

人民教育出版社 | 培根铸魂 启智增慧

听童谣 学童谣
爱家乡 爱祖国

• 人教社优秀儿童绘本《中华民族一家亲 童谣绘本》 •

2024『出版视点』第十二场研讨会

聚焦出版业新媒体运营

中国出版传媒商报讯 12月17日,2024“出版视点”系列专题研讨会第十二场活动在人民邮电出版社举行。此次研讨会以出版业新媒体运营为主题,北京开卷信息技术有限公司副董事长、总裁蒋艳平,机械工业出版社副总编辑兼营销销售中心主任王廷,浙江文艺出版社新媒体数字部主任蒋莉,广西师范大学出版社小红书平台负责人秦念,果麦文化北京互联网事业部总经理阮班欢等5位嘉宾围绕主题,共同探讨出版和新媒体平台深度融合的未来路径。

蒋艳平总结了出版单位线上渠道营销的四种主要方式——货架电商挂出商品名和宣传语、短视频平台依靠大V直播带货、小红书平台发布加挂商品链接的各类笔记、传统内容平台的三微一端全域营销。她认为,无论选择何种渠道和营销方式,都需要先从图书中提炼出卖点,再围绕核心卖点布局营销。从长期来看,出版单位线上渠道发展,需要

坚持推出优质特色内容,深耕自身所处的专业板块或细分领域;进一步加强出版品牌建设,形成具有足够影响力的品牌化产品线;提升营销水平,避免简单价格竞争。

王廷表示,当下图书行业新媒体营销面临深度融合不足、数据利用不充分、可持续性待加强、流量越来越卷等问题。近年来,机械工业出版社新媒体营销的着力点主要为四个方向。一是以组织优化为基础,探索新媒体电商分销工作,搭建专业化团队。二是创作优质内容,通过短视频和图文引起用户的深度兴趣“种草”。三是以达人运营为重点,通过提供情绪价值或痛点干货打造头部爆品。四是通过抖音、视频号等各类新媒体渠道进行品牌自播,加强终端黏性。

蒋莉从浙江文艺出版社新媒体矩阵建设的案例入手,为出版社建立新媒体内容营销矩阵提供了新思路。她提到,要运用新技术,将白纸黑字的图书内容以文字、图片、音频、视频、直播等多种形式传递给目标读者,建立视听化内容营销体系;明确微博、微信、知乎、B站、小红书等平台特性,按需组合运用平台与内容,随时调整投放策略,同时加强自有账号培育;联通需求与产品,培养了解生产、营销、技术、数据分析等多领域知识的跨领域人才。

秦念重点分享了广西师范大学出版社在小红书平台的实践探索与运营。她介绍,广西师范大学出版社从初始就实现了精准定位,从账号的人设定位、设计风格、内容形式、店铺选品等方面进行了系统的规划设计。完成账号整体规划后,产出符合平台调性的日常推送,选择科普、浪漫、历史、故事、成长、治愈、女性、童书等关键词,实现流量转化和外溢。同时凸显个性,在入驻策划、活动开展、日常运营等方面贯彻差异化的运营思路,更好地贴近读者。此外,还与大学出版社联动,定期发布联合书单等,促推影响力跨界破圈。

阮班欢认为,图书营销普遍受困于“缺钱”“缺人手”“合作主要靠置换”等困境,如何有效、持续、可复制地借势营销,是破局的主要方式。她以热销图书《长安客》为例,提出借势营销的两个判断标准,一是判断一本书的基础销量与动销水平,有基础的图书“乘着更大的浪”冲进总体市场的蓝海中,被接受的几率也更大。二是判断图书的细节是否丰富,可拆解与阐释的元素越丰富、角度越多,营销成功的可能性越大。她建议多重视用户的真实评论等相关数据,在此基础上调整文案,聚焦投放。

中宣部出版局相关同志,中国轻工业出版社、中国人民大学出版社、当代世界出版社、机械工业出版社等部分出版单位代表线下参会,6000余人次通过中国出版传媒商报视频号、出版视点视频号直播观看。

(张绮月)

AI:少儿出版的“智”胜之道?

关键词 少儿出版 AI 降本增效

中国出版传媒商报记者 晓雪 见习记者 管若潼

“降本增效”成关键词

在行业寒冬之下,“降本”成为出版机构生存的关键,AI技术的引入,为少儿出版机构“降本增效”提供了有力支持。

海豚出版社在校对环节充分应用AI技术,通过AI与人工校对的协同作业,实现了近乎零遗漏的错误检测率。黑马校对软件在其校对中扮演了核心辅助角色,借助该软件能够迅速完成语法与拼写校对,并深入分析句子逻辑、文章连贯性及文体差异,显著提升了校对效率与准确性。

海豚出版社社会活动部副主任耿静表示,海豚出版社目前正在采取产学研的合作模式,与领航股份、爱威尔科技等科技企业合作,在AI应用方面进行联合

随着大环境变化以及出版市场逐渐饱和,曾经历过蓬勃发展的少儿出版如今似乎步入了寒冬。在变化中寻求新机遇已成为各大少儿出版机构的共识。目前,人工智能(AI)在少儿出版领域的应用初露端倪,从制作插画作品到语音交互阅读,人工智能不仅改变了出版流程,而且正与少儿出版的内容紧密结合。AI能否成为一股破冰力量,为少儿出版带来新的生机与变量?面对这一趋势,出版机构又该如何布局,以实现转型和重塑?

研发。通过AI机器学习算法,可以分析大量的市场和行业数据,根据读者的阅读历史和喜好,洞察其潜在需求,生成用户画像,为少儿图书策划编辑提供读者感兴趣的热点选题。

童趣公司同样在审校过程中使用黑马校对、方正审校软件等智能审校软件,对稿件的敏感内容、逻辑问题、图表错误等问题进行审查,精准过滤敏感内容,生

成完整的审校报告。编辑会参考审校报告进一步修改稿件,排查稿件中的同类问题,有效提升稿件整体质量。

在内容生产上,AI降本增效的作用发挥得更明显。正如童趣出版有限公司总编辑刘玉一所说,AI带来最直接的益处就是缩短出版流程时间,降低生产成本,提高出版效率。“以分级诵读绘本《小步日诵》为例,若手工绘制插图,最短

也需要4位插画师用4个月时间完成。而使用AI技术,插图初稿生成时间大幅缩短,加上后期人工处理,综合下来,完成插图的时间缩短近一半,费用节省68%,显著提高出版效率。”刘玉一说道。

福建少儿出版社自2023年起就开始涉足AI领域的创作,尝试过多类别、多专业的技术工具。经过多轮筛选,优胜劣汰,目前主要使用的绘画工具为Stable Diffusion(SD)、堆友,写作工具主要为豆包、kimi。福建少儿出版社文化产业事业部副主任危耸介绍道,该社进行AI应用的最初目的是降本增效。作为少儿出版社,图片在每本图书中或多或少都有使用,在实际使用过程中,现在AI插画大量取代了原先需要人工组稿、人工绘画的插图,确实起到了节约成本的效果。(下转第9版)

中国好书

2024年11月“中国好书”发布



中国出版传媒商报讯 2024年11月“中国好书”月榜近日发布,15种入选图书分别是:《为什么战旗美如画》(春风文艺出版社)、《爱情的样子:最是信仰动人心》(广西人民出版社)、《共和国100个经典民生设计》(江苏凤凰美术出版社)、《中国考古百问》(中华书局)、《民法入门:〈民法典〉将这样影响你》(北京大学出版社)、《白露春分》(北京十月文艺出版社)、《不舍昼夜》(花城出版社)、《月光妈妈》(江西教育出版社)、《韩熙载夜宴图:南唐的倔强》(河南美术出版社)、《中国量天尺》(北京燕山出版社)、《云马》(长江少年儿童出版社)、《山月当归》(北京少年儿童出版社)、《花猫花猫你别闹》(新世纪出版社)、《木拉提爷爷,你去哪儿?》(明天出版社)、《外婆家在江南》(湖南少年儿童出版社)。(聂慧超)

海外传真

英国书业未来2024会议探讨AI和音频增长

中国出版传媒商报讯 近日,英国“书业未来2024”会议(FutureBook 2024)研讨了人工智能崛起、音频增长、英国财政预算加重书店压力等话题。

企鹅兰登音频部门全球总裁阿曼达·达西尔诺(Amanda D'Acerno)敦促出版业加强对有声读物技能人才招聘,强调有声读物出版商尝试应用人工智能技术的重要性,并称企鹅兰登一直在少数情况下使用由人工智能生成的虚拟人声录制有声读物。

英国七橡树书店(Sevenoaks)负责人

兼书商协会主席弗勒·辛克莱(Fleur Sinclair)阐释了英国政府近期发布的秋季预算案对零售业产生的巨大影响。她认为,大型独立书店受影响最大,涉及最低工资变化、降低商业税率减免和增加企业国民保险。

英国数字化学术出版订阅服务商、电子书平台培乐高(Perlego)有关负责人表示,该公司在使用人工智能时,确保对出版商署名,以及对训练大语言模型所使用的内容和获取结果保持透明。

(新艺昕)

基于“国家出版发行信息公共服务平台”图书销售榜

(2024年12月上半月)

榜单快评 本期榜单可谓热销考试书荟萃:三大细分市场热销头部品中均不乏考试书。文化教育书细分市场9种考试书晋入热销TOP20。其中,既有《2025考研政治1000题》《2025考研英语 完形填空100篇》等研究生考试用书,又有《普通话水平测试应试指导》《普通话水平测试专用 范文100篇》等普通话水平应试用书,还有英语考试用书《自考英语二词汇》。科技生活书细分市场的考试书不仅以10个品种在热销TOP20中独占半壁江山,还一举包揽TOP8。其中,既有《建设工程项目管理》《建设工程法规及相关知识》等建造师执业资格考试用书,又有《信息系统项目管理师教程》《信息系统项目管理师考试32小时通关》等计算机技术与软件技术资格考试用书,还有《2023新版消防设施操作员 基础知识》《2023新版消防设施操作员 中级》等消防设施操作员考试用书。而晋入社会科学书细分市场热销TOP20的公务员考试用书——《老夏说公务员面试 100真题摆平面试》《老夏说公务员面试 助你顺利考上公务员》,更是丰富了热销考试书的品类。

2024年12月上半月文化教育类图书销售排行榜

排序	书名	版别	出版时间	定价(元)
1	语文 基础模块 (上册)	高等教育出版社	2023年8月	18.55
2	历史 基础模块 中国历史	高等教育出版社	2023年8月	19.98
3	2025 考研政治 1000 题	国家开放大学出版社	2024年6月	79.80
4	kira 高等数学手写笔记	中国政法大学出版社	2024年10月	56.80
5	普通话水平测试应试指导	语文出版社	2023年9月	30.00
6	2024 考研政治终极预测 4 套卷	国家开放大学出版社	2023年3月	39.80
7	恋练有词 考研英语真题词汇 6500 分层笔记	群言出版社	2024年12月	88.00
8	数学 基础模块 (上册 修订版)	高等教育出版社	2023年7月	30.20
9	中国古代文化常识	北京联合出版公司	2014年11月	60.00
10	英语 1 基础模块 (修订版)	高等教育出版社	2023年7月	24.00

(下转第10版)

商报专递

2024年中国游戏用户规模6.74亿人

中国出版传媒商报讯 近日,由国家新闻出版署主管,北京市新闻出版局支持,中国音像与数字出版协会、北京市石景山区人民政府主办,中国音像与数字出版协会游戏出版工作委员会、北京市石景山区委宣传部承办,石景山园管委、石景山区文旅局、石景山区经信局等单位协办的2024年度中国游戏产业年会大会在北京举办。

会上发布《2024年中国游戏产业报告》。《报告》显示,2024年,国内游戏市场实际销售收入3257.83亿元,同比增长7.53%,再创新高。中国移动游戏市场实际销售收入2382.17亿元,同比增长5.01%,再创市场收入新纪录。游戏用户规模6.74亿人,同

比增长0.94%,亦为历史新高点。

2024年市场收入与用户规模同步增长并再创新高的主要原因:一是游戏新品数量有所增加,且出现爆款大作;二是多款长青产品运营平稳;三是小游戏表现抢眼,增长势头强劲;四是多端发行与云游戏使用户消费更为便利。

2024年,中国自主研发游戏国内市场实际销售收入2607.36亿元,同比增长1.70%,增速有所放缓。主要是受到市场竞争加剧和研发及获客成本持续攀升的影响。同时,中国自主研发游戏海外市场实际销售收入185.57亿美元,同比增长13.39%,其规模已连续5年超千亿元人民币,并再创新高。(聂慧超)

精彩导读

本期28版

本期特别推出
2024年度阅读空间新榜样专刊
P17-28

『神奇校车』没了,蒲公英童书馆要垮了?
揭秘「跟风书」新骗局
海外出版机构谈中国图书出版之道
八大关键词总结2024海外书业

P2 P3 P5 P6 P11 P12