

● 专访

首支出版融合投资基金诞生

“出版+数字+资本”相加相融 狂飙突进

■受访人:施其明(数传集团CEO) □采访人:聂慧超(中国出版传媒商报记者)

在前不久的第35届北京图书订货会上,“中图数传出版融合投资基金”由中图数字科技(北京)有限公司、数传集团(武汉理工数字传播工程有限公司)、中非信银(上海)股权投资管理有限公司共同发起成立。该基金作为行业首支面向出版融合项目的基金,旨在充分发挥资金引导优势,为出版融合发展中困出版单位“不敢投”“没钱投”“收益难”等几大问题提供解决方案,推动出版融合加速发展。

为了保持可持续发展,过去几年,各类出版机构充分发挥自身专业优势与资源优势,整合既有内容资源,加快转型升级步伐。在相关政策和资金扶持下,大多数出版社均能有几个数字出版项目立项,并成功打造了各具特色的数字出版创新产品。但即便如此,出版社仍面临资源整合度低、深入挖掘和创新性开发不足、数字出版盈利模式不成熟,资金、人才和创意等层面上门槛较高、转型发展资金短缺等问题。传统出版业要想发挥后发优势,加速转型升级,实现传统出版和新兴出版的融合发展,仅靠主管部门、地方政府以及上级单位的资金支持远远不够。因此,相关机构或社会力量设立融合出版基金,为融合发展这一细分业务提供资本化运作的平台,成为一个重要选项。

据悉,“中图数传出版融合投资基金”的成立是为了响应中宣部、国家新闻出版署相关政策文件中提出的主要指引,如“推动数字出版与经济社会各领域相加相融,构建附加值高、功能多样的新型‘出版+业态’”“鼓励出版企业设立出版融合发展专项资金,强化出版融合发展的资金保障”等关键点,进一步推动出版融合事业的繁荣发展。

据数传集团CEO施其明介绍,该基金将主要投向出版融合产品以及与出版相关的整条产业链上的“融合”产业,希望能够帮助出版企业的融合产品在产品形态、读者体验、读者服务以及销售渠道上更加适应现代读者的需求,更具备市场竞争力。

对于该基金的服务特色,施其明表示,一方面,风险管控能力较强,基金着重让出版企业参与投资与主业相关的上下游资源与业务,相对于参与其他业务的投资,出版企业对自己本行业的业务更加熟悉,风险管控也会更加得心应手;另一方面,交易流程成熟规范,基金的整个业务流转过程都是通过知识产权交易平台进行,并且设立了预审立项会和投决会等相关制度,保障交易的公平、公正、公开。



□“中图数传出版融合投资基金”作为行业首个专门投资出版融合产品的基金,其创立初衷、合作模式、发展情况是怎样的?对于贵公司的整体战略产生怎样的影响?

■“中图数传出版融合投资基金”创立的初衷是扶持出版融合产品,以及扶持图书销售新渠道建设等与出版相关的整条产业链上的“融合”产业,以推动出版融合的整体发展。该基金由数传集团与出版单位共同发起成立,将按照基金的标准管理模式来进行管理及使用,其设立有助于数传加强与出版单位在各项出版业务方面的合作。这个过程中,数传将进一步做好自身角色定位——出版单位融合出版项目的技术支持、产业投入风险共担和利益共享的合作伙伴。

□该出版融合基金的使用比例是怎样的?这笔基金目前的投资范围与投资方向是什么?涉及哪些业务和产品投向?

■基金将重点用于出版融合产品方向以及出版发行新电商渠道建设上。产品投向具体包括RAYS现代纸书等出版融合产品;开发和拓展的新兴领域有元宇宙出版、出版融合产品的权益类知识产权交易等;新兴产品内容包括元宇宙书店、元宇宙图书。希望通过基金的支持,使出版融合产品在产品形态、读者体验、读者服务及销售方式上更适应现代读者的需求,更具市场竞争力。

□贵公司如何依托项目联动人、财、物等要素,实现差异化优势?

■出版集团非常清楚行业内有哪些方向能够带来巨量营收,对于内容的整合也早就形成了稳定模式。同时,数传集团在出版金融领域形成了SOP(批量稳定可复制模式),这都让出版社看到了我们的出版融合项目具有很强的成熟性与落地性。

□您认为资本在出版融合发展中扮演着什么样的作用?

■资本有助于拓展出版融合发展模式,加速出版融合产业发展速率;降低行业内出版融合投资的风险;促进产业融合,降低产业融合

成本;让更多出版单位在相对低风险情况下进行出版融合实践,以促进出版融合深度发展。

□据悉,贵公司之前和社会资本共同组建的出版融合基金于2016年12月份成立,2017年2月份正式规模化运行,目前累计支持出版单位近200家,累计扶持金额2.2亿元。每年可以给出出版单位带来最高可达千万元以上的利润,同时给基金本身也带来了持续且不错的收益。我们认为当前这种出版金融模式可以在很大程度上助力行业低成本推进出版融合发展,并能够产生实际效益。但目前全国相关机构的参与度还远远不够,当前出版融合发展空间非常巨大,出版单位的认识理解和重视程度还有提升空间,希望更多出版社参与进来。

■数传集团之前和社会资本共同组建的出版融合基金于2016年12月份成立,2017年2月份正式规模化运行,目前累计支持出版单位近200家,累计扶持金额2.2亿元。每年可以给出出版单位带来最高可达千万元以上的利润,同时给基金本身也带来了持续且不错的收益。我们认为当前这种出版金融模式可以在很大程度上助力行业低成本推进出版融合发展,并能够产生实际效益。但目前全国相关机构的参与度还远远不够,当前出版融合发展空间非常巨大,出版单位的认识理解和重视程度还有提升空间,希望更多出版社参与进来。

□贵公司对于这笔基金设立了怎样的管理办法?在体制机制方面有何创新?

■这是一支私募投资基金,对其管理,数传集团有清晰的逻辑性和强合规性,即在保证出版机构资金安全的基础上增加收益。中图数传出版融合基金已于2022年11月10日在中国证券投资基金业协会完成基金备案并由专门机构进行管理和托管。出版融合产品均在国有知识产权交易所挂牌交易。体制机制方面,我们设立了预审立项会和投决会制度,同时数传集团在盈利分配、实现方法等方面都有详细且规范的绩效奖惩机制。

□未来贵公司在产业融合效率、资金结构优化、融合人才培养等方面有何规划?

■第一,数传集团未来肯定要继续与出版业共同发展,帮助出版业创新融合项目的发展;第二,我们希望能够与更多出版单位进行资本联动。(通过目前40个上市公司的章程大概计算出的可见资本有1700多亿)当前绝大多数出版单位的自身资本没有被充分利用,未来数传集团希望能够与之联动,更好地帮助出版单位充分利用自身资本,更快地推动行业发展。第三,通过基金联动,让更好的产品和更具能力的人才逐渐进入到出版融合发展的视野中。我们的资助结构具有更强烈的安全性,在保证资金更加安全的前提下,撬动出版融合发展。同时基于对出版行业的理解及行业本身的发展方向,我们通过基金联动鼓励和支持更多的人参与出版融合,让更好的产品在出版金融中成为标的。

《首支出版融合投资基金在京举行“当代雷锋”孙茂芳、雷锋生前战友、邓州“编外雷锋团”政委姚德奇、湖南雷锋纪念馆馆长余旭阳、湖南省长沙市望城区雷锋精神研究会会长刘宏伟、辽宁省抚顺市雷锋学院培训部主任丛娟娟、人民出版社原社长黄书元等嘉宾,以及《雷锋》杂志社总编辑、解放军报社原副总编辑、《雷锋:人类美好的向往》作者陶克出席会议。会议由湖北教育出版社社长方平主持。

周凤荣表示,《雷锋:人类美好的向往》是阐明雷锋精神的永恒性和时代价值的优秀主题图书,也是湖北宣传思想战线为纪念毛泽东等老一辈革命家为雷锋同志题词60周年适时献出的一份厚礼。

黄国斌谈道,长江出版传媒接下来将利用湖北作为革命文化富集地的独特优势,围绕弘扬伟大建党精神、传承中国共产党人精神谱系,继续做优主题出版,推出一系列优秀作品。

会上,黄国斌和陶克向国家图书馆、首都图书馆、天津图书馆、河北省图书馆、北京大学图书馆赠书。同时,陶克还介绍了创作情况。与会领导和嘉宾作交流发言。(穆宏志)

中国出版传媒商报 3月29日,由长江出版传媒股份有限公司和首都图书馆主办,湖北教育出版社和《雷锋》杂志社承办的《雷锋:人类美好的向往》首发暨出版座谈会在京举行。

中国出版协会理事长邬书林,中国图书评论学会会长郭义强,韬奋基金会理事长聂震宁,中宣部出版局二级巡视员、期刊处处长倪轶,中国编辑学会会长郝振省,中国新闻出版研究院党委书记黄晓新,北京市文化和旅游局一级巡视员史安平,湖北长江出版传媒集团有限公司党委书记、董事长黄国斌,湖北省委宣传部、第十三届全国政协常委、原北京军区副政委王健中将,中国人民解放军一级英模、“当代雷锋”孙茂芳,雷锋生前战友、邓州“编外雷锋团”政委姚德奇,湖南雷锋纪念馆馆长余旭阳,湖南省长沙市望城区雷锋精神研究会会长刘宏伟,辽宁省抚顺市雷锋学院培训部主任丛娟娟,人民出版社原社长黄书元等嘉宾,以及《雷锋》杂志社总编辑、解放军报社原副总编辑、《雷锋:人类美好的向往》作者陶克出席会议。会议由湖北教育出版社社长方平主持。

● 数字出版

首份中国AIGC产业全景报告出炉

中国出版传媒商报 3月29日,首份中国AIGC产业全景报告出炉,由量子位智库出品。截至报告发布,国外AIGC赛道已有8家独角兽公司。2022年以来,我国AIGC赛道出现了10余笔投资。多家机构已高度明确要将AIGC作为主赛道,重点关注包括线上游戏、影视传媒、内容咨询、电子商务、办公软件、训练数据、社交软件和在线教育等领域,并推出了相应的孵化项目,预计本年度融资规模将有数倍增长。

从实际营收来看,结合全球发展现状可以归结为五种商业模式:MaaS(Model as Service,模型即服务),按产出内容量收费,软件订阅付费,模型训练费用以及其他模式。据量子位智库预计,今年我国市场规模可达

170亿元人民币,AIGC企业在业务场景变现还处于探索验证时期。随着产业加速增长,商业化落地逐渐深入,产业生态逐步完善,分别来到应用蓬勃期(2025年~2027年)和整体加速期(2028年~2030年),2030年市场规模将超万亿元人民币,届时会催生完全不同新业态。

脉脉高聘人才智库3月24日发布的《2023 AIGC人才趋势报告》显示,AIGC人才供需结构性失衡。需求端热招岗位偏技术岗位,以算法工程师、自然语言处理、图像识别等研发人才为主;供给端热招岗位则以AI产品经理类、运营类等非技术岗位居多。热招的图像识别等技术岗人才,平均年薪超过百万。(聂慧超)

电子纸开启技术之争

中国出版传媒商报 凭借“绿色低碳”的光环,电子纸技术已成为新型显示赛道上迅速开跑的一匹“黑马”。近日,洛图科技(RUNTO)发布《全球电子纸市场季度报告(Global ePaper Market Analysis Quarterly Report)》。报告显示,2022年全球电子纸模组出货量为2.6亿片,同比增长23%。预计2023年,全球电子纸产业整体市场规模将达到360亿美元,同比增长140%;到2025年规模将达723亿美元,年复合增长率高达68.9%。

报告表明,从技术视角来看,电子纸自研

发起步的50多年里已经涌现出多种细分技术,但目前电泳、电润湿、胆固醇液晶这三种技术路线成为行业关注度最高的三大类。兼容彩色和视频是电子纸显示迈入主流市场的重要门槛。业内人士表示,未来可实现彩色视频显示的电子纸显示技术将具有更大的发展空间,或将成为主流的电子纸显示技术;传统稳态的电子纸虽然因无法实现高质量彩色视频显示而应用受限,但其超低功耗及类纸观感体验仍在很多应用领域备受青睐,仍将占据一席之地。(伊尹)

● 编辑人语

■ 黄会丽

出版业既是文化的基础行业,也是文化强国建设重要内容和核心支柱。深耕内容质量,精准定位需求是出版业实现发展的必由之路,同时要科技赋能出版,把人才培养机制作为服务新发展格局、推动高质量发展的切入点。本文结合服务出版业新发展格局,以加强出版业创新发展为着力点,以推动新时代出版工作守正创新、提质增效、全面发展为总抓手,谈些体会和思考。

抖音把精准定位作为必要手段

抖音是字节跳动公司开发的一款创意短视频社交软件,主要依托于移动智能终端实现快速拍摄和美化编辑,用户可以上传自己的作品,并在抖音平台上实时分享,软件也会根据用户的观看喜好推送其喜爱的短视频。

抖音能够在国内外几乎同时“抖”起来,一是依托国家信息化基础设施建设,顺应互联网发展的趋势。根据2023年3月2日,中国互联网络信息中心(CNNIC)发布的《中国互联网络发展状况统计报告》,截至2022年12月,我国网民规模达10.67亿,较2021年12月增长3549万;互联网普及率达75.6%,移动互联网连接数达到18.45亿户,万物互联基础不断夯实;短视频用户规模首次突破10亿,用户使用率高达94.8%。

字节跳动公司正是依托这些国家建设的信息化基础设备硬件,积极研发顺应趋势的软件,并加入创新“算法”,最终创造出爆款软件“抖音”,达到全世界一起“抖”起来的局面。二是基于大数据,深挖“算法”,达到精准推荐。字节跳动公司的核心技术是“算法分发”,这和抖音内容天然契合。就像准备一道宴席,主菜配菜都经过精密的计算安排,既能基于个人偏好按照“物以类聚,人以群分”给予符合口味的前菜,实现基础内容的配对,又能基于浏览、点赞和转发频次、位置等信息的叠加,使用户对感兴趣内容获取得更加深入。三是“取之于民,用之于民”“全民皆兵”的产品底层逻辑。抖音的运行机制是由字节跳动公司搭建内容平台、定义技术规格,产品生产权利让渡给所有用户。在新媒体传播链条中,用户不仅是信息的消费者、接收者,还是信息的生产者、传播者。字节跳动公司以客户需求为中心,利用用户乐于展现自我的内驱力,促使用户源源不断的自主生产内容。

喜马拉雅让科技赋能文化

如今,喜马拉雅已经建立了从头部IP到长尾内容全面覆盖的健康、均衡、有活力的生态内容体系,在线音频服务已经涵盖了不同年龄段用户所需要的丰富内容,累积包含101个品类的3.4亿条音频内容。喜马拉雅用声音连接和服务了数亿用户,2021年内内容创作者数量超1351万,全场景平均月活跃用户已达2.68亿,并推出国内首个全内容智能AI音箱“小雅”等,开启语音交互的新传播时代。

喜马拉雅创始人兼CEO余建军在公司2022年年会透露,喜马拉雅于2022年第四季度首次实现单季度千万级的盈利。关于盈利背后原因,余建军认为战略与组织清晰度提升,坚持以创造用户价值为导向的长期主义,实现降本增效,打造可持续盈利能力是3个比较重要的原因。首先是业务聚焦,力争多元化发展。喜马拉雅通过不断探索新的路径,拓宽内容变现渠道,通过书、课、剧、讲书、播客、访谈对话节目、音频与视频直播等多种形式打造优质IP,实现优质内容的多重变现,让作者出圈,让出版社受益。其次是战略共赢,谋求持续盈利。喜马拉雅以用户为中心,以长期主义价值为考量去发展业务,通过多样音频产品的打造和运营,帮助出版机构发挥其内容价值,在为传统出版业提供新的发展契机同时,也助力其打造自己的有声品牌。再次是人事合一,重视人才发展。喜马拉雅管理层通过深入一线,让各部门的具体问题更快地被传达,促使公司战略执行更高效。人才建设也为喜马拉雅提升核心竞争力和抗风险能力提供了基本保障。

出版业发展亟需新路径

以媒体融合作为创新突破,拓宽出版边界。媒体融合有很多层次,首先是理念上的融合,其次是技术上的融合,再次是营销上的融合。抖音的实践启发我们,出版业可以借鉴“算法”技术为各类人群的需求精确“画像”,构建“需求-研判-反馈”的图书产品供给新模式。探索运用物联网、区块链等新技术,推进图书内容信息在各类终端设备上的“智慧分发”,实现各种媒介资源、生产要素的有效整合,实现信息内容、技术应用、平台终端、人才的共享融通,形成融“报、网、端、微、屏”于一体的全媒体传播体系,提升覆盖面和便捷性。对于传统出版如何与新媒体进行协同发展的课题,传统出版要开辟出新路径,就面对两个选择,一是“造船出海”,自己建设用客户端汇集优质内容,实现一种内容、多种产品的开发形式,及时对图书进行数字化的深度加工,利用互联网实现产品的按需出版和立体宣传。二是“借船出海”,依托微博、微信、抖音、快手等超级平台运作,提高优质内容的到达率和传播的覆盖面。

通过多元化发展,助力出版社“双效”丰收。出版人要针对不同地区和年龄的用户群体开展差异传播、精准传播。一是深耕内容质量,精准定位需求。通过深度挖掘用户需求,深耕内容质量,使内容不断垂直细分,延伸至各行各业,把用户对于阅读的软性需求化为刚性需要,做到内容最好、领域最强;与此同时,出版社还要学会并善于利用大数据和科技,将内容精准触达用户。二是探索出版多元化发展。出版社现在需要用多个产品去满足消费者的需求,在关联中找到新的增长点,形成新的收益。三是出版资源的优化与利用。出版资源是指与出版形成相关的各种要素的集合,可以分为硬资源与软资源,硬资源就是资金,软资源就是信息。信息除了为优质选题提供丰富有效的资源外,还包括优秀作者、优秀编辑、社会关系等。对出版资源的优化和利用,是实现出版社社会效益和经济效益的前提和基础。

让人才成为出版业发展的第一生产力。人才梯队的建设,关键是打造支撑未来的人才体系。要通过外部吸引、内部培养发掘一大批践行企业文化价值观、具有经营意识的优秀人才。同时,打造同行业具有竞争力的回报机制,激发优秀人才的创造活力。

音视频平台为出版高质量发展提供新思路