

少儿出版加快推进数智发展行业共识

Children's Publishing: Industry Consensus on Digital-Intelligent Acceleration

■中国出版传媒商报记者 张聪颖



“数智化转型不是选择题,而是必答题。”6月5日在山东青岛召开的2025年全国少年儿童出版社社长、总编辑年会上,一位少儿社社长如此说道。“我们既要以开阔胸怀来拥抱AI时代,还要适当扎牢篱笆,守好我们的自留地,同时也希望主管部门提前做好预判,对新技术和传统出版业既有资源相互之间的责任权利进行清晰的界定。”一位出版社负责人通过此次会议对生成式AI抓取出版内容的规范问题提出建议。

当下,各行各业都面临数智化转型升级。出版行业也处于从数字化向数智化“跨越”“进化”的探索之中。新时代的少年儿童,都是“数字原住民”。而“Z世代”也正逐步成为家长。数智化技术的蓬勃发展,既为少儿出版带来前所未有的机遇,也使其面临诸多挑战。数智化探索不是简单地做电子书、有声书或课程,而是用技术重组产业逻辑。如何借助数智化重塑产业生态、服务少年儿童,成为出版人亟待深入探讨的重要课题。

此次年会主题聚焦“以数智化赋能少儿出版”,全国50余家出版机构社长、总编辑齐聚,共探这一议题。年会由中国出版协会少年儿童读物工作委员会、中国编辑学会少年儿童读物专业委员会主办,青岛出版社承办。中国出版协会少年儿童读物工作委员会主任,中国少年儿童新闻出版总社有限公司党委书记、董事长郭峰主持会议。

会上一系列“大动作”和交流探讨,释放彰显少儿出版发展的诸多新“信号”和重点议题,凝聚加快推进少儿出版数智发展的行业共识。

拥抱新技术,更要坚守精品出版

少儿出版“十五五”规划制定有两个关键点。“‘十四五’收官,谋划‘十五五’规划,‘十五五’怎么干确实有点茫然。”一位少儿社社长在会上提到。对于“十五五”规划,中国出版协会理事长郭书林在讲话中表示,抓好规划的制定,明确少儿出版的重大责任,是当前开展少儿出版工作的迫切任务。出版社要总结中外少儿出版繁荣的历史经验,找准少儿出版的定位,明确方向,制定重大项目;要认真研究信息技术革命,特别是人工智能发展态势下少儿出版的方向,抓住机遇,做好谋划。

数智化时代要培育新质生产力。中宣部出版局副局长杨芳指出,进入数智化时代,少儿出版社要培育新质生产力,探索未来发展路径,积极科技创新来实现少儿出版动力变革、动能转换。主要从以下四个方面着力:一是聚力焦点,构建精品内容,推动少儿出版提质增效;二是开拓亮点,顺应科技变革,加快少儿出版融合发展;三是疏通堵点,深化改革创新,优化少儿出版生态环境;四是筑牢支点,着眼持续发展,加强少儿出版队伍建设。

要增强阅读力,让好书成为孩子的良师益友。中国图书评论学会会长郭义强在发言中强调,要重视儿童阅读,聚焦少儿出版关键问题,培养孩子的爱国情怀和精神境界,同时增强阅读的推动力和吸引力,让好书成为孩子的良师益友。

一位少儿社总编辑在座谈交流时也谈到,编辑要学会新的玩法,更加贴合孩子的阅读偏好和需求,从图书内容组织者变成更懂孩子的AI体验设计师,挖掘需求、辅助创作,让AI成为生产的调度员,让AI为生产服务,通过技术让内容精准找到读者。

数智化转型要注意固本培元。“面对数智化转型的机遇挑战,要固本培元,坚持导向为先、内容为王、素养为基。”中国编辑学会会长郝振表示,少儿出版人要积极主动拥抱信息技术,积极研究和掌握AI在选题策划、遴选内容、精准营销、个性化阅读推荐等方面的应用能力;要加强出版业与科技、教育等行业的跨界合作,共同研发具有沉浸式、交互性等特点的数智化少儿读物和阅读服务平台,利用数字化手段,提供更精确、更便捷的个性化服务和增值内容。

行业合作促进信息互通、优势互补

会上,中国编辑学会少年儿童读物专业委员会主任、中国少年儿童新闻出版总社有限公司总编辑张晓楠在会上作了“两委”年度工作报告。

少儿出版的竞争激烈,是行业共识。全国500多家出版社,大部分都涉足少儿出版。据悉,近两年,版协少读工委、编辑学会少专委创新运行模式,面向非专业少儿出版单位开展扩容工作。两次扩容后,“两委”会员单位由36家增至55家,在少儿图书零售市场份额合计占比超60%。

中国出版协会常务副秘书长吴宝安主持的选举环节中,长江少年儿童出版社(集团)有限公司、青岛出版社有限公司、人民教育出版社有限公司和中信出版集团股份有限公司被新增补为“两委”副主任委员单位。值得注意的是,除长江集团外,其余三家均为非专业少儿社。此外,由中少总社牵头“两委”37家会员单位联手打造的“美丽中国·从家乡出发”(漫画版)丛书收获较好市场反响,“两委”已连续两年举办“少年儿童阅读短视频展演活动”,一系列动作也显示出构建信息互通、优势互补的行业生态的成效,为高质量发展筑牢组织基础。

发挥专家力量,规范行业发展。会上,中国出版协会副理事长兼秘书长王利明代表“两委”宣布,成立少儿出版阅评专家委员会,聘请中国少年儿童新闻出版总社有限公司原社长、总编辑海飞担任委员会主任,并宣读专家委员会名单。据悉,少儿出版阅评专家委员会将围绕精品好书推荐、典型案例研究、争议热点研究、舆论关注引

导等方向,开展阅评研判工作。

数智化探索潜藏问题更需警惕。主旨演讲环节,北京师范大学教授,华侨大学原党委常委、副校长万安伦提到,生成式人工智能对少儿出版业的颠覆性影响,涵盖优化选题选择、辅助内容创作、提高编辑质量、赋能图画设计、精准市场分析与市场营销全流程。他也总结了少儿出版AI应用可能存在的问题:一是意识形态问题;二是版权归属争议;三是儿童隐私保护问题;四是人文价值缺失风险问题。

多位出版社代表也在交流中提到,探索数智化的过程中,更需要强化精品内容挖掘和专业“把关”能力。例如,有少儿社负责人以AI插画创作应用碰到的问题举例,AI绘制的插图存在的问题和错误有时更隐蔽、更容易被忽略,需要出版人更加细心“把关”。而AI绘画产出的“机器味儿”太浓的作品,读者是不认可、不接受的,需要插画师、美编以专业审美能力不断探索、优化。

要“跳出”出版,创新服务模式

中国音像与数字出版协会常务副理事长、秘书长敖然在演讲中表示,在当下的转型期,我们下一个关注的角度或许需要跳出出版看出版,站在文化产业、创意产业的角度看出版,会使我们的视野更为开阔。百道网CEO、资深书业研究专家张磊(三石)在对全球五大少儿出版商数智化转型进行分析的基础上总结出数智化的趋势。提到出版商角色的演进,他认为,出版商作为可信赖的内容策展者、教育价值验证者和优质学习环境提供者的角色将更加重要。

江苏凤凰少年儿童出版社社长王泳波在以该社“小凤凰FM”为例分享“少儿有声读物的智能化开发与版权管理”时提到,融合出版既不是单纯地去纸质化去线下化,也不是一味地追赶技术热点,而是应该立足出版主业,探索未来发展路径,积极科技创新来实现少儿出版动力变革、动能转换。以打造优质IP为目标,多形态、全链路地构建融合出版模式。据悉,该社“小凤凰FM”目前注册用户数已达75万,总访问量突破2000万。这一轻量级少儿知识服务平台利用微信小程序轻量化特点,通过线上线下融合、多平台投放,软硬件结合,全媒体运营等模式,培养青少年健康的听读习惯和综合学习能力。该社依托“小凤凰”FM多赛道发力,除了联名耳机,联名款智能台灯也将在近期上市。

长江少年儿童出版社(集团)有限公司则尝试用数智化阅读服务模式来重塑儿童阅读链,策划了课外时光、少儿个性化数字阅读服务项目。长少集团党委书记、董事长何龙表示,该项目具有重构出版商业模式、重构出版的价值和功能、重构传统出版产业链等特点。据悉,依托该平台数智化阅读服务功能,长少集团将“整本书阅读”产品线与湖北省“5+2”课后服务项目相融合,短短2年时间内将“整本书阅读”项目运营成年销2亿码洋的产品线,而该平台用户量也达20.5万人次,累计收入6000万元。

青岛出版社相关负责人在交流发言中表示,该社打造的数智化产品“中华优秀传统文化少儿绘本大系”依托纸质书内容,开发触点绘本、AI在线阅读平台、绘本动画、电视节目等200多项衍生产品。

案例

电子书和有声产品市场份额越来越大

■王春晨(中国少年儿童新闻出版总社国际合作部版权经理)

图书版权输出和引进是中国少年儿童新闻出版总社海外合作的主要模式,近年来我们也在不断创新和我国港澳台地区、海外地区的交流与合作路径。比如,2022年与香港联合电子签订了283册图书的电子书、有声书、有声书版权合作。香港联合电子是香港联合出版旗下唯一一家数字出版公司,大部分数字产品通过其公司“知书”平台发放。另外,对方还利用强大的渠道经营To B和To C业务。目前,中少总社2022年签订的283册图书已通过香港联合电子出版繁体中文电子书和有声书,并在香港、澳门及其他海外地区线上发行。

我们还与上海新闻出版发展有限公司合作开发中国原创图画书有声书,中少总社优秀图画书《雨伞树》《布谷鸟的四季歌》《三个和尚》《长发妹》《小鲤鱼跳龙门》均已出版中英双语纸质书和有声书,每年都有海外版权结算。

我们在2021年和俄罗斯AST出版集团达成儿童文学图书输出合作,中少总社“神秘的快递家族”“白鱼记”“紫雾之谜”等优秀原创儿童文学输出到俄罗斯,目前已全部出版。其中“白鱼记”已实现重印和再版,成为AST出版集团畅销品牌,“白鱼记”电子书和有声书在俄罗斯也受到读者追捧,俄罗斯出版社目前考虑增加该系列的其他周边产品及文创,这就是图书版权输出带动数字和文创产品的合作开发案例。

随着数字化时代、人工智能技术的发展,电子和有声



产品在市场上占据份额越来越大。虽然还无法代替纸质书的地位,但作为国际版权从业者,要时刻保持对海外同行市场发展的敏感,第一时间捕捉到国外数字市场的发展趋势。近两年去海外参加国际书展,比如伦敦书展、法兰克福书展、博洛尼亚童书展等全世界知名的国际综合性和专业性书展,行业最新资讯和内容铺天盖地,大量的信息与目前世界同行都比较关心的话题有关,比如AI、地缘政治、阅读方式的变革、儿童阅读权利等等。所以,我们要关心这些话题。国际合作是一个非常大的概念和框架,今后的发展不是仅限于版权或者单个领域的合作,而是全方位的、更为广阔的合作,AI只是一个层面,现在也有很多人在研究AI与出版业的发展,声音各不相同。企鹅兰登、阿歇特出版集团这些世界大型出版集团在电子和有声书方面的尝试也值得借鉴。比如今年伦敦书展上,这些大出版集团分享了很多关于数字出版的行业信息。目前它们的数字出版市场主要集中在欧美国家,它们也有部分的研究关注东亚、阿拉伯地区、南美地区的出版市场,数据比较可靠。

目前,我们能接触到的AI,大部分作为工具应用到出版业中,能预测到AI有很大的发展空间和潜能。版权人员是站在前沿,用第一视角去观察国际市场的,因此,我们不能局限于现有的合作资源,应该积极去推动这些可能存在的合作机会。

(上接第38版)

近两年,少年儿童出版社(以下简称“上少社”)的版权业务范围与工作模式实际上并没有太大变化,不过日常工作事务中借助AI部分功能进行工作流程优化和内容拓展的频率有所上升。外语种的翻译与校对等方面,AI的应用能够在一定程度上提供参考,进一步提升工作效率。

版权引进年均数量下降,输出数量波动上升。近年来,上少社图书版权引进年均数量有所下降,整体以畅销品种续约为主,获奖新书为辅,图书类别集中在低幼绘本与儿童文学。其中,比较有代表性的是“小可爱安娜”系列。

这套由比利时超人气插画师创作、适合3~6岁学龄前儿童与家长一起亲子共读的生活类图画书,传达了一种培养孩子独立性、反内卷的教育理念。该套书不仅在法国畅销多年,进入中国市场后也赢得许多儿童与家长们的喜爱与支持,在小红书等社群平台均获得较高评价,体现了先进教育理念能够跨越语言隔阂与文化背景差异,在全世界范围内产生共鸣。

图书版权输出方面,上少社近年输出数量呈波动上升趋势,涵盖文学、历史、科普等多个领域。目前,输出地域以“一带一路”相关国家和地区为主,并在维护原有合作关系的基础上不断开辟新的输出渠道。其中,比较有代表性的输出图书是“第一次遇见科学”绘本系列(越南文版)。作为上少社经典图书品牌“十万个为什么”旗下子品牌,“第一次遇见科学”绘本系列以原创图画书方式,为3~6岁儿童提供具备认知科学内容的科学内容,注重培养儿童科学思维。这套书由上少社授权越南最大的专业少年儿童出版社——金童出版社出版后,短短1年内就因销售情况良好重印,目前总发行量已达4万册。这体现了越南市场与读者对少儿科普图书的需求,也进一步丰富了上少社“十万个为什么”品牌在越南的发展。

数字版权合作成果丰硕,有项目合作持续超10年。上少社在数字版权方面也投入较多。经过多年努力,上少社与日本卡西欧计算机株式会社、美国OverDrive、美国Baker & Taylor、加拿大Rakuten Kobo Inc等公司建立了稳定的长期合作关系。目前,已通过多家合作公司以及多种分销渠道将《上下五千年》《十万个为什么》等近300种经典图书的电子书授权至海外,不断为世界各地的读者提供中国原创童书精品。

早在2014年,上少社就与日本卡西欧计算机株式会社建立起数字版权合作关系。当时,日本卡西欧计算机株式会社对上少社的经典品牌图书《最新版上下五千年》非常感兴趣,主动联系并表达了长期合作的意愿。双方达成共识后,快速推进了《最新版上下五千年》电子书辞典形式的开发与应用。这一合作项目至今已持续超过10年,成为上少社建立、维护和发展对外数字版权合作的基石,为上少社在推进多元合作方面提供了经验。

梳理实践经验,主要包括三方面。一是要精心挑选原创出版物,为多元合作提供优质内容储备。二是要立足读者真实需求,选择合适的产品与专业的合作对象。三是要观察市场趋势,注重规划。

积极拥抱新技术的同时,要注意多重影响。全球经济下行趋势明显,科技不断创新,当下中外交流现状较为复杂。未来发展趋势也难以预估。在这样的前提下,出版机构应当坚持以开放的原则进行对外交流与合作,以真诚的态度建立、维护、发展对外合作关系,以慎重的规划进行对外合作布局以及范围拓展,抓住机遇,迎接挑战。

作为版权工作者,在积极拥抱新技术的同时,还应注意新技术带来的多重影响。在业务工作中应用AI时,应当注意各类资源的版权管理和保护,避免产生争议。在多元版权资源开发与运营过程中,除了各类资源的版权管理和保护以外,还应当注意加强对作者、读者个人权益的保护,遵守与AI、数字版权等相关法律法规。

同时,版权工作者要在把握好自身工作方向的基础上,积极响应国家政策,关注国际形势,加强对新技术相关知识的学习与掌握。此外,要不断提升自身的专业技能,加强不同方面的专业素养,进一步拓展国际视野。

以开放原则 慎重规划布局 对外交流合作

■周涵(少年儿童出版社版权经理)