

## 法国将成为2017年法兰克福书展主宾国

法国将作为2017年法兰克福书展的主宾国,9月22日法国总理曼努埃尔·瓦尔斯在正式访问德国时,接受了德国抛出的橄榄枝。据悉,2013年7月德国方面就向法国提交这一申请,但是法国由于财政状况不佳而又少有政治建树迟迟没有回复。法国文化部拒绝对资金来源作出评论,预计主宾国的总费用在800万~

900万欧元。

文化部的声明中指出,“作为主宾国参展的决定显示了法国政府继续加强德法文化政策方面合作的决心,自从德法在对降低电子书增值税及保护作者权利的问题上保持相同立场之后,加强图书方面的协同合作的目的就更为明显。而作为主宾国参展对法国来说将是推动图书出口及在德国和第三世界国家提高形象的绝佳方式。”

(乐毅/编译)



亚历山大·布罗赫

# 关注学生学习流程 提供全程解决方案

■受访人:亚历山大·布罗赫(Alexander Broich,圣智学习集团执行副总裁&amp;国际部总裁)

□采访人:渠竞帆(中国出版传媒商报记者)

请您谈一谈从圣智学习集团申请破产保护到宣布走出破产保护,贵公司都经历过哪些重大的转折点?

■可以将这段时期分为两个方面,一是日常的出版业务,它一直保持持续的正常运转,包括继续购买版权、出版图书、与作者建立对话沟通联系,今年在这些方面投入的资金总额与去年一样多,这些都会带来良好的收入和盈利;二是应对破产保护相关的问题,这与我们的核心无关,它事关如何降低公司的债务水平。我们与公司的债权持有人进行了很多认真的对话,讨论如何减少债务以使公司能够重新融资。重要的是最终使部分债务能够转化为股份,合理解决问题,也就是把我们曾经的债务持有人变成股份持有人。要达到那一步,我们要经历艰苦的谈判,因为你要比较债务的价值和股份的价值,这需要时间,因为每个人都希望得到尽可能多的股份。

□您能否透露一些在债转股过程中的内幕故事?

■我们有各种级别的债权人,有不同的追索权,包括第一类债权人和第二类债权人。当进行债转股时,第一类债权人有更多的安全保障和债权转股份的机会,他们有优先的追索权,但是拿到的贷款利息比较低;第二类债权人,我们给他们的贷款利息比较高,但金融风险也比较大,他们也担心第一类债权人拿到的股份太多。而我们要优先偿还第一类债权人的资金,可能就不会有足够的资金来偿还第二类债权人的债

务。于是这几类债权人之间就要为争夺股份展开斗争和谈判。

□你们公司目前的业务重点是什么?

■我们的核心业务是为我们的学生、教师和客户提供产品,让学生获得启发、参与到学习中来,并提高学习成果。而经过财务重组之后,我们有更好的资源来投资于产品开发。

□圣智学习是如何了解消费者变化的需求,尤其是在产品研发、销售、营销和使产品及服务抵达消费者方面?

■我们比以往任何时候都更关注、也更深入地了解消费者的需求及其变化。以前的出版是找到好的作者,这位作者撰写好的作品,出版社在其中提供支持,确保图书有好的质量,然后课本就到了学生和教师的手中。学生并没有在前期参与进来。而现在我们非常关注的是深入了解学生的整个学习过程中,我们称之为“learn-flow”,不单是看学生打开一本书是怎么学习的,而是关注学生的一整天、一个学期,围绕一个学生发生了什么?我们可以开发哪些除图书以外的产品,来达到最佳的学习成果?这些都是我们非常重视和着力开发的业务。

□请您结合“21 Voices”的案例,详细谈谈如何开发产品来改变学生的学习流程?

■倾听学生需求是我们重要的转变,我们为此开

发了一系列为了更了解学习流程的新项目,例如,“21 Voices”项目中我们邀请了一些学生记录下他们每天都做了什么,这样可以了解他们每天的学习活动,是如何安排时间的。这个项目会至少持续几个学期。现在许多国家的大学环境都发生了变化,过去的学生都是全日制的,整天呆在学校,所以有许多时间,而现在的学生除了上课,有的要兼职打工,有的忙于社交媒体,现在学生们的学习不只是早起去上课,午餐后再去上课了,以前的课本是为全天学习并一直延续整个学期而制作的,如今学生们的学习生活不同了。通过这种调查,我们能够创建个性化的教育体验,介入当今大学生的学习过程中,对他们的日常生活增加认识,从而根据需求设计和推出产品。此外我们还在大学校园内推出了“design sprint”,让在校学生描述在学习过程中遇到的特殊问题,然后我们与他们一起找到可能的解决方案,再把这些内容加入到我们的数字解决方案的开发中。我们做这些都是为了更了解学生的真正需求,而不是我们想象的学生的需求。通过这个过程,我们改进了产品,并帮助学生们提高学业成绩。如我们设计生产出了适合智能手机浏览的数字词汇闪词卡及查询学习资料和学生表现的应用软件,这些都是我们针对学生的学习流程作出的调整。

目前这个项目刚在美国开展了几个月,今后我们希望把这个项目拓展到我们所有的核心地区市场。

□破产保护事件是否影响了圣智学习的品牌形象和在消费者中的信任度?

■没有。我们经过了周密的计划,之前也考虑破产保护是否会影响我们的业务,但最重要的是保持透明度。我们之前已经与我们的员工、合作伙伴、作者沟通,告诉他们我们为什么要这么做,我们还与投资者进行沟通,我们的业务没有受到任何影响。要知道走过这个程序并不轻松,可以说很艰难,但我们终于成功地从破产保护中走出来了。

□在圣智学习集团全球化的进程中,您发现不同国家的师生需求有哪些异同?开发国际市场的具体策略是怎样的?

■这是一个很复杂的问题。圣智学习的国际业务面向全球,总的来说我们服务于全球所有国家的师生用户。我们业务主要在4个地区开展,它们是亚洲、澳大利亚、欧洲/中东/非洲地区(EMEA)以及拉美地区。在每一个地区我们都有两到三个核心国家。在亚洲,是日本、韩国和中国,其中中国是我们最大的市场;在拉美地区,巴西和墨西哥是最大的两个市场,在EMEA地区,英国是最大的市场,在大洋洲区,澳大利亚是我们最大的市场。当然,美国本土市场是整个集团最大的市场。我们在主要领域是英语学习市场,在澳大利亚是中小学业务,在日本是学术研究市场,可以说我们针对不同地区和国家制定了不同的战略,会根据不同的市场情况做出不同的部署。

□圣智学习集团过去两年的主要任务是建立一个领导团队,请您谈谈这方面的情况。

■我们目前的业务仍以纸质图书销售为主,但同时我们也为开发未来的产品注入了大笔投资,建立一种面向未来的纸本与数字混合形式、在线或纯数字版等不同的产品形式,我们需要尝试选用新型的人才。当然我们仍然需要懂得内容和传统学习的人,也需要了解新技术的人,来为我们提供可以应用哪些新技术,开发什么样的平台的建议,这也就是我们在美国的波士顿和旧金山设立全球总部和决策总部的原因,这里孕育了大批的技术人才。

## ● 案例

■乐毅

## 麦克米伦 开发教材同步网站 创建VLE学习环境

麦克米伦旗下的数字技术公司Digital Science,正深度挖掘科研论文在高教领域的市场空间。

该公司建立了数据分析平台Figshare,大学教师可以使用其真实的实验数据集来给学生布置数据分析作业。此外还开发了ReadCube业务,可为论文标注,并与其它用户分享。如老师让学生阅读一份研究论文,添加注释,或提出问题,以此鼓励学生探索式学习。该公司的Altmetric软件可以嵌入到ReadCube及许多出版商平台和工具里,帮助学生学习,来培养学生的科学精神和批判性思维。

帕尔格雷夫麦克米伦(Palgrave Macmillan)高教公司在致力于打造虚拟学习环境(VLE)。该网站可引导学生点击链接进入自己的教材,完成自学内容并做笔记。这使大学可以仅购买核心资料,并将其整合到其VLE系统中,学生登录后即可看到最有价值的内容。

网站将按照学生的学习进度来同步推进相关内容

建设。这需要产品具有指导性并获得高满意度。该公司表示将继续改进交互设计的功能,提高触屏设备、照相机、声音识别、云数据和新输入设备的使用度。

麦克米伦的新创业公司(New Ventures)向Sapling学习公司进行投资,希望借此提高交互学习技术和服务水平。Sapling公司针对科学、技术、工程、医学领域高校学生的常见错误和学习特点,聘请相关学科的博士围绕一个学科写2000个问题,教师参与提问,由此开发了在线问答、实时专业解答的工具,向所有用户开放。这样教师就不用花时间准备和批改作业了。

Sapling公司还开发了学生反应系统iClicker,让学生运用自己的知识回答问题,教师加入反馈环,及时获得学生反馈,从而适时调整下一步的授课方案。另一个产品Late Night Labs,则可以让学生使用虚拟的物理实验室设备进行体验。它基于2600份材料计算反馈,不少学生在实验前后都要使用它。

## 世哲出版社 走出授课和教材模式 寻求技术创新

美国世哲(SAGE)出版社是以社科类出版物为主的出版社,因此大学市场是该社的一大主要业务。

该社旗下的独立子公司亚当·马修(Adam Mathew),主要对数字化的历史手稿、地图等资料进行加工。该社编辑部总监詹妮弗·坎普表示:“其主要用户是大学师生和毕业后从事人类学和社科研究的人员。如大学教师会在教学中使用这些主要源资料,然后给学生制定一项研究任务。这些内容具有独特性,但用户在使用这些主要源资料时也会遇到挑战,因此出版商要帮助建立发现内容的路径,如邀请专家写稿及把主要源资料放到相关背景中作为新特色展示出来。”

此外,由于用户更愿意看图片长廊、主题展及视频内容,因此该社投入精力使出版的内容容易被发现,通过谷歌能够搜索到。

教材仍是大学生获得信息的主要载体(工具),为此世哲出版社开发了教材同步网站,其中包括了视频、试题或录音资料等元素,如包含互动、线上和演讲录音元素的讲义制作工具,为师生提供教学工具,改善课堂体验、作业等环节。还在其中嵌入了相关的期刊文章,受到了教师们的热烈欢迎。

市场咨询公司Outsell近期对美国学生做的一次调查显示,86%的社科类学生更喜欢纸质教材,因此世哲出版社要保证纸质与数字版两种出版形式同时存在,形成互补,为大学的虚拟学习环境(VLE)提供充

足的资源。

该社与VitalSource共同开发交互数字教材。开发过程中,评估是改善学习成果的关键,因此寻求提供高度指导性、与移动设备完全兼容的内容。此外,还开发了“移动学习”(Mobile Study)工具,确保学生能够获得教材资源,能够在上课或考试前适应或熟悉教材内容。

针对发展迅猛的慕课市场,该社认为慕课有巨大的潜力,但也有一些局限性。慕课不太可能替代大学教育,但它可以是一个替代教材的有用工具。慕课的内容有时效性,如在8周内播放,但过后就消失了。这对于向学生推荐的教师来说也是一个挑战。

虽然目前慕课可以在线免费提供,而且学生数量可达数万人,有着传统课堂没有的优势。但未来慕课模式将朝着付费和学分制的方向发展,课程提供商(即出版商)授权内容通过美国版权结算中心(CCC)使用,之后获得链接并将其加入慕课中。学生可直接购买链接中的资料,出版商由此获得收入,而慕课提供商可从学生中收回资金或预测有多少人会继续收看这个课程,对要获得学分以拿到学位,或收看该慕课全部课程的学生收取服务费。由此,未来出版商必须更有想象力,走出授课和教材模式,更多地使用新技术。出版商的工作就是创新,而目前我们仍然处于最开始的阶段。

# 我们的目标—— 持续打造中国出版传媒业

## 全媒体传媒(群)

邮发代号1-217

订阅方式:  
A.全国各地邮局订阅;  
B.中国报刊网订阅;  
C.拨打服务电话:400-66-11185订阅。

地址:北京西三环北路19号外研大厦北楼  
邮编:100089 传真:010-88818933  
咨询电话:010-88810715/27/29/231

**CHINA PUBLISHING & MEDIA JOURNAL**  
**中国出版传媒商报**  
(原《中国图书商报》)

2013年8月1日 第1953·1964期

邮发代号1-217 国外代号D-4584

中国出版传媒报

惟优惟新 利业利市