

数智化时代出版行业知识服务平台建设运营探析——以“学习强国”平台为例

■安 静

数字阅读市场的快速扩张,使纸质图书市场份额不断萎缩,用户阅读习惯和知识获取方式发生深刻变化。据统计,2023年中国数字出版产业规模达1.6万亿元,同比增长19.08%,显示出数字出版领域巨大的市场潜力和用户对数字化知识服务的强烈需求。与此同时,相关政策推动出版业加快融合发展,鼓励出版社利用现代信息技术创新知识服务模式,建设专业化、特色化的知识服务平台。

何为知识服务平台

知识服务理论经历了从传统图书馆学的文献服务到现代信息科学的知识服务的范式转换,核心理念从“以文献为中心”逐渐转向“以用户为中心”。

在互联网环境下,知识服务平台已成为大众常用工具。查找学术资料、下载论文时,“中国知网”“万方”是主要选择;分享见解、获取知识时,“知乎”“得到”被广泛使用。这些平台兼具社会属性与商业属性,均形成了稳定的用户群体。

“知识服务平台”作为正式术语不足10年。2016年《管理科学技术名词》首次收录该概念,定义为利用现代信息技术和网络技术搭建的知识服务工具系统。数智化时代,知识服务平台呈现“数据驱动、智能交互、生态协同”的新特征,其核心是构建了“资源—技术—需求”三维模型,强调知识资源数字化、技术智能化应用及与用户需求的精准匹配。

数智化时代的工会知识服务平台

在数智化浪潮的推动下,出版行业正经历着深刻的变革。从“纸数联动”迈向生态构建,知识服务平台成为出版机构实现从内容提供向知识服务转型、提升核心竞争力的必然选择。中国工人出版社秉持“纸数融合,数字优先”的发展方向,为此持续投入人力、物力和财力,推出面向不同对象的专业知识服务平台。

2014年,全国工会电子职工书屋上线运营,为亿万职工提供线上阅读服务;2020年,技能强国平台上线运营,全方位为职工提供技术技能的数字学习服务;2021年,学习强国平台上线运营,为全国工会干部和工会组织提供数字知识服务;2023年,正式承担全国工会干部教育培训网的运营工作,进入为中国工会提供全域全系统知识服务的新时期;2024年,全面启动中国工会内容数字资源库建设,成为全国工会建设人工智能应用系统的重要语料底座。

基于实践,笔者认为,工会知识服务平台,是指工会组织以提升广大职工、工会会员和工会干部的思想素质、技术能力和业务水平为目标任务,以聚集和生产具有工会特色的数字资源内容为基础特征,以数字化、集成化、智能化为发展模式,以信息技术和网络技术为建设底层支撑,综合构建形成的知识服务系统。

工会知识服务平台的属性

工会知识服务平台的核心要素为“知识”(即“内容”),服务对象涵盖需要获取相关知识的职工、会员及工会干部,其功能是通过知识内容提供知识学习和知识应用,为学习者赋能强基。

工会知识服务平台的属性可从以下三方面界定:

内容个性化 平台在整合海量公共知识内容资源的基础上,更以独家知识内容资源的生产与发布为核心竞争力。此类独家资源构成平台区别于其他知识服务载体的

显著标识。

服务全公开 平台不对学习者设立身份门槛或收费门槛,而是为绝大多数有兴趣了解知识内容的用户提供免费服务,促进知识普惠共享。

发展可持续 平台以长期化知识服务为导向,聚焦学习者全劳动生涯的学习轨迹记录与素养提升,建立动态化内容更新机制,根据用户需求变化持续迭代知识资源体系。

上述属性使平台成为链接知识供给侧与需求侧的关键枢纽,通过精准化、高效化、个性化的知识服务,构建适配用户多元需求的学习生态。

工会知识服务平台的特点

相较而言,工会知识服务平台起步较晚,数量较少,但目标清晰、定位准确,“工”字特色鲜明,主要体现在以下特点:

作用独特 工会知识服务平台的作用,一是思想政治引领,二是技术技能提升,三是工会业务学习。

对象精准 工会知识服务平台的对象,一是广大职工和工会会员,二是产业工人和技术工人,三是专兼职工会干部。

内容原创 工会知识服务平台的内容,既包含源于生产一线的工艺技法和创新方法,也涵盖“know-how”短视频、工匠大师课程、技术技能课程和网上练兵题库,同时紧扣工会工作重点,通过知识体系化、资源数据化、业务专题化,形成体系化的工会业务学习资源。

“学习强国”平台建设运营实践

“学习强国”平台是面向专兼职工会干部的知识服务平台,截至目前,注册用户超过370万。笔者在参与“学习强国”平台建设运营过程中认识到,传统出版社打造数字化知识服务平台,需遵循线上线下融合的工作新逻辑,实现以下三方面的互为支撑与依托:传递知识、关注数据、创设场景。

传递知识——做好内容资源供给优化

传递知识,即通过互联网运营手段,向工会干部传递提升自身素质的知识内容。专业知识服务平台内容的优质性与稀缺性,可持续优化平台知识结构,增强价值生命力,进而实现流量的持久沉淀、用户价值的持续提升及增长稳定性的强化。

中国工人出版社凭借76年积淀的工会领域内容资源与专业化内容生产团队,通过生产专业垂直数字化内容吸引新用户,依靠优质稀缺内容留存用户。“学习强国”平台首次独家将29年《中国工会年鉴》及工会教材加工为3万余条知识条目,经专业编辑与技术团队协作,通过碎片化处理、校验、标注、关联、可视化等手段,对内容数据进行多维度精细加工与专业编注,形成内容数字资源库,便于工会干部检索使用。同时,围绕工会工作重点及工会干部日常学习中的焦点、难点、痛点问题,突出及时性与时效性,第一时间推出“习近平关于工人阶级和工会工作论述摘编学习平台”“中国工会历次代表(劳动)大会文献资料专区”“人工智能与工会应

用学习平台”等不同知识主题专区,精准赋能工会干部线上学习。

关注数据——做好供需高效精准匹配

关注数据,即从工会知识服务平台的海量数据中,明确提升工会干部素质的方向与手段。“学习强国”平台基于用户检索记录与行为数据,构建精细化的用户知识学习数据画像,通过多维度采集与分析,详细记录用户的知识浏览情况,包括具体浏览内容、停留时长,以及答题反馈,如在不同规模题量(100题或1000题)中具体答错的题目等,实现数据的全面、完整汇总。平台推出的《职工代表大会操作指引》答题竞赛,吸引130余万工会干部及职工代表参与并获取证书;全国工会财务知识竞赛参与人次达72万。这些数据的深度与广度,为提升工会干部素质工作的方向与策略调整提供依据。

此外,平台通过产品底层的知识组织与技术方法,实现需求与供给的精准高效匹配。平台既采用传统关键词索引技术,又借助知识体系与知识图谱,构建了思想政治、工会工作、工运历史、劳动关系、综合素质5个一级门类及30多个二级门类的工会知识体系,优化底层组织算法。

创设场景——做好用户活跃度提升

创设场景,即让工会干部素质提升过程更生动有趣。线上素质提升本质是学习过程,唯有赋予知识学习更多获得感,才能实现用户从“要我学”到“我想学”的转变。

“学习强国”平台通过设置“知”“学”“考”“用”四大板块,以工作场景和学习应用场景定位,来解决获取知识的需求,同时设置积分体系,学习者可在积分商城中进行产品兑换,推动学习向多向互动转化。

“知”板块通过资讯与专题形式,为工会干部提供高关注度与实用性的信息知识;“学”板块提供百余门形式、时长多样的精品课程,并设班级培训功能,形成“学考管”闭环;“考”板块通过每日答题、答题闯关、专项测验、在线考试等形式,供学习者自主检验学习效果;“用”板块整合各类工作模板形成内容数字资源库,便于工会干部检索使用。

平台还通过开展“云直播”“云观摩”“云课堂”“云专区”“云轮训”“云互动”“云闯关”“云竞赛”等活动,凸显群众性、公益性与服务性,助力各级工会组织工会干部积极参与。例如,在DeepSeek引发关注时,平台及时推出“‘云游’元宇宙AIGC应用中心”活动,各级工会干部可通过手机端或PC端,沉浸式体验元宇宙AIGC应用中心场景,通过参观、交流、体验、互动,实现云端赋能。

综上,数智化时代的知识服务平台建设需以用户需求为核心,依托技术赋能实现资源的精准匹配与高效利用,同时通过多场景设计拓展价值空间。这一过程中,内容是出版社生存发展的核心根基,决定着知识服务的深度与厚度;创新是转型突破的动力源泉,驱动着技术应用与模式变革的持续迭代;服务是生产经营的赋能引擎,通过精准对接用户需求提升资源转化效率与价值创造能力。三者相辅相成,共同构建数智化时代出版社的核心竞争力。

(作者单位:中国工人出版社)

填补中国书法分体史研究空白

关键词 书法史 书体 教学

分体史”,则以全新的视野,别出心裁地重构了5种书体的演变关系及中国书法史叙事的新模式和新语境,开启了分书体探讨和诠释中国书法史的新大门,填补了中国书法史叙事模式与叙事语境的历史空白。它最大的特点是按照篆书、隶书、草书、楷书、行书等5种书体分为5卷,每卷均单独论述一种书体的发生、发展和演变过程,这是深入认识书法史必须面对的核心课题。

以往的书法史研究,往往侧重于对书法家生平事迹、作品创作背景、社会关系等方面问题的发掘与梳理。而《中国书法分体史》则突破陈规,将研究的视线转移到书体与历史、书写文化与理论建构的角度上来,不再仅仅停留在对文献的整理与叙述上,而是深入探究书体之间内在的独立性与关联性问题,这无疑是一次极具开创性的理论实验。

《中国书法分体史》在强调书体独立性的基础上,更加重视各书体的独特艺术特征与发展脉络。该套书细致入微地剖析了不同书体在笔法、结构、章法等形式层面的独特之处,让读者清晰地领略到书法这门独立艺术的魅力,同时在书体的关联性方面也体

现出深刻的洞见:它揭示了书体之间相互影响、促进和前后相承的内在联系;通过对大量代表作品的分析与对比,生动地展现了书体之间微妙而紧密的关系。

另外,《中国书法分体史》为书法学习者提供了清晰的学习思路。它让学习者不再盲目临摹,而是能够从宏观上把握书体的演变规律,理解不同书体之间的内在联系,从而有针对性地选择学习路径。在书法教学领域,该书也是不可多得的范本,它所采用的集中讨论和分类叙述的方式,便于教师系统讲解书法知识,引导学生深入探究书体之间的独立性与关联性问题。

对于书法史研究及书体问题的深入探讨,这套书提供了更高的起始点,启发更多的学者从新的视角去审视书法史,并由此提出更多问题,发掘更深层次的内涵与价值。

总之,《中国书法分体史》以其全新的视角和方法,在书法史研究领域独树一帜,对书法学习者、教学者和研究者,都有着不可估量的启迪意义和实用价值,必将推动书法艺术在新时代的创造性转化与创新性发展中迈向新的高度。

(作者单位:北京印刷学院)

出版行业沉淀着数百年的行业智慧,其中一些智慧在今天又焕发新生,特装本众筹便是典型一例。西方在17~18世纪出现“订阅制”,通过预购订单确定印刷量。例如,意大利出版商德罗西(Domenico De’Rossi)曾用此方式出版法国皇室收藏图录。中国明末胡正言制作《十竹斋笺谱》时,也通过文人圈层定向传播、限量装帧分级等方式实现“先筹后制”。如今,互联网技术为这一传统模式注入新活力,让高成本的艺术画册、经典复刻等小众出版物突破商业壁垒,也让读者从被动消费者转变为出版过程的主动参与者。特装本众筹正悄然成为当代图书市场的一道独特风景。

特装本众筹的三把金钥匙

■施帽玮

特装本众筹是一种以特殊装帧设计为核心卖点的新型出版模式,通过互联网平台聚合读者力量。出版方在平台上发起项目,设定筹资目标,并提供不同档位的专属权益,如签名本、限定版本、藏书票等,吸引读者预付资金支持。当资金达到设定目标后,项目才正式启动印制并完成交付。

在众多特装本众筹项目中,能够脱颖而出的往往可归为三种类型:经典主题、垂直领域和流行裂变。这三种类型就像三把金钥匙,既传承了出版行业的传统经验,又充分适应了互联网时代的新需求,有效解决了小众出版项目面临的“如何吸引读者、如何筹集资金、如何扩大影响”等难题,推动特装本众筹从一个小众领域,逐渐发展成为图书市场的热门现象。深入剖析这三种类型,可以更清晰地理解它们在特装本众筹成功中的核心作用。

经典主题

经典主题所蕴含的深厚文化底蕴,是特装本众筹项目的坚强后盾,它通过唤起人们的集体记忆和情感共鸣,为项目提供了强大支持。例如,四大名著和《浮士德》《小王子》等经典文学作品,在众筹市场屡创佳绩。这类图书成功的秘诀在于将经典内容与创新装帧相结合,既传承了经典的魅力,又赋予了其新的生命力。

以《红楼梦》为例,“天作红楼”众筹项目由巴蜀书社、文轩在线、青岛出版社三家联合发起。凭借《红楼梦》的经典IP魅力,该项目吸引了3000余位读者支持,筹集资金达445万元。经典文本本身历经时间考验,承载着几代人的阅读记忆和文化认同,成为读者心中的“文化符号”。项目团队深入研究各抄本,创新性地构建了混合底本体系,兼顾脂批的丰富性与文本的完整性。这既是对经典的敬畏与传承,也是基于学术研究的创新突破。在装帧设计上,团队更是精雕细琢。从封面到刷边,每一处细节都历经多轮打磨,通过特殊材质和独特工艺将经典故事视觉化,极大激发了读者的收藏欲望。例如,封面采用定制的丝绸材质,内页采用手工宣纸,刷边则采用金色或银色的特殊工艺,使整本书不仅是一部文学作品,更是一件艺术品。

此外,《哈利·波特》《三体》《盗墓笔记》等头部IP,凭借强大的粉丝基础和情感共鸣,为众筹成功提供了有力保障。这些经典IP早已形成了成熟的粉丝社群,粉丝对其世界观和角色充满热爱与归属感。特装本的推出,不仅是对粉丝情怀的精准回应,更是让他们能够以更具仪式感和收藏价值的方式,继续与经典IP的情感联结。例如《哈利·波特》的特装本众筹项目,通过限量编号、定制封面材质和藏书票等设计,让粉丝们感受到了与众不同的收藏体验。

经典主题在当代语境下,通过创新形式焕发出新的活力。这些项目不仅让经典作品以全新的面貌呈现给读者,还通过众筹的方式,让读者从被动的消费者转变为出版过程的主动参与者,进一步增强了读者与经典作品之间的情感联结。

垂直领域

在特装本众筹的舞台上,垂直领域的深度精研扮演着举足轻重的角色,它不仅精准地满足了小众群体的专业追求,更为特定领域的爱好者提供了深度探索的机会。在摩点平台的TOP250出版众筹项目中,这类项目占据了约三分之一的席位。艺术、人文、社科等垂直领域的典藏级图书,通过极致的视觉呈现与专业内容的深度挖掘,赢得了市场的高度认可。以《中国佛教美学典藏》特装本众筹项目为例,

该项目涵盖了佛教绘画、造像、书法、建筑四大领域,具有极高的学术深度与艺术价值。2023年,佛教绘画部首次众筹金额达53.7万元;2024年,佛教造像部以83.4万元位列摩点出版类年度金额榜第8名。在信息爆炸的时代,大众阅读市场日益细分,垂直领域的小众需求亟待满足。这类图书针对特定兴趣群体,以专业、深入的内容为核心,通过精准的选题切入,解决了专业读者无“好书”可读的痛点。项目方在纸张、装帧工艺等方面精挑细选,例如采用高精度印刷还原佛教壁画的色彩层次,运用特殊材质模拟造像质感,极致呈现佛教美学韵味。《敦煌》《千里江山图》等艺术类图书,借助高清图、特殊印刷工艺等优势,将艺术作品的细节完美呈现,满足了读者对艺术收藏的需求。

垂直领域的深度精研,不仅为小众文化爱好者提供了高品质的阅读与收藏载体,也推动了特定领域文化的传承与发展。通过特装本众筹,这些专业内容以更具吸引力的方式触达受众,使小众文化得以在更广泛的范围内传播。例如,《中国佛教美学典藏》不仅为佛教艺术研究者提供了珍贵的参考资料,也为普通读者提供了深入了解佛教教学的机会。这种深度精研的出版模式,不仅满足了专业读者的需求,也激发了普通读者对小众文化的兴趣,为文化的传承与发展注入了新的活力。

流行裂变

在特装本众筹的成功要素中,流行裂变的传播逻辑至关重要。在互联网时代,流量意味着关注度和传播力,特装本众筹正是抓住了这一特点,通过捕捉热门文化现象开发图书产品,借助社交媒体和粉丝社群等渠道,利用用户的“分享欲”和“社交货币”心理,形成口碑传播与二次传播效应,极大地拓展了项目的影响力范围。

影视IP衍生图书是流行裂变的典型代表。像《陈情令》《雄狮少年》等热门影视作品,本身就拥有庞大的粉丝群体。项目方推出相关图书时,结合精准选题和特色装帧,激发粉丝购买欲。粉丝出于对影视内容的喜爱,不仅愿意为衍生图书买单,还会主动在社交平台分享,形成口碑传播。这种基于粉丝经济的模式,既满足了粉丝对IP的延伸需求,又扩大了项目影响力。

创新互动类图书以故宫解谜书系列为代表,通过将书籍与解谜游戏结合,创造出全新阅读体验。读者在解谜过程中获得沉浸式乐趣,完成后更愿意在社交平台分享成果,这种分享行为自然成为项目的免费宣传。故宫解谜书系列三作累计筹款近4000万元,正是利用读者的分享欲和好奇心,实现了流量转化与项目推广双赢。

跨界融合项目如《打开圆明园》《大唐长安》等立体书系列,将传统出版与纸艺工程结合,用立体纸艺技术把平面书籍变为三维视觉奇观。独特的视觉效果让读者眼前一亮,不少人会在社交平台展示众筹所得的立体书,吸引更多人关注。13种立体书作品共筹得2337万元,正是通过这种口碑传播,让项目影响力不断扩大,实现传播与收益的双重成功。

综上所述,经典主题的文化底蕴、垂直领域的深度精研和流行裂变的传播逻辑,如同三把金钥匙。文化底蕴这把金钥匙,开启了经典IP的情感共鸣之门;深度精研这把金钥匙,解锁了垂直领域的专业价值;传播逻辑这把金钥匙,启动了流行裂变的引擎。这三把金钥匙共同作用,不仅为特装本众筹开辟了小众出版的商业新路,更在文化传承与阅读体验上,为出版行业的创新发展指明了方向。