

(上接第22版)

# 国际大咖预测2026出版业走势

## 以优质内容为基石 深耕本地 赋能未来

■郝思嵘(牛津大学出版社中国大陆地区总经理)



2025年,全球出版行业面临复杂挑战,中国市场正在经历显著的调整期。作为深耕中国多年的国际出版机构,牛津大学出版社(以下简称“牛津”)积极应对,优化产品并拓展渠道,秉持“推动学习的进步,拓展知识的边界”这一使命,以优质内容为核心、系统化解决方案为支撑、科学测评为工具,持续深化本地化创新,助力中国学习者从兴趣启蒙到能力评估的完整学习成长闭环。

在内容层面,我们通过“全球理念+本地表达”,持续为中国学习者引进和开发契合需求的优质资源,同时携手合作伙伴深入数字化方向,推动内容呈现与场景的深度融合。针对少儿阅读兴趣趋势,推出《牛津英语话中国》漫画版,以曾荣获 ELTons 国际创新奖提名的《牛津英语话中国》为基础,用孩子喜爱的形式讲述中国故事,兼顾语言提升与文化自信;与合作伙伴共同推出《牛津英语话世界》,以“环游世界”为主线,参考牛津分级阅读体系,结合中国学生学习特点,打造“可读、可看、可玩”的多维学习体验。此外,还携手合作伙伴全新升级《牛津阅读树点读套装》,形成“伴读+点读+精度”的全场景阅读解决方案。这些优质内容被纳入牛津的系统化解决方案中,与专项工具、测评体系形成联动。

测评作为系统化解决方案的核心一环,2025年实现了关键落地与升级。我们重磅落地了牛津少儿英语等级测评,采用计算机自适应技术,精准覆盖7-12岁少年儿童从启蒙至中级语言水平评估,解决了教师定级难、家长难以了解孩子

真实水平的痛点,目前已在多所学校试点并收获积极反馈。我们还引入牛津英语水平考试(Oxford English Test Advanced),旨在为中国学子提供权威语言能力认证,拓展全球学术和职业发展机遇。由此,牛津在国内完善了从少儿到青少年的全阶段测评体系,让不同年龄段、不同需求和不同应用场景的学习者都能获得科学的能力测评。

面对 AI 技术快速发展,牛津始终坚守“优质内容是基石”的准则。我们相信, AI 可以辅助教育,比如通过 AI 技术可以进行智能评估,实现个性化内容推荐;也可以提供丰富的互动体验,在学习者学习过程中提供即时辅助;还可以通过 AI 工具洞察学习轨迹,帮助教学者和学习者共同制定科学的成长路径。未来牛津将继续探索内容与 AI 技术的深度融合,核心始终是优质内容,确保技术服务于内容本身,服务于提供整体解决方案。

此外,牛津积极践行可持续发展理念。在内容层面,我们持续推广《牛津阅读树》Green Sparks 系列,通过主题分级读物培养儿童的可持续发展意识。同时,牛津国际课程(Oxford International Curriculum)已将可持续发展纳入课程框架,帮助学生理解气候变化、资源保护等全球议题。在市场营销中,我们正逐步减少纸制品的印刷,加强数字化资源推广,并积极采用社交媒体、线上活动等低碳方式开展品牌传播。

2026年我们将继续深耕本地化,不仅将与国内优秀的合作伙伴共同推出更多优质学习资源,还将以中国童书发展趋势反哺牛津全球出版中心。面对快速变化的时代,牛津将始终坚守初心,以优质内容为核心,加以更灵活的创新、更系统的战略、更深度的合作,应对挑战,助力中国学习者构建面向未来的核心素养,在学习旅程中踏出坚实的每一步。

以下摘自英国《书商》杂志

## 以新颖方式培养与触达读者

■凯特·埃尔顿(Kate Elton, 哈珀·柯林斯英国公司 CEO)

步入2026年,读者接受和消费内容的方式正在快速变化,这一点比以往任何时候都更加清晰。我们的首要任务必须是与之共同进化——不仅要维系现有的读者群,更要积极触达并培养未来的受众。如果我们能智能地触达读者,将迎来巨大的机遇。哈珀·柯林斯正凭借响应迅速、以读者为导向的出版模式、订阅盲盒和TikTok店铺在全球取得成功。关键在于,我们的策略建立在对读者的全面理解之上。

AI 大大改变了我们与受众互动及扩大受众群的方式。其中蕴含的机遇令人兴奋——寻找新方法帮助读者发现他们会热爱的书籍,创新营销及触达受众的方式,以及建立新渠道并适应新的内容消费方式。

读者非常看重作品的创意和才华,因此我们必须更清楚,我们出版的作品应来自人类创作者,并致力于推动建立一个不仅保护创作者权利、同时珍视

内容价值的框架。我们将继续说服政府,排除将 AI 训练作为版权例外的可能性,并采取透明度措施,以保护我们的创作者并促进合理授权。

快乐阅读日渐式微无疑是我们行业面临的紧迫问题。英国启动“2026全民阅读年”为我们提供了与读者相遇、扭转颓势的契机。哈珀·柯林斯12年来一直在进行儿童阅读习惯的研究,卡莉·波普拉克(Cally Poplak)领导的儿童出版部,一直将扭转业务下滑作为重点工作,这也是整个公司2026年共同的目标。

2026年将是我作为哈珀·柯林斯英国公司 CEO 的第一个完整年度,我充满信心:关于快乐阅读的信息已突破出版和教育边界,传递至政府、企业和媒体;新的方法、渠道和技术将为我们和我们的作者带来巨大机遇,去触达全球无数潜在的新读者,他们正等着被带入阅读这一最奇妙的爱好与乐趣之中。

## 多维拓展 陪伴读者一起长大

■乔安娜·普赖尔(Joanna Prior, 麦克米伦出版公司 CEO)

2026年注定是具有里程碑意义的一年,在“全民阅读年”前夕行业展现的共同使命感让我备受鼓舞。我们的目标很简单:必须将图书和阅读的乐趣带入我们文化的核心——哪里有激情,哪里就有阅读。

为大众熟悉且深受喜爱的角色将为阅读提供一个可信的切入点。我期待看到,2026年9月茱莉亚·唐纳森(Julia Donaldson)和阿塞尔·舍夫勒(Axel Scheffler)备受期待的《咕噜牛3》问世之际,家长和孩子一起进入书中描绘的场景。读者将继续涌向图像小说,随着粉丝年龄的增长,其目标读者也将扩展到青少年群体。

科幻奇幻和爱情奇幻小说将继续占据主导地

位,并进一步融入主流类别。爱情奇幻小说将更加成熟,读者会继续寻找黑暗系爱情奇幻作品带来的逃避现实的感觉,同时也需要温馨奇幻小说的慰藉。

非虚构类有声读物的增长将为触达新受众提供巨大机遇。苏齐·鲁费尔(Suzi Ruffell)的获奖有声书《我现在开心了吗?》(Am I Having Fun Now? Bluebird 出版)被 Speakeasy 评委形容为“如同与作者一起喝茶”,完美诠释了其具有社交性、个性化,以及与读者建立连接的载体优势。最后,面对一个更具挑战性的问题——随着虚假和错误信息持续扩散,我们作为出版商必须坚定地捍卫事实、研究和专业知识必须经过核实这一原则。

## “有声优先”将更流行 坚守卓越出版将更重要

■莎拉·本顿(Sarah Benton)、乔纳森·珀多尼(Jonathan Perdoni)(邦尼图书英国公司联合 CEO)

我们生活在一个旋风般变化的注意力经济时代,人们的注意力越来越分散——我们需要更即时地满足这种需求,短篇小说、逃避现实类题材,如黑暗爱情、恐怖小说,尤其是图像小说可能会因此受益。

我们预计纸质书仍将是主要形式,消费市场将继续扩大,市场价值仍主要集中在头部畅销书上。独家授权和以设计为主导的精品出版将继续蓬勃发展,有声内容的崛起势不可挡——预计“有声优先”出版形式将越来越流行。销售成功与否将更依赖于经典图书的持久力和图书的可发现性,畅销书将继续由社交媒体算法和社区与其读者相遇来驱动。

英语图书的销售收入持续上升,特别是在欧洲。尽管这对我们的出版物有积极影响,但也是本地语言出版和版权销售需关注的领域。然而,随着

近期读者对爱尔兰盖尔语的兴趣激增以及其他本土语言的复兴,我们是否会在2026年看到变化? AI 技术将在行业内持续快速发展,日常运营中的使用将日益常态化,全行业对版权和内容保护的关注对于应对当下挑战至关重要。我们对这项技术能够(并且已经)为我们内部流程带来收益感到兴奋。随着 AI 生成的低质内容不可避免地进入市场,我们对卓越出版的承诺以及捍卫人类创造力内在价值的坚持将比以往任何时候更加重要。

真诚地希望出版商和普通消费者共同拥有一个成功且变革性的“全民阅读年”。我们期待与国家读写素养基金会、行业伙伴合作,扩大阅读的可及性,激励下一代读者,并充分证明出版业属于每个人。

## 版权保护和 AI 技术发展并举

■赵国一(励讯集团中国区政府事务高级总监、在华国际出版商联盟常任首席协调官)



近两年,国际上有不少 AI 技术公司与版权方之间的诉讼纠纷案例,事实上,版权保护和 AI 技术发展并不相悖。相反,有效保护版权才能保持并激发创作活力,产出更多高质量内容,从而促进 AI 技术发展。

AI 的发展有三个重要基础:算力、算法和数据。

数据指高质量、可信的数据,这恰恰是包含一系列权利人心血的数据。因此,只有有效保护版权才能促进这些数据的产出,进而推动 AI 技术的发展。

不少 AI 技术公司过于看重短期利益,希望打破版权保护,未经授权使用权利人作品来训练模型,以“技术革新”或“合理使用”为名,行“免费午餐”之实,这势必遭到权利人的反对,这样做无异于涸泽而渔,是缺乏长期主义、急功近利的表现。

我们不能忽略技术“从哪里来”“到哪里去”的问题。众所周知,对包括版权在内的知识产权的有效保护是科研和技术进步的有效推动力。AI 技术之所以能达到目前水平,离不开多年来有效的知识产权保护。如果没有对技术专利及版权的有效保护,何以激发创新创造活力?何以发展 AI 必需的很多基础技术?同时,技术的根本指向是造福人类,要以人为本。缺乏人文关怀的技术是没有温度的,也是不道德的。

近期德国法院对德国音乐版权协会诉 OpenAI 一案作出裁决,认定 OpenAI 在未经授权的情况下使用受版权保护的歌词训练 ChatGPT 模型构成侵权,应赔偿并停止相关行为。法院判决书还明确驳斥了 Open AI 关于“文本和数据挖掘例外”的辩解。这一案件被称为欧洲 AI 版权侵权第一案。希望这一判决能够推

动技术公司深刻思考“技术从哪来,要向哪里去”的问题,正确定位版权保护和 AI 技术发展的关系。

在 AI 时代,专业出版未来依然是内容为王,在正确认识新技术、拥抱新技术的基础上,我们仍要坚持以生产高质量内容为核心。

首先,内容为王是出版业的根本所在。无论是蒸汽动力印刷机、照相机的出现,还是计算机、互联网乃至移动互联网的普及,近现代出版业一轮轮科技变革始终未改变出版业内容为王的本质,新技术最终都为出版业所用。其次,作为新一轮技术变革的 AI,也不会动摇这一点。不仅因为,学术出版的落脚点离不开高质量内容,这不会随着技术沿革而改变;AI 大语言模型要生成高质量内容,也离不开前端高质量内容的投喂;更因为,真正能打动人心、引发共鸣的依然是融合了人类思想、情感与创造力的内容。AI 大语言模型虽可在一定程度上辅助内容生成与加工,但无法取代内容为王的核心本质。

我们要正确认识新技术对出版业的重塑,要做 AI 时代的理性乐观派。乐观是指以积极开放心态拥抱新技术,抓住技术进步带来的机遇,使之成为推动出版业发展的强大动力。励讯集团10多年前就开始研究 AI 在出版业的应用,ChatGPT3.5 推出不久就推出自己的生成式 AI 产品,至今已推出 20 款生成式 AI 产品,帮助用户提升了工作效率,创造了价值。

理性是指客观认识 AI,不是要钻研 AI 的技术细节,而是要静下心来了解 AI 当前的发展阶段、技术路径及未来趋势。我们对 AI 的认知不能仅仅建立在从自媒体、短视频等渠道获取的碎片化知识之上,而是要系统研读 AI 相关书籍,学习顶尖 AI 技术专家全面的普及性、趋势性论述,真正做到对 AI 相关基本概念了然于胸,如 AI 与生成式 AI,大语言模型与世界模型,深度学习与强化学习等。

做 AI 时代的理性乐观派,意味着我们要全面冷静地认识 AI,既不低估更不捧杀,使其价值得以稳定释放,这是出版业与 AI 融合发展的最优解。

## 高端预测

·世界出版·

## 激发好奇心 培养新读者

■汤姆·维尔登(Tom Weldon, 企鹅兰登 CEO)

我希望整个行业能将“全民阅读年”视为一个共同行动的契机——激发好奇心,培养新一代读者,让他们将图书看作科技照亮现实世界的另一个陪伴,而不是过去的遗迹。希望我们能重新发现并分享各种阅读形式带来的愉悦、惊喜与纯粹的乐趣。

我相信图书是一个永恒不变的发明。iPhone 每

都会升级换代——然而几个世纪过去了,我们依然在享受实体书及其承载的人类故事。这种持久性并非偶然,它证明了阅读依然重要。我们现在的任务不只是出版优秀的以人类创作为主的内容,更是要触达那些还不自认为是读者的人。如果做到了这一点,我们将不仅仅是庆祝2026年,更是为阅读的未来创建一份永恒的遗产。我相信我们可以,也希望我们能够做到。

## 多元产品及有声书市场将增长

■大卫·雪莱(David Shelley, 阿歇特英国及美国图书公司 CEO)

我们尚未看到消费者对精美图书的需求有任何减退迹象,人们仍乐于将图书展示在书架或某个阅读角落。过去几年一个很好的现象是,书籍作为装饰品的地位日益提升,2026年这一趋势将持续下去——封面设计、富有想象力的开本、装帧和制作水准的重要性与日俱增。

与此同时,辅助性多元产品的趋势将延续:我们开发的 Paperblanks 文具产品以及 LKP、Summersdale 礼品和游戏的销量正快速增长。在数字领域,有声书的吸

引力将持续增长,尽管增速较之前略有下滑。年轻读者近期发现并接受电子阅读器作为半实体产品这一有趣趋势将继续加速,延续了电子书市场的活力。

不可否认,出版业将继续面临挑战——尤其是在阅读和读写能力方面。2026年阿歇特将迎来成立 200 周年,我们将利用这一年投入时间和资源发展“培养读者”活动,并支持“全民阅读年”。总而言之,我依然对这个行业的未来感到非常乐观,并感谢在如此有趣的时间节点成为其中一员。

## 提升内容可见度 创造沉浸式体验

■尼格尔·牛顿(Nigel Newton, 布鲁姆斯伯里创始人兼 CEO)

2026年可能成为图书出版业转型与机遇之年。AI 的界限将更加清晰,使出版商能够在利用其优势的同时,寻求保护作者、插画家和出版商的知识产权。AI 将深度融入我们的工作流程,自动化处理元数据标记等任务,让团队能专注于创意内容和战略制定。挑战依然存在,生成式 AI 威胁传统的网络流量和广告收入模式,在适应线上新现实的过程中,借助元数据和搜索引擎优化提升内容可见度变得至关重要。

有声书内容将继续迅猛增长,作为增长最快的格式重新定义叙事方式。有声书、播客和语音驱动

平台可能融合,创造沉浸式体验,优质的制作和出色的叙述将使领先者脱颖而出。同时,制作精美的书籍将保持持久的吸引力,在科幻奇幻和爱情奇幻领域,图书设计和收藏价值都至关重要。

儿童快乐阅读比例大幅下滑令人担忧,不过我相信“全民阅读年”将产生重大影响。

最后,机遇无处不在。跨媒体 IP 开发将加速,图书将成为电影、游戏和沉浸式体验的入口。学术出版将继续拥抱协作和开放获取,而可持续发展倡议将推动环保实践。在一个虚假信息泛滥的时代,我坚信图书出版仍将是守护真相的值得信赖的堡垒。

## 人们与图书互动的方式将发生变化

■玛丽·坎南(Mary Cannam, 费伯出版社 CEO)

尽管全球政治经济环境充满挑战,但我对 2026 年仍持乐观态度。我相信人类内心深处存在对连接的渴望,而阅读满足了这种需求。人们将继续通过书籍和文字来寻找意义、获得理解、进行学习并从现实中解脱出来。

2025年,我们为费伯会员和众多零售合作伙伴举办了许多作者活动,看到了他们广泛的参与度。书店已成为社区中心,以活力和热情服务当地社区。这些与本地建立的关系会越来越重要。

2026年,我们必须继续推动出版业更加多元和包容。言论自由的原则也必须得到捍卫和维护。鉴

于全球政治环境,2026年我们可能需要为这一至关重要的理念发出更响亮的声音。我希望“全民阅读年”能产生重大影响,提升阅读作为对年轻人有吸引力的活动的形象。我们已经看到人们与图书互动的方式,他们阅读或收听的形式发生了变化,这一趋势很可能会继续。

我们将看到代理型 AI 对在线购物和发现的进一步影响。如果销售 AI 生成的图书,我们就必须继续致力于实现来源的完全透明,重点是 AI 生成的内容需明确标注。我乐观地认为,人类创作的作品仍将是大多数读者的首选。