

## 爱奇艺知识明年71亿流量补贴百科短视频

中国出版传媒商报讯 12月18日,2019爱奇艺知识盛典在京举行。会上,爱奇艺知识宣布2020年将全面向“品质化”“潮流化”“个性化”迈进,并重点发力IP定制、互动视频、百科短视频三大方向。

爱奇艺首席技术官兼基础架构和智能内容分发事业群总裁刘文峰表示,知识一直是爱奇艺平台布局的重要一环,为爱奇艺的“苹果园”生态带来“新动能”。爱奇艺将继续通过创新科技赋能各行业内内容合作伙伴,开放科技价值与数据价值,加速推动爱奇艺知识发

展迈入新阶段,让科技助力创作,让学习快乐简单。

同时,爱奇艺知识将向潮流化方向发展,在继续深耕IP定制课程的基础上,重点布局知识互动视频、知识百科短视频,抢占知识视频化发展风口。会上,爱奇艺知识宣布发起知识百科“爱知计划”,宣布投入71亿流量补贴,激励、扶持百科短视频创作者。

2018年10月,爱奇艺教育中心推出付费产品“知识”,2019年5月爱奇艺知识APP正式上线。截至目前,爱奇艺知识已与领英、中信书院、人民网慕课、小鹅通等1800余家合作伙伴达成合作,覆盖外语、文史、艺术、亲子、职场等十五大品类,累计上线超3.7万门精品课程。(陈莹)

# 着力关键点 培育新动能

## ——地方教育出版社融合出版的观向与思辨

■江金辉(福建教育出版社社长)

近年来,在融合发展背景下,地方教育出版社鼓励在体制内创新,发挥教育出版资源优势,在推动教育出版融合发展落到实处方面做了许多有益的探索。本文仅以福建教育出版社在这一方面的探索实践经验,提出对融合出版的一点粗浅思考。

### 融合发展是“一把手工程”“全员工程”

融合发展是出版社战略转型的必由之路,必须是全体领导班子成员在认知高度一致前提下的“一把手工程”,唯有如此,方能在战略、制度设计、资源调配等顶层设计上为融合转型提供长久有力的支持。

融合发展机遇与挑战并存,传统企业缺乏创新的要素,需要做组织结构调整,产品创新和营销渠道创新,很多时候还需再造生产流程,整合内容资源和人力资源。领导班子必须主动作为、积极作为,实质性地为大踏步推进融合发展提供保障。

出版社经营班子要自上而下地推动创新,协调和理顺内部机制,创设相对宽松的工作氛围,鼓励有想法、有意愿的骨干先行先试,激发全新的数字内容生产与服务理念。打破固有的薪酬体系,提倡年轻骨干到新业务平台发挥自身优势,通过项目历练,尽快成长为具有产品思维的复合型运营人才,完成能力优化和角色转变。

有了温度湿度适宜的“土壤”,一把手还要把融合发展设立为战略目标,作为系统工程贯穿到长、中、短期目标中,不因经营压力而失去定力。以我社的在线阅读业务,原有该项业务发端于福建鹭江出版社。当时鹭江社领导班子对业务认知和转型思路高度统一,全力支持业务发展,协调资金投入、人员调配、业务推进等,无线阅读营收才逐渐增长,规模起来了,团队也有干劲。后因海峡出版发行集团数字出版业务规划,无线阅读业务整合到福建教育社,我社领导班子高度重视融合发展,有效整合相关优质资源,坚定不移地推进无线阅读发展。在此基础上与咪咕数媒达成了深度合作,推出了咪咕闽版联合会员等增值服务产品,初步实现了由内容提供商向内容运营商的过渡转换。近十年坚持,才有了今天业务的延续和发展。

### 不被焦虑所困,种好“一亩三分地”

对传统出版社而言,融合出版意味着新的产品形态、新的赢利模式、新的营销方式、新的内容表达和呈现方式,面对全新的挑战,焦虑在所难免,此时不妨来点“小农意识”。

地方教育出版社均在区域教育市场深耕多年,经过长期运营,在一定区域内拥有较好的教育品牌,在纸质教材尤其是教辅产品领域具有较高的市场占有率,更兼具多年与教育领域在产学研诸多方

**编者按** 不久前国家新闻出版署公布的数字出版精品遴选推荐计划2019年度精品项目名单中,海峡出版发行集团下属福建教育出版社打造的“闽教学习服务平台”入围。该项目通过移动互联网时代的人工智能、大数据、云计算等先进技术,依托福建教育社自有优质教材资源及授权取得的中小学相关学科教材资源,基于移动互联网应用需求开发,是一款专为福建省中小学教师、学生和家長设计,适用于各种移动终端的学习智能辅导平台。“闽教学习服务平台”作为科技赋能教育的成功样本,也是福建教育社推动融合发展、转型升级的实践成果。

向的互动,也拥有良好的区域教育生态圈,这是地方教育社赖以生存的根基。所以,地方教育出版社的融合出版应该从教育特长入手,选择优势品种、强势区域作为切入点,在已经精耕细作的“一亩三分地”做融合产品的升级,因为对这块“地”最熟悉,也最容易产出,找准自己的节奏,对产出做到心中有数。这是个顺势的选择,也是最有可能突破并取得初步成效的方向。

福建教育社的国标教材《小学英语》,在福建省内的市场占有率较高。早在2014年,我社依托闽教版《小学英语》研发了“闽教英语”APP,创新了英语教材的数字出版、学校的课堂教学、课后的学习辅导三大场景,并调动全部传统教育生态资源大力推广,逐渐迭代完善,运营状况也逐年趋好。2019年4月,该APP迭代为“闽教学习服务平台”。10月,“闽教学习服务平台”入围2019年度国家新闻出版署数字出版精品遴选推荐计划。该平台较好地整合和优化了社内的优势内容资源,为编辑的转型升级提供了一个实践平台和参考案例,有效地促进教育和出版的融合发展。

福建教育社近期重点关注人工智能知识普及教育的发展趋势,围绕修订中的《信息技术》教材,与地区教育部门、部分小学、青少年宫正在合作研发人工智能实验室项目,逐步推广人工智能学科的内容,推动我省中小学人工智能知识体系建设与课程开发、智能学习支持环境和智能教育教学资源建设,开展中小学人工智能教育探索与实践。

### 量力而行,以收入验证思路

在社会效益和经济效益统一的要求下,地方教育出版社对市场要有敬畏之心,不做超越自己能力的事情,避开行业头部企业已经做得很好的细分优势项目,避免无效的重复建设。时刻保持对互联网行业的敏感,关注相关领域头部企业的发展,在决策时充分考虑失败的对策,做最坏的打算、最好的努力。

近几年,福建教育社做的项目都较稳健,同时

积极借助相关产业扶持资金,用小项目试水,锻炼团队。项目实现营收、模式可行后,再逐渐加大资金投入,做大做强。这样能够避免因创新失败而产生较大的经济包袱。尽管目前融合转型项目的年度利润在出版社年度利润总额中的占比还不是很高,但一直在稳步提升,增强了项目团队和社里经营团队信心,有助于未来的开拓创新。

信心对于在探索中前进的团队尤为重要,传统出版人往往有一种对技术的“自卑”,技术的确不是传统出版的优势。但内容的整合能力赋予传统出版更多机会,其中的发现能力、中介能力和运营能力才是教育出版社真正的核心竞争力。

在在线阅读运营中,一些漫画平台联系购买福建教育社部分原创作品的动漫改编权,进行改编运营,社里因此获得了几十万元的动漫改编收入。因此,我们鼓励团队在业务运营中重点关注此类动漫的发展,支持他们勇于尝试相关项目。我们将在线阅读运营思路引入动漫运营中,有针对性地从事原创内容组织创作开始,同时考虑动漫运营的输出,更主动地研究出一批拥有具体画像的用户,重视动漫作品的故事内核创作,精心打造独特且具有文化优势的品类。经过一段时间的运营,2019年福建教育社有两部动漫作品入选腾讯微光计划,获得腾讯动漫重点扶持。精心运营的自有版权在国外动漫平台webcomics、mangatoon上线,已产生数千美元付费收入。

### 善于合作,把控关键环节

作为传统出版社,技术创新能力较弱,没有技术基因和流量支撑,很难体系性地做技术开发和运营,合作分享是必经的过程,通过合作可以弥补在技术、流量、人才等方面的劣势。充分利用自身生态圈里的优势,才是变现的良好途径之一。善于合作是融合发展升级中必须学习的基本本领。在合作前,要审慎考察合作伙伴;合作时,出版社不能做“甩手掌柜”,项目团队要边做边学,要深度介入,尽快独当一面。

我社的在线阅读和闽教学习服务平台等业务,都是在多年合作的过程中,与经营理念相符、沟通顺畅、致力共赢,且经过严苛考核的优秀合作伙伴,或合资成立公司,或项目合作,共同协作实施的融合出版业务,有的合作方已经合作近十年。出版社通过改造与引进相结合的办法,运用新的机制,释放活力,激发潜力,解放生产力,不仅能培养自己的队伍,也有利于学习新的方式方法,真正和市场接轨,按市场规律办事,实现轻量化转型。同时,对于技术商、渠道商和新兴互联网公司应该持开放包容、合作共赢的心态,共同把市场做大。我们在国家法律、法规以及公司章程规定下,各自行使业务的责权利,最关键的环节就是加强财务监控,有效地防范与控制财务风险,保障企业的稳定运营。

频化转型添了一把火。

除《人民日报》《环球日报》等中央媒体,也有不少行业媒体积极参与。2018年媒体抖音号影响力TOP100榜单中,解放军报社南部战区分社、《人民交通》杂志社、新文化报社等行业媒体开设的官方账号上榜。

“行业媒体入驻短视频平台,就是利用平台的放大器作用,让更多年轻网友更便捷、更直观地了解行业工作,突破行业壁垒。”人民公安报社中国警察网影视中心主任陈文峰在某次采访中表示。

以2018年上线的抖音政务号“四平警事”为例,其主创团队一改以往公安机关说教式的普法形式,以贴近百姓的真实案例为基础,以令人捧腹的反转剧情为亮点,以诙谐幽默的东北方言为桥梁,在短短3个月内收获近千万粉丝。不少网友表示,通过观看“四平警事”的短视频内容,不但了解了电信诈骗、冒充公安民警等专职人员进行诈骗的惯用伎俩,以及相应的防范措施等一系列知识点,更对辅警下村、地区治安条例等相关政策法规解读有了更进一步的认知。截至目前,“四平警事”在抖音上拥有1600万粉丝量,还曾得到央视新闻表扬。

当前内容传播呈现出的移动化、生活化、视频化趋势,为短视频发展提供了丰富的土壤。随着主流媒体纷纷入驻以抖音等为代表的短视频平台,内容价值通过平台获得进一步凸显。抖音等短视频也已成为主流媒体信息传播的重要渠道,为主流媒体移动化传播变革提供了丰富的实践经验和有益借鉴。



七一客户端是中共重庆市委当代党员杂志社研发的党建门户客户端,是以重庆市委党刊全媒体中央厨房为技术支撑,端、网、微、刊融合发展的主题出版产品。

近年来,中共重庆市委当代党员杂志社深学笃用习近平新时代中国特色社会主义思想,深入贯彻党的十九大精神,全面落实意识形态工作责任制,形成了十三个新媒体、一个智库、五份期刊、六大平台,即“十三、一、五、六”全媒体传播格局,呈现了高起点智造、高品质发展、高效能出版的良好势头。

当代党员杂志社研发的重庆市委党刊(CQDK)全媒体矩阵的核心,以CQDK全媒体中央厨房为平台支撑,打通了党刊社13个新媒体渠道,实现了内容按媒体类型的智能分发。当代党员杂志社副总编辑曹玮告诉记者,七一客户端带动《当代党员》《党员文摘》《党课参考》内容生产创新,提升了媒体整体实力和竞争力;带动3刊全国月发行量130余万册,经营规模超过1亿元。

在媒体转型与融合发展的大潮中,当代党员杂志社始终坚持党刊全媒体姓党、党管媒体原则,时刻保持政治定力,牢记党刊使命,笃实责任担当。《当代党员》突出重庆市委综合性机关刊物的定位,《党员文摘》突出全国党员干部修养读物的定位,《党课参考》突出“三会一课”专业党刊的定位,提升主流媒体影响力,以全媒体高质量发展赢得受众赞誉。全媒体矩阵中,重庆市委党刊七一网已实现“西部一流、全国领先”的建设目标。七一客户端、微信公众号及微博、抖音、快手等新媒体平台,也秉承党刊的红色血统,履行了主流媒体的责任与担当。“《不忘初心、牢记使命》主题教育微视频党课100讲”自今年5月31日上线以来,阅读量突破2000万,成为主题教育现象级作品,被《人民日报》点名肯定,列为学习强国重庆频道重点推荐产品,国内数百家平台转载。”曹玮介绍说。

近年来,当代党员杂志社进一步深化融媒传播的理念,充分运用全媒体平台,把“刊”的深度报道、“网”的海量信息、“端”的瞬间收发、“微”的精准推送融通起来,让丰富的内容通过丰富的载体得到丰富的呈现。

据曹玮介绍,当代党员杂志社的融媒发展,首先是在呈现方式上向可视化升级。线上,在七一网、七一客户端开设视频栏目,及时推送原创的系列微视频产品;线下,《当代党员》《党员文摘》《党课参考》纸刊上采用文字和二维码的形式,同步推送融媒产品。“目前,我们正计划搭建融媒体演播室,以适应全方位、多景区、多空间、多视点播报及访谈类节目制作。同时,也为抢占5G时代智媒体制高点奠定坚实基础。”

其次,在技术手段上向VR(虚拟现实)升级。在对2019中国国际智能产业博览会的采访报道中,拍摄了制作多部VR作品,让读者通过扫描二维码就能体验智博会现场的真实感,增加了阅读趣味性。

最后是在传播渠道上向多元化升级。当代党员杂志社搭建起13个新媒体平台,迅速主动占据移动互联网的主流舆论阵地,让正能量更强劲、主旋律更高昂。

近年来,当代党员杂志社以媒体融合为理念,以“品战略”(政治品格、市场品质、文化品位)为导引,借力大数据、智能化和传播手段新技术,努力打造多平台、多载体、多维度全媒体格局,目前重庆市委党刊全媒体已累计投入650万元。

2018年3月,当代党员杂志社正式启用CQDK融媒小厨,引入媒体大数据、智能化应用,升级全球知名品牌的采编系统,实现全媒体平台指挥及采、编、校、发全方位融通,以领先的硬件和软件,让主流舆论乘着大数据智能化的东风,展翅翱翔。

打破主题宣传“硬材料”的惯性,推动党刊舆论传播转型升级的“方法论”,就在于改变以前党刊宣传“散硬平呆”“我办你看”的居高临下单向灌输式媒体思维,着力将中央有关精神转化为受众喜闻乐见的新闻文化产品;在选题上注重“天线灵”“地线通”;在传播上注重听取并吸纳受众意见,加强编读互动;在形式上注重创新,制作推送集图文音视频于一体的融媒作品。“观念的创新,使重庆党刊全媒体迸发出崭新的活力,也更好地创造出宣传报道中的柔性文章。”曹玮说。

# 重庆党刊全媒体矩阵开创党刊新格局

中国出版传媒商报记者 晓雪 实习记者 孙夏

# 行业媒体如何玩转短视频

■王洋(消费日报社)

近年来,中国移动互联网在3G、4G、5G的迭代加持下飞速发展,中国网民的网络生活已经完成了从图文时代向视频时代的过渡,短视频更成为近两年中国互联网络的最大增量市场。据艾媒咨询发布的报告显示,截至2019年底,中国短视频用户数量从2016年的1.53亿人激增到如今的6.27亿人,预计2020年仍将保持稳定增长,可达7.22亿人。

**短视频助行业媒体溯本清源** 作为互联网发展的“黑马”,短视频在几十秒到几分钟的时间内,将一个事件或是一个观点结构紧凑、逻辑清楚地呈现给用户,迎合了当代年轻人碎片化、快节奏的阅读习惯。但是,在“百花齐放”的短视频平台上却也存在着为数众多、不专业、不全面,甚至不正确的内容,混淆视听,误导舆论。

行业媒体的本质是利用其对行业的理解和专业性,服务并助力行业发展,帮助从业者 and 行业外人士对该行业形成正确的认知和客观的了解。对于行业媒体而言,短视频风口恰是溯本清源的好时机。

以化工行业为例,化学产业与百姓生活息息相关。中国石油和化工网络电视(CCINTV)策划的全国首档化工科普微视频“化说”,从角度揭秘化工专业与人们息息相关却又难得一见的生产现象,充满趣味性的同时又能开拓大众视野,传递化工知识。

其实,中国石油和化工网络电视早已使用视频形式进行科普,早在2008年“三聚氰胺”事件爆发之时,就在第一时间策划了一期关于三聚氰胺的科普视频节目,这一节目在一定程度上缓解了国人对国产奶粉的“过度焦虑”。

据了解,中国石油和化工网络电视会将一些社会热点事件背后的化工知识做成科普视频,在正确引导舆论的同时,丰富消费者的知识面,提高消费者的鉴别能力。

中国石油和化工网络电视副总编辑彭芳群认为,讲好行业故事是行业媒体的责任和担当,只有把故事讲好,才能实现传播价值并获得受众认可。同时,通过与市场积极合作,扩大视频制作力量,丰富视频资源,吸引更多优质内容,更好地服务行业 and 用户。

**短视频是媒体转型重要路径** 近两年,视频化已成传统媒体融合转型必经之路,短视频平台随之成为重要布局。中国新闻史学会应用新闻传播学会发布的《媒体抖音元年:2018发展研究报告》显示,2018年,抖音上经过认证的媒体账号超过1340个,累计发布短视频超15万条、播放次数超775.6亿、获赞次数超26.3亿。

2018年8月,抖音联合生态环境部、国家卫生健康委员会、国资委等11家政府、媒体机构推出政务媒体抖音账号成长计划,更是给媒体机构的视