

加速AI应用 提升学习体验

——从2024年报看全球教育出版新趋势

■中国出版传媒商报记者 渠竞帆

培生集团:将AI深度融入各业务板块

培生集团发布的2024年初步年报显示,2024年,培生集团基础销售额同比增长3%至35.52亿英镑,调整后基础营业利润同比增长10%至6亿英镑,利润率从15.6%扩大到16.9%,主要得益于销售增长和成本效率提升。现金转化率增加26个百分点至117%,主要得益于将AI应用于所有产品及服务,在高教课件中增强及扩大生成式AI工具使用,在英语学习和虚拟学习板块推出新的AI工具。

2024年,培生通过与亚马逊的云计算服务AWS建立新的战略合作伙伴关系,进一步推动企业发展势头;拓展培生专业认证业务(VUE)与AWS之间的合作;扩展AWS云基础设施和AI能力,以进一步增强和拓展培生的学习产品和服务;开展联合市场活动,推动一系列学习体验业务增长。

2024年年初上任的CEO奥马尔·阿博什(Omar Abbosh),正带领培生将AI深度融入各项业务板块中。如在评估与资格认证板块,培生在考试练习助手(Exam Practice Assistant)业务中开发了新的AI功能,帮助学生备考GCSE;将AI学习工具融入内容中,为学生提供帮助;面向教师推出AI生成的自定义评估功能,将教师创建评估所需时间减少了一半。在高等教育板块,培生为学生推出由专业创建、AI支持的学习工具,为教育工作者推出AI MyLab和Mastering教育工具。在整个集团层面,培生部署AI驱动的代码,以便更快开发和部署代码。培生还采取各种数据及分析AI解决方案,便于在各财务职能部门更好地作出以数据为导向的决策。

2024年,培生在数据、内容交付和产品研发方面取得新进展。如推动AI等创新技术在培生学习体验中的应用,以及聚焦于市场化战略,在培生的业务发展中形成良好势头。

培生的五大板块包括评估与资格认证、英语学习、职业技能、虚拟学习和高等教育。评估与资格认证板块收入同比增长3%至15.91亿英镑,在培生集团的收入占比接近45%。其中,VUE业务收入增长3%,通过广泛的测试中心网络和灵活的交付方式为各行业提供规模化测试服务,同时满足劳动力再培训和专业认证的关键需求,为专业发展奠定基础。2024年VUE业务合同续签率达99%。美国学生评估、临床评估、英国和国际学术资格认证业务收入分别增长1%、4%和8%。2025年,在该业务板块,除了继续专注续签和拓新,培生还将关注新的增长机会,包括将备考能力变现、拓展相邻及国际市场、AI评分和监

成立:业务优化创新带动利润增长

约翰威立出版公司发布的2025财年(截至2025年4月30日)年报显示,该集团销售收入下滑10.4%,营业利润有机增长3%。

经过一年多的资产剥离、重组,威立2025财年的营业利润从2024财年的5230万美元跃升至2.21亿美元。这主要是因为2024财年威立因转型承担了1.71亿美元的一次性费用,而2025财年的一次性费用仅为2560万美元。总销售收入同比下降10.4%至16.8亿美元,但剔除剥离业务的收入后,营业收入增长3%。

本财年威立有两大亮点。一是持续多年的业务优化和创新正在为盈利、利润率和现金增长带来实质性收益。二是过去两年威立积极寻求与AI公司建立合作,为其带来新增收入。在2025财年第四季度(2025年2~4月),威立与第三家科技公司签署了价值1800万美元的AI许可协议,2025财年AI许可收入为4000万美元,较2024财年增加1700万美元。

威立集团的核心业务分为学习和研究两大板块。学习板块销售收入增长2%至5.85亿美元,调整后息税折旧摊销前利润增长9%至2.19亿美元,利润率增长250个百分点至37.4%。该板块的增长一方面得益于将AI收入计入其中,另一方面得益于学习板块旗下学术业务的增长,学术业务收入增长3%至3.34亿美元。学术业务增长的主要原因是威立的“费用全包访问”和数字课件均有强劲需求。学习板块旗下专业业务销售收入持平,为2.51亿美元,威立公司分析认为,零售市场疲软影响了专业业务的销售收入。

研究板块销售收入增长3%至10.76亿美元,调整后息税折旧摊销前利润增长4%~5%,利润率增长30个百分点至32.1%。其中,期刊出版收入增长3%至9.23亿美元,解决方案收入增长2%至1.53亿美元。该板块的增长主要得益于出版和解决方案业务增长,投稿量增加19%,发稿量增加8%。

随着重组业务的完成,预计2026财年(截至2026年4月30日)威立总营收将增长2.6%至16.7亿美元,调整后息税折旧摊销前利润将从2025财年的22.8%增至24%。预计研究板块期刊续订业务将有强劲需求,学习板块将有稳定发展,AI业务拓展将形成用户对威立内容和数据的持续需求,但与科技公司达成的AI协议将抵消2026财年的部分收入增长,因此无法像2025财年一样有4000万美元入账。

考、美国学生评估中的形成性评估,以及临床评估中的数字产品拓展。

英语学习板块收入同比增长8%至4.20亿英镑。虽然政策收紧、市场环境严峻,但英语考试业务(Pearson Test of English,简称PTE)依旧表现良好。此外,在线自学业务Mondly的付费订阅量同比增加14%。培生将继续扩大英语学习业务市场、增强AI产品、加强英语能力测评。2024年,该板块在加拿大推出新的考试产品PTE Core,满足移民的需求。在巴西,得益于新的线上业务和政府合作项目,Wizard by Pearson公司收入增长。英语学习板块开发了两款新的AI产品,其中,“智能课程生成器”(Smart Lesson Generator)利用生成式AI技术和培生的IP,通过创建定制的课程内容和活动简化教师工作、节省时间;“数字语言辅导”(Digital Language Tutor)则帮助企业提高英语水平,该工具可以提供高度真实的个性化培训,已在一些企业成功试点。2025年,该板块将继续运用AI等技术加强学习与评估,尤其关注重点地区的增长。

职业技能板块收入同比增长6%至2.26亿英镑,这主要得益于由职业资格和职业解决方案双增长。在职业解决方案中,2022年以2亿美元收购的在线语言学习应用Credly,其企业客户的净留存率升至91%。培生与ServiceNow签署协议,以加强AI时代的劳动力发展和员工体验。培生还与微软和AWS

圣智集团:形成差异化优势

圣智集团发布的2025财年(截至2025年3月31日)年报显示,总营收同比下降4%至14.78亿美元,调整后息税折旧及摊销前利润(Adjusted EBITDA)同比下降2%至4.72亿美元。

圣智通过提供差异化产品和服务,满足全球数百万学习者的需求。这一市场战略得益于在不同业务间实现的平衡——共享内容、平台、支持服务、产品、客户洞察力和最佳实践,从而在市场上保持领先地位。

圣智持续聚焦三大战略重点,致力于帮助学习者通过教育获得有意义的工作并过上自主选择的生活。

第一大战略是快速扩大以就业为导向的教育产品线,以满足职业导向的学习日益增长的需求。这将是未来10年最具增长潜力的领域。圣智正在投资于拓展Cengage Work产品线业务,主要通过扩展ed2go平台,尤其是关注新商业模式支持下的专职医疗领域的职业。主要应用于5个方面:通过Infosec提供网络安全职业培训,通过Ready to Hire为雇主提供热门岗位认证培训,通过中学教育中的职业与技术教育课程(CTE)帮助学习者找到有意义的工作,以及通过英语学习产品(ELT)实现全球范围内的职业转换,通过不同渠道实现在线培训规模化,帮助学习者提升技能并实现就业。

第二大战略是推动各板块采用数字技术,为客户提供优质的学习体验。2025财年,圣智数字产品销售收入占比达76%,其中ELT产品数字收入增长28%。在美国高教市场,数字产品收入大幅增长,这得益于从纸质教材向数字教材转变,通过机构团购进行销售,关注学生的价格承受力、差异化产品和“无限服务”(Cengage Unlimited)、“费用全包访问”

(亚马逊云科技)建立进一步战略合作,支持AI技能提升。从2025年1月起,职业技能板块更名为企业学习和技能板块。

虚拟学习板块收入同比下降4%至4.89亿英镑,调整后营业利润同比下降9%。该板块扩大了职业和大学准备课程规模,加强了课程设置;推行新的门户网站,将平均注册时间缩短一半,推动了注册人数的增长。由于培生在2023年上半年出售了“培生在线学习服务”(Pearson Online Learning Services),因此收入下降。合作学校业务收入同比下降1%,收入占比约96%;学区合作业务收入占比约3%。培生预计,得益于新学校开设和运营上的变化,2025/26学年入学人数将增加。该板块将扩大职业和大学准备课程规模,并继续提高入学率。

高教板块受美国AI学习工具拓展的引领回到增长轨道,收入增至8.26亿英镑,eText、MyLab、Mastering、Revel等平台使用率增加。2025年,高教板块将继续专注于扩大AI增强型产品的规模,赢得更大市场份额,并扩大在中学教育领域的布局,通过持续的产品创新为学习者和教师提供更有价值的内容和服务。

2025年,培生布局三大战略重点:实现销售增长、调整后营业利润和现金流达到预期;继续在学习和评估平台应用生成式AI等新技术;在企业客户细分市场数字销售业务收入占比达91%。“无限服务”“费用全包访问”的销售收入5年间增长32%,2025财年此项收入占比高达45%。

第三大战略重点是利用业务组合的协同效应,提升运营效率和规模。圣智通过共享技术、内容和分销平台为其长期增长和保持竞争优势奠定了基础。在美国高教业务数字化成功转型的基础上,向其他英语市场推广内容、功能和学习方面的成熟经验。中学教育业务则聚焦就业和大学课程准备环节以及提供学习解决方案,帮助中学生更好应对继续读书或工作等不同挑战。圣智积极推动经营模式的规模化,优化产品研发、支持功能、技术平台和全球供应链,包括加大内部管理外包的力度。

以三大战略为背景,圣智的业务分为三大核心业务。一是服务美国高校和国际高校、中学三个领域的教材业务,即Cengage Academic。这使圣智能够更快提供高质量的数字产品,同时大大降低了业务的复杂性。二是服务于劳动力技能市场的Cengage Work。这正成为圣智更重要、更有价值的业务之一。该业务中ed2go和Infosec业务通过平衡不同产品的关系、内容和数据推动未来的增长。三是由研究、ELT和其他业务(澳大利亚K-12和Milady)组成的Cengage Select。该精选业务服务于不同的特定市场和客户。这三大战略重点及三大核心业务相互协同,助力学习者做好职业准备,也助力圣智在大学和职业学习赛道保持领先地位。

●BIBF活动看板

第16届中国图书馆馆长与国际出版社高层对话论坛在京举行

中国出版传媒商报讯 6月19日,由中国图书进出口(集团)有限公司、中国科学院文献情报中心、国家科技图书文献中心联合主办的第16届中国图书馆馆长与国际出版社高层对话论坛在京举行。本届论坛以“技术融合·权益共生:AI与开放科学时代下图书馆与出版社的新实践”为主题,聚焦开放科学与人工智能(AI)技术深度融合背景下全球知识服务生态体系的深刻变革,旨在探讨构建更加开放、智能、可持续发展的知识服务新生态路径,推动跨界合作、知识传播和价值共赢。来自国内外各类型图书馆和出版社的负责人、代表200余人齐聚论坛。

中国出版集团有限公司党组成员、中国出版传媒股份有限公司董事、副总经理张纪臣,国家科技图书文献中心副主任李普,中国科学院文献情报中心主任

西南财大社联袂施普林格·自然

中国出版传媒商报讯 6月18日,西南财经大学出版社携手施普林格·自然旗下帕尔格雷夫·麦克米伦、北京慧澜国际文化传播有限公司在BIBF展场举行《中国蜀道史》英文版战略合作签约仪式。

西南财大社社长冯卫东、施普林格·自然全球图书负责人及执行副总裁汤恩平、北京慧澜国际文化传播有限公司总经理陈旭代表三方签订战略合作协议。

中共四川省委宣传部副部长孟华在致辞时指出,



刘细文代表主办方分别致辞。论坛设立4个分论题:开放科学与新型学术交流体系、AI与知识服务深度融合、跨界合作与生态构建、权益平衡与治理创新。论坛报告阶段,6位中外嘉宾围绕论坛主题和细分领域分享了理论思考和实践经验。(乐毅)

共推千载蜀道文化“破圈”出海

《中国蜀道史》的出版,系统阐述了蜀道的历史沿革、文化内涵和时代风貌,启迪读者从一字一词回望历史、认知世界,在文明演进中传承历史、弘扬文化。广元市委常委、宣传部部长袁敏、冯卫东分别致辞。

《中国蜀道史》中文版2025年6月问世,英文版以中文版为蓝本,压缩后成稿规模达40万字。从书中英文版的问世将为新时代蜀道文化的系统性保护与创造性转化贡献“古道新解”的东方智慧,促进“古道新语”的跨时空对话,为文明交流互鉴贡献力量。(乐毅)

(上接第12版)



▲高崖
印度通用图书出版社CEO,出版40余种中国图书,在印度新德里设立“中国图书中心”,促进中印出版合作和文化交流。

2008年高崖(Kaushal Goyal)第一次来中国,此行给他留下了深刻印象。中国悠久的历史以及现代化发展愿景都让他着迷。与中国出版商和同行交谈后他意识到,印度对现代中国思想和文学的了解非常匮乏。他说,出版不只是门生意,更是连接人与思想的桥梁,图书是连接彼此的有力工具。10多年来这种信念一直激励他翻译和出版中国图书。

谈及印象深刻的中国图书,高崖表示,很多中国图书他都喜欢,每一本自有其意义。曹文轩的《青铜葵花》(Bronze and Sunflower)看似简单却蕴意深刻,讲述了人们普遍关心的主题:坚韧、失去及人与人之间的连接。《图解中国梦》(Chinese Dream in Pictures)则将视觉与叙述完美结合,带领读者踏上中国之旅。

高崖所在的印度通用图书出版社(GBD Books)出版了《西游记》《青铜葵花》等40余种中国图书。他表示,当双方不只将图书作为产品,而是作为文化信使时,合作就会发挥最佳效果。如在翻译《西游记》时,印地语译者意外发现中印价值观有意外的相似之处,这激发了他对文本更深的敬意和情感连接,也让他意识到,虽然语言和信仰各不相同,但故事的精神内核常常是一致的。这也加深了信任及跨文化出版中的共同目标。

谈到开发本土化图书,高崖建议作者在创作时就以全球读者为对象,这样就不会失去故事的灵魂。文本必须有文化深度,同时要有亲近感。简短的前言或脚注可以帮助国际读者更好地参与进来。对于童书来说,生动的插图和带着感情叙事是关键要素。对于成人读物,人性、正义、家庭和毅力等题材更能引起全球读者共鸣。

据悉,通用图书出版社与中国20多家出版合作,翻译出版了150多种中国图书,题材覆盖政治、哲学、教育和少儿文学等类别。高崖表示,以视觉上更直观、更吸引人的方式讲述中国历史、哲学和社会发展的图书都销得不错。当内容与日常生活有关,并符合人类价值观,就会产生很大的影响力。这正是通用图书出版社的出版目标。为推动中国作家作品,该社通过与合作项目,参加书展、图书馆和文化机构的活动,也越来越多地通过数字平台进行推广,并联系教育工作者和文学达人在各自的粉丝群体中推荐。

通用图书出版社还在印度新德里设立“中国图书中心”,积极展示中华文化,促进中印出版合作和文化交流。高崖表示,未来这将是重中之重。该社计划每年翻译出版30种中国新书,还将出版双语儿童读物以及印中哲学比较书籍。“相信翻译工作坊、合著图书,以及学生交换项目等形式能够加强两国文学和文化对话。”

中国出版传媒商报讯 6月18日,清华大学出版社在BIBF现场举办《智能技术与能源革命》新书发布会。

清华大学出版社副总编辑石磊,该书作者、清华大学公共管理学院副教授、科教政策中心副主任张芳分别致辞,石磊在致辞中表示,当前全球正面临“技术狂飙”与“能源约束”的双重挑战,《智能技术与能源革命》通过深入剖析AI能耗、芯片污染等现实痛点,揭示数字技术赋能能源革命的潜力,挖掘国内外实践案例,为全球治理提供中国方案。

6月19日,清华社举办“AI伴读·面向未来——纸电数融合的二维码资源管理系统”新功能上线发布会。发布会介绍了文泉云盖在赋能纸书多元化、强化一书一码防盗版及助力编辑高效工作等方面的最新成果,如为数字教材配置知识图谱、AI问答等辅助学习功能,以及推出AI助教工具。

6月21日,清华社举办以“开启AI职场加速器”为主题的作者深度对话活动,邀请《真红利:一本书讲透AI时代的风口》作者秋叶大叔、《深入浅出人工智能:AI入门的第一本书》作者张川、《AI赋能演讲:关键时刻讲出影响力》的作者田楠展开深入探讨,为读者解答AI时代职场人的困惑,分享多年沉淀的经验与方法体系。(陆云)

出版人高崖:以图书为文化信使 推动中印信任及交流合作

清华社BIBF现场举办多场新书发布会