《北京城市总体规划（2016年~2035年）》出版

中国出版传媒商报讯 为深入落实北京新一版总体规划，为未来北京规划建设提供智力支撑，7月30日，由北京市规划和自然资源委员会与中国建筑出版传媒有限公司（原中国建筑工业出版社）主办的《北京城市总体规划（2016年~2035年）》新书发布暨北京2035：和谐宜居之都研讨会在京举行。

北京市规划和自然资源委员会总规划师、北京市城市规划设计研究院院长施卫良，中国建筑出版传媒有限公司党委书记、董事长尚春明，北京市城市规划设计研究院原院长柯焕章，清华大学建筑学院教授吴唯佳，中国城市规划设计研究院副院长王凯，国家发展改革委城市和小城镇改革发展中心副主任沈迟，中国建筑出版传媒有限公司总编辑咸大庆、副社长欧阳东，北京市规划和自然资源委员会总体规划处处长杨浚等出席。

《北京城市总体规划（2016年~2035年）》是在习近平总书记多次视察北京，要求北京的城市规划要深入思考“建设一个什么样的首都，怎样建设首都”这个问题，谋划首都未来可持续发展新蓝图，对北京及京津冀协同发展亲自指导下组织编制的。为在全社会深入宣贯《北京城市总体规划（2016年~2035年）》，回应人民群众和社会各界对未来北京规划建设的关切，在北京市规划和自然资源委员会指导下，《北京城市总体规划（2016年~2035年）》由中国建筑工业出版社全文正式出版发行，该书对总规在宣传的深度、广度和时间上进行拓展和延伸，进一步发挥了总规作为新时代城市总体规划对全国的示范作用。 （麟）

●特别报道

勾勒5G时代新闻出版

关键词 5G 新闻出版 媒体融合

■中国出版传媒商报记者 陈 莹

7月31日~8月2日，由中国出版协会、中国韬奋基金会、中国画报协会、中共吉林省委宣传部指导，融智库和融智库吉林智库共同主办的第3届新闻出版智库高峰论坛在吉林长春召开。论坛以“推动新闻出版高质量发展，致敬新中国成立70周年”为主题，聚焦“5G技术与新闻出版”等议题。

4G改变生活，5G改变社会，5G时代的到来必将引起一场影响深远的变革，它将进一步推动新闻出版向数字化、智能化方向转型升级，具备高速率、大容量、低延时特点的5G将重塑出版流程。

5G颠覆生产关系 内容价值提升

2018年末，英特尔委托世界电信产业权威咨询公司Ovum发布报告《5G将如何改版娱乐传媒业》。报告认为，未来几年，5G技术将给媒体和娱乐行业带来巨大的市场增长，全球移动媒体市场规模将在未来10年内达到4200亿美元。

华为中国区运营商业务部总裁助理顾嘉在题为“5G照亮数字内容”的演讲中引用了上述报告。他分享了该报告的一些结论：全球移动媒体市场规模将在未来10年内翻一番；VR（虚拟现实）和AR（增强现实）杀手级应用将在5G时代出现；5G将给数字广告市场带来巨大空间。

“5G核心是解决人的问题，而不仅是体现高带宽、大容量和低时延。如果说4G时代完成了数字化过程，那么5G带来的将是智能化，它改变的不止是生活，而是改变生产关系。如果站在更高视角理解5G，它是数字经济的连接器、使能器、加速器。”顾嘉还分享了Ovum总结的5G时代的三个“重”：内容重耕、场景重塑、渠道重构。“内容重耕，制作全新内容或传统内容改造升级，可能带来更好的体验。场景重塑，以前内容发行、信息分发是随机过程，将来可以以用户为中心，围绕用户的需求出版和发行，人工智能+5G网络技术可能会变成现实。渠道重构，所有的信息会自动触达对它感兴趣的人，这样分发效率会大幅提高。”

顾嘉还提到，除数字传媒领域，5G在产业创新、产品创新和体验创新方面更应关注。产业创新方面，万物皆可为媒，VR、AR、游戏融合的产业会迎来发展；产品方面，基于AI的语音交互，多场景、多功能的应用将赋予传统内容新生命。

大唐移动通信设备有限公司标准部泛在网络室主任徐晖是5G标准与技术专家，她解释说，5G之所以能够改变社会，原因在于其设计之初就针对不同应用场景做了特性增强，它可以实现移动互联到万物互联。“现阶段超高清视频业务可能引领5G发展。目前，我国新媒体已经到了4K阶段，未来随着5G不断成熟，可能即将进入8K和VR/AR时代。预计到2022年，媒体业务量将占据全球流量的18%。”

徐晖还介绍了今年7月发布的《5G新媒体行业白皮书》。《白皮书》显示，5G和媒体行业的融合可能会经历几个发展阶段——开拓期、发展期、成熟期、进阶期，在不同发展阶段将会出现不同的应用和产品。以5G时代超高清内容的采集为例，可能使用5G采集背包或通过小型基站，把采集到的4K、8K信息通过5G回传到直播中心进行存储，也可以通过电视机顶盒展示到8K电视上，或通过5G基站、运营商网络分发到5G电视上，还可以通过手机投屏到电视上。5G可以满足信息采集后回传时的大带宽需求，视频分发也可以运用5G大带宽来实现。此外，VR/AR直播可以在5G网络下利用边缘计算技术分发给用户。

5G智慧化案例首先落地传媒与教育

中国传媒大学新媒体研究院院长赵子忠和中国信息通信研究院高级工程师、工业和信息化部互动媒体产业联盟副秘书长杨崑更关注传媒与5G的关系，他们不谋而合地指出“5G不是服务传媒业的”。

赵子忠举例说，如果将5G视为一条信息高速公路，这条公路是服务于全社会的，在此过程中逐渐向传媒领域拓展。他认为，5G对传媒业的影响具体体现在信息采集、内容集成和信息分发三个方面。随着5G发展，越来越多的内容采集靠摄像头、无人机、传感器完成，进一步推动信息采集、内容集成的精细化、准确度，而在信息分发层面家庭场景和车载场景、个人场景将尤为重要，这些都将对传媒生态产生巨大影响。“在5G影响下，传媒业态会向万物皆媒、人机共生、原生应用三个发展方向。”赵子忠总结说。

杨崑直言5G与传媒、物流、信息等本身无关，它是一种超高速基础设施。“5G作为超高速公路将改变传媒业的发展基础。它对出版传媒业的影响可以细化为全面感知和采集能力拓展两方面。”杨崑解释说，一方面是全程信息感知。5G能够打通“人、机、物”之间的数据连接通道，未来谁对“人、机、物”全程数据的采集能力越强、给用户提供的个性化服务越精准到位，就能占据巨大优势。另一方面是全员参与。当下信息内容传播已经不是业界所熟知的传播，过去传媒面向大众做传播，如今是面向全社会传播，当碎片化、圈层化传播日益明显，传媒需要的信息远不能仅来自于记者编辑，届时数据新闻会越来越多，5G技术将全面拓展信息采集的每一个环节。杨崑预判，今年可能是智慧化5G实现基础构建、智媒起步（的时期），未来两年5G智慧化案例可能首先在新闻领域出现。

“5G时代内容、技术的发展推动用户（受众）对高质量、有价值内容的需求。”武汉理工大学文法学院新闻传播系主任刘锦宏表示，过去业内在分析VR/AR出版时普遍认为核心是内容，现在回过头看，当5G时代来临用户对阅读的需求会越来越高，5G带来的万物互联将进一步激发用户对内容价值的需求，优质内容的价值将呈几何级提升，也将激发出更好的、基于用户需求的数字产品。

“万物互联将给有价值的内容、产品以无限多出口，数字阅读时代，每个用户的阅读行为和方式已经发生变化，尤其是伴随互联网成长的年轻一代，他们的消费行为、对内容的需求，在数量、质量两方面都已达到非常高的程度。未来VR与5G的结合恰恰能为用户需求高、乐于为内容买单的网生消费者提供非常好的数字化产品。”刘锦宏认为，5G时代的VR出版将在硬件提升、生态环境、内容生产、商业模式四个方面发生一系列变化。具体表现为万物互联、云计算、超低延迟远程操作、VR/AR进一步升级。

极课大数据CEO、创始人李可佳分享了该公司在大数据、人工智能、5G赋能老师方面的诸多尝试。大量调查显示教学成果与老师对学生的了解深度成正相关性，而因材施教的前提是读懂学生，其路径是依靠学业诊断，诊断结果正是从考试、授课的出版物中来。极课大数据利用智能硬件获取数据，帮助老师读懂学生。教学辅助决策系统基于大数据训练环境下的人工智能，针对学生个体实现因材施教，从而实现分层教学。

此外，极课还开发了“数据化教辅”系列产品，用人工智能+大数据辅助教师进行教学决策和备课。比如极课出版的江苏省高考复习教辅书，内容正是从江苏区域各种考试大数据汇总而来，用数据驱动教研。并且，在学生使用该书过程中又可衍生出其他出版物。以暑假作业为例，这个产品的特点是每个学生的作业都是基于自身高考复习的大数据汇总而成，因此学生的作业内容各不相同，无法抄袭。

甚至于，围绕这些教辅产生的数据，还可以开发在线课堂、提分方案等一系列产品。从产业角度看，极课与合作的出版社可以从原来的批发模式，产生数据增值业务。

吉林出版集团股份有限公司外语教育事业部经理兼总编辑林海威分享了5G对融合发展的机遇。她认为主要体现在几个方面，一是网络超级连接能力有了巨大突破，得益于传输速率的百倍提升，5G网络无时不有、无处不在。二是用户进入“无限网络容量”体验时代，Gbp级的接入速率将使VR成为爆品，移动宽带业务成为驱动力。三是催生和创造出更多生产与生活的场景应用，超低时延带来身临其境的体验。四是能容纳更多设备连接、同时维持低功耗的续航能力，网络能耗效率百倍提升后万物默认在线。“5G带来的最大改变就是从人与人之间的通信，走向人与物、物与物的通信，真正实现万物互联。”

就像林海威所说，传统出版社是一直坚持以人为本的逻辑来做文化传承和文化出版的，面对即将到来的5G转场，原有的技术逻辑在新时代失效，出版社构建资产价值的重点不再仅仅是技术强、规模大，而是如何在自己的平台上让社会的、商业的、文化的以及个人的资源和能量生根发芽、开花结果。以人为本的总逻辑才是构建线上社会文化和生活的基本原理，传统出版社只要充分利用并且正确利用逻辑，一定能够成为构建线上生活的主力军。过去曾经担心的流量、用户、渠道问题在5G时代将不再是问题。“出版社需要解决的是通过什么渠道、什么场景、提供什么样的内容才能触达特定用户，做好对用户的精准化管理就是要知道自己的用户在哪里、他们想要什么，以及在什么时候、什么场景下需要提供何种内容服务，通过数据分析做选择的过程其实就是建立有效连接的过程。”

出版融合要发挥好新媒体矩阵作用

■黄大灿

传统出版业近年来空前重视融合发展，各出版社、期刊社、报社纷纷建设新媒体平台，促进融合发展。然而，由于发展前景不明朗、盈利模式不清晰等因素，传统出版业的融合发展还有很长的路要走。

就目前的发展形势来说，融合发展是大势所趋，必然会在行业模式建立、市场培育完成后，出现井喷态势。其中，新媒体矩阵以其种类的多样性和所属平台的丰富性，能够提高内容对需求的针对性，扩大读者覆盖面，值得深入探索。

“矩阵”原是数学概念，指数按照长方形进行排列构成的数的集合。“新媒体矩阵”借用这一概念，指在社交媒体环境下，由同一主体运营的多种类、属于不同平台的新媒体集合。具体来说，新媒体矩阵有两种主要表现形式：一是单平台多账号：如产品账号、活动账号、客服账号和员工账号等。以产品账号为例，因各出版单位的出版物品种多样、内容丰富，可以按产品类别在同一平台上搭建不同种类的新媒体。二是多平台单账号：如微信公众号、新浪微博账号、头条号、百家号等。目前这一形式已被出版单位认同，多平台运营模式正在逐步建立。新媒体矩阵的作用主要表现在4个方面。

提高内容对需求的针对性。一个新媒体平台，面向所有读者，不符合市场细分趋势。新媒体提供的内容符合读者需求和喜好，这是读者对其持续关注的重要原因。传统出版业构建不同种类的新媒体矩阵，让爱好文学的读者关注文学新媒体平台，喜欢科普的读者关注科普新媒体，可以使提供的内容更符合读者的需求、更有针对性，为增加读者粘性奠定了基础，也为后续针对不同目标读者提供个性化产品和服务提供了支撑。

扩大内容对读者的覆盖面。近几年来，社交媒体发展风云变幻，从微信一家独大、微博再次崛起，到今日头条、新浪新闻、腾讯视频、抖音的异军突起，社交媒体行业群峰并立的局面已经形成，同时，读者的多平台分流趋势不可逆转。传统出版业采取多平台运营的新媒体发展模式，向分属不同平台的读者提供内容，切实地扩大了读者覆盖面。

传统出版单位内部本来就各有分工、分头发展的布局。与之相适应的，传统出版单位的新媒体发展也应分工明确，在各自领域用优质、专业内容吸引读者，这也是应对日益多样的广大人民群众文化需求的有效方式。新媒体矩阵的构建，其中一个重要作用就是打造更合理的新媒体格局。同时，在分工明确的布局之下，各新媒体渠道分头发展，不断提升专业化水平，在吸引读者、增强用户黏性等方面，远远强于综合性新媒体。

产生多方互动、多级联动的协同效应。新媒体矩阵虽然分头发展，但它们属于同一主体，且在大多数出版单位内部，各个新媒体的运营是由同一部门负责的，这为新媒体账号间的协同、互动创造了良好基础。新媒体矩阵互为犄角，充分利用不同平台的多方互动和不同种类的多级联动，发挥协同作战优势，形成覆盖范围广、影响程度深、内容丰富、形式多样的攻势，为产品宣传、活动推广、品牌建设提供强有力的阵地。

新媒体矩阵的构建，对于聚集人气、增加流量，提升传统出版业影响力，对于突出主业、强化专业，推动传统出版业融合发展，作用不容小觑。当然，在当前新媒体盈利模式不清晰的现状下，面对构建新媒体矩阵需要的人力、物力和财力等巨大投入的问题，传统出版业经营者要有自信和魄力，发挥管理智慧，加强投入，逐步构建新媒体矩阵，并使之成为出版单位连接读者的桥梁，成为出版单位在新时代发声的阵地。

●聚焦

『中华人物故事汇』系列丛书隆重出版 京版集团独家代理中小学校园馆配版

中国出版传媒商报讯 今夏以来，有一套书成为出版界和教育界的热点，那就是在中宣部指导下，由中华书局、学习出版社、党建读物出版社、接力出版社四家单位编撰的“中华人物故事汇”系列丛书首批50册。这套书旨在加强全社会特别是青少年的爱国主义教育，中国特色社会主义教育，中华优秀传统文化、革命文化、社会主义先进文化教育，甫一上市就受到广泛关注。7月25日，四家出版社共同与北京出版集团伦洋公司签约，授权北京出版集团作为“中华人物故事汇”系列丛书全国中小学图书馆馆配及校园推广销售的独家代理。

为贯彻落实习近平总书记“举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象”的重要讲话精神，中宣部和教育部将发文在全国中小学校开展为期三年的“礼先贤、敬先烈、学先锋、育新人”主题读书活动，通过阅读“中华人物故事汇”系列丛书，学习从远古到当代著名人物的英雄事迹和高尚品格，帮助青少年树立正确的世界观、人生观和价值观。

丛书分“中华先锋人物”“中华先烈人物”“中华先贤人物”和“中华传奇人物”4个系列，选取中国古代、近代、现代各个时期在各个方面做出突出贡献、产生深远影响的重要人物，用故事的形式，展现他们的思想智慧、高尚品格和顽强精神。4个系列在人物选取的时间段上相衔接，从古代、近代到当代，涵盖了中华民族几千年发展进程中涌现出的优秀代表人物。此次4家出版社与北京出版集团签约，就是希望将最优秀的图书和阅读活动带到全国中小学，推荐给1.4亿中小学生。

中国教育装备行业协会学校图书装备分会会长常汝吉表示，中小学图书馆馆配市场的真实情况并不理想，地区间发展很不平衡；图书采购行为不够规范，正规出版社的高质量图书难以成为主流馆藏；图书更新剔旧工作未建立常态机制，图书馆未能很好地承担阅读育人主阵地的作用。上述问题引起了社会各界的广泛关注。“中华人物故事汇”丛书的出版发行以及相关的高规格主题读书活动的开展，有利于净化馆配图书采购环境，创新图书馆服务模式，夯实校园读书活动，提升中小学阅读育人工作的水平，为新时代图书装备工作的发展创造新的机遇。“‘中华人物故事汇’系列丛书计划3年出版310种，与中小学图书馆配市场结合后，将在短时间内高效率、精准地将好书送到学生手中，实现出版和教育的完美融合。”

北京出版集团负责人刘子君表示，京版集团作为国有文化企业，在阅读推广方面做了大量工作，十几年来一直坚持举办科学家和作家进校园活动。“这个项目启动后，我们将充分利用自身的资源和优势，以及京版集团校园活动平台、十月文学院作家平台、校网和慈善捐助平台，将‘中华人物故事汇’系列丛书的营销推广和宣传，做深做透，不辜负合作出版社的期望。”

中华书局党委书记周清华，学习出版社副社长陈伟，党建读物出版社副社长李胜利，接力出版社社长黄俭、总编辑白冰等人出席签约仪式。

《中国铁路第一大案》长篇报告文学出版

中国出版传媒商报讯 8月2日，由中国人民公安出版社主办的长篇报告文学《中国铁路第一大案解密》新书发布会在京举行。公安部新闻宣传局文化处处长何涛涛，全国公安文联副主席武和平，中国人民公安出版社副总编辑李国强，全国铁路公安文联和作家协会副主席、该书作者王仲刚，著名公安文学评论家杜元明、张友文，中国电影集团国家一级导演庞好等与会。

何涛涛指出，公安文学应成为时代前进的号角。王仲刚将来源于自身真实生活的传奇经历集成报告文学，以实际行动回应了习近平总书记对文艺工作者的号召，更是以人民为中心的创作导向的生动实践。《中国铁路第一大案解密》一书扎根铁路公安一线，深入铁路警察生活，以质朴生动的语言、真实可信的情节，倾注了作者的生命激情，成功塑造了铁路警察忠诚奉献、服务人民、勇于担当、积极进取的英雄形象，是我国近年来的优秀公安文学精品力作。

中国人民公安出版社党委书记、社长闫继忠在书面致辞中表示，《中国铁路第一大案解密》通过对中国铁路第一大案曲折惊险的侦破历程的生动描写，展现了铁路警察不畏艰险、勇于担当、迎难而上、甘于奉献的忠诚品质、高尚情怀和闪光形象，是为铁路公安立言发声的原创佳作，为丰富中国公安文学宝库作出了重要贡献。

会上，《中国铁路第一大案解密》出版方群众出版社与相关影视机构签约达成改编合作——40集电视连续剧《铁鹰使命》拍摄工作正式启动。 （晓 茜）