

中外书企大咖预测2024出版走势

■中国出版传媒商报记者 渠竞帆 采写/整理

编者按 在国际经济低迷,地缘政治、文化冲突加剧,技术不断迭代等因素带来不确定性的背景下,我们共同迈入2024,如何应对各种外界变化,打破固有思维开拓创新,在新的市场环境中实现新发展新突破?本报采访了10多家国内外领先出版集团相关负责人,分享他们对2024的洞察预见。



凯茜·沃尔夫



林国章



汤恩平



丁锐

高端
预测

· 世界出版 ·

加大AI工具开发投入 将AI嵌入产品及流程

■凯茜·沃尔夫(Cathy Wolfe,美国威科集团全球增长市场业务总裁兼CEO)

关于AI及数据应用策略:威科集团已经利用AI技术多年,目前集团的数字化产品收入中约50%采用AI技术。AI驱动的分析系统正在帮助我们加速增长。2023年,威科落地了AI实验室,通过与世界领先的大语言模型提供商合作,改进和创新各业务部门的产品。

以UpToDate为例,作为临床决策支持资源中的金标准,UpToDate正在与技术与医疗专家,以及学术合作伙伴和客户合作,探索利用生成式AI改进临床体验和工作流,并积极推动相关标准制定。在医疗领域,2024年将是生成式AI的关键一年。我们预测以下四个方向会有重大进展:减轻医院行政负担,提升临床决策的准确性和有效性,提高医学研究产出效率,以及协助医务人员高效提升专业技能。

如何创建更安全的自有平台:技术的不断演变带来更多新机会,我们得以更好地帮助医生、律师、审计师等各行业专业人士改进工作流和提升工作效率。但生成式AI的挑战在于,用户可能并不了解其底层数据,在临床决策中采用AI技术仍存在风险和伦理挑战。引入大语言模型技术需要充分意识到其局限和风险,并采取积极的管理办法。在AI产品和服务的设计与开发中保证公平和避免歧视是极其重要的。我们开发的任何解决方案都必须确保内容的全面性,以及避免数据虚假和偏倚。威科坚持以人为本、聚焦解决业务问题,让用户受益的同时也充分考虑新技术对社会和环境的潜在影响。

2024年数字化重点工作:威科从30多年前开始数字化转型,从传统出版商转变为领先的技术解决方案提供商。我们专注于专家解决方案,将深入的专业知识与技术相结合,帮助客户提高生产力和风险管理能力。以期刊出版为例,威科旗下的医学出版品牌Lippincott正在通过新技术为学会、作者和合作伙伴提供创新的数字渠道,并改变医学研究的生产、传播、获取和消费方式,以适应学术出版不断变化的格局,并满足用户不断变化的需求。

2024年,威科将继续通过数字化创新改进医学研究与教育模式,包括推动多个方向的产品研发。一是交互性数字平台,以提升研究获取度与参与度。二是多媒体及增强内容,例如通过视频及交互式内容让复杂的医学概念更易理解。三是大力支持开放获取(OA)出版。OA出版已成为全球学术界的一大趋势,

不少国家政府和资助机构已开始强制要求或支持OA出版。威科提供一系列满足研究人员需求的OA解决方案,助力研究成果的全球传播。我们将继续推动OA转型,聚焦出版的多样性和公平公正。四是提升移动端用户体验,通过优化移动设备内容,增强资源的可用性。五是开发数字协同工具,便于研究人员间的合作,简化研究流程,共享研究成果。六是运用虚拟现实技术,在教育中使用VR技术解决现场教育机会短缺的问题,为学生提供了一个安全可控的学习环境,并接受实时反馈。这种沉浸式和互动式方法不仅增强了对困难课题的理解和记忆,而且确保了学生得到充分的实践准备。

如何降本增效及2024年最大期待:2023年前9个月,数字化收入占威科总营收的94%,并且保持6%的增速,而占比仅6%的纸质业务收入仍在继续下滑。这与我们聚焦数字化产品与服务的战略一致。2024年,我们将继续执行数字化转型战略,继续重组优化战略、运营和人才,满足市场和用户不断变化的需求。

给2023年工作打分及2024年将在哪些领域保持坚定勇敢灵活:威科注重在深入了解用户的基础上持续改进业务。我们对2023年在这方面取得的进展感到自豪。2024年,我们将继续深入理解用户需求及痛点,并增加这些方向的投资,增强我们的产品与服务能力。生成性AI是一种改变游戏规则的新技术,它可以为我们的客户和员工增加洞察力和生产力。人才对我们的成功也至关重要,我们将在此方面投入更多时间和资源,以确保我们吸引、保留和培养顶尖人才。

2024年与中国出版机构将开展的合作及为增强市场地位和空间将采取的措施:过去5年,我们一直致力于与中国各大学术协会、医院、高校和研究机构合作。我们的目标是推动中国英文医学期刊的国际化发展,提升中国医学出版物整体水平和全球影响力。2018年以来,我们合作的中国期刊数量增加了15倍。其中大多数是新刊,但已有1/3获得影响因子。而中国历史最悠久的医学期刊*Chinese Medical Journal*通过这几年共同努力,其影响因子增长到6.1,位列Q1区。对此我们非常自豪。2024年,我们将继续提升合作期刊的质量和影响力,同时深化及扩大与国内期刊的合作,提升这些期刊的国际地位,推动医学知识和研究的发展。

将AI深植业务产品及运营

■林国章(英国培生集团培生中国执行董事)

关于AI及数据应用策略:我们对AI为教育行业带来的影响非常乐观。多年来培生已将AI深植于各业务部门的产品和运营中,其中最为中国市场熟知的案例是培生PTE(Pearson Test of English),我们已将AI用于培生PTE这一高利害性语言测试中,拥有了多年的成功经验。2023年8月,培生发布了数字教材及视频订阅服务产品Pearson+和数字化学习及作业平台Mastering的测试版,成为第一家将生成式AI工具嵌入数字教材和高校学习平台的学习类公司。生成式AI为产品开发开辟了新的可能性。我们相信,创新型技术,尤其是生成式AI会对教学产生积极影响。

2024年,我们将继续积极深化技术的应用,以确保持人工智能工具应用于那些可以改善产品可用性、实用性和有效性的领域。

作为全球教育公司,我们也非常关注AI应用过程中的合规和法律问题。我们采取的工作流程可以确保对个人信息的使用符合相关法规和最佳实践。我们使用与个人信息关联的AI时,专注于为客户提供尽可能好的体验,如个性化和学习体验,致力于让客户安全,防止欺诈和舞弊以及减少偏见和歧视。

如何创建更安全的自有平台:我们已将AI深植于各业务板块的产品和运营中,但同时非常重要是,我们拥有独特的核心资产和业务。我们的优势是将深度的知识、教学体验和作者、教师及内容创建者带来的科学知识进行整合。IP背后的结构、方法和教学法凸显了我们在市场上的独特性。我们已开发出享有专利的AI数据集,可以生成丰富的学习体验(如Faethm、Mondly和Credly)。

我们正在致力于负责任地创建和使用AI,从以下几方面负责任地设计工具并倾听学习者和教师的反馈。首先,为学习者、教师、教育机构和企业提供可信賴的内容。其次,我们开展业务时会全面考虑、保持负责任的态度并不断进行创新。另外是保持谨慎。我们工作的优先项是谨慎对待依赖于我们产品

的用户。最后,我们致力于通过终身学习的优势改良产品并形成差异化,开发改变未来社会的AI产品。生成式AI开创了产品开发新的可能性,我们一直密切关注自己的产品研发计划,以确定生成式AI工具应用于哪些领域可以改善产品的可用性、实用性和有效性。

2024年数字化重点工作:我们把用户放在工作的核心,我们采取产品和服务数字优先策略,为用户提供参与度很高、专为针对其现实影响而设计的学习体验。

我们的目标是,创建一个为学习者不同阶段提供支持的数字学习系统。目前全球有1.6亿用户信任培生的产品及服务。我们希望帮助他们随着其学习需求的变化在我们不同产品之间转换使用。疫情加速了我们生活中方方面面向数字优先转变的趋势,学习也是一样。我们将致力于提供更加智能、灵活,以结果驱动的数字化学学习产品及服务。

如何降本增效及2024年最大期待:数字化正在成为有效增强学习者体验、学习成效,创新商业模式以及降低成本的大趋势之一。对数字内容中复杂、密集信息进行总结和提炼的功能将使学生更易管理,同时降低纸张、印刷、运输及仓储等成本。

2022年,培生全球79%的收入来自数字化或通过数字化支持的产品。2024年,我们也将继续深入研发数字化的应用,为学习者带来创新的学习体验,进而实现降本增效的目标。

2024年将在哪些领域保持坚定勇敢灵活:我们在中国的愿景是,希望成为中国市场上不可或缺的学习伙伴。几十年来培生深耕中国市场,已与合作伙伴建立了长期而友好的关系。培生将继续与合作伙伴一起,为中国学生创建更好的教育解决方案,为中国教育行业注入新活力,培育更多有国际视野并拥有符合市场需求的高技能人才,释放中国教育行业的无限潜能,帮助中国学习者在各自的生活中工作中更加蓬勃发展。

牵手技术公司 整合平台 打造多介质数字化产品

■丁锐(英国牛津大学出版社中国区董事总经理)

关于AI及数据应用策略:2023年,由于生成式AI工具的日益普及和认知度的提高,AI的全球应用呈现显著增长趋势。AI已在改变课堂学习和自主学习,并将成为学习者未来学习、生活和工作中不可避免的一部分。运用生成式AI工具提供自适应和个性化学习资源,在很多学习环境中已得到应用。如牛津少儿英语阅读测评采用计算机自适应测试技术,为儿童智能推荐匹配其阅读能力的书目。未来牛津大学出版社(以下简称“牛津”)将致力于以正确方式拥抱技术,从而为学习者提供适合需求的优质学习资源,提升学习体验。世界经济论坛的一项调查列出了行业专家认为未来5年需要具备的5种基础能力,科技难以替代的、人类独有的能力将在未来科技驱动的发展中发挥至重要的作用。在中国,我们以优质的内容资源、体系框架为基础,开发多种多样适合中国学习者需求的产品形态,与合作伙伴共同探索通过科技丰富学习者阅读体验的可能性,提升学习者的阅历眼界,助力他们自信面对未来发展和挑战。

如何创建更安全的自有平台:牛津已经并将持续关注和研究AI对科技、社会、教育、学习资源等方方面面的影响,同时已着手应对,如社内各部门工作会陆续发布有关的指导原则,未来也将不断完善;对外关注学习者、教师在此技术迭代后的需求变化,提供更好的服务。为帮助学习者有效使用AI,确保学习者能从其优质资源信息及教授的有用能力中获益良多,我们必须为年轻人提供必要的技能,从而安全、道德地使用这些新工具,包括能够识别可靠内容和虚假信息。

2024年数字化重点工作:数字化转型是牛津近年来在全球范围内的重要战略之一,在学术高教、英语教育、教育三大部门都成绩斐然。如在学术高教部门,我们将牛津核心学术图书与期刊整合到同一数字平台Oxford Academic(牛津学术),进一步简化科研人员对高质量学术内容的访问方式,助力推动科研。

在中国,牛津积极探索与头部软硬件科技公司合作,以音频、视频、趣味学习型APP等形态呈现牛津优质的学习资源,为学习者提供丰富多样的学习

体验。在营销上充分利用流量风口,如这两年的短视频和多种社媒平台,从公域到私域,从粗放到精细化运营,多点位触达和服务学习者。近两年牛津本地重点打造的*Talk about...with Oxford*(TAO,“牛津话……”)系列中的《牛津话科学》之《侃侃闪闪科学大冒险》,率先与音频硬件合作伙伴推出有声产品,而后与中国出版伙伴合作推出图书。此系列将丰富知识内容融于妙趣横生的故事中,帮助儿童认识和理解世界,启发对故事寓意的思考和对知识的触类旁通,形成系统化的知识结构,逐步提高思维能力。

如何降本增效及2024年最大期待:相较于印刷成本,我们更关注图书印刷如何有利于全球可持续发展,以及减少出版业对气候和自然危机的影响。作为联合国《可持续发展目标出版社契约》(SDG Publishers Compact)的参与方,牛津在运营和出版的很多方面都对照该目标推进。牛津2025年将达成SDG初步目标,包括在运营中开展碳中和行动,采用100%经环保认证的可持续纸张,以及零垃圾填埋三个方面。

给2023年工作打分及2024年将在哪些领域保持坚定勇敢灵活:2023年,牛津经典的《牛津高阶英汉双解词典》推出了第10版,广受国内小朋友喜爱的“牛津阅读树”系列有了丰富的产品矩阵和形态,我们为中国小读者重点打造的*Talk about...with Oxford*系列通过这两年的深耕,也进入多点落地产品阶段。通过Oxford Day特别峰会和多个书展,我们倾听学习者需求,了解行业动态,沟通行业伙伴,阐述“阅致远”的理念。展望2024,牛津将继续聚焦学习者需求,在“阅致远”理念下为学习者打造更多适合不同水平、特点、场景的多元化学习和阅读资源,帮助中国上亿幼儿、学生和成人学习者充分发挥学习潜能,成为积极的终身阅读者和终身学习者,自信面对未来挑战。

2024年与中国出版机构将开展的合作及为增强市场地位和空间将采取的措施:牛津以优质的内容资源、体系框架,期待携手国内出版界同仁、教育科技界伙伴,共同开发多种多样适合中国学习者需求的产品形态,丰富学习者的阅读体验,提升学习者的阅历眼界。

(下转第12版)

强化技术、创新及员工发展 更好支持科研界

■汤恩平(Niels Peter Thomas,施普林格·自然集团全球图书总裁)

关于AI及数据应用策略:我们对人工智能(AI)在学术出版中的应用持乐观态度。施普林格·自然集团使用AI已有超过10年的历史。AI在人类有效监督下,有可能进一步加快科学发现,AI还有助于促进公平,因为它能帮助编辑从庞大的全球学者网络中更快找到合适的同行评审人,并帮助母语非英语的科学家改善科学交流并将研究传播给全球新的读者。

在使用AI时,我们必须聚焦于安全、伦理和诚信,以帮助降低风险。施普林格·自然设有AI安全和伦理委员会,该委员会制定了一系列原则来指导我们的行动。我们会继续探索如何让AI以合乎伦理和负责任的方式帮助加快科学发现。

如何创建更安全的自有平台:技术是施普林格·自然服务于各界的能力核心,技术对我们的成功起着至关重要的作用。例如,技术使我们更早实现了从印刷到数字化的过渡,也支撑着我们向OA的过渡。我们相信,稳健及实施良好的同行评审,通过确保研究结果的可靠和可信,有助于推进科研和发现。为此,我们确保发表的所有原创研究论文和评论文章都由各领域合适的专家进行同行评审。此外,我们还使用AI来开发更复杂的诚信检查,以维护科学记录,确保了我们是出版合乎最高质量标准的可信赖内容。

2024年数字化重点工作:过去25年,我们见证了学术出版从印刷到数字化的转变,期刊数字化已接近完成。目前我们出版的所有内容都提供数字化格式,我们预计图书数字化程度会继续快速增加,同时印刷版会继续发挥重要作用,因为我们相信应由客户来决定更喜欢哪种格式。我们以PDF、ePub、印刷版等各种格式出版图书,以满足读者在不同设备上阅读书籍的需求——我们甚至在一些图书中纳入视频,以利用数字化出版带来的各种新的可能性。我们还投资于有声读物市场,以满足这方面不断增长的消费需求。2023年4月,我们与外语教学与研究出版社签署协议,双方首次通过视频书推广中华文化。

如何降本增效及2024年最大期待:我们将继续依靠营收增长和成本管理措施来应对的潜在增加的纸张、运输等成本。这一切的关键仍是技术和创新,以及员工的发展。2022年,我们的产品和服务投资同比增长13%,过去3年已达3.7亿欧元。我们的目标是创建一个更快、更高效和用户友好的出版流程系统。这将有助于我们为作者、编辑、同行评审人以及所有出版过程参与者带来卓越的用户体验。我们的首要任务仍是如何通过创新和对AI等技术的持续投入来满足作者和读者不断变化的需求。

给2023年工作打分及2024年将在哪些领域保持坚定勇敢灵活:我们对2023年取得的成就感到十分自豪。施普林格·自然在美洲、欧洲、非洲,尤其是东亚签署了新的转换协议(TA),持续推动了全球OA转型,还通过收购AI创业工作室——Slimmer AI的科学部门以及实验方案共享平台Protocol.io,增强了AI应用能力。最近,施普林格·自然的文章处理平台(SNAPP,自2019年以来由内部团队分阶段设计)实现了支持超过100万篇投稿的里程碑。它代表了新一代的同行评审平台,旨在改进出版流程并更加敏捷地应对OA的增长。所有这些为我们2024年更加迅速地应对市场变化和客户需求奠定了坚实基础。

2024年与中国出版机构将开展的合作及为增强市场地位和空间将采取的措施:支持科研界是我们工作的核心。我们将继续在内容传送、平台建设、科研工具和解决方案等方面进行投资和创新,以满足全球研究人员、学生、教师和专业人士的需求。我们将继续强化在中国的使命,支持更多中国作者,并为全球科研界带来更多来自中国的优质内容,以促进全球科研合作。为此,我们正在尝试新的业务模式,新的图书格式及如何触达受众或作者的新策略,包括强化措施,通过使用技术减少语言障碍,以提高出版效率和速度。除了直接与作者合作外,我们还会继续增强与中国出版机构的合作。