



本期关注:出版深度融合发展经验与成果

晒成绩

推动出版深度融合的九条经验

□本报记者 尹琨 文/摄

4月10日至14日,由中宣部出版局主办、江苏省委宣传部承办、江苏凤凰出版传媒集团协办的2023出版融合发展经验交流会暨专题研讨班在江苏南京举办。在中宣部印发《关于推动出版深度融合发展的实施意见》迎来一周年之际,《中国新闻出版广电报》记者看到,出版单位在分享打造精品、融合技术、创新传播、培育人才经验的同时,也在纷纷探讨实现精细运营、完善保障机制的实践与探索,出精品、重运营、增效益的“双效俱佳”融合出版路径更加明晰。记者对研讨班上“亮”出的融合发展成绩单中梳理出9条经验,以期对出版单位融合发展有所借鉴。

经验1:加强顶层设计

顶层设计是推动出版融合走向纵深的重要保障。从中央到地方,一系列支持引导出版融合发展的政策,不断加强出版融合精品打造。

江苏省新闻出版局(省版权局)副局长李贞强介绍,江苏省制定实施了《关于加快出版深度融合发展的若干措施》,从坚持正确方向、加大优质内容供给、支持重点项目平台建设、加强技术应用推广、强化人才扶持激励、加大政策支持力度、完善激励评价体系、加强组织领导等8个方面,系统推进出版深度融合发展工作。

贵州省委宣传部副部长、省精神文明办主任、省新闻出版局(省版权局)局长张玉广表示,贵州省制定《关于推动出版深度融合发展的行动计划》,形成省委宣传部牵头、主管部联动、出版单位落实的出版融合责任体系。贵州省通过实行出版融合厅际联席会议制度,不断健全推动融合出版工作体系。贵州省还制定了《贵州省出版精品培育奖励管理暂行办法》《贵州出版奖评选办法》,推动宜融则融、宜融尽融。

重庆市委宣传部分副部长马然希介绍,重庆市自2013年起设立数字出版专项资金。2022年,市委宣传部分将数字出版专项资金增加1.5倍。与此同时,市大数据发展局、各区县将数字出版纳入其数字化产业发展扶持范围。

经验2:坚持战略谋划

在出版业高质量发展进程中,出版融合已成为提升主业竞争力的重要发展路径。

凤凰出版传媒集团制定的出版融合发展总体思路是“一体化部署、推进七大板块建设”。凤凰出版传媒集团党委书记、董事长章朝阳表示,集团以信息化建设为基础,以重点项目为抓手、专项资金为保障,坚持统分结合、协调发展,构建涵盖信息化、电商、数字出版平台、基础服务平台、新媒体营销、融合出版精品、投融资多元拓展的融合发展新格局。2022年,集团数字经济核心产业相关收入超30亿元。

时代出版传媒股份有限公司通过建立一支队伍、设立一个基金、制定一套管理办法、开发一个管理系统、设定一套考核指标、形成一个推进机制、培育一个学习型组织的“七个一”创新举措,推动出版融合安全链条向数字化转型、向多业态融合。时代出版传媒股份有限公司副总经理凌云表示,公司建立了“融合出版一把手工程”工作机制,按季度推进,两年来运营成效显著。

经验3:立足内容优势

内容是出版单位的立身之本,出版单位多措并举,切实将出版内容优势转化为融合发展优势。

由中国农业出版社有限公司打造的“智汇三农”农业专业知识服务平台拥有图书1.8万册、知识条目200万条、图片13万张、视频1万分钟。



2023出版融合发展经验交流会暨专题研讨班现场。

中国农业出版社有限公司数字出版中心主任王芳芳表示,立足出版业农业专业领域的垂直内容资源,平台将进一步做好知识关联和体系化展示,打造一系列小而美、专而精的多类资源融合数据库,实现服务方式多样化。扎根贵州红色文化内容资源“宝库”,贵州数字出版有限公司的“红色记忆·贵州红色文化公共服务平台”打通线上线下。贵州数字出版有限公司数字编辑崔秋仪介绍,平台通过为思政教育课策划活动,设计红军长征党史展览内容、在校园内成立新长征团,不断为高校提供内容服务。

立足核心主业和资源优势,打造具有不可替代性和可持续性的内容产品,是浙江大学出版社有限责任公司总经理金更达的思考。该公司的“每日中华名画”项目在“学习强国”学习平台上线以来,总点播量近1.34亿。金更达希望,未来将其打造成为集文化传播、利用、出版、教育、研学深度融合为一体的双效俱佳的融合发展产品。

经验4:树立用户思维

以问题意识为导向,加强系统协作,出版融合产品满足用户需求、破解应用难题。

用户在各类应用中数字阅读时无需切换,仅需在当前界面选词,释义即刻呈现。这是上海辞书出版社有限公司运营的“聚典数据开放平台”的特点。目前该平台总用户数4000万,总调用次数8.7亿次。“聚典”的建设需要编辑人员、技术开发人员、数据分析人员、运营人员等的协同。”上海辞书出版社有限公司副总编辑董力军介绍,出版社为此组建了一支独立完整的技术团队,薪酬体系与原出版社人员不同。“用户思维就是要把书做成内容,把产品做成服务,为用户创造更多价值。”商务印书馆有限公司数字出版中心主任孙述学表示,“涵芬”APP通过《新华字典》APP和《现代汉语词典》APP在权益和内容上打通,同时根据用户需求提供家长助手、编辑助手等定制化服务,推动从用户到消费者的转化。截至今年3月30日,3个APP共享900万下载用户、900万注册用户以及100万付费用户。

经验5:强化技术应用

强化新技术探索应用,创新驱动出版深度融合发展,成为出版单位与技术企业的共识。

如人民卫生出版社有限公司通过加快医学知识服务领域关键技术研发,建立健全医学知识传播创新体系和医学知识服务大数据体系。贵州数字出版有限公司打造非遗云村寨云游VR与非遗文创数字藏品体系等产品,推动内容资源图片化、视频化与立体化、模块化开发。

浙江教育出版社集团有限公司的“青少年科学素养提升整体服务平台”提供涵盖课程资源、教师培训、

教室解决方案的富媒体、视频、VR/AR交互等科学阅读内容和素养测评。浙江电子音像出版社社长程安寅介绍,该平台推动家校协同,共同提升青少年的科学素养,实现个性化、高效化学习,从而服务“双减”。大连厚仁教育科技有限公司的“出口成章”青少年人文素养数字内容平台融合AI技术与数字内容,注册用户超过1800万,APP下载超过2.7亿次。大连厚仁教育科技有限公司董事长吴建宁期待与出版单位加强创新阅读、版权衍生等领域的合作,进一步推动K12教育与出版业、儿童文化、文创产业融合发展。

经验6:提供专业服务

依托不同领域的作者与内容资源,出版单位融合发展的重要“赛道”在于提供专业知识服务。

中国科技出版传媒股份有限公司的“中科医库V2.0”平台作为专业出版知识服务代表,通过案例解析、图片解读、技能操作、视频演示等助力医学人才培养。“平台搭建是个系统工程,需要技术人员与内容编辑的通力合作。”中国科技出版传媒股份有限公司总经理黄敏认为,技术人员要主动理解临床思维的思维、方法和需求,内容编辑要做好解释工作,将专家的要求“翻译”给技术人员,以便能够用技术准确地展示功能的展现。与此同时,案例数据信息可以多次利用,要注重对数据进行分类存储。“我国专利数量巨大且专业程度高,对从业人员的学科背景和语言要求高,专利机器翻译十分必要。”知识产权出版社有限公司院长张孝飞介绍,知识产权出版社的“知识产权信息多语言智能翻译与服务系统”能够为审查员提供专业的实时机器翻译与服务,目前日使用超5万人次,日均翻译量达1000万字,有效提升专利审查工作效率。

经验7:实现精细运营

要实现从融合出版产品到商品的转化,精细化运营的重要性日益显现。



研讨班学员在华为云江苏云解决方案部调研。

人民卫生出版社有限公司副总编辑杨晋介绍,人卫社建立的大数据处理系统通过采集海量大数据,分析用户全量行为,还原用户行为模型,帮助出版社发现用户使用产品的规律,将规律与营销策略、产品功能相结合,实现精细化、精准化运营。2022年,人卫社数字出版收入达1.42亿元。

“尼山馆藏”海外推广项目通过与海外馆配中盘商合作,将数字图书资源推送给全球公共图书馆和学校图书馆。山东友谊出版社社长何慧颖表示,项目在图书选择上定位明晰,同时针对海外不同方向用户进行精准营销,比如针对传统节日、开学季、求职季等时间节点对用户精准推送。目前,该项目销售范围涵盖20个国家和地区,295家图书馆,销售额超过17万美元。

经验8:创新人才培养

创新人才培养机制和模式,方能成为出版融合发展注入“源头活水”。

中国科学院在期刊融合出版方面分析跟踪数字出版动态,对标世界一流出版集团。中科院学部工作局科普与学术处处长马绍强介绍,统筹全院出版上下游力量,构建完整的信息出版与服务链条,培养人才队伍,为期刊出版的可持续发展奠定坚实基础。

重庆市通过将包括非国有企业在内的数字出版人才纳入出版职称申报范围,将数字出版项目建设成果纳入职称评审业绩认定范围,创新人才评价机制,加强人才保障。凤凰出版传媒集团探索内部技术人员持股,与高校共建博士后流动站等,同时实施新媒体人才3年培养计划,优化人才成长发展渠道。

经验9:完善保障机制

出版单位不断完善体制机制,投入真金白银,发挥引领激励作用。

高等教育出版社有限公司自2019年起设立融合发展行动计划“产品研发与出版项目”,每年投入2000万元,4年来共立项支持70个项目。人民邮电出版社有限公司每年以“创新发展引导资金”的形式,投入上一年度业务收入的1%-2%,采取“赛马机制”,稳步推进千万级自有新兴出版平台建设。时代出版传媒股份有限公司设立了每期1000万元的融合发展基金,目前已资助先进个人、精英团队、重点项目合计1253万元。

真金白银投入双效俱佳的产出。高教社新形态教材线上配套资源服务年收入超过2.6亿元,融合出版产品和服务产值超过2.5亿元。人邮社新兴出版业务收入由不到几百万元增长到2022年的接近7000万元,年均增速超40%。时代出版传媒股份有限公司目前已开发融合书刊品种6000余个,在线服务用户超过500万,有效付费用户约100万,累计实现收益超3000万元。

专家说

技术对图书的“重塑”不仅在内容上

□本报记者 尹琨

发挥技术支撑作用,推动科技创新赋能出版融合发展,在2023出版融合发展经验交流会暨专题研讨班的专题辅导环节,专家结合新产品、新服务、新模式提到的这些技术值得关注。

VR/AR+数智人受关注

中国移动咪咕文化科技有限公司总经理刘昕认为,利用算力网络与数智引擎,融合出版从打造集版权能力、发行能力及技术能力于一体的实体出版形态,演进为包含作家经纪、创新孵化、全年龄/全品类/全形态阅读内容在内的数字出版形态,最终升级为内含沉浸式、互动演出的出版新模式。

围绕技术如何赋能融合出版,刘昕认为,发挥VR/AR技术+数智人优势,可在实体图书中搭载音视频、富媒体书、数智人讲书等多种形态。比如徐梦桃自传《命运翻转》实现版权开发及权利上链,书中植入数智人“桃小桃”演播。《一页茶千夜话》通过在书中植入4K视频,聚焦茶文化,讲好中国故事,已在韩国等国家出版。

华闻传媒产业创新研究院院长冯玉明也表示,以介质转换为主要手段的“书+”模式,是出版单位为纸质图书选择数字化出版道路时,较易上手也较多选择的路径。“书+”后面是技术手段的更迭进化,书+音视频、书+APP、书+AR/VR、书+平台意味着技术对图书的“重塑”不仅体现在内容上,也体现在传播方式之中。

大数据提升文化体验

北京大学出版研究院院长张久珍指出,国内网络基础设施近年来发展迅速,但与之相对的是知识基础设施还相对薄弱,与网络基础设施的强大并不匹配。出版业要从数字化、数据化、智能化、可视化和平台化入手,从连接人与书、人与信息,到连接人与知识,促进更强大的知识基础设施建设。

数据要素作为数字经济时代的核心生产要素,为数字经济发展提供新动能,张久珍围绕出版业数据化表示,要用数据化思维把原生数据产品转化为结构化数据,呈现能够提供知识服务的全新文化产品。

国家工业信息安全发展研究中心副主任何小龙指出,在“大数据+文化”领域,围绕文化大数据的全新价值链,能够提升文化产品品质、打造文化产品品牌、优化供需关系,以较少的要素投入获得更多产出,催生文化产业新模式新业态,从而为消费者提供轻松、舒适的文化体验,促进文化消费升级。

人工智能带来变革引发思考

今年以来,ChatGPT、AIGC等技术为出版业带来传播革命与媒介生态的变革。

何小龙表示,“人工智能+出版”以大数据思维引领出版全流程,具有人机生产协作化、业务资源集约化、产品形态多元化、内容服务交互化的特点,为传统出版提供了新机遇。

“技术迭代推动新型内容产品形态和商业模式持续涌现,内容产业边界和产业链条拓展,也对出版业的内容生产与分发、传播模式、价值定位、内容审核等方面提出挑战。”中国新闻出版研究院院长魏玉山表示,出版单位对智能生成内容的可靠、可信、可取是否有精准的辨别能力,对新技术工具、新模式能否恰当地使用,能否从容应对内容质量、隐私规范、版权等方面存在的风险,是出版业可持续发展面临的重要挑战。

技术重在适合管用

“出版融合发展的推动力主要来自技术进步。”中国音像与数字出版协会副秘书长李弘认为,在业务微观层面,要推动技术与内容的融合;在企业中观层面,要实现业务发展和管理创新;在行业整体层面,要构建与生产力相适应的出版融合发展生产关系。

冯玉明结合入选2019—2021数字出版精品遴选推荐计划的60个跟踪研究案例指出,采纳适配业务场景的技术,围绕资源优势进行精细化开发是这些精品项目的共性之一。冯玉明说:“用对用好前沿先进技术,要着眼适合、管用,从产品和服务项目的实际需求出发选择通用适配技术。要对前沿技术保持高度敏感,积极探索发现前沿技术在出版业的应用场景。”

加速场景应用落地

围绕出版业如何强化科技创新,加快产业化、场景化应用落地,魏玉山指出,出版单位要充分发挥行业科技创新应用的主体作用,加大对前沿技术、关键技术的投入力度。结合自身业务特点和融合发展需要,进一步厘清技术需求,明确路径,构建智能化出版生产体系、服务体系和管理体系,打造多维化、立体化、强交互性、虚实结合的体验场景,增强优质内容表现力。

李弘认为,出版深度融合要有业务流程的重构、业态和模式的创新以及保障机制的优化,要构建出版科技创新体系,优化科技应用创新投入机制。对出版单位来说,要在科技政策、科技规划、队伍建设、机构设置、资金保障等方面克服短板,多想办法。