

(上接第26版)

# 变革年代,寻找不变的增长规律

## 高端预测

### ·出版人访谈·



冯静



马汝军



桂方海

Q1:2025年,您对出版生态的变化有怎样的研判?

Q2:2025,您执掌的出版机构需要重新厘清、梳理、调整的企业状况有哪些?

Q3:2025年,您执掌的出版机构所深耕的领域中,有哪些新机会?有哪些需要重点突破的产业环节?

## 人工智能技术带来新出版业态发展

冯静(四川文艺出版社党委书记、副社长)

AI:最近几年,不看好出版社发展的论调比较多。对此,我是乐观主义者。我认为只要人类存在,就一定会有对阅读的情绪和成长需求,但内容的呈现方式和阅读方式、场景会发生变化。对于传统出版社而言,必须要关注人工智能技术对传统出版产业生产方式的革新。2025年,随着人工智能技术日趋成熟,特别是各地高质量文化数据集的发展,将会带来出版业数据要素与劳动力等其他生产要素的深度融合与新旧出版业态的发展,在信息技术的驱动下,在用户需求的倒逼下,传统出版生态将会继续面临深刻变化。这种变化主要表现为三点。

一是数字化转型会加速,出版机构应加大在数字出版领域的投入,推动数字化转型,特别是推动AIGC技术在选题策划、图书编辑中的应用,提高行业生产率。

二是传统出版业的产品业态外延将会扩大,特别是有传承价值的图书,可通过数据标注,加工生成高质量数据集,应用到人工智能大模型,构建智能化应用,更符合现行的B端、G端、C段用户需求,让知识产品产生更大的价值效能。

三是营销方式会创新,各家出版社会加大自有营销新渠道的建设,加大自有品牌出版生态圈的构建,让出版社沉淀多年的作者、渠道、读者资源形成良性的生态发展圈,形成良性的新的价值产业链。

A2:一是推动数字化转型发展的顶层设计及实施,但须避免无序的“瞎”投入,要精准发力,实现投入就要有产出的效能。

二是厘清出版社的市场定位与品牌建设,明确目标读者群体和细分的B端、G端、C端市场,加强品牌建设,提升品牌影响力和竞争力,实现出版社优质双效发展。

三是梳理产品结构,不断优化选题策划。根据市场需求和读者反馈,梳理现有产品结构,优化选题策划,推出更多符合读者需求的优质图书及产品形态。

四是调整营销和销售策略,加强线上渠道的建设和运营,提升线上销售额和市场份额;同时,探索线下渠道的拓展和创新,加大自有线下营销渠道的建设。

五是不断强化内部管理与团队建设,提升团队凝聚力和执行力;不断优化内部绩效考核体系和人才培养机制,让出版发展有后劲。

A3:对于四川文艺出版社来说,我认为有以下发展新机会。

数字化转型带来的新机遇。随着数字化转型的加速,出版机构可以通过开发有声书、高质量文化数据集等数字产品,拓展新的收入来源。

细分市场的增长潜力。女性读物、老年人读物等细分市场的持续增长为出版机构提供了新的发展机遇。

国际合作与文化交流。加强国际合作,共同开发国际市场,推动版权输出和文化交流,可以拓展出版机构的国际影响力。

当然,也有一些需要重点突破的产业环节。内容创新与质量提升需突破。内容为王在任何时代都不过时,在激烈的市场竞争中,出版机构需要不断推出具有创新性和高质量的图书产品,以满足读者的多样化需求。

复合型人才培养需突破。要加强数字化转型的技术研发和复合型人才培养,提升数字化产品的质量和用户体验。

营销与销售模式需突破。要探索更多创新的营销和销售模式,如社交媒体营销、融媒体复合营销等,以提升图书销量和市场份额。

版权保护与国际化运营需突破。要加强版权保护意识,提升版权运营能力,特别是有声书版权、高质量数据集版权运营和影视版权的运营能力须提升;同时,加强国际化运营能力,推动版权输出和文化交流。

## 出版的出路

■马汝军(新星出版社社长)

2024年的图书市场依然下行,“出版的出路在哪里”仍旧是一个问题。最近请了2家图书市场数据分析公司的专家来社里作讲座,一位来自中金易云,一位来自开卷,希望能从专家的见解里,探寻出一些办法。

中金易云专家的核心观点是,出版业要度过“冬天”,必须提升自己的能力,即提升产品力,打造好的产品;提升营销力,实现产、营、销全面融合;提升服务力,实现作者、渠道和消费者的共赢。开卷专家的核心观点是,出版业要走出目前的困境,必须实现“从生产型企业到以用户为中心的核心产品+服务的解决方案提供商”的转变。2位专家都把出版的出路指向了服务。当然,这也不是全新观点。早在2015年,我在英国考察出版业发展状况时就发现,欧洲出版业当时已开始由内容导向转为服务导向。如今近10年过去,国内大多数出版企业似乎并未找到一条成功转至服务导向的路径。当然,也不尽然,教育出版有服务教学的尝试,专业出版有知识服务的拓展,而大众出版在面对服务导向时却很难找到明确的方向。

“他山之石,可以攻玉”,前几日,与一位银行的朋友交流,谈及他们在做的一些事情,让我很受启发。这家银行打造了一个“设备之家”服务平台,为买设备、卖设备、用设备的企业服务。国内成千上万的制造企业多处于传统的线下模式,有着买设备存在信息差、卖设备缺少获客途径、设备综合服务缺失等痛点。“设备之家”就主要针对性地解决这些问题,例如,很多优质二手设备价格低,即买即用,但是想购买二手设备主要是和中间信息商接触,很难从头部供应商挑选优质的二手设备。“设备之家”整合头部二手商资源,为企业优选品质二手设备,并提供第三方验机服务,企业购买完设备后,“设备之家”还可以为企业介绍客户,从而实现对企业买设备、用设备、产成品销售的全产业链服务。

这家银行还打造了一个企业综合服务平台,为其客户提供包含法律咨询、税务咨询、海外拓客助手等14项服务,而这个应用全然没有金融业务,完全是给客户的增值服务。例如,一些未配备专业法务人员的中小型企业,遇到用工、股权、应收账款等问题需要咨询律师时,会遇到律师收费高、专业度不够等问题,但这家银行聘用熟悉企业常遇问题的优秀律师,为所服务企业客户提供即时咨询服务,既为企业节省了成本,同时也为他们提供了更专业的指导。

此外,这家银行还打造了餐饮美食、生活娱乐、精选好物和特惠好用四大类别的生活消费平台,签约1万多家品牌门店,基于这个平台,可为其所服务的企业内部员工提供专属福利,让员工有更多选择。

从以上三个案例不难看出,这家银行为其企业客户提供服务,主要是解决企业间信息不对称的痛点、中小企业行业外的难点、不同行业间获客难的堵点。再回到出版本身,出版社的客户主要是读者、作者和卖家,除了给读者卖书、给作者出书、请卖家代销之外,我们还能他们的痛点、难点和堵点做些什么?对于读者,我们或可赋予其个人新的价值。新星出版社从2022年开启的新星国际推理文学大赛,尝试帮助读者圆一个作家梦。两届征文,吸引千余人投稿,涌现一批优秀的作品,而这些投稿者绝大多数是我们忠实的读者。通过大赛,我们密切了与读者的关系,尤其是获奖者,他们的作品经由我们的出版被更多读者读到,他们也实现了由读者到作者的转变,所以大赛编织了一条联系作者与读者的纽带。

## 在变局中努力开新局

■桂方海(西北大学出版社总编辑)

2025年,出版业将会面临前所未有的变革压力。一是人工智能技术的深度赋能将引领出版业迈向全面革新,AI技术的引入将全方位重塑选题策划、内容生产和图书推广,逐步实现智能化协同,出版流程不再局限于传统的顺序式操作,而是通过数据驱动和实时反馈形成一个高效、灵活和用户导向的出版产业生态系统。二是移动设备的普及让随时随地的阅读更加便捷,促使消费者对便捷阅读体验的需求不断增加。三是随着读者阅读口味的分化,内容多元化和个性化得到越来越多重视。四是虚拟现实(VR)技术和增强现实(AR)技术在教育出版领域的应用兴起,通过VR/AR技术让学生更加直观感受历史场景、科学实验、实际操作步骤等内容的立体化教材越来越受重视。

图书市场会出现以下趋势。一是市场竞争两极分化加剧,传统出版市场强者愈强、弱者愈弱的趋势更加明显,大型出版集团凭借资源、资本、市场和人力资源的优势,不断扩大市场份额,一些“小而美”的出版品牌则面临经营困境。二是数字化转型加速,随着技术进步和消费者阅读习惯变化,电子书和有声书市场可能会进一步扩大,同时,数字出版不仅限于产品形态的变化,还包括利用大数据和人工智能技术进行精准营销和个性化推荐等销售渠道、营销策略方面的创新,线上线下结合将成为图书销售新常态。三是一些出版机构和平台会利用大数据和人工智能技术,为读者提供个性化的书籍推荐、定制化的书籍内容和装帧设计等服务。四是品牌化成为重要趋势,出版机构更加注重品牌建设和品牌推广,提高品牌知名度和美誉度,打造具有影响力的品牌图书和品牌系列。

出版业作为文化传播和主流意识形态引领的重要领域,既要适应技术变革的潮流,又要肩负起促进文化发展的责任,“内容为王”的特质始终是出版业最具竞争力的核心价值。西北大学出版社始终践行“不忘本来、借鉴外来、面向未来”的出版遵循,不断优化选题,凝练方向,强化“教育出版与专业出版相结合,思想学术与历史文化”为特色的出版结构。多年来,西北大学社高等职业教育教材市场份额稳中有进,学术出版影响力不断彰显,市场认可度逐步提升。

2025年,西北大学出版社工作的总体思路是:教育出版力争有所突破,学术出版力求再上台阶,人才培养取得实质性的成效。

一是充分利用人工智能技术赋能出版全过程。在选题策划中坚持将编辑的专业嗅觉与大数据分析结合,通过两者有机融合,策划既契合市场需求又具

有文化深度与社会价值的选题;利用人工智能技术为内容生产质量提升、成本控制及效率提升提供帮助;通过人工智能的精准算法深入分析用户需求,提升内容与用户的匹配度,根据用户反馈进行持续优化,不断调整和改进内容,提升用户消费层次与体验质量。

二是通过对已有高等职业教育教材的修订,稳步提升内容质量,积极推动人工智能技术赋能优质新形态教材,力争增加“国家级”职业教育教材数量,充分发挥职业本科教育在职业教育体系建设中的“龙头”作用,以金教材建设为抓手,加强与陕西职业本科院校的密切联系,开发一批具有引领性、示范性的职业教育本科教材。

三是致力于建设学术出版共同体,与专家、学者保持紧密联系。物色德高望重、有较高专业知识水平、较深语言文字功底,又有较强组织能力、协调能力和号召力的资深专家担任学术著作主编,同时,加大编辑在发掘、选择、编辑加工和传播学术图书过程中真正融入的创造性劳动,回应学术著作大众化、大众读物学术化的发展趋势。在大部头项目图书生产周期较长的情况下,加快“在汉语的国土展望世界,致力于当代精神生活的反思、重建与再生产”的“精神译丛”出版速度。“精神译丛”2014年推出以来,累计出版38种,已有22种多次重印,数种重印达5次,就新华文轩、博库书城网上商城近期的销售数据来看,译丛得到读者的广泛好评。目前,在新品种的接续上跟不上读者的需求。

四是在已出版的“养老服务人才队伍建设系列丛书”(10种)、“养老文化”系列图书(12种)的基础上,利用国家加快发展银发经济的政策契机,策划出版一批适合老年人阅读的大字本图书。

五是构建营销宣传矩阵,增强图书宣传传播力,在自办网站、微信、微博、豆瓣、今日头条等建立新媒体宣传渠道,同时依托学者群体社群公众号,增强图书宣传传播的针对性,形成完善的线上线下营销宣传矩阵。

六是加强对人才的培养力度,为应对人工智能技术赋能出版业带来的深刻变革,必须培养出版从业者的创新思维,让从业者掌握跨学科的知识,提升数据素养、实践能力,具备终身学习的意识和能力。

2025年是“十四五”规划收官之年,也是“十五五”规划布局之年,西北大学社将在努力完成“十四五”规划目标任务的前提下,统筹做好“十五五”的规划工作。

## ● 资讯

中国出版传媒商报讯 近日,2024年“最美的书”评选结果在沪揭晓,由北京时代华文书局出版的《石齐·字》成功斩获此殊荣。作为国内书籍设计领域的顶尖评选活动,“最美的书”由上海市新闻出版局主办,自2003年创立以来,已走过22年的辉煌历程。

《石齐·字》是艺术家石齐的书法字集,石齐以独特的“三象合一”画风和深厚的艺术造诣在国内外享有盛誉。《石齐·字》不仅展示了石齐在书法艺术上的卓越成就,更在书籍设计方面实现了传统与现代的完美结合。

该书打破了传统书籍的线性阅读模式,以创新的编排结构和设计理念,为读者带来全新的阅读体验。书籍由中间展开,以“八法”分类作品,左右各四,巧妙地运用了米字折叠作为阅读的结构逻辑。同时,全书以黑、白、银三色为主色调,强化石齐独特而强烈的现代书写风格。外盒设计实用而富有创意,既可作为收纳、保护的容器,又能在打开时成为展示书籍的舞台。

值得一提的是,2022年7月,北京时代华文书局还与中国文字著作权协会共同发起了文学散文作品遴选出版项目——“年度散文50篇”,旨在探索优秀选本的遴选之路。《年度散文50篇(2022)》作为该项目的首个成果,已于2023年5月出版,并成功输出版权到阿尔巴尼亚等国家。此次《石齐·字》的获奖,再次证明了北京时代华文书局在出版领域的卓越实力和创新能力。

此外,与《石齐·字》一同获得2024年“最美的书”称号的还有24种优秀图书,这些图书将代表中国参加2025年“世界最美的书”评选。这不仅是对国内优秀书籍设计的一次国际展示,更是对中国出版业创新精神和卓越成就的肯定。

《石齐·字》的获奖不仅彰显了石齐在书法艺术领域的深厚造诣和独特风格,也展示了国内书籍设计领域的创新精神和卓越成就。未来,会有更多优秀的书籍设计作品涌现出来,为读者带来更加美好的阅读体验。(张聪聪)

《石齐·字》获2024年「最美的书」称号：传统与现代的融合之美



《石齐·字》2024年“中国最美的书”1—960册限量精装收藏版 售完即止