

AI重塑少儿出版? 恶性竞争愈演愈烈? 能做的有很多!

中国出版传媒商报记者 张聪聪

“人工智能的出现正在改变世界,而不是只改变出版业,少儿出版也在世界的变化中面临颠覆性的革命性的变化。会怎么变、怎么到来?我们可以一起畅想、思考一下。有可能会出现一些什么样的问题?我们是不是可以提前准备一下。”这段发言来自5月15日~17日在福建泉州举办的第三十六届华东少儿出版联合会长年会议。

毋庸置疑,人工智能技术的应用是当前出版行业共同关心的热点话题,AI、流量、IP也是当下少儿出版绕不开的三个关键词。出版行业正经历新一轮的技术革命与产业变革中,少儿出版想要持续走在市场前列,需要提前谋划、主动出击。

在全行业聚焦新质生产力,探索以新质生产力推动出版业高质量发展的当下,少儿出版如何推动人工智能技术赋能少儿出版转型升级?如何加强原创资源获取和运营能力建设,打造自主知识产权品牌产品?如何应对当前的新媒体渠道环境?如何持续打造培根铸魂、启智增慧的少儿主题出版物?安徽少年儿童出版社、二十一世纪出版社集团、福建少年儿童出版社、江苏凤凰少年儿童出版社、明天出版社、浙江少年儿童出版社以“华东少儿出版联合体”(简称“华东六少”)携手走过38年,他们通过不同维度的探索给出了“样本”,也希望通过坚持强强联合、资源互补,发挥联盟合力、提升协同运营“战斗力”,为寻求这些问题的更优答案努力。

此次会议以“发展新质生产力,增强发展新动能”为主题,设置了社长分会、编辑组分会和市场营销分会以及主题出版选题调研等环节,由福建少年儿童出版社(简称“闽少社”)承办,“华东六少”社长、总编辑等围绕推动人工智能技术赋能少儿出版,发挥联盟优势,在新媒体渠道建设上协同运营,发掘各自地区优势在主题出版项目上跨省协作等展开深入探讨。

AI浪潮来袭,少儿出版能做什么? AI绘画、编校、助读以及更多

“我们有一套40多册的丛书,插画师人工画图需要很长时间,需要的成本费用也不小。借助AI大大节省了时间和人力成本,且插画质量都很不错。”此次会议前,恰好有出版人向记者分享了她在出版实践中使用AI的感受。眼下,从出版集团到单体出版社、民营策划公司,都在积极探索AI在内容策划生产、出版流程、营销发行等环节的应用。

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。以AI为代表的科技创新的应用是发展新质生产力的重要一环。闽少社2024年初成功推出首套由AIGC技术全程参与插图创作的“森林画报”系列图书。安少社、苏少社等也分别在图书、期刊的出版中使用了AI绘图。

安少社社长李玲玲认为,在推动AI技术应用方面,“华东六少”应继续深化合作、共享渠道资源,共同探索新的出版形式,以满足少年儿童的新阅读需求。同时,积极探索AI在选题策划、内容撰稿、编辑加工、校对审核、版权管理等方面的应用。尤其是AI在校对环节的应用,会有更多空间。此外,要通过构建数字化出版平台,实现资源的共享和内容的数字化、网络化、智能化,开发在线教育、互动阅读等新型产品,满足读者多元化的阅读需求。要加强人才队伍和团队建设,引进具有人工智能技术和出版经验的人才,加强内部培训,提高员工数字化的素养和创作能力。

二十一世纪社也在探索新的编辑工作方式。社长刘凯军提到,该社正在和江西省出版传媒集团旗下的朗知传媒公司合作,探索AI绘图的运用;还和浙江大学及深圳快语科技公司合作开发“智能交互阅读平台”项目,将优质图书进行智能化内容转换、通过自研的“读者服务号”平台,为读者提供一个伴读机器人。AI需要训练,一家社的素材远远不够。刘凯军建议,“华东六少”可以就此开展合作,共同推进内容创作和编辑技术革新。甚至上升到资本层面,通过对一些AI公司入股、兼并、收购等,围绕发展新质生产力,形成新的合作项目。

凤凰出版传媒集团打造的提供一站式、高效、便捷的智能问答、办公、出版、

营销、辅助工具等人工智能服务的凤凰智灵平台于去年9月27日在该集团内网上线。苏少社副总社长蒋松涛表示,该社也在使用集团旗下单位研发的智能校对系统。要加强对外合作和对内培训,基于新型劳动资料、劳动对象、劳动者等推出新的人才培养举措。

明天社社长李文波提到,要高度关注新技术。可借鉴同行成立科技子公司的做法,探索新技术在出版、教育等领域的应用。该社旗下的山东明天教育科技有限公司就积极对多元跨界发展和融合出版新模式不断进行尝试。浙少社也已在图书编辑校对、营销推广等场景应用AI。该社总编辑胡艳介绍,在联合运营方面,浙少社积极与教育、动漫、游戏等产业进行跨界合作。今年4月联合国家(杭州)短视频基地以及杭州文化广播电视集团举办首届青少年诗歌人机挑战赛,大赛形成的诗歌文集由浙少社出版。随着AI视频技术的发展,该社也在探索文学IP的AI系统转化,力争通过AI辅助完成视频脚本和视频生产,扩大IP的影响力及商业价值。

闽少社为推动AI应用专门设立了AI运用与美术设计中心。据该社的实践来看,在保证高质量的情况下,全AI制作的绘本产品,成本降低达80%。为鼓励AI新技术在内容生产中的应用,该社今年在对各部门的社会效益考核指标中,要求AI运用相关产品数不低于20个。

行业内卷加剧,“华东六少”能做什么? 发挥地域优势,放大联盟合力

渠道变革、新生儿人口下降、信息传播载体不断丰富……少儿出版已由增量市场转为存量市场。盗版泛滥,跟风模仿成灾,内容生产与产品销售被流量裹挟,高销售收入不能匹配高利润,当下,少儿出版内卷加剧。优质好书难以被读者“看到”,畅销榜单被流量书占据,在积极创新的同时,“守正”也是以“华东六少”为代表的少儿社必须坚守的防线。

“存量时代到来,必须坚持好我们自己的出版理念和专业属性。”蒋松涛表示,作为内容生产者,必须时刻坚持以出版精品为根本目标,适应新的市场环境和市场热点的同时,不能忘了守正、忘了专业本分。对于苏少社而言,要进一步系统打造



“2024年的图书市场依然非常艰难,大家都在谋求各种变局之中的困境突围,但无论是什么样的市场,只有坚持出精品、出好书、出品牌,才能有更多决胜的把握。有好书,出版社才能够提高自己的议价能力。”胡艳提到,浙少社坚持立足儿童文学优势板块,加强对沈石溪、杨红樱、郑渊洁、汤汤、任溶溶等作家重点产品线的维护,注重老中青作家梯队建设。同时,进一步拓展科普绘本两大板块,打造科普品牌“金知了”和绘本品牌“琥珀”。该社与四川少年儿童出版社合作的《苹果花开》、与晨光出版社合作的《宇宙的梦想》、为“华东六少”在发挥地区优势、打造优质主题出版物方面提供了案例和经验。

华东六省少儿出版联合体 阅读示范基地图书捐赠仪式

除了关注新技术,李文波认为,构建新基础、探索新内容、认识新零售、建设新平台、打造新品牌等也是“华东六少”增强发展新动能的主要方向。新的阅读时代,“华东六少”要做一些非功利性的、有利于阅读土壤培育的基础性建设项目,体现责任与担当。例如建立童书新作者与编辑的交流平台,建设图画书创作和阅读论坛等出版交流论坛,制定中国青年教师阅读培养计划等。真正的大阅读时代”已经来临,儿童内容生产需求更加细化。“华东六少”要在保持纸质产品优势的基础上,进行内容的结构性拓展,实现产品形式和形态的全面提升。比如,要关注短视频阅读内容的策划生产,关注短剧、听书等内容形式。

葛屋、诚品、方所、钟书阁等“网红”书店能为“华东六少”带来合作空间,也能提供模式借鉴。李文波建议,“华东六少”在线下渠道发挥联盟合力,通过建设新零售模式的“6+1”儿童书店,创建童书领域的“盒马鲜生”;同时与华东六省的重点城市新华书店合作,建设“华东六少”品牌店。而针对当前产品和渠道呈现的特点,李文波还提出打造“华东六少”新书首发平台和研学品牌。新书首发平台可限期发售作者签名版,设置独家折扣区、赠品区、作家互动区,共同运营年轻作家的直播间等。研学品牌能够集合“华东六少”优势资源,将作家活动从书店、校园拓展到研学基地。

近年来,闽少社在少儿主题出版方面充分发掘本地资源优势,在教育等板块全力打造有自主知识产权的产品,在阅读推广方面积极探索少儿阅读研究中心,和福建电视台少儿频道合作“小小朗读者”活动。自2018年该社新领导班子成立以来,总资产、营业收入、净利润和员工收入都实现了翻倍。

会议主办方泉州,是“晋江经验”的发源地,连续多年位居福建省GDP第一。在闽少社社长陈远看来,泉州有许多出版机构可以学习的样本,例如其在实体经济方面的探索。泉州下属市县均形成各自的实体经济支柱,比如南安的石材、惠安的石雕、安溪的茶叶、德化的瓷器,以及晋江的服饰。他认为,作为中国少儿出版的头部梯队,“华东六少”也应该立足本地特色资源,发挥内容优势。

“华东六少”营销发行负责人也在会上探讨出在书展设置“华东六少”专属优惠券,以联盟形式发力直播短视频带货等可行方向。会议还举办了华东六省少儿出版联合体阅读示范基地图书捐赠仪式,并发布2023年度华东童书榜及优秀期刊、优秀编辑、优秀发行员等推选结果。通过此次会议,“华东六少”就发展新质生产力、推动少儿出版融合发展,强化原创能力建设、打造特色自主知识产权品牌,营销推广协作、共谋新媒体渠道新突破,强化全媒体推广、打造“华东童书榜”品牌,发挥联盟向心力、创新协作主题出版等五方面达成共识。(完整版请见“编客实验室”公众号)



在东北图书交易博览会上发布 『出发吧,少年』系列新书

中国出版传媒商报讯 儿童文学作家、“五个一工程”奖获得者谢华良为青少年读者打造的“出发吧,少年”系列,是一套以户外骑行运动为背景的少年公路体小说。该系列共分为《草原之约》《雪山之巅》《森林之谜》3册。

5月18日,“出发吧,少年”系列新书发布会在东北图书交易博览会上举行。发布会由黑龙江出版集团主办,黑龙江少年儿童出版社承办。

儿童文学作家、吉林省作家协会副主席薛卫民,儿童文学作家谢华良,儿童文学作家迟东晶,资深绘本插画家王丽娜,黑龙江少年儿童出版社副总编辑华宇,学生读者樊晓蒙,以及长春地区和农安县的教师与儿童文学作家代表等应邀出席。

发布会上,华宇详细介绍了“出发吧,少年”的出版情况,以及近年来龙少社深耕儿童文学出版领域、立足黑龙江地域文化特色打造的一系列精品原创图书。与会嘉宾分别发表致辞,就这套丛书进行品评和交流。作者谢华良表示,他在创作中,一直怀有一颗少年心,替读者去追寻远方的梦想,力求用文学的力量去唤醒更多孩子的梦。

参加会议的作家代表畅所欲言,把发布会的现场气氛推向高潮。活动最后,谢华良在黑龙江出版传媒股份有限公司展位现场签售,并与读者亲切合影。(张聪聪)

关注

老年健康科普出版“大有可为”。《中华人民共和国2023年国民经济和社会发展统计公报》显示,我国60岁及以上人口29697万人,占全国人口的21.1%,其中65岁及以上人口21676万人,占全国人口的15.4%。

据国家卫生健康委2021年底数据,近1.9亿老年人患有慢性病,患有一种及以上慢性病的比例高达75%,失能、部分失能的老年人约4000万,老年人长寿不健康的问题凸显。2019年,国家推出《健康中国行动(2019—2030年)》,其中老年健康促进行动对于提高老年人的健康水平、改善老年人生活质量、实现健康老龄化具有重要意义。

2022年,中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于新时代进一步加强科学技术普及工作的意见》,强化老龄工作中的科普,要在老年人中广泛普及卫生健康等老年人关心、需要又相对缺乏的知识技能,提升老年人信息获取、识别、应用等能力。

这些文件的发布,为做好老年健康科普工作提供了政策支持。老年健康科普出版也有其特点。阅读习惯上,老年读者队伍稳定,对于纸书有亲近感,普遍阅读习惯良好,有一定求知欲及爱书惜书,喜欢做笔记、摘抄等。阅读需求上,老年人的喜好和需求结构从生存型向发展型转变,愈加追求高质量阅读,健康理念、健康生活方式、预防保健、运动健身等具有一定知识技能的作品较受关注。阅读形式上,出版者近年来有针对性地进行阅读资源适老化改造,书太厚、字太小、行太密等问题有一定改善。越来越多成年国民倾向于听书和视听讲书等新兴数字化阅读方式,这在老年健康科普板块也有所体现。

图书策划需积极回应问题。老年人是生理性弱势群体,也常常是社会性和知识性弱势群体。老年人阅读能力和认知水平

可能有所下降,倾向选择内容简单、易懂的书籍;信息获取和传播渠道受限,对于互联网和电子媒体的利用程度较低;部分老年人对现代医学和健康管理方法持怀疑态度,甚至出现“健康迷信行为”。

反观科普图书市场,同质性选题多,存在重复、跟风、拼凑出版等情况;说教性强,生硬灌输疾病发生机制、治疗手段;信息缺乏可信度、质量参差不齐、存在伪科学问题,以至于部分老年人对通过健康科普图书获取健康知识技能存疑。同时推广和传播环节容易被忽视:虽然社区宣传、健康讲座等方式对知识推广更有效,但时间精力成本较高,难以带动图书销售,使出版方望而却步。

解决这些问题需要出版单位、作者和相关专业人士共同努力,以确保老年人能够获得准确、易懂且全面的健康科普信息。做好市场调研,回应读者关切。老年人对健康知识的关注度逐年提高,希望通过图书了解如何保持健康、预防疾病以及应对常见问题。出版社策划选题应着重调研老年人对健康科普图书的细节需求,契合读者关切,以此作为内容设计依据。

注重科学权威,铲除谣言生存土壤。健康科普图书专业性小,出版机构应选择权威专家和医学机构合作,确保内容准确可靠,通过严格的编校审核流程保障质量。

内容形式并重,传递积极老龄观。要充分考虑老年读者群体的特点,精心遴选内容,保证专业性,做到易学易用。注意

语言表达通俗易懂,不仅图书开本、排版等适老化,还要避免过多的专业术语,使用大众化表达,便于老年人理解和接受。

利用融合出版,让老年人享受数字生活。截至2021年12月,中国60岁及以上老年网民规模达1.19亿。新媒体信息能帮助老年人拓宽眼界、丰富生活。让数字深度融入老年人日常生活,需出版者在选题策划之初予以关注。

以图书为支撑构建积极老龄观。基于老年读者的需求和科普图书的市场情况,首次提出健康老龄观的健康科普书《促进健康,畅享老年》于2023年5月出版。该书倡导积极健康老龄观,传递健康老年人标准、学会接纳变老的自己以及如何延缓衰老等积极理念,唤起老年人“主动健康”的意识和行动。该书获得2023年6月“中国好书”以及中国科协“典赞·2023科普中国”年度科普作品等荣誉,出版1年加印2次,是一本名副其实的效益双益图书。

体现权威性。该书是“健康中国·你我同行”科普读物的首批图书。“健康中国·你我同行”科普读物由国家卫生健康委宣传司组织编写,人卫社策划出版。人卫社在老年医学和老年健康出版领域深耕多年。该书主编、国家老年医学中心主任王建业,长期从事临床工作,对老龄高危人群的诊治有丰富经验,并组织全国40余家医院(单位)、110余位老年医学权威专家精心编制该书,确保内容真实可靠。

体现全面性。该书以老年健康观念、老年特有疾病和症状、老年常见慢性病管

理,搭建科普内容的基础框架,结合网络大数据中老年人关心的健康高频问题写就,覆盖老年人应该知道、想知道、容易误解的基本健康知识和技能。先介绍积极老龄观、老年综合征,后涵盖7科常见病、并通过症状、体征加疾病名称的方式深度改造标题,保障书籍全面且实用。

体现适老性。该书大字大图,开本、纸张颜色、字体字号、装帧等针对老年人的实际需求设计,注意用群众语言讲述老年人想知道的和应知应会的知识,用“情景模拟”教大家识别谣言、科学“避坑”,同时传递情绪价值、传播积极心态。

体现融合性。结合大众评审建议,选取操作指导意义较强的内容制作视频;每章设置自测题供读者扫码学习自测,实现创作者和读者的双向交流。开放获取网络增值的方式体现公益性、提高操作便捷性。

体现影响力。将积极老龄观、健康老龄化理念融入出版工作全过程。图书相关内容持续在国家卫生健康委“健康中国”账号等泛宣传,并作为年度科普作品在央视“典赞·科普中国”特别节目《为民·创新·启迪——科普中国在行动》播出。

构建积极老龄观,图书是有效支撑。出版工作者要准确把握老年健康科普新形势新任务,立足老年群体的多维需求,加强顶层设计,以健康科普为抓手,为老年阅读提供高质量服务,不断推出更多科学性、针对性、实用性强的健康科普作品,真正让老年读者老有所读、老有所学、老有所乐。

老年健康科普图书策划与实践

赵沐霖(人民卫生出版社)