

在文旅产业蓬勃发展与高等教育改革持续深化的背景下,文旅高等教育出版肩负着推动文旅专业建设、课程优化和人才培养的重要使命。华中科技大学出版社旅游分社在过去10年间,积极探索从传统的知识传递“服务”模式向现代教育“赋能”模式的转变,全面构建文旅教育出版服务体系,取得显著成效。

构建“五位一体”服务体系

旅游分社在实践中探索,构建编写指导、出版发行、知识服务、数字转型、IP塑造“五位一体”的生态服务体系,全方位服务于文旅高等教育的发展。

编写指导:多方协同,打造前沿优质内容 高质量教材是文旅高等教育出版高质量发展发展的基石,教材编写是把控教材质量最关键的阶段。因此,从教材大纲的制定到内容的编排,从案例的选择到知识点的呈现,编辑团队从两大角度严控质量:与教育部高校旅游管理类专业教指委等权威组织共谋共建,紧跟国家政策导向和专业发展前沿;遴选国家级教学名师、行业领军学者组建高质量、系列化教材的编委会,统筹和指导教材编写工作,共同审定教材大纲等核心内容。

出版发行:多渠道布局,实现精准触达 目前,旅游分社围绕旅游、酒店学等专业方向,出版400余部教材,贯穿中职、高职、高职本科、本科及研究生教育全阶段,形成全方向、多层次的文旅教材出版体系,服务国内90%以上的旅游院校。分社依托华中出版的线上线下的发行主渠道以及独立创建的“柚书 Tripbook”品牌,将主渠道发行和私域推广相结合,通过40余个社群为用户提供精准服务,形成“社群+公众号+视频号”媒体宣传矩阵。

知识服务:延伸服务链条,实现教学能力共建 围绕教材,旅游分社实现100%数字化资源配套;为教师提供课件、试题库等资源,并通过线上“华中文旅云课堂”、课程云培训;线下研修班、研讨会等为教师提供提升平台,将服务重心延伸至教学能力共建。

数字转型:技术驱动,探索出版新业态 在教育数字化转型的整体布局下,文旅高等教育出版的数字化转型势在必行。团队对教材进行迭代升级,从配套数字资源到开发集图文、交互等于一体的富媒体、交互式数字教材,满足师生需求。例如,教材《文化遗产与自然遗产》从配套数字资源的1.0版纸质教材,演变为《大美中国:世界遗产精粹》的2.0版音像产品,并再次升级为3.0版一体化数字教材。

IP塑造:培育品牌矩阵,提升行业影响力 旅游分社精心培育全国旅游教育出版品牌“柚书 Tripbook”,通过系列化选题策划,统一视觉识别系统、线上线下联动推广,形成品牌集群效应,建立鲜明的专业形象,提升品牌权威性与美誉度。

打造“人工智能”数字教材

随着人工智能技术的快速发展与国家教育数字化战略的强力推动,文旅高等教育出版也迎来变革。近两年,旅游分社聚焦数字教材的深度创新与应用,积极探索和打造文旅高等教育出版“人工智能”数字教材。

推动课程、教材、教学数字化变革 教育部等九部门联合印发的《关于加快推进教育数字化的意见》指出,要“推动课程、教材、教学数字化变革”,“完善知识图谱,构建能力图谱,深化教育大模型应用”,“将人工智能技术融入教育教学全要素全过程,推动科技教育和人文教育融合”。旅游分社遴选一批资源丰富、特点鲜明的教材,实现纸质教材向智能交互型数字教材的转化。

文旅高等教育出版从「服务」转向「赋能」

■李欢(华中科技大学出版社旅游分社社长)

自主研发智能化数字教材平台 立足于国家对数字教材平台“自主可控”的战略要求,华中出版组建专业团队自主研发华中云教材平台,包括网络端和移动端两大形态。该平台实现“教、学、评、测”系统化功能,深度融合AI、知识图谱、虚拟仿真等多形态融媒体呈现,通过数据采集和分析,实现个性化导学,为师生提供高效、便捷的资源管理与学习阅读体验。

人工智能环境下的文旅数字教材实践 依托华中云教材平台,旅游分社立项首批23种文旅类数字教材,目前4种已建设完毕。每种数字教材都针对内容特点和课程要求进行定制化开发。例如,数字教材《文化遗产与自然遗产》运用沉浸式动态交互技术,设计中国世界遗产的数字交互地图,成为唯一入选“高等教育数字教材创新发展会议2024年数字教材典型案例”的旅游类教材。

搭建“融合创新”赋能平台

专业教师是文旅高等教育发展的核心力量,旅游分社构建文旅教育服务生态系统,搭建“融合创新”赋能平台,系统性破解教师在教学、科研、成果转化中的关键难题。

赋能文旅高等教育名师打造 在文旅教育服务生态系统的支持下,旅游分社定期举办师资研修班等活动,赋能教师教学能力提升。其次,协助教师整理总结教学成果,并提供出版和推广渠道。教师教学能力的提升和成果积累,有助于教师个人IP的塑造和学术影响力提升,有助于文旅高等教育教师成长和发展。

赋能教师数字转型 旅游分社整合优质文旅数字资源,满足教师在不同教学场景下的需求。推广“混合式教学”“项目式学习”等模式,促进个性化学习,并为教师提供专业培训与指导,提升教师数字技能。如《旅游大数据分析与应用》采用“理论知识+实践模块+实训平台”模式,联合行业企业开发教材配套版平台,并针对课程设计、教学方法、实训工具展开培训。

赋能教育部旅游专业虚拟教研室建设 跨地域、跨院校的教研协同是提升文旅教育质量的关键,教育部旅游专业虚拟教研室将全国旅游专业高校串联,便捷了院校之间的交流与互助。旅游分社数字教材体系为师生提供了智能化教、学路径,丰富的课程和学习数据为旅游专业和课程知识图谱建设提供了参考。其次,教材配套的数字资源和教师教学过程中形成的课程资源,共同为文旅教学资源库建设奠定基础。旅游分社还与虚拟教研室共创共建高质量文旅课程教材,相互赋能。

赋能文旅教研和科研成果转化 教研和科研成果的转化是当下高校教师的重要诉求,旅游分社对此做了诸多探索:一方面,通过主题策划与院校达成战略合作,围绕院校文旅专业特色,定向、集中转化优秀的科研成果;另一方面,高质量的教学大赛、案例大赛等活动为教研成果、实训案例提供展示平台,也为分社集中跟踪专业前沿成果提供路径。例如,分社借助“全国高校旅游学院院长、系主任及专业负责人联席会”征集60余篇中国旅游教育优秀案例。

赋能国际合作与文旅出版物出海 作为国家文化出口重点企业,华中科技大学社与包括牛津大学出版社、施普林格·自然等国际一流出版机构在内的70余家国际出版机构保持稳定的合作关系。依托于此,旅游分社也持续开展文旅教育和学术的国际合作,从国外“国家公园”领域的前沿旅游学术著作的引进来,到与世界研学旅游组织共策的重点教材《研学旅行市场营销》的走出去,借助文旅高等教育出版“融合创新”平台持续赋能文旅出版物的国际合作。

●人工智能教育资源精荐

项目名称:《中小学《人工智能》媒体融合出版项目

出版机构:接力出版社

项目特色:接力社《人工智能》系列教材以跨学科教育理念和项目式学习方式编写,围绕计算智能、感知智能等,融入大量人工智能的典型应用场景。基于教材,接力社开发一系列配套的芯片硬件、多样化的教学工具及课程与教学资源,并构建人工智能教育平台(AI教室),同时引入青少年工程科技能力评测和“白名单”赛事活动,基于各类人工智能典型应用场景和大模型功能,结合各地文旅资源开发“人工智能+文旅”体验基地及研学课程,形成了完整的人工智能普及教育全栈生态。

双效表现:该项目率先落地广东,2021年成为佛山市南海区国家级信息技术教学改革试验区指定教材;2023年以租型合作的方式落地湖南;2024年落地深圳、广州,帮助一批试点学校建设校本课程。2024年11月教育部印发《关于加强中小学人工智能教育的通知》后,项目以租型合作、体验馆建设、数字化平台(AI教室)共建等多种形式成功落地广西、云南、河北、贵州、安徽、湖北等多个省份。

教材名称:《清华大中小学人工智能通识教育系列

出版机构:清华大学出版社

教材特色:从书依托清华大学科研优势,由张钹院士领衔专家团队倾力打造,内容遵循学生认知特点;构建从小学到高中、大学螺旋式上升的完整学习路径,内容涵盖人工智能基础理论、核心方法、典型应用与前沿动态;融入跨学科视野,整合最新研究成果;提供丰富配套数字资源和实践手册,支持师生高效互动与协作问题解决。

双效表现:中小学分册通过国家智慧教育平台提供示范课程,通过北京市智慧教育平台等市级平台支持各地中小学人工智能教师开课。目前该系列图书中的《人工智能通识(小学版)》《人工智能通识(初中版)》《人工智能通识(高中版)》已成功实现版权输出,即将推出繁体版和英文版,为全球人工智能教育提供优质中国方案。该系列中《图解人工智能》等图书年销量过万册。

教材名称:《人工智能与科学之美》

出版机构:科学出版社

教材特色:产品引用人工智能新技术和新应用案例,阐述人工智能原理、方法和应用;结合案例帮助读者学习人工智能原理与方法,增强应用新理论解决实际问题的能力;思政元素贯穿始终,培养读者的家国情怀和社会责任感;配套教学资源丰富,可在智慧树平台选择编者开设的“人工智能与科学之美”课程深入学习。

双效表现:教材销售覆盖湖南、北京、湖北、江苏等26个省(自治区、直辖市)以及全国200多家高校图书馆和新华书店,被全国高校人工智能与大数据创新联盟评为全国高校人工智能优秀教材二等奖。目前已由湖南省教育厅推荐到教育部参评“十四五”普通高等教育本科国家级规划教材。

教材名称:《人工智能通识基础》系列教材

出版机构:浙江大学出版社

教材特色:这套教材是浙江大学面向全校本科生按照不同学科专业分层次开设人工智能通识必修课的配套教材,教材分为理工农医版、社会科学版、人文艺术版、大模型篇4册。理工农医版详述人工智能理论、应用及其技术算法;社会科学版培养学生运用AI解决现实问题的能力;人文艺术版侧重科普教育,用通俗语言介绍人工智能发展历程、基本原理和应用场景;大模型篇聚焦技术应用,重点介绍人工智能大模型“能用来做什么”和“如何高效使用”。

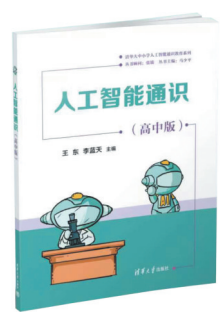
双效表现:该教材首创按学科大类分层次分版本同步出版且配齐数字资源、习题、实践案例的人工智能通识课程教材体系。该系列销售5万册,销售码洋250万。

教材名称:《人工智能》系列教材

出版机构:浙江教育出版社

教材特色:教材从生活场景导入,深入浅出介绍人工智能基本原理,以及智能家居、智慧医疗等人工智能应用场景,让学生了解人工智能概念,进而思考人工智能如何解决生活中的常见问题,引导学生感受AI魅力。

双效表现:该教材入选“浙江省科协重点科普项目”“中国自动化学会青少年人工智能创新后备人才培养工程教科项目”,获浙江省计算机学会、浙江省计算机行业协会2021年度优秀专著与教材奖。目前教材已在浙江、河北百余所学校应用,年销售码洋约500万。其中文版、英文版成功输出马来西亚,成为该国首套覆盖小学至初中的系统性AI教材,目前已形成版税收入近4万元,入选第六届“一带一路”出版合作典型案例。



目前,作为新兴的热点出版板块,人工智能教材出版仍然面临不少挑战,需要出版机构结合自身情况进行创新探索。

一是出版理念要跟上,要对新形势战略有充分判断,深刻认识到人工智能素养普及是重要机遇。中共中央、国务院印发的《教育强国建设规划纲要(2024—2035年)》将“人工智能素养”纳入国民基础素养体系,明确2030年前实现中小学AI通识教育全覆盖。这种重大政策机遇是人工智能教材出版的重要基础。去年11月教育部办公厅印发《关于加强中小学人工智能教育的通知》后,各地纷纷出台人工智能普及教育课程规划和建设方案,但是明确提供配套财政支持的很少。很多出版社在规划人工智能教材出版相关选题的时候,还不适应这种没有明确配套财政支持的地方教材与课程建设模式。尤其是人工智能作为引领新一轮科技革命的重要驱动力,其技术处在快速演进和迭代中,其相关的研发和投入对于传统文化出版单位既陌生又充满未知。因此,出版社在开展人工智能教材相关出版工作时存在观望心态。接力社在人工智能教材出版方面起步较早,持续5年围绕教材打造人工智能普及教育产品生态的过程中,形成3个坚定不移的认识:一是牢牢锚定人工智能上升为国家战略是人工智能教育普及的重要基石。二是努力践行高起点规划、高标准研发、高质量落地的发展理念。三是始终坚持自主可控和普惠普及的原创精品出版理念。

二是如何实现落地应用。我国地域广阔,不同地区、学校在人工智能教育硬件设施、课程资源等方面存在较大差距,部分偏远地区学校缺乏基本的教学设备与教材,影响人工智能教育的普及和均衡发展。接力社自主开发建设的虚拟仿真平台(AI教室),具有低成本、易普及、见效快等特点,有效降低了学校的硬件投入成本,打破地域限制,帮助偏远地区学生和一线城市学生同步感知、体验和应用各种人工智能。接力社这一涵盖了“教材图书、仿真平台、芯片硬件、课程资源、竞赛评测、研学体验”的K12人工智能普及教育全栈生态,为青少年创新人才成长搭建了多层次、立体化、系统性的成长平台。

三是如何培育师资。中小学人

工智能教育的大规模普及,在解决了教材课程资源建设问题后,随之而来的就是师资问题。很多中小学教师对人工智能缺乏系统性认识和体系化教学设计能力,难以满足人工智能教学需求,也制约了人工智能教材的落地和课程教学资源的使用。接力社在推广人工智能教材的过程中想了很多办法解决这一问题:2021年开始就基于《人工智能》系列教材和教学资源,联合广东省部分地区教研院开展一系列人工智能教师培训活动和优秀课例评比等活动,支持学校开展人工智能公开课和视导课等,帮助试点学校培养人工智能教师。2024年以来,接力社主动对接教育部教育技术与资源中心培训中心、各地高校和教研院,构建多层次、全方位的师资培训体系,定期开展培训活动,为教师提供持续学习与交流的平台,提升教师专业水平。同时,接力社建立专门的教研团队,依托平台和即时通讯工具对试点学校的授课老师提供在线指导和技术支持。

四是怎样处理好技术快速迭代与教材内容更新的关系。生成式人工智能迅猛发展,日新月异,而传统出版里教材内容一经出版后,在一定时期内是相对稳定的,内容更新速度较

慢。因此,如何在出版中处理好二者的关系,成为摆在出版社面前的难题。接力社也在多年人工智能教材出版经验中积累了一些办法:一是构建跨学科的专家资源库,包括科学家、教育专家一线名师等,形成一个专家作者团队,定期与专家作者保持交流合作,密切关注和吸纳优秀内容资源,进行教材内容的升级迭代。二是以数字化出版理念建设动态发展的人工智能教学资源。传统纸质出版需要依托静态的纸张为载体呈现内容,而数字出版的最大特点是可以持续动态、交互式地呈现内容。接力社以虚拟仿真平台(AI教室)为抓手,所有内容升级和资源开发都部署到这一平台上,构成K12人工智能普及教育全栈生态,确保能够及时将人工智能领域的新技术、新成果融入教材和教学资源中,保持教材的先进性。

材配套的PPT课件、项目案例库、微课视频,在线实验环境、模拟器等,确保资源易获取、易使用;建设硬件与平台弹性资源——尽量避免硬件依赖,通过线上设置和教学资源配备,增加教材适用面;持续更新与技术支持——以教材为单元建立专门的反馈渠道,根据技术发展趋势及时更新内容和资源,快速响应教师遇到的问题。同时,面向教育主管部门、学校,通过线上线下融合、渠道伙伴协同,推动营销实现多方位覆盖。比如,线上发布AI教材推广页面并提供样章试读、教学资源等,线下参加教育装备展、教育信息化论坛等进行现场展示和互动体验。在合作方面,与各地教材发行商、教育技术服务商实施紧密合作,借助其本地化服务网络和客户资源,共同开展区域性的推广活动以及教师培训等。

三是系统构建推广与服务网络,是品牌深度营销的长远策略。接力社经过5年的探索,针对其推出的中小学《人工智能》系列教材构建起“教材发行、课程服务、赛事评测、研学体验、AI教室、师资培训、展会论坛”协同联动的宣传推广模式,取得一定的成效。今年该社研发的AI教室,搭配一体化设计的课程资源,可满足中小学校低成本、大规模普及人工智能教育的需求,也可进一步助力教材的推广应用。在师资培训上,接力社汇聚国内知名人工智能专家、科技创新教育专家,为学校提供课题立项、开课指导、特色课程建设、人工智能校队建设等专业服务。

■刘蓉慧(接力出版社副总编辑)

四大维度应对人工智能教材出版难点

(上接第25版)

从服务性和系统化两方面提升营销深度

在推广方面,各相关机构根据自身人工智能教材的特色探索针对性、分层次、多元化的营销举措,通过深度和系统地服务人工智能教育发展优化营销内涵和效果。

一是多角度深度服务人工智能的教学发展,是教材推广的关键抓手。浙教社针对人工智能教材从学校、教师、学生三个维度提供服务支撑,首先,配合浙江省内相关教育部门推进人工智能基地校建设,为学校提供人工智能课程方案设计,丰富学校的课程资源;其次,是因地制宜为教材使用地区的教师举办人工智能教学培训,提升人工智能教育的师资力量和教学效果;再次,协助提供关于“全国青少年人工智能技术水平测试”相关课程及资源,提升学生的学习和拓展能力。据白立军介绍,为了提高一线人工智能教师的教学能力和教学水平,清华大学依托名师和名作者召开人工智能研修班,通过研修班推广人工智能教材。这些研修班小而精,一般60人左右,教师如果对专家的授课内容非常认可,会选用图书作为教材。

二是对内持续构建丰富的配套资源与服务体系,对外联合多方合作力量,多渠道、多媒介充分激活教材营销空间。北京科瀚伟业教育科技有限公司总经理李娜表示,该公司从以下方面不断优化产品配套体系:丰富数字化教学资源包——提供与教