

(上接第11版)



胡华强



加雷思·拉普利

高端预测

·世界出版·



菲利普·基斯里



张奎文

设有声专区 上线微信端 举办AI论坛

■加雷思·拉普利(Gareth Rapley,英国伦敦书展主席)

关于AI及数据应用策略:就AI对于书业的影响,我个人持谨慎乐观态度。出版各个环节都可以在AI技术的碰撞下产生新的火花。AI可以助力出版企业实现智能化和自动化,提高出版质量和效率;可以提升用户体验,构建出版企业新的业务增长点,保持企业核心竞争力。但公司也将充分审视和谨慎对待AI在出版中的应用所带来的潜在风险和挑战,如学术内容可靠性和学术不端问题,以及隐私安全问题等。

现阶段,公司将整合技术与传统出版,从多方面探索AI的应用场景,实现全流程提质增效。在选题策划方面,应用AI技术可为编辑人员提供辅助性决策信息,大幅提高选题立项及决策的质量和效率。在内容创作方面,应用AI技术可以提高创作者的写作效率,助力读者在短时间内完成大量数据的提取、整理和分析,从而使读者、科研人员高效掌握基础信息,提高科研效率。在编辑校对方面,应用AI技术可以提高编辑和校对效率,扩大产能,降低成本,还可以释放更多编辑力量投入到创造性的工作中。在营销推广方面,应用AI技术可以辅助批量生产营销物料,提高营销精准度,有效降低营销成本。

中国科传作为内容生产商,多年来已积累和拥有大量高水平的学术内容资源,这些内容资源是非常优质的“语料”。一方面,我们将继续做好高质量的内容生产,不断扩大优质内容数据资源集聚能力;另一方面,我们将依托现有内容数据资源,基于行业应用场景,探索开发搭建垂直细分领域的若干“小模型”,从而为读者提供更方便、更高效的知识服务。

如何创建更安全的平台:在出版行业,保护核心内容和平台安全至关重要。我们主要从以下几个方面避免版权侵犯、内容盗用、数据泄露和伪造信息等问题。

第一,建设出版社自主安全可控的平台。将主要内容放在出版社自建和自控的平台上,可以确保对关键资产有更好的控制。该平台必须具备高级的数据加密、安全审核和应急响应机制来抵御网络攻击和数据泄露。

第二,网站的备案和安全等级保护。根据国家的法律法规,进行网站备案和实施安全等级保护措施,这包括进行定期的安全评估和提升网络安全防护能力,以满足国家的法律要求。

第三,建立数据对外授权体系。创建一套明确的数据授权管理体系,涵盖数据分类、权限设置、审计跟踪和合同管理等。确保对外提供的数据都是在控制环境下,有明确用途限制和合同约束条件的情况下进行的。

第四,确保核心数据资源不外泄。对于任何核心数据,都要进行严格的访问控制和监控。这意味着只有经过审批的个人或实体,在特定条件下才能访问和利用这些资源。同时,应使用加密技术来保护数据传输和存储。

同时出版社也需要强化版权管理系统,未来我们希望能够通过自动化工具检测和管理版权,提高版权侵犯的识别度和处理效率。

2024年数字化重点工作:一方面,我们要紧跟“新需求”,利用直播和网络研讨会进行作者访谈,新书发布和热点问题讨论,提高读者参与度;主动寻找与更多短视频类媒体渠道的合作,吸引更多读者;通过微信、微博等渠道发布高质量的内容,满足读者碎片化阅读的需求;实现多平台多媒体出版,优化网站和内容的移动可访问性,确保内容在多种设备和平台上使用;利用社交媒体平台与读者建立联系,通过打造读者社群、举办在线活动等吸引读者关注和参与。另一方面,

找准新时代融入新发展格局的切入点

■胡华强(中国科技出版传媒股份有限公司党委书记、董事长、总经理)

我们要抓住“新机遇”,利用新兴技术打造自主的知识传播与用户服务平台。在科技期刊领域,我们建立了“SciEngine全流程数字出版与知识服务平台”,该平台已实现论文投审、论文结构化生产、数据仓储、资源发布、学术提升、国际化推广及科学评价等全链条的期刊数字出版与知识服务。

如何实现降本增效及2024年最大期待:近年来,受疫情、消费习惯变化的影响,电商平台、新媒体在图书销售渠道的占比不断提高。从实体店到平台电商,再到新媒体渠道,图书产品的销售折扣屡创新低,而版权成本、编校成本、印制成本等生产成本都没有下降,出版机构的利润空间被一再压缩。在这样的形势下,公司一方面要做好精细化成本控制,通过改进生产流程、优化资源分配和利用、引入新型技术和生产工具等方式降低生产和运营成本。另一方面要提升产品质量和服务水平,提高出版物单品效益,以实现更好的经营绩效。

2024年,我们将进一步强化使命意识,聚焦国家战略需求和世界科技前沿,把抢占科技制高点的要求贯穿到科技出版改革创新发展的各方面和全过程,为建设科技强国、文化强国作出更大贡献。

2023如何打分以及2024年将在哪些领域保持坚定勇敢灵活:2023年初,我们确立了“稳中求进,优化结构,保持增长”的工作思路。这一年,我们主动应对外部挑战,积极把握发展机遇,坚持社会效益优先,聚焦主责主业,取得了社会效益和经济效益的双丰收。在重大项目建设、科技期刊建设、数字产品建设等方面取得了显著成就,尤其是在专业数据库、数字教育云服务、医疗健康大数据、期刊融合平台四大融合发展业务方向上继续发力,加速推进深度融合发展。公司开发建设的“科学文库”“科学智库”“中国生物志库”“中国古生物地层知识库”“SciEngine学术期刊全流程数字出版与知识服务平台”等一系列数字化产品持续聚集优质资源,加快提升服务水平,各平台影响力不断扩大。

当前,全球正在进行新一轮的科技革命与产业变革,新技术、新概念、新产品层出不穷,新产业、新业态、新职业不断涌现。科学出版社作为中国科技出版“国家队”,将进一步找准新时代科技出版融入新发展格局的切入点和着力点,为推动中国科技出版事业高质量发展而不懈努力,为实现高水平科技自立自强发挥好支撑和服务作用。

2024年中外出版合作以及为增强市场地位和空间将采取的措施:公司希望能与国外同行开展多种形式的业务合作与学术交流,进一步贯彻国际化发展战略:第一,继续探索“买船出海”,通过资本手段来集聚海外优质出版资源,提升国际传播力。第二,强化内外联动,充分发挥国家 EDP Sciences 等科学出版社海外分支机构“桥头堡”作用,通过图书、期刊、学术会议文集等多种方式促进中外科技学术交流合作。第三,进一步加强国际化人才培养工作,强化国内外编辑人才队伍的学习交流,提升队伍国际化视野和工作能力,培养一批具有国际化期刊和图书编辑出版经验的人才。第四,继续打造一批体现国家科技水平,反映中华文明和优秀传统文化的外向型科技文化产品,提升我国科技全球话语权以及中华文明国际影响力。

关于AI及数据应用策略:AI是出版商和作者都在讨论和思考的话题,伦敦书展一直努力成为重要对话的现场,关注正在影响全球出版业的重要事件。因此,我们致力于通过一系列聚焦AI主题的论坛达到这一目的, AI论坛涉及的话题包括:AI对作者、版权法和政策的影响,以及AI对出版持续发展的变革力量,其中讨论的内容包括:AI对全球有声书市场的影响,帮助出版社有效、负责任地使用AI的原则,出版商面临的风险和挑战,以及面对AI影响书业更加强大的实用指南。

如何创建更安全的自有平台:伦敦书展将继续谨慎评估AI工具及应用,来支持对业务运营、客服和活动效果的改进。

2024年数字化重点工作:伦敦书展希望成为以图书为核心、讨论话题拓展到各个创意内容领域的平台。我们对图书从纸质转为数字介质非常感兴趣,无论是有声书、影视剧剧本、播客或其他。图书借助数字媒体触达新读者还有很多空间有待挖掘。我们很关心为出版商提供当下发生事件原因的洞察分

与AI公司合作 整合平台 开发轻社交课程

■张奎文(美国圣智出版集团中国区业务总经理)

关于AI及数据应用策略:圣智出版集团与AI公司合作已有一段时间,现在最大的问题是版权侵权。此外,运用AI工具生成的内容版权到底属于谁,目前仍存有争议。圣智与OpenAI公司合作,付费使用其生成式AI工具,对圣智的数据库进行开发。但目前AI应用最多的是翻译文档及生成演讲稿等文字处理环节,其中最重要的是, AI生成内容都需要进行人工审核。可以说, AI对我们最大的影响仍是在心理层面的推动。

如何建设更安全的平台:圣智所有的内容资源都保存在自己的数据库中,不会交给其他公司去开发,这样既可以保证内容的安全,也便于开发更多适应市场需求的产品和服务。

2024年数字化重点工作:我们相信,未来纸本教材仍会继续存在。与此同时,我们更需要通过数字方式让内容产生衍生价值。数字产品与纸质产品的不同在于,它让教育变得更加以人为本,更加个性化。数字化让我们根据学习者的差异性设计不同的产品内容,满足多元化需求。学习者也更愿意为量身设计的产品买单。具体来讲,比如在开发数字教材时,更换更有代入感的人物形象,插入适合的电影片段,或选择学习者个人喜欢的音乐作为背景音乐,这样就可以让本来枯燥但有用的教材变得有趣且更易于接受。此外,运用眼球追踪技

术更容易获取学习者生活中的数据及个性化信息,掌握学习者的学习难点以及注意力下降的时段,可以帮助出版商减少试错,开发更受喜欢的产品,大幅提升学习者的学习效率。未来, AI带来的革命性变化还会有很多,出版商需要加强与高校的合作,为内容构建更丰富的社交化学习场景。否则,根据AI开发的产品有可能会与需求脱节,失去真正的应用效果。出版商要做好工具开发商,将各种新技术、设备供应商和内容资源进行整合,帮助优质内容实现最大的价值。

如何实现降本增效及2024年最大期待:我们知道,生活费用危机、纸张成本上涨意味着出版,尤其是纸书生产已变得更加昂贵。尽管如此,我们一直提防把这些成本转嫁到用户身上。2023年通货膨胀超过8%,2024年伦敦书展展位费平均增幅为3%。我们将继续为客户组织尽可能好的活动,活动内容针对市场需求和反馈,并顺应每一个变化的行业趋势。

给2023年工作打分以及2024年将在哪些领域保持坚定勇敢灵活:2023年伦敦书展结束时,我们收到了非常多来自业内的积极反馈,其中布鲁姆斯伯里出版社CEO尼格尔·纽顿(Nigel Newton)说这是“记忆中最好的一届书展”,我们对2023年取得的成绩感到高兴,这大大提振了团队士气。我们不会

术更容易获取学习者生活中的数据及个性化信息,掌握学习者的学习难点以及注意力下降的时段,可以帮助出版商减少试错,开发更受喜欢的产品,大幅提升学习者的学习效率。未来, AI带来的革命性变化还会有很多,出版商需要加强与高校的合作,为内容构建更丰富的社交化学习场景。否则,根据AI开发的产品有可能会与需求脱节,失去真正的应用效果。出版商要做好工具开发商,将各种新技术、设备供应商和内容资源进行整合,帮助优质内容实现最大的价值。

如何实现降本增效及2024年最大期待:2023年,各企业都经受了降本增效的压力。圣智通过降低流程冗余实现降本增效,2024年我们将继续采取这种做法。目前外企公司普遍存在流程冗余,比如对一本印刷3000册的教材作决策,需要编辑、营销、印厂、经销商等七八个环节的人共同参与,实际上中间环节对于降低风险起到的作用还不到1%,我们将此流程减到由一人作决策。当公司业务迅速扩张时需要做流程,让很多人参与进来,可以平衡各方面因素。但是到了需要创新、鼓励人发展的阶段,就需要减少中间环节,这虽然会适当增加风险,但会降低成本提升效率,为鼓励创新这是值得的。如果企业不创新,就会有资本介入迫使企业作出调整,或者优秀人才流失。我们要确保最有创

2024将看到AI在业务中得以应用

■菲利普·基斯里(Philip Kirsay,美国威立出版公司高级副总裁)

关于AI及数据应用策略:自ChatGPT将生成式AI引入集体意识以来,虽然仅过去一年,但似乎每周都有一项新的进展或令人兴奋的应用来捕捉人们的想象力。AI,特别是生成式AI,有可能改变包括出版业在内各行各业的生产力、创造力和决策。

虽然2023年是AI探索和实验的一年,但我们认为,2024年将开始看到它在我们业务中的应用,无论是通过提高同事在内部工作流程中的生产力和效率,还是开发新产品,或增强现有产品功能,都可能由生成式AI提供支持。例如,生成式AI可用于协助语言编辑、事实核查以及提高内容质量,所有这些对我们创造和传播依赖于可靠可信知识的核心产品都至关重要。

如何创建更安全的自有平台:像任何工具一样, AI如果被滥用,可能会造成伤害,因此我们需要时刻保持警惕,并了解我们决定部署它的伦理影响。鉴于它有可能创造出极具说服力的虚假内容,我们需要警惕有意或无意发布错误信息的可能性。

从长远来看,我们相信AI将成为出版、

学术、科研行业的变革力量。我们对未来感到兴奋——在未来, AI将丰富知识传播,并作为一个信息传播更广泛、教育资源更易于获取的世界作出贡献。AI的旅程才刚刚开始。

2024年数字化重点工作:几十年来,我们一直自豪地出版商业类书籍,并一直致力于为读者提供最有价值的信息。这是我们200多年传统的一部分。展望未来,有声书的市场份额将持续增长。随着小型新兴发行商和混合模式的不断出现,出版行业的版图也在不断改变。我们出版业务的主要目标是增加图书业务收购和扩大出版规模。2024年,预计全球实体连锁店和独立书店的销售额会增加。

如何实现降本增效及2024年最大期待:我们将部署一系列战略,包括审查我们的供应商,并在可能的情况下,利用更少的战略合作伙伴实现更大销量。此外,我们将考虑就近市场的印刷选择,以减少运输成本,提高出版物的上市速度。

给2023年工作打分以及2024年将在哪些领域保持坚定勇敢灵活:2023年对我们来说是一个过渡期,我们很高兴能在2024年继续发

躺在功劳簿上,从2023年夏季开始我们就努力工作,为2024年伦敦书展做准备,希望让所有参展的人更有收获更加开心。为此,我们做了大范围的客户意见调查,依此制定2024年的战略和各种活动。2024年我们的目标是举办一届比以往更好的展会。我们聚焦于对客户2023年提出意见以及市场发生变化的领域作出改进来实现这一目标。

2024年与中国出版机构将开展的合作以及为增强市场地位和空间将采取的措施:疫情期间及疫情刚结束时,一切事情都暂时被搁置。现在是重新激活这些联系、让中国出版界在书展上有更强大展示的激动时刻。今年伦敦书展将会通过微信公众号及时更新书展最新动态,与中国出版人重新建立连接。借助微信我们可以更直接了解到中国出版人的需求,帮助国内的合作伙伴们重新回到伦敦相聚。我们非常期待并欢迎中国出版人回到奥林匹亚展览中心,在3年停摆后看看伦敦书展有哪些新的和不同的变化,尤其是书展上将有很多受到学术圈关注的讨论。我们与中国出版人的联系将在今年6月我参加BIBF之后得到加强,而且我们将发挥励展(旗下有伦敦书展)在国内的现有资源,巩固与出版伙伴的联系并开发新客户。

新精神和发展潜力的人留在适合的岗位。

2024年我最大的期待是教材盗版现象得到有效遏制。2023年,中国大中专院校取消教材料,实行教材开放购买,导致教材盗版现象进入近20年来巅峰期。教育出版社深受其害,希望业界共同找到应对方案,遏制盗版势头,恢复市场秩序。我们也看到,围绕教材开发的APP盗版较少,这提醒出版社要打破单一的纸质教材开发模式,教育服务永远都不缺少机会,现在到了需要作出变革的时候了。教育行业需要推出革命性的产品,让行业看到希望,看到提供更有价值、更被学生认可的产品以及让所有人振奋的机会。终身学习将是教育市场发展的一个机会,为用户提供长期、有价值的学习服务,未来将有巨大的市场空间。

2024年将在哪些领域保持坚定勇敢灵活:教育出版社现在更强调以学生为中心,考虑增加用户黏性,统一各个平台资源和功能,让用户可以访问旗下所有平台。同时,出版商也在向其他领域破圈,如在自我学习领域提供教育式服务,圣智的ED2Go平台上近几年汇集了2500门职业课程,不仅有面向专业人士及职业技能提升的教学课程,也有轻社交功能的培训课程,如书法、陶瓷、艺术、电影赏析、摄影、绘画等,让人感到充实而且好玩,一起学习的小伙伴可以成为朋友,有一定的社交功能。2024年,我们将开发出更多语种的课程,并通过收购不断整合、丰富课程内容,如增加西点制作、临终关怀等学习课程,满足学习者的各种需求。

挥最大优势。我们将继续专注于我们的科技出版业务,在这方面我们是全球领导者,同时在学术和大众出版方面继续提供强大的内容。

2024年与中国出版机构将开展的合作以及为增强市场地位和空间将采取的措施:作为学术出版业的领军者,威立一直以优质内容为核心竞争力。2024年,威立将在经济管理、金融、Dummies系列图书、科学、技术、医学和人文社会科学等领域进一步提升出版水平。在版权合作方面,我们将继续与国内出版社在这些核心领域加强合作;在一些新兴领域,如AI、企业数字化转型和创新等前沿主题,提供高质量的选题方案。随着市场环境的变化,我们将积极邀请更多关注中国市场的国际作者参与中国市场的活动,以提高对中国读者的吸引力和图书营销效果。我们不仅在传统版权合作领域寻求更多合作机会,也将基于现有的图书内容开发多种产品形式,以适应市场需求,深入挖掘内容价值,提供多样化的产品和服务,满足市场的多变需求。

同时,在科技出版方面,我们将与中国的科研机构开展更加紧密深入的合作,在创办世界一流期刊、推动开放科学、守护科研诚信等方面重点发力。威立将继续致力于帮助中国科研人员在快速发展的世界取得成功,推动中国科研在世界舞台的影响力。