

洞察2024: 3位大咖共话“迎难而上”

处深度调整重塑期,呈稳中向好局面

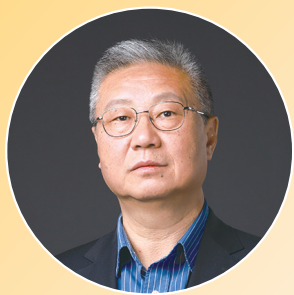
——访中国书刊发行业协会理事长艾立民

□本报记者 刘蓓蓓



虽然我们还将面临确定性和不确定性交织并存,并不断发生变化的局面,但确定性远远大于不确定性。

新一年,我们要坚定发展信心,以改革为动力,以发展为第一要务,以创新为破局之道,统一思想,凝聚共识,再接再厉。



2024年,一方面,新环境带来了新气象。另一方面,压力和挑战依然不小,出版发行业仍处于结构性动态调整之中。

2024年,出版业在重大挑战面前挺住了。2025年,出版业应当抓住机遇、迎难而上、挺进发展。



2024年,以网络文学、网络游戏、数字阅读为代表的我国数字出版产业保持了良好的发展势头。

展望2025年,出版业的高质量发展离不开技术创新、内容创新、人才三大核心要素的强劲驱动。

“2024年出版发行业处在深度调整期和重塑期。”在近日接受《中国新闻出版广电报》记者关于年终观察的专题采访时,中国书刊发行业协会理事长艾立民如此说道。虽然图书销售市场今年面临着相当大的挑战,但艾立民认为,发行业仍然呈现整体稳中向好的局面。

行业进入“存量竞争”状态

前不久中国新闻出版研究院发布了《2023—2024中国出版业发展报告》,给出的结论是“图书零售市场很准在短期内产生爆发式增长,市场恢复还需要一定时间,出版发行机构将在未来一段时期进入‘存量竞争’状态”。艾立民对此结论表示认同。

北京开卷数据显示,2024年前三季度整体图书零售市场依然呈现负增长。2021年—2023年的码洋规模,也都没有达到2019年的水平。本以为疫情过去市场会迎来转机,但这个转机一直没有出现。在艾立民看来,这主要是受人口红利消失和新媒体新技术,特别是人工智能快速发展的影响,使得出版发行业的内容生产、产品结构和流通渠道进入了深度调整期和重塑期。

具体来说,从出版领域看,大众出版需求进一步分化,难以在某个或某几个品类上形成热点。教育出版、少儿出版领域近年来增长乏力,对市场的影响十分明

显。从流通领域看,线上线下双循环供应链体系和公私域流量协同发展成为未来的发展趋势,但投流成本的不断上升和价格的无序竞争对出版发行企业构成了巨大的挑战。

那么,我们如何应对?艾立民用了三个词,要“看得清、做得精、找得准”。

“看得清”就是要看清发展趋势,聚焦新技术的发展与应用,激情拥抱,倾心研究,加大投入。大数据、人工智能正在深刻地影响着出版发行业,我们已身在其中,如逆水行舟,不进则退。

“做得精”是指在大众出版分众化日趋发展的情形下,在细分市场领域抓好小众出版就显得十分重要和必要。我国读者群体庞大,往往小众即是大众。与其做得多,不如做得精,精品才具有生命力。

“找得准”则是要找准目标客户,提升传播能力,扩大覆盖面和触达率。当然,艾立民也提到,政府的政策支持和良好的营商环境也是必不可少的重要条件,特别是打击盗版和维护图书市场价格秩序在这个时期显得尤为重要。

2024发行业呈现六大亮点

具体到2024年出版发行业呈现出的特点或亮点,艾立民认为在6个方面的表现值得肯定。

一是实体书店数量虽略有下降,但整体

面的应用取得进展,数字化按需印刷进一步普及,降低了印刷成本和起印量门槛,提高了效益。

另一方面,压力和挑战依然不小,出版发行业仍处于结构性动态调整之中。一是从销售数据来看,除了文学艺术类以及文化教育类图书外,出版市场整体增长乏力。二是新书品种占比进一步减少,不少出版单位的重印书销售码洋占比达到九成以上。选题创新、题材拓展乏力,内容同质化现象严重。三是市场秩序和侵权盗版问题仍未解决。出版企业与销售平台之间的折扣战削弱了出版再生产能力;数字阅读平台的版权保护问题仍待加强,盗版书影响了出版企业的合法收益,打击难度大、维权成本高,阻碍了行业健康发展。四是除了部分特色书店通过举办文化活动等方式实现了局部业绩提升外,实体书店的销售总体上依然面临极大压力。五是平台电商、短视频电商、垂直电商及其他电商等网络销售的增长势头放缓,从而带动整体零售市场增长的风暴未能持续。

出版产业和全民阅读链条交互作用

展望2025年出版业的发展机遇,可以从两个方面来看。

质量在不断提升,特色书店不断涌现,多元业态丰富多彩。

二是融合发展不断深化,线上线下双循环供应链和价值链体系正在形成,新媒体运用能力水平有较大幅度的提升。据开卷数据,目前全国实体书店线上销售份额占总销售额的比例为近40%,一些头部发行企业更是达到一半。

三是公共文化服务领域不断扩大,在城乡阅读活动、文化旅游、文化创意、校园书店、社区图书馆等文化领域和消费场所,服务能力进一步提升。

四是新华书店深化改革,品牌强企活动深入开展,坚守主责主业和社会责任成效显著。在最近举办的第二届新华书店品牌强企活动中,透过138个优秀案例看到,新华书店系统在聚焦主责主业、创新融合发展、公共文化服务、教育服务、社会责任担当等领域,品牌影响力不断提升。

五是各地地方书展规模、影响不断扩大,阅读活动呈现跨地区共读、共建、共享发展趋势。比如深圳读书月开展的“深港共读”“深澳共读”,福建“书香八闽”开展的“闽台共读”和海峡阅读大会等。

六是发行队伍青年骨干人才不断成长壮大,特别是在学习掌握新媒体新技术方面,一大批新锐才俊正在茁壮成长。比如福建、安徽、河北等省新华发行集团,都开展了图书直播大赛,一批出版发行企业自己的网红正在茁壮成长。

一方面是出版产业链条融合式、创新性发展的机遇。《中共中央关于进一步全面深化改革、推进中国式现代化的决定》的出台、《习近平文化思想学习纲要》的出版,以及以新质生产力推动高质量发展的要求,为进一步深化文化体制机制改革、促进出版与技术深度融合指明了方向。完善的法律法规和坚实的制度体系,为出版发行业的转型、重振和发展提供了保障。国家新闻出版署继续组织实施出版融合发展工程,推动深化出版业数字化、智能化、绿色化转型发展,推动传统出版和数字出版深度融合,为出版业发展新质生产力提供了支持。

另一方面是全民阅读链条日趋完整的机遇。国家领导人亲自倡导、政府部门积极引导、社会各界积极行动,形成了日趋良好的全民阅读生态。国家《公共文化服务保障法》《公共图书馆法》以及将要出台的“全民阅读促进法”等关系到全民阅读的法律,中宣部《关于促进全民阅读工作的意见》、教育部《全国青少年学生读书行动实施方案》、民政部等14部门《关于推进老年阅读工作的指导意见》等相关政策陆续出台,形成了全民阅读的法治化制度化保障。文化界、科技界、教育界作为学术文化成果的创造者和阅读基础资源的提

解决线上发行痛点问题

以短视频平台为代表的兴趣电商的持续崛起,不断给线上图书销售带来价格、流量、品类、用户的快速变化。在这种种变化面前,如何提升营销能力?如何打造头部爆品?如何建立适应市场的分层价格体系?对这些发行市场中的痛点问题,艾立民分享了前不久在一次集合10余位专业出版社负责人讨论线上图书发行的会议上,这些一线经营者贡献的具有较强实操性的建议与方法。

大家一致认为,要围绕基于整合营销模式下的“营销能力提升”这一主线开展营销工作。在具体运营工作中,则要围绕基于品牌驱动模式下的“头品能力增强”这一核心进行。建立全数据链监控,寻找更细分的结构性增长机会;聚焦头品和重点新品投放营销资源,打造头品标准化营销链路;保障以新媒体为引擎的产品供应,兼顾好销售与周转,提升供应链能力,探索自营销售持续提升背景下的储运效率提升。

对于渠道和读者最为敏感的价格问题,则要做好消费分层背景下的价格体系研究,建立合理的售价折扣体系,做好价格管控;不断优化促销决策,实现精细化费用核算和产品费用透明,提升促销、效率效果;按照降本增效的主基调筹划经营活动,控制好经营风险。

供者,出版机构作为阅读产品的直接提供者,实体书店、互联网阅读平台、图书馆、城市(社区)书房、职工书屋、农家书屋作为阅读的基本空间,媒体、行业组织、社会公益组织、爱心企业、阅读推广人作为全民阅读的推动者,构成了有机联系的全民阅读的链条,对出版产品的提供乃至出版业的发展提出了新要求。

综合而言,2025年,出版发行业应当在注重内涵式发展、推动结构性优化的同时,加强横向跨界融合,扩大产业规模,提升融合发展增量。应当在加强营销推送的同时,加强全民阅读链条中各个环节的合作,丰富全民阅读推广活动,强化专家学者的阅读引导,针对不同读者群体的喜好与需求制定分类阅读、分级阅读、个性化阅读的服务方案,形成阅读需求导向。应当在依托国家文化专网和文化数据服务平台的基础上,推动数字公共服务的普惠性应用,推进数字农家书屋公共服务升级,拓展全民阅读空间的功能,扩大阅读产品供给范围。应当在努力提供主题产品、主流产品的基础上,加强有趣的、娱乐类的产品供给,加强科学探究、红色体验、研学游学等体验式阅读的引导,加强AR、VR等智能化阅读生态的建设,丰富阅读选择和体验。

既要挺住,更要挺进

□韬奋基金会理事长 刘伯根

2024年是出版界全面学习贯彻习近平文化思想、努力践行新时代新的文化使命的一年,是出版界深入研究新质生产力、努力推动技术创新、大力提升发展新动能、着力构筑数智时代出版发展新生态、全力推动高质量发展的关键一年,也是社会各界深入推进全民阅读、建设书香社会的一年。在此背景下,出版发行业的精神状态整体向好,锐意进取、有所作为,挺住了新的压力和挑战,呈现出新的发展气象。

行业仍处结构性动态调整期

一方面,新环境带来了新气象。一是出版生产的品种数量保持稳定,选题更加注重多元化和精细化,努力满足读者日益多样化的需求。二是主题出版、古籍创新出版、文学艺术类出版等细分领域,以及国际传播能力建设、全民阅读、农家书屋重点出版物推荐等方面的成绩可圈可点。三是专业出版方面,随着国内科研水平的提升,学术著作的出版有所加强,在国际市场上的版权输出量也有所增加,彰显中国学术出版的影响力正在提升。四是电子书、听书和各种网络出版物的制作数量大幅增加,制作质量也有明显提升,增强了出版产品的多形态供给能力。五是人工智能在内容生产特别是图像制作方

保持好势头,积蓄新动能

□中国音像与数字出版协会常务副理事长兼秘书长 敖然

当前,数字化、网络化、智能化发展正在掀起全球新一轮科技革命和产业变革,世界百年未有之大变局正在加速演进,科技创新已成为国际战略博弈的主战场。在此环境下,出版业正经历着深刻的变革与转型。

2024:数字出版产业数据亮眼

2024年,以网络文学、网络游戏、数字阅读为代表的我国数字出版产业保持了良好的发展势头。

根据中国音像与数字出版协会统计,2023年我国数字阅读市场总体营收规模为567.02亿元,相较2022年增长22.33%;同时经测算,2023年我国数字阅读用户规模为5.7亿,占同期网民规模的比例为52.19%,这是协会有数据测算以来,数字阅读用户在全体网民中的占比首次超过50%的分水岭,这是一个重要的里程碑。2023年,包括在线音乐、音乐短视频、音乐直播、在线K歌业务在内的中国数字音乐市场总规模为1907.5亿元,同比增长22.7%。2024年,国内游戏市场实际销

售收入3257.83亿元,同比增长7.53%,再创新高;国内游戏用户规模6.74亿人,同比增长0.94%,亦为历史新高点;我国电子竞技产业实际销售收入275.68亿元,同比增长4.62%。

同时,以网络文学、网络游戏为代表的数字出版产业的主要板块正在成为走出去的重要载体。协会发布的《2023年中国网络文学发展报告》显示,2023年我国网络文学行业海外市场营收规模达到43.50亿元,同比增速为7.06%,我国网络文学出海作品(含网络文学平台海外原创作品)总量约为69.58万部(种),相较2022年增长29.02%;《2024年中国游戏产业报告》显示,2024年中国自主研发游戏海外市场实际销售收入185.57亿美元,同比增长13.39%,其规模已连续5年超千亿元人民币,并再创新高。

今年,第十七届精神文明建设“五个工程”优秀作品奖首次将“网络文艺”作为单项纳入评选,公布的获奖名单中,入选的10部网络文艺作品中有3部为网络文学作品,这充分体现了主管部门对网络文学等新业态的认可。国内首款3A游戏《黑神话:悟空》取得

了巨大成功,实现了里程碑式的突破,这不仅是中国游戏技术实力的展现,更是中国文化自信自强的体现。

这一组组数据展现了我国数字出版行业在调整、转型和提高中获得了新的发展动能,市场规模稳步增长、业态模式持续创新、文化消费需求旺盛、海外布局进一步深化。

2025:三大核心要素强劲驱动

展望2025年,出版业的高质量发展离不开三大核心要素的强劲驱动。技术创新无疑是这场行业变革的核心驱动力。AI技术在内容创作、编辑、审核等环节的应用将更加深入,但其引发的内容安全、版权合法性以及数据安全问题等无疑会给出版业带来潜在的风险,也会加剧出版业的供给侧竞争,给出版的业务流程、岗位设置、组织结构、运营方式、管理机制等带来较大挑战。内容创新始终是出版业安身立命的根本所在。出版业将更加注重挖掘中华优秀传统文化资源,结合现代科技和时尚元素,打造更具中国特色、

中国风格、中国气派的原创数字出版产品。人才更是出版业高质量发展的关键密钥。步入2025年,出版学科建设的深入推进,将作为行业输送更多高素质专业人才;继续教育培训体系也将日臻完善,全方位、系统性地为从业人员“充电续航”,助力其业务水平与综合素质稳步提升。

近年来,协会强化了调查研究能力,研制并发布了专业度高、权威性强的研究报告,包括年度中国数字阅读报告、年度中国网络文学发展报告、年度中国数字音乐产业报告、年度中国游戏产业报告以及年度中国电子竞技产业报告等产业报告以及《2024中国游戏产业未成年人保护报告》《2024中国游戏出海报告》等专项报告。同时,协会今年共立项《高等教育数字教材封装要求》等14项团体标准,为行业发展提供了重要技术支撑。

对于2025年的发展,我们充满信心与期待,相信出版业将在内容创作、技术创新、人才培养和国际合作等方面取得更大的突破,为推动出版业高质量发展作出更大贡献。