

高端预测

· 出版集团 ·

每逢新年伊始,中国出版传媒商报都会邀请出版传媒集团负责人,对上一年度亮点进行回顾评点,对新一年行业发展进行展望研判。2024年高端预测如约而至,希望透过他们对行业的深度观察和思考,为2024年的出版业提振信心、明确方向。



1. 在您看来,2024年出版产业将有哪些值得关注的变化/趋势?
2. 政经产经领域,2024年您关注哪些关键词?
3. 2024年,贵集团将在哪些方面重点发力?

出版集团老总眼中的2024

■中国出版传媒商报记者 张馨宇 采访/整理

聚焦中国式现代化 推动中国出版高质量发展

■茅院生(中国出版集团有限公司党组成员、中国出版传媒股份有限公司总经理)

新趋势 >>>

一是主题出版工作迎来新机遇将有新作为。全国宣传思想文化工作会议正式提出了习近平文化思想,在党的宣传思想文化事业发展史上具有里程碑意义。习近平文化思想既是出版工作的重要遵循,更是出版创新的不竭源泉。2024年,出版行业围绕党的创新理论研究阐释,聚焦主题主线的主流出版将迎来新机遇展现新作为。

二是AI浪潮下的出版内容价值彰显。ChatGPT的火爆让人工智能技术再次引发全球关注,大模型成为人工智能技术的新高地,在工业、教育、医疗、法律等领域被广泛应用。在出版领域,生成式人工智能(AIGC)引发了内容创作、审校、翻译、营销等传统生产方式的变革,相信在新的一年里,大模型和AIGC会在出版传媒领域有更深入的应用。

三是图书零售市场回归传统和理性。线上营销、短视频直播平台等带来图书销售渠道格局巨大变化,低客单价、低折扣、低利润逼迫出版人不得不重新思考进入市场的路径与方法。预计2024年将会是出版行业追逐流量的“冷静期”,图书市场销售价格无序竞争行为将得到进一步治理。对出版单位来说,打造并扶持能掌握主动权的渠道和流量,创新图书营销和阅读推广方式,推动质效双增,将成为发展共识。

关键词 >>>

一是中国式现代化。党的二十大提出“以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴”,中央经济工作会强调“必须把推进中国式现代化作为最大的政治”,体现了党对新时代做好经济工作的规律性认识,为以中国式现代化全面推进强国建设、民族复兴伟业提供了科学指引和根本遵循。物质富足、精神富有是中国式现代化的根本要求,新时代出版业将持续聚焦内容建设,为中国式现代化提供精神养分。

二是新质生产力。中央经济工作会议提出要以科技创新推动产业创新,发展新质生产力。“新质生产力”是由技术革命性突破、生产要素创新性配置、产业深度转型升级而催生的当代先进生产力,具有重要的理论意义和深刻的实践意义。打造新型劳动者队伍,用好新型生产工具,赋能发展新兴产业,提升传统产业将成为国有企业的战略思考。弘扬企业家精神,让企业真正成为创新主体,让人才、资金等各类创新要素向企业聚集,激励企业加快数智化转型,更好体现知识、技术、人力资本导向将成为各界广泛期待。

三是高质量发展。高质量发展是中国式现代化的本质要求,是全面建设社会主义现代化国家的首要任务。只有推动经济实现质的有效提升和量的合理增长,不断塑造新的竞争优势,才能支撑长期持续健康发展,不断满足人民日益增长的美好生活需要。始终把握正确政治方向和舆论导向,坚持两个效益统一,着力实现从内容生产者转变为内容组织者和版权运营者;坚持“科技+文化”,利用数字技术创新内容产品形态和传播渠道;对标世界一流出版企业,不断创新发展新业态和

(上接第1版)

出版人要做新渠道的主人

第一波短直渠道看起来如此热闹非凡,像个暴发户,却又阴晴难测。很多出版机构张开双臂,热脸相迎,投入人力物力,甚至不计成本。可年终结算,最后却发现自己赚了个寂寞,先前的努力算是交了学费。原来,利润都被主播们的坑位费、提成比例、平台流量费收割了。当众多出版机构刚熟悉短直渠道,开始萌发信心,短直电商渠道的第一波红利,已经接近尾声。

那些深谙互联网玩法的熟手,虽然不懂出版业,甚至无需了解图书产品内容,就轻松收割了红利,满载收成,趾高气扬地离开了图书产品主战场,转战它域。此时,不少业内直播者还没摸入门,自然是一脸迷茫。

痛定思痛,这才发现,出版从业者最后还是得靠自己。内容毕竟在握,产品是自己的,最熟悉内容的还是自己。这个时候,我们才仿佛听到了收割者的狂笑:“你们,你们是在手捧饭碗讨饭吃啊!”

渠道只是载体。内容是水,内容是信息,内容是流动的金子。未来渠道,还得以内容为王。不管什么时代,都要先学会讲故事。会讲故事,才能带来流量,有流量才会有变现的可能。最近又冒



运营模式,推动内容价值链的延伸,实现围绕出版主业的价值扩张将成为出版高质量发展的路径。

发力点 >>>

一是围绕中国式现代化组织策划选题,持续做优主题出版。中国出版集团将把出版宣传习近平新时代中国特色社会主义思想作为工作重中之重,发挥人文社科优势,以出版践行习近平文化思想,巩固壮大主流思想舆论。围绕中国式现代化,突出学理化大众化体系化表达,策划推出“中国式现代化与乡村振兴系列丛书”、“枫桥经验系列研究丛书”《中国式现代化为什么是人类文明新形态》、《中国式现代化的理性探寻》等重点选题;进一步拓宽《新时代哲学社会科学创新文库》选题领域和思路,修订再版《从“千万工程”到“美丽乡村”》等重点图书;围绕习近平总书记“两个结合”重要论述,策划推出“马克思主义同中华优秀传统文化相结合丛书”等重点选题;围绕出版阐释习近平强军思想,推进集团庆祝建军百年主题出版规划落地。全力推进重大出版工程,推进《复兴文库》第一至三编宣传发行工作,高质量做好第四、五编出版工作;持续推进《中国大百科全书》第三版后续深化建设工作,同时做好内容综合开发;加快点校本“二十四史”及《清史稿》修订工程出版工作。序时推进中长期主题及重大时间节点主题出版相关选题,围绕中华人民共和国成立75周年等年度重要节点推出一批优秀出版物,对即将到来的中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利80周年、红军长征胜利90周年、中国人民解放军建军100周年等时间节点主题提前谋划。坚持主题出版精品战略,聚焦重点、解析难点,引导热点,让党的理论创新成果传得更开、更广、更深入。

二是围绕新质生产力推动科技文化创新,持续做优融合出版。根植集团的内容优势禀赋,加强对人工智能、大数据等前沿技术的研究,积极参与通用大数据和垂类大数据模型建设及应用。将融合思维贯穿内容生产全流程,盘活内容数据资产,创新内容新业态,进一步推动新技术与传统出版业态融合,努力形成一个内容、多种形态,一个创意、多个产品的立体化、全方位产品格局。加快对以《复兴文库》、《中国大百科全书》第三版为代表的大型学术文库、重点工具书等特色资源型项目的数据化开发,推动中华历代物产知识库(一期)、历史军事纪实融合发展等新项目建设;持续研究人工智能大数据模型在古籍出版语料自动标引、句读识别、智能编纂等出版领域的应用,打造古籍编校与阅读应用新

出来一个收割流量的猛兽,仅10万元制作成本的短剧,就能轻松撬动成百上千万的资金。从商业角度来看,短剧异乎寻常的崛起速度,以及其新的商业运作逻辑,非常值得我们去深入研究。这个现象至少说明一点——内容才是流量的源头。

显然,出版产业的传统生产逻辑已然瓦解,过去的路径依赖已经失效,新的产业逻辑正在生成,未来的出版底层新逻辑是什么?没人知道。但有一点不变的是,人性不会变化,人类也必须靠故事而感知存在。出版业是内容IP产业,总盘子虽不大,却对一个民族的文化传承与创新至为重要,是真正的“头部”产业。出版业的整体高度,也决定着这个民族对世界文明贡献的厚度。从这个角度来说,出版这个职业足以令人自豪。

更为关键的是,出版内容掌握在我们出版人自己手里。我们需要娴熟地掌握互联网的法;作为读书文化人,在这个时代必须为自己植入一点科技基因;我们需要培养自己讲故事的能力,重新学会新媒体传播的手法;在短直渠道,出版人要出现在前台,而不是幕后一味为人打工。

我们不做“接盘侠”,而是要做新渠道的主人,总而言之,要做命运的主人,命运需要掌握在自己的手里才会稳当。有个朋友讲得好:未

模式。加强服务创新,利用好中译公司智能翻译、大数据分析、知识图谱等技术实现集团多语种出版快速翻译,打造优质出版内容数据知识服务新模式;着力推进中图公司利用人工智能大模型技术提升出版编印发生产效率与企业经营管理效能,打造产学研一体化的科研服务平台。加强协同创新,通过政策支持、资金扶持、技术共享等多种形式增进新技术的落地与应用,创新科技型企业经营管理的活力与动力,推动中华古联、新华互联、中图数科、荣宝科技等文化科技企业打造核心竞争力,实现集团融合出版高质量发展。

三是围绕“一带一路”建设,持续推进对外出版。继续将深耕“一带一路”国家市场作为重点,坚持把对外宣介习近平新时代中国特色社会主义思想作为首要任务,在国家重大项目和主题出版输出上持续发力。围绕“一带一路”建设,推进“丝绸之路乐舞艺术研究丛书”、《丝绸之路音乐舞蹈通史》等选题;围绕区域国别史研究,加强对“一带一路”国家、“金砖国家”、“西亚、中亚国家”、“二十国集团”等地区和国家的国别研究出版,充分体现中国特色大国外交理念,推进“区域与国别研究系列丛书”“看世界·区域国别史经典丛书”等重点系列选题,推出一批成系列的国别史、区域史作品,同时在地理、艺术、文学等细分领域,推动各单位结合核心业务定位,推出具有中版特色的出版物。加强与“一带一路”共建国家的出版交流,进一步发挥好北京国际图书博览会联通中外的价值,深化“一带一路”非通用语数字教育资源平台建设,多渠道、多角度、多介质地做好文明互鉴和中华优秀传统文化传播工作。

四是围绕人才强企,持续打造高素质编辑人才队伍。进一步完善识才育才才聚才的制度机制,创造人才成长发展环境。发挥高层次出版人才引领作用,鼓励出版单位建立“首席编辑”聘任制,培养造就名编大家和领军人才;支持高层次出版人才参与有助于扩大本和单位学术声誉或社会影响的行业活动;以共建北京大学出版研究院为契机,推荐高层次出版人才参与行业产业发展前沿课题研究,成为研究院导师;完善“双通道”职业发展体系;研究制定高层次人才奖励津贴政策。对“三个一百”五类人才库实施动态管理,激发人才成长内生动力。加大年轻编辑培养力度,开展新员工“名社助学”培训;实施编辑导师制,发挥优秀资深编辑“传帮带”作用;以中国出版“四力”大讲堂为抓手,推进年轻编辑培养走深走实。

五是围绕高质量发展,持续实施国有企业改革深化提升行动。以巡视审计整改为契机,以高质量党建为引领,着力推进党建与业务深度融合,努力解决制约高质量发展的突出问题和短板弱项,进一步提升企业治理能力。加强依法治企和合规管理,不断完善风险防控工作体系和“三重一大”决策机制;持续深化内部三项制度改革,凝聚提升集团竞争力、创新力、控制力、影响力、抗风险能力。强化资本运作,运用专业化整合、资产证券化等方式盘活存量;有序推进改制上市,引战混改等措施做优增量;推动资金投入挺拔主业的战略性新兴产业板块,将内容资源优势转为产业优势,在强链补链和培育新的经济增长点上发挥积极作用,不断扩大市场规模和效益,形成高质量、高收益、高附加值的可持续发展之路。

来,内容就是渠道,渠道就是内容。就像量子力学的波粒二重性,内容与渠道看起来是两个完全不同的物种,但在新技术条件下,它们本质上可能就是一个东西。我们认为,这至少可能是新出版底层逻辑的密码之一。在未来的10年,服务是基础,流量是标靶。

放慢脚步,重新出发

命运给你关上一扇门,必定为你打开另一扇门。在与不少出版机构负责人的沟通中,我们发现有一个声音是一致的:就出版而言,在复杂的大背景下,目前不一定是最好的发力节点,但却是最好的蓄力时节。在这个特殊的时间节点,我们可以将脚步放慢一点,调整节奏,学会深呼吸,再深度思考一下再出发的方向。方向的选择,确实比努力更重要。我们需要重新梳理各自出版的逻辑,并且在新的出版逻辑下,重新检视我们的资源,甚至重新调整团队的发力点,所谓磨刀不误砍柴工。

作为业界的专业媒体,商报观察到一个可喜的现象,有很多业界机构正在思索、行动与创新,我们也报道了不少这类案例。一切努力脚步,都在为一个伟大的时代蓄力。内容创新,渠道重构,花开有时。



新趋势 >>>

一是科技加持。科技加持是当今社会产业发展的最鲜明特征。以元宇宙、5G、大数据、云计算、区块链等为引领的科技创新将加快推动出版传媒产业创新,方兴未艾的AIGC也必将成为出版传媒行业数字经济大发展的新引擎。

二是消费升级。消费升级是当今最突出的需求侧特征。各类文化消费主体的消费内容、消费方式已不再满足于已有的精神世界,而是努力追求更丰富、更多样、更高级、更美好的社交娱乐内容和方式。出版人亟须加快探索数字科技赋能下的文化创新表达,实现与主流出版机构身份相匹配的传播力、影响力。

三是业态创新。新业态是当今社会各产业最具活力的发展趋势。目前,各行业联合体、共同体、联盟等合作组织如春笋般涌现,不断打破壁垒、深度融合。作为出版产业必须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,完成现代化出版产业体系的建设和蝶变。

关键词 >>>

一是“第二个结合”。文化传承发展座谈会上,习近平总书记阐释了“两个结合”特别是“第二个结合”的深刻内涵,即“中华优秀传统文化相结合”,这是习近平文化思想的灵魂。2024年,出版工作必须在深刻理解“第二个结合”的时代意义中,全面深入学习贯彻习近平文化思想,更好担负起新的文化使命,更好推动中华优秀传统文化创造性转化和创新性发展。

二是新质生产力。刚刚结束的中央经济工作会议提出,“要以科技创新推动产业创新,发展新质生产力”。新质生产力一词的诞生,代表着颠覆性创新驱动,产业链条新、发展质量高等将成为新的发展特征。构建现代化产业体系,必须依靠新质生产力,出版领域则要聚焦颠覆性技术的行业应用,比如AIGC等。

三是“三个强省”。河南省委在全省宣传思想文化工作会议上,响亮提出了建成文化强省、文物强省、考古强省“三个强省”的宏伟目标。作为以服务文化发展为天职的出版人,要坚定文化自信,立足于主根、主脉,面向国际国内两个市场,深化改革,完善机制,为新时代河南文化强省建设作出应有的贡献。

发力点 >>>

一是在担负新使命上发力。坚持不懈用习近平新时代中国特色社会主义思想凝心铸魂,以群众喜闻乐见的话语体系和表达方式,组织推出一批精品力作,在深化内化转化上下功夫,推动党的创新理论更好“飞入寻常百姓家”。积极做好优秀宝贵文化资源的保存整理、转化发展、传播推介和正本清源,落实好河南兴文化工程,扎实推进《中原文库》《中华文脉》等重大出版项目,建立开放式中原文化资源数据库平台,切实履行好中原出版人对中华文明、中国精神、中原文化的新时代建设职责。

二是在布局新业态上发力。以实现全版权运营为目标,以做好河南版权登记平台运营为重点,广泛汇聚优质版权资源,围绕数字藏品、主题文化元宇宙、沉浸式文化场景等新型版权呈现形式,打造一批具有示范引领作用的版权复合开发应用项目;加大对河南元素、河南文化价值的IP开发力度,立足各出版单位专业定位深耕垂直细分领域,推动优秀历史文化、红色革命文化资源活化展示;强化用户至上理念,着力研发多形态内容产品和应用场景,在“赛道转换”中形成融合产品布局,做到有流量、能收益、可持续。

三是在构建新体系上发力。紧盯品牌塑造、服务优化、科研牵引、项目运作等核心要素,不断完善价值共生产业生态系统建设,全力做好创新联合体运营,集聚更多优质企业、高等学校、科研院所,动态调整双向赋能机制,围绕重点领域开展科技攻关、成果转化、产业创新,通过“科技+文化”“科技+教育”,进一步做优中华优秀传统文化的融合出版和课程研发等工作,将联合体集聚起来的产业能力优势转化为实际的项目成果,推动文化产业的产业链、创新链、供应链、价值链、要素链、制度链深度耦合。

四是在破题新领域上发力。提升创新意识、增强创新理念,积极推进版权智库、现代教育、研学文创等创新业务开展,结合主业主责,重点在教育、文史、手工、“三农”领域探索AIGC的产业化,在版权智库、智慧教育、手工文创、乡村振兴板块的重点项目中集成、研发AIGC技术,力争形成具有自主知识产权的AIGC行业技术和与之配套的语料库,努力形成新质生产力,打造产业发展新引擎新支柱。

(下转第3版)

破题四「新」为建设文化强省作出应有贡献

■王庆(中原出版传媒集团党委书记、董事长、总经理)