



■本期关注:第十五届中国国际数字出版博览会

我国数字出版产业总规模10年增长4倍

□本报记者 吴明娟

第十五届中国国际数字出版博览会数字出版国际合作论坛近日在河南郑州举行。本次论坛围绕数字出版国际化发展的新趋势与新路径展开深入交流。

论坛明确提出,中国数字出版正迎来走出去的历史性机遇。与会嘉宾重点探讨了人工智能赋能出版转型、网络文学出海、国际版权合作等核心议题,展现出中国数字出版产业正以更加开放的姿态融入全球传播体系。

人工智能成为数字出版国际化关键力量

基于人工智能技术对出版业的变革性作用,中国音像与数字出版协会理事长孙寿山认为,各出版单位要加大对人工智能技术创新的力度,努力做到在战略规划上有布局、在资金上有投入、在实践过程中有措施。“目前,国内出版业对AIGC技术普遍持有‘愿尝试,求落地’的态度,但从认知到应用仍存在明显落差,需要加快部署进程。”

AI技术也正在推动有声阅读向交互式、社交化、场景化方向发展。中国音像与数字出版协会常务副理事长兼秘书长敖然发布的《2024年中国有声阅读发展报告》显示,2024年我国有声阅读市场营收规模达123.70亿元,用户规模约6.06亿,占数字阅读用户的90.45%。他表示,目前,AI技术已经在内容创作、声音呈现、录制剪辑、质量把控、终端播放等产业链不同环节落地应用。技术力量正在推动产业链的内容生产与发展范式持续升级,同时其带来内容同质化、演播人员就业及版权问题等挑战。

励讯集团中国区高级副总裁张玉树分享的数据显示,中国已成为全球人工智能知识生产的重要国家。过去20年,中国AI论文发表总量远远领先于世界其他国家,而且全球73.9%的生成式AI专利都来自中国,显示我国在该领域的数量与质量均居国际前列。张玉树认为,这为中外出版合作带来机遇,同时也对我们的出版服务能力提出更高要求。

同方知网数据要素与数字出版中心总经理谢磊提出要建立“AI初步翻译+人机协同审核”机制,并介绍了AI助力学术出版国际合作的实践。腾讯出版平台已服务超3000家期刊社,该平台已推出英文

版本,为国内外英文期刊提供从投稿、审稿、编辑到出版的全流程智能化服务。CNKI写作投稿平台汇聚海内外期刊资源,持续促进优质学术内容的全球生产与传播。

网络文学成为中国文化出海新通道

网络文学作为中国数字出版走出去的先行者,成效显著。据阅文集团公共事务副总裁王晨介绍,2024年中国网络文学海外市场营收达48.15亿元,同比增长10.68%,出海作品总量约75.09万部,覆盖全球200多个国家和地区,海外用户超3.5亿。

阅文旗下起点国际平台开放原创功能后,已吸引50万海外作家,创作约77万部作品,形成15个大门类、100多个细分类别的内容矩阵。《全职高手》《诡秘之主》等IP通过“全球共读、全球共创、全球开发”的模式成功输出,实现从“内容输出”到“模式共享”的转变。

泰国红山出版社副总经理俞春华分享了与中国网络文学平台合作的经验。公司不仅出版纸质书,还拓展电子书、有声书以及影视衍生业务,积极与爱奇艺、恒星引力等影视文化公司合作,顺应多元业态发展。

点众科技市场与公共关系中心总经理王燕介绍了“数据驱动+人工精翻”模式推动网络文学和微短剧协同出海的实践。目前公司年营收达3亿—4亿元,已上线1000多部作品,拥有2.5亿注册用户。通过AI分析用户偏好,实现内容精准推荐。她还提到,中短篇网络文学内容在海外日益受欢迎,为传统出版单位提供了新思路。

构建数字出版国际合作新生态成为行业共识

2024年,我国数字阅读出海作品规模80.84万部,同比增长6.03%;网络文学海外市场营收达48.15亿元,同比增长10.68%;自主研发游戏海外销售收入185.57亿美元,同比增长13.39%。

孙寿山表示,这些成绩表明,中国数字出版产业国际化已取得显著成效,正在成为中华文化走出去的重要载体。

中国新闻出版研究院副院长崔海教表

示,我国数字出版产业收入规模已达1.7万亿元,10年增长接近4倍,产业正在从国内走向国际、单一走向多元,其包容性、全媒体性以及强传播性成为中外出版界关注焦点。

与此同时,专业出版与学术交流的国际合作持续深入。在继续推进图书版权合作等传统领域工作的同时,要特别重视期刊的合作,为科研界提供优质的出版服务,充分体现出版社的价值。例如爱思唯尔与科学出版社合资的科技期刊出版服务公司——科爱公司已合作出版229种期刊,其中23种影响因子世界排名前五,4种排名第一,彰显出中外学术出版合作的广阔空间。

张玉国建议,数字出版国际合作应重视人才交流,统筹安全与开放,继续推进图书版权合作,尤其加强期刊合作,为全球科研界提供优质服务。

法国达高集团首席执行官朱里安·帕佩里耶分享了传统出版集团数字化转型的经验,通过内容数字化、IP多形态开发、跨国协作与反盗版合作,实现全面转型。他强调,数字化不仅是技术升级,更是组织架构、思维方式与国际化战略的全面升级。

俞春华分享了泰国市场对中国出版物的需求特点。该公司10多年来已出版超过1000本中国网络文学和当代文学作品,发现图文并茂、老少皆宜的百科类图书在泰国市场潜力巨大,并强调了加强本土化合作、多媒体融合推广的重要性。

外语教学与研究出版社副总编辑彭冬林认为,传统出版社应坚定推进数字化转型,加强流程再造、数字营销与数据驱动,积极拥抱AIGC技术,提升国际服务能力。

中国图书进出口(集团)有限公司海外业务中心主编赵大新介绍,中图公司依托数字技术创新产品形态、升级采选平台、提升服务质量,推动纸电出版物覆盖全球170多个国家和地区。同时,通过举办国际文化交流活动与短视频推广等方式,持续提升中国出版物的国际影响力。

论坛嘉宾一致认为,数字出版是中华文化走出去的重要载体,出版单位应主动融入全球传播体系,以技术赋能内容,以合作促发展,共同构建数字时代国际出版新格局。

加拿大数字内容服务公司De Marque公司创始人、总裁马克·布泰呼吁行业合作,构建出版商、图书馆、学校、作者等多方参与的开放生态,以降低开发与运营成本。

出版业步入智能化新时代

AI已不是“可选项”,而是出版业高质量发展的“必答题”。推进数字出版、融合出版向智能出版产业转型,成为行业共识。

司晓认为,可信、可控、普惠是人工智能发展的三大关键点。腾讯正与出版社合作,通过引入权威知识、检索增强生成(RAG)等技术共建可信模型。

海峡出版发行集团总经理严桂忠分享了该集团在数智化方面的实践:在内容端,以AI重构创作逻辑,赋予出版表达新的活力。旗下海峡文艺出版社推出了全AI绘画的图书,减少了人工成本。在平台端,构建全栈赋能体系,打通数智化堵点。在教育端,推动AI与教育场景深度融合等。

但严桂忠也坦言,当前多数出版单位仍缺乏既懂内容又懂营销与技术的新型编辑人才。未来集团将从顶层设计、机制创新、开放合作三个方面重点发力。在组织与人才转型上,尝试打破传统管理的层级壁垒,推行扁平化+模块化架构,组建技术融合团队,提升组织敏捷性与协同效率。

出版业正在经历由技术、用户与价值认知共同驱动的深刻变革。从“以书为本”到“以数为本”,从“内容行业”到“资产运营”,智能出版新生态已悄然来临。



“一带一路”国家数字出版沙龙现场。

本报记者 米璠琪 摄

数字出版国际合作:从“走进来”迈向“共建设”

□本报记者 米璠琪

8月的郑州,热浪之中更涌动着思想的激流。第十五届中国国际数字出版博览会期间,来自印度、尼泊尔、泰国、英国、日本等10余个国家的出版机构负责人、专家学者齐聚郑州,围绕数字出版主题,通过“一带一路”国家、中日、中英三场国际沙龙,展开深度对话与交流。

搭建跨国合作框架

在“一带一路”国家数字出版沙龙中,多元法律环境、复杂版权规则、高昂小语种传播成本,成为与会者热议的焦点。这些现实挑战也正是中国出版走出去亟待突破的瓶颈。

印度CBD图书出版社理事长高崖表示,构建统一且灵活的版权保护体系是跨国合作的核心。他建议,借助区块链技术建立共享数字平台,实现版权清晰管理与追踪,同时呼吁行业机构和协会牵头,协同多国制定适应性、标准统一的合作框架,并联合开展反盗版培训,确保合作机制长期可持续运行。

尼泊尔当代出版社社长凯兰·高塔姆分享了该社10年来推广中国内容的成果:累计翻译出版300余种中国书籍,涵盖历史文化、青少年读物等多个领域,他所在的“一带一路”出版商俱乐部汇聚20余个国家的成员,通过联合参展、版权合作等方式有效推动中国内容落地。目前,该社正计划联合中国机构,将数字化教育内容推广至尼泊尔学校,推动合作从内容输出向服务落地延伸。

针对小语种出版“投入高、回报慢”的问题,泰国红山出版社副总经理俞春华介绍了“电子书预售+按需印刷”模式,先通过数字平台试水市场,待销量达标后再启动纸质书印刷。“我们在2024年通过该模式推出的中国网文数字版,利润率较传统出版提升35%。”他说道。

文学之路出版社首席执行官里卡多·阿尔梅达表示,AI翻译技术的应用可压缩多语种图书的制作周期,助力内容快速触达葡语、西语、德语市场。加拿大多伦多教育出版社总编辑詹姆斯·韦尔登表示赞同,“单纯的文本借助数字技术,可以快速转化为互动形式、多语言版本。”

实现本土化突破

在中日数字出版沙龙上,话题聚焦于如何让中国内容真正融入当地市场,尤其在少儿出版领域,实现从“抵达”到“认同”的跨越。

日本书籍出版协会常务理事樋口清一分析,中日少儿读物存在显著文化差异:日本读物侧重“单点趣味”,中国读物更重知识体系。因此,对于输出到日本的中国少儿读物,内容本土化成为必然选择。

株式会社日本侨报社代表董事段景子以《丰子恺儿童系列全书》为例,通过地铁广告、美术馆展览铺垫文化认知,再推日语版数字绘本,销量较直接发行提升2倍。“‘铺垫式传播’能减少文化隔阂,让中国内容更易被日本读者所接受。”她总结道。

技术创新也为阅读体验升级与文

化融合提供新路径。株式会社一期图书服务代表董事北川翔分享了《周刊少年JUMP》的数字化实践。他说,通过AI生成漫画主题曲、3D还原《鬼灭之刃》《火影忍者》等IP场景,能够提升数字阅读用户留存率提升至60%以上。受中国《黑神话:悟空》数字版权IP启发,他正计划联合开发中日动漫VR项目,让读者沉浸式体验中华文化符号。

日本出版规划中心长落合早苗带来的盲文与3D结合的创新读物,受到现场观众欢迎。她介绍,技术与无障碍阅读的结合,可以让视障儿童通过触摸数字模型即可感受中国绘本内容,让中华文化触达更多特殊群体。

此外,中日合作已从单向输出走向双向赋能。株式会社日本侨报社数字出版推进担当部长赵思蒙透露,该社正探索“中日儿童绘画比赛”数字项目。该项目将收集两国儿童“未来畅想”主题作品,制成双语电子绘本永久保存。用绘画跨越语言壁垒,让儿童创意成为文化交流纽带。

共建全球生态

中英数字出版沙龙将视角从区域协作转向全球生态,探讨中国数字出版如何从“走进来”迈向“共建设”——与技术领先国家合作,解决全球出版业共性难题,参与构建更包容、普惠的数字出版生态。

赛阅东北亚总经理张丽平提出,AI已渗透出版全流程,出版产业链各环节需重新定位,出版社应聚焦优质内容挖掘,中间商优化资源匹配效率,图书馆提升数字资源推荐精准度,通过人机协同打造更高效的知识传播链路。

英国斯特灵大学艺术与人文学院媒体与社会教授格雷格·辛结合教学实践分析,在“Z世代”更偏好碎片化内容的背景下,中英学术出版社应开发AI赋能的媒体素养工具,引导读者深度思考,提升公众的媒介素养。

英国宙斯之首出版社首席执行官官尼古拉斯·奇瑟姆以《三体》国际成功为例,提出优质中国内容具备全球影响力。该书全球销量超200万册,56%来自英国以外市场。他表示,目前该社已签约中国、印度、波兰等多国科幻作家,计划通过AI优化书籍封面设计与多语种营销,但他同时强调,“内容创作的核心永远是人。”

斯里兰卡海王星出版社社长丹尼斯·库拉顿加分享了欠发达地区的困境——部分东南亚偏远地区师生需爬到山坡寻找信号才能使用数字设备学习。他呼吁,中英等技术领先国家可联合开发低成本数字阅读工具,助力教育资源公平获取。

加拿大卓越品牌公司总裁马克·布泰提出“知识无国界”愿景,倡导“未来应通过技术让内容突破语言与载体限制,让全球读者便捷获取多元知识”。他还计划联合中英出版机构开发无障碍阅读工具,帮助阅读障碍者、视障人群等群体享受数字阅读的便利。

AI引领出版业向“以数为本”转型

□本报记者 朱子钰

全球出版业正迎来历史性转折。人工智能技术重塑产业格局,推动传统出版经历数字化、智能化双重变革。

第九届数字出版创新发展论坛近日在河南郑州举办,聚焦“如何构建出版数智新生态”这一核心议题。《中国新闻出版广电报》记者观察到,人工智能应用、大模型与智能出版等成为专家热议焦点,为出版行业高质量发展提供了新思路、新路径。

重构出版价值体系

数字出版不仅是文化传承的重要载体,更是新闻出版业转型升级的核心引擎。

中国出版协会理事长郭书林表示,当前我国出版业面临着增长乏力困境,期待广大出版人能够把握人工智能发展机遇,总结经验、探索规律、解决痛点,以时不我待的奋进姿态创新推动社会进步。

中国新闻出版研究院党委副书记董毅敏提到,数字出版的高质量发展,既需要技术创新的“硬支撑”,也需要内容建设的“软实力”,更需要行业同仁协同发力。《法国书业周刊》前总编辑法布里斯·皮奥认为,传统出版业的数字化已走过25年,如今进入新旧模式共存阶段。在他看来,全球数字出版呈现平台化趋势,自主出版持续增长,有声读物成为数字销售主力。“书的本质正在发生变化,从静态的书籍转向更流动的‘书气’,涵盖在线阅读、音频、订阅媒体等新形态。”

出版业正从传统的“以书为本”的经验模式,全面转向“以数为本”“以人为本”的智能化、平台化、资产化、场景化运营。这是中信出版集团首席专家乔卫兵

的观点,在他看来,在这几大趋势中,出版数据资产化与真实世界资产(RWA)代币化成为未来核心增长点。

他表示,这一转型不仅是技术演进,更是出版价值体系的重构——出版业将逐步成为资产运营平台、数字权益中枢、金融化文化生态的关键参与者。

AI重塑出版全流程

国务院日前印发的《关于深入实施“人工智能+”行动的意见》明确提出,到2027年,率先实现人工智能与六大重点领域广泛深度融合,新一代智能终端、智能体等应用普及率超70%。到2030年,我国人工智能全面赋能高质量发展,新一代智能终端、智能体等应用普及率超90%。到2035年,我国全面步入智能经济和智能社会发展新阶段,为基本实现社会主义现代化提供有力支撑。

在这一背景下,AI正深刻改变出版业态。腾讯研究院院长司晓表示,AIGC正推动内容创作从“大脑构思+手工操作”转向“人类构思+机器生成”。

北京北大方正电子有限公司副总裁刘长明认为,生成式AI全面渗透内容生产流程,多模态融合与跨媒介传播成为主流,人工智能驱动业务流程高效化和协同化,内容智能分发和内容营销精准化、创新化,垂直大模型与知识服务深度结合成为新趋势。

刘长明预测,AI加速出版创新会构建人机协同智能出版新范式,推动内容生产的数智化、数据资源的挖掘,以及平台生态的建设。

“我们要更好地运用机器的模型,要用不同的战略来进行AI内容的使用。”