文适配性不足等问题愈发明显，对高质量数据样本的需求也越发突出^[5]。

出版业凭借其严格的审校制度和发行流程积累了大量优质和专业的语料数据资源，这些数据不仅分类精确，而且目标用户群体清晰，是机器学习领域中极为重要的优质资源。随着人工智能技术的发展，出版业长期积累的语料库和出版元数据等数据资源的价值不断凸显，从而形成了行业所特有的基于高质量数据要素的独特资源禀赋，这不仅开拓了出版发展模式和合作空间，也提升了行业的整体竞争力。

（二）政策层：数据规范不断完善，促进出版数据价值重估

目前，有关数据要素的规范和制度正在逐步完善。《中共中央 国务院关于构建数据基础制度更好发挥数据要素作用的意见》的颁布和相关细则的实施使各行业中数据要素的使用日趋规范，而国家数据局和各省/市数据局的陆续挂牌也为数据治理建立了有效的组织机制。在推进数据赋能国家治理能力现代化的过程中，数据确权和数据产权保护成为政策推动的重点，这些都为释放出出版业的数据资源价值提供了政策和制度性保障。

过去由于数据确权机制的不成熟，加之所有权追溯和版权交易等难题，数据权属未受到应有的重视，引发了数据过度采集、不当署名和隐私侵犯等一系列数据失范问题。随着制度环境的不断完善，数据所有权问题受到各方关注，《中共中央 国务院关于构建数据基础制度更好发挥数据要素作用的意见》指出，要根据数据来源和数据生成特征，分别界定数据生产、流通、使用过程中各参与方享有的合法权利，建立数据资源持有权、数据加工使用权、

数据产品经营权等分置的产权运行机制。这一变化将直接带动社会对于来源合法和版权明确的数据资源的需求，为合规性数字提供价值增长的空间。

出版业数据凭借其高标准的质量规范和明确的版权属性，体现出独特的资源价值。同时，长期以来，出版业在版权运营和内容确权方面也积累了丰富的实践经验，这些经验将进一步巩固其在数据行业中的权威地位，提升行业整体影响力，推动出版业成为数字经济改革示范中的引领者。

（三）支撑层：数据要素市场逐渐成熟，资源变现路径不断完善

无论是价值渠道扩张还是存量价值重估，上述赋能路径均需要充分的现实条件作为支撑。其中，关键挑战在于数据要素能否通过完善的市场体系，实现有效的市场化配置，进而完成资源变现。鉴于数据要素化涉及行业众多、分布广泛，关联到的产业链环节也较为复杂，需要智能云、数据加密和数据标准化等多项技术支持，因此，形成成熟、统一且完备的数据要素市场还存在不少困难。

尽管如此，自2023年《数字中国建设整体布局规划》发布以来，数字中国建设已经取得了明显成效，数字基础设施和数据资源体系“两大基础”得以夯实，数据资源大循环得以畅通，数据要素大市场也轮廓初显，为出版数据资源的有效流通和变现创造了基础条件。目前，我国在数据采集、存储、处理加工、流通、分析、应用以及生态保障等数据要素全生命周期管理的七个关键领域均已形成了较为成熟的技术和组织架构^[6]。根据《数据要素市场生态体系研究报告（2023年）》，截至2023年12月，我国已建成50余家场内数据交易所（中心），数商企业超200万家，近十年年均复合增长率超过30%，数据要素的市场化流动和配置得到保障。此外，财政部印发了《企业数据资源相关会计处理暂行规定》，要求企业应当按照企业会计准则相关规定，根据数据资源的持有目的、形成方式、业务模式，以及与数据资源有关的经济利益的预期消耗方式等，对数据资源相关交易和事项进行会计确认、计量和报告。“数据

入表”的专业、规范化要求，进一步巩固了数据要素市场化配置和流通的基础。

综上，从价值层、政策层和支撑层来看，我国数据要素市场建设已经初具雏形，虽然目前场内交易的数据规模和交易主体仍然有限，但从全球化和动态性的视角来分析，我国数据要素市场的竞争优势十分明显，而这种优势也将助推出版业的数据要素流动和价值成长。

资源禀赋是一个行业得以持续发展的基础，也是行业核心竞争力的关键所在。进入互联网时代以来，出版业原有的渠道资源优势不断消减，行业通过传统模式盈利的空间日渐收窄；与此同时，随着数据要素体系的不断完善，数据要素化将进一步凸显出版业高质量和合规性数据资源的价值。独特的禀赋资源将为出版业创造更多的发展机会，而越来越多的行业主体也有望通过这一新兴的资源禀赋来实现产业的深度融合与转型发展，从而形成行业独有的竞争优势。

二、出版价值链：数智化转型提升各环节生产效率

进入互联网时代以来，数字化转型已成为出版融合发展的必由之路。虽然出版业大部分生产环节已采纳数字化技术改造和升级了原有流程，并在智能审校、自动化排版等方面积累了一定的经验，但距离真正的智能化仍有差距，生产效率也存在较大的提升空间。在此背景下，数据要素作为推动形成新质生产力的先进生产要素，在出版业的各个流程中都发挥了有效的赋能和带动作用，推动价值链各环节的智能化升级，提升出版机构的全要素生产率。

（一）策划：由经验驱动转向数据驱动

当前，出版机构的选题策划正不断向数字化倾斜，越来越多的专业部门在策划初期阶段便充分吸纳数字部门的意见与建议，以确保出版产品在数字渠道分发上的适应性。原有的出版策划和开发模式很大程度上依赖于主观经验与个人判断，而发挥数据要素潜力，通过出版元数据、读者行为数据和图书销售数据等赋能出版业选题策划是提质增效的有效途径。例

如，美国学乐出版社在出版“39条线索”系列丛书的过程中就持续关注读者行为数据，并以此为基础动态策划下一部图书的主题，使得该丛书能够在发行的过程中精准地匹配读者需求，从而成功拓展市场。

出版业不仅有丰富、精确的出版元数据，还能够便捷地整合产业链中的各类行为和销售数据，最有可能在当前技术水平下实现数据自动化辅助选题策划。未来，在数据要素赋能下，出版业在选题策划阶段可以更广泛地采用数据分析和信息集成等先进工具，激发行业内的数据资源潜力。基于数据要素，出版机构也可以进一步推动策划流程的系统化和科学化转型，更精准地识别市场缺口并发掘作者潜力，提前对选题潜在价值进行评估，提升策划的预期效益，确保产品的市场成功率^[7]。

（二）出版：由机械自动化转向智能化

在稿件处理、内容审校和编辑加工等环节，虽然机器审校、智能排版等自动化工具已得到较为广泛的应用，但目前大部分工具的场景适配能力仍然有限，不少应用还停留在机械识别和执行特定指令的层面。而数据要素体系的不断完善可以帮助解决机械自动化中的场景适配问题，推动出版生产向一站式和全景式的智能化转型。例如，电子工业出版社在《大模型时代：ChatGPT 拉开硅基文明序幕》的出版过程中，采用生成式人工智能参与辅助生产，整合撰稿、编辑和有声化等环节，打通了出版生产流程之间的壁垒，通过一站式的智能数据工具来缩短工作周期，快速有效地完成多种类型产品的同步生产。

在数据要素赋能之下，出版价值链中流动的最小基本单位从产品转化为数据，超越了原有的产品物理边界。而以整合数据资源为基础的智能自动化带动了出版的一站式生产和服务，推进了生产效率的提升，也推动了产品形态的延展。

（三）发行：由静态决策转向实时动态决策

当前，大多数出版机构的发行环节在供应链、订单管理等方面已实现了网络化与数字化运营，但由于发行模式在很大程度上仍受到传统思维的制约，不少出版机构的发行规模和



渠道选择仍较为单一，也缺乏对市场变化的灵活和快速响应。而整合数据要素来改革发行流程，可以使经营活动获取多维度的实时动态数据反馈，推动图书发行从传统静态和经验驱动的决策模式向动态和灵活的新型模式转变。

以中国图书进出口（集团）有限公司旗下中图数字科技（北京）有限公司为例，其依托自身数据优势，开发了基于大数据的数字资源托管和智能印制服务等动态数据监测系统，对供应链管理和生产流程进行了以“按需生产”为核心的流程再造，不仅有效减少了库存压力和仓储成本，而且通过精准预测有效匹配市场需求，降低了产能的无效消耗，提升了资源的使用效率。

由于数据要素对时间有高度敏锐性，在生产流程中加大数据要素的投入可以有效提升行业的市场响应速度和产品周转率。目前，大数据的预测能力正不断增强，使得行业能够更加敏锐和及时地预测并应对市场变化。未来，随着数据维度的精细化和数据工具的完善，出版发行有望实现完全的实时化响应和动态管理，进一步降低发行环节的库存压力，提高市场回报率。

（四）分销：构建精准有效的分销流程和科学合理的定价机制

分销渠道和价格管理的复杂性一直是出版业所面临的重要挑战，即便在图书电商和图书直播等新业态中，这类问题也未能得到有效解决，反而催生了“恶价格战”“天价坑位费”“按斤售书”等新问题。其中，价格乱象的根本原因在于分销机制的僵化和缺乏针对不同渠道的差异化定价策略。受限于技术和流程等原因，出版机构对不同渠道的分销商难以实施有效的差异化管理，导致部分渠道的分销商拥有较大的利润空间来进行促销活动。而由于库存积压和流量导向等问题，一些分销商陷入了恶价格竞争，这不仅影响了读者对图书价格和折扣的认知，也损害了图书作为文化商品的价值内涵，对出版业的生态造成了严重的负面影响^[8]。

数据要素的应用为在不同分销商之间进行差异化定价以及动态运营提供了可能。出版业

所掌握的数据资源不仅限于文本内容，还包括消费者行为数据、供应链数据、物流数据等关系型数据，这些都是极为重要的生产性数据资源。通过深入分析消费者行为、市场趋势和分销渠道等多方数据，出版机构可以构建更加精准有效的分销流程和更为科学合理的定价机制，提升整个供应链的效率和盈利能力。随着数据要素的深入应用，出版业的分销环节也变得更加精准化、科学化和智能化，这不仅能优化供应链管理、减少库存积压，也能通过精准营销来提高转化率，有效规避市场风险。

（五）零售：与读者的个性化需求匹配

按需出版、定制出版，以及匹配消费者的个性化需求是出版模式创新的重要内容。按需出版与定制出版有助于解决“大生产、大发货、大库存、大退货、大报废”的传统出版零售困境，其本身不仅需要充分灵活、智能和畅通的产业链作为支持，更需要智能和有效的产品形态为个性化需求的满足创造基础条件。整合数据要素能够统一各生产环节的流通单位、打通各流程的资源壁垒，为个性化出版的需求识别和产品生产奠定基础。而对于零售环节而言，很重要的一点是，整合数据要素还能有效创新产品形态，通过数据驱动的融合产品为用户需求的个性化定制提供更为有效的载体。

目前，有声书和网络报纸等新媒体出版产品已经能够基于用户需求实现定制化选题、编辑、排版，也能基本通过定制化服务实现“千人千面”。未来，随着 Sora 等多模态大模型、个性化推荐和机器学习等数据要素工具的丰富和完善，出版业将通过更快的速度和更低的成本为用户提供形态更加多元、定制化程度更高的多模态融合出版产品，甚至还有可能借助机器学习等智能工具直接识别用户的潜在需求，进一步提升出版产品与用户需求之间的契合度，推动个性化、端到端的智慧零售模式向更深层次发展。

三、出版产业链：为行业内外融合创新奠定基础

数据要素不仅是资源、资产，其本身还具

有“数据乘数效应”，能在传统场景中发挥放大、叠加和倍增的作用，挖掘和释放场景的潜在价值^[9]。这不仅为出版行业带来了新的发展动能，也进一步推动了行业的价值外溢和跨界融合，为社会经济发展创造了新的增长空间。

（一）塑造新型生产要素，培育出版新质生产力

新质生产力的基本内涵是“劳动者、劳动资料、劳动对象及其优化组合的跃升”。整合出版数据要素可以为既有的生产模式带来变革，为行业内外融合创新奠定坚实基础^[10]。

1. 劳动者：由专业驱动到创新驱动

过去由于专业化背景的分，出版业的劳动者有着较为明确的行业分工（如编辑、设计等），特定工种在特定领域中深耕、掌握特定的知识和技能。在数据要素赋能下，生成式人工智能等工具将极大地拓展出版劳动者的跨界和创新能力，个体也更有可能会将自身颠覆性、多元化、跨界性的创意付诸实践。例如，ChatGPT 等生成式人工智能已经可以帮助用户进行编程，只要指令设计合理，即使没有计算机编程基础的用户也可以便捷地设计出完整的数据应用。未来，许多过去跨工种的硬性技术门槛将不再对劳动者的创意造成限制，出版业的生产劳动将在数据要素的赋能下变得更为全面化和创新化。在这一趋势下，出版行业对于劳动者的基本要求将从低阶的业务能力逐渐转化为更为高阶的创新能力、融合能力和数据使用能力，这也将为行业的创新发展提供更高质量的人力资本。

2. 劳动资料：由工具性到创意性

传统的出版业劳动资料主要指编辑、排版和印刷过程中所使用的工具和设备。在数字化转型初期，尽管应用这些工具能带来生产效率的提升和生产流程的加速，但劳动资料在生产中所扮演的辅助性和工具性的角色并未发生实质性改变。在数据要素赋能下，出版业劳动资料的范围得到了进一步扩展，更多数据驱动的工具被纳入生产流程中，拓宽了出版劳动资料应用的可能性，也增强了生产过程的主动性与创意性，从根本上改变了出版劳动资料的机械工具属性。随着场景化数据库、数据

分析工具、生成式人工智能等数据驱动工具在出版业中的广泛应用，出版业的劳动资料在数据要素赋能下将完成更为智能化、创造性的任务。

3. 劳动对象：由被动供给到主动挖掘

在知识生产的链条中，传统出版机构主要参与知识的复制与传播，而在数据要素的赋能下，出版业有可能凭借自身数据存量和数据优势成为更多原创知识的生产者，从根本上改变传统的资源配置和供需关系。举例来说，在传统生产关系中，由于出版业需要内容生产者的知识供给，作者通常位于产业上游，决定着出版业知识资源的有效供给。随着出版数据资源价值的凸显，部分作者也可能对出版业的高质量数据资源（如出版机构自建的数据库）和数据解决方案（如出版机构开发的生成式人工智能工具）等产生需求，从而改变传统的一元供需关系，形成新的产业生态。

（二）激发业态创新与跨界融合，创造新的增长空间

在行业内部，出版业有望加速整合产业链上下游，形成多样化的新业态；在行业外部，也将通过数据要素的乘数效应，释放出与不同行业 and 不同场景交融的价值，实现跨界融合创新，推动出版新质生产力的形成。

1. 业态创新：加速产业链上下游的整合

与机械式的简单数字化相比，整合数据要素能有效统一不同价值链节点的资源形式，为价值链上下游的打通提供重要的黏合剂。在数据要素赋能下，出版机构有望凭借自身高质量数据资源的优势来凸显其在行业价值链中的关键地位，更加有效地发挥关系协调和资源整合作用的作用，推进战略性和创新性的业态融合。例如，出版机构可以基于自身的数据资源优势 and 长期积累的行业关系，与产业链各节点合作，搭建数据驱动的全链路供应平台，实现从内容创作、编辑审校、印刷生产到物流分销、终端销售的全流程智能化管理，为供应链上各节点提供优质、高端的数据服务，提高整个产业链的效率。

2. 跨界融合：以数据扩展行业边界

目前，出版业数据要素的乘数效应还并未

得到完全释放。在行业内，数据要素的潜力有待进一步开发；在行业外，数据资源的价值也需要进一步拓展。随着数据要素体系建设的不断完善，出版数据资源有望在更多场景中得到应用，释放价值潜力。同时，出版业也将在数据要素赋能下催生行业自身的新质生产力，推动行业内外的价值协同与高质量发展。

比如，目前出版与教育场景之间的融合仍相对有限，主要集中在教育培训、教材建设等传统领域，行业之间的融合程度较低，对于场景价值的释放明显不足。但从实践层面来看，出版业和教育行业间有极强的内在关联，两者之间互为供需、相互补充，存在着巨大的互补潜力和价值扩展空间。未来，这两个行业之间可以基于数据要素资源来加强合作，通过教育数据库共建、在线平台搭建等方式来推动产业合作，扩展行业边界，实现协同发展。

除了教育领域之外，医疗、文旅、政务等诸多场景也都存在与出版业之间进行深度跨界融合的巨大潜力。在数据要素赋能下，出版业需要转变思维、深入拓展，以数据为基础来突破行业边界限制，探寻与其他行业之间的跨界合作与有机融合。

四、结语

总的来说，数据要素作为推动新质生产力发展的优质生产要素，将有效赋能出版产业的发展。数据要素与出版业优质内容资源结合而形成的独特资源禀赋，势必为产业带来价值增长；数据要素赋能出版价值链中的数智化转型，也可以推动全要素生产率的提升；基于数据要素整合而推动形成出版新质生产力，还将助推产业形成独特的竞争优势。

充分发挥数据要素的赋能作用，需要底层思维、基础设施和行业架构等多方面和全方位的体系作为支持。数据要素体系建设不能一蹴而就，也难以立竿见影；发展新质生产力需要“耐心资本”的长期陪伴^[11]，而整合数据要素资源、挖掘数据要素价值和构建数据要素体系，也要求行业和机构以系统的战略谋划和长期的战略定力来持续推进。

面向未来，出版业需要继续深化对于数据要素的理解，大力推进数据要素的整合、开发与应用，不断探索数据要素推动形成出版新质生产力的有效方法和路径，持续完善数据基础设施建设和数据治理的相关实践，以数据要素为支点，推动出版业的深度融合转型和行业的高质量发展，为社会经济整体的高质量发展贡献新的动能。

注释：

- [1] 习近平在中共中央政治局第十一次集体学习时强调 加快发展新质生产力 扎实推进高质量发展. 人民日报, 2024-02-02 (1).
- [2] 王炎龙, 黄婧, 王子睿. 新质生产力赋能出版业的质态、要素与体系研究. 中国编辑, 2024 (4): 22-28.
- [3] 张明, 路先锋, 吴雨桐. 数据要素经济学: 特征、确权、定价与交易. 经济学家, 2024 (4): 35-44.
- [4] 李涛, 欧阳日辉. 数据是形成新质生产力的优质生产要素. 光明日报, 2024-04-23 (11).
- [5] 赵志君, 庄馨予. 中国人工智能高质量发展: 现状、问题与方略. 改革, 2023 (9): 11-20.
- [6] 郭全中, 彭子滔. 数据入表: 传媒业发展新机遇与数字化转型. 新闻爱好者, 2023 (12): 10-14.
- [7] 王艺, 曹越. AIGC 技术赋能下图书选题智能策划系统的技术逻辑与体系构建. 出版发行研究, 2024 (2): 31-37.
- [8] 马光辉, 郑苏晖. 出版业图书直播带货的困境与纾解. 现代出版, 2022 (2): 99-104.
- [9] 尹西明, 陈劲, 王冠. 场景驱动: 面向新质生产力的数据要素市场化配置新机制. 社会科学辑刊, 2024 (3): 178-188.
- [10] 强月新, 胡阳. 技术赋能与功能拓展: 传媒新质生产力的理论阐释. 中国编辑, 2024 (5): 16-21.
- [11] 赵展慧. 推动资本市场更好服务新质生产力. 人民日报, 2024-04-15 (18).

(作者单位: 清华大学新闻与传播学院)

[责任编辑: 马伊頔]

