

编者按:9月21日,第十四届中国国际数字出版博览会主论坛在海南海口举办。本次论坛以国际化、专业化和产业化为特色,聚焦推动出版单位做强数字出版、巩固数字时代出版主阵地,加强数字出版发展方面的内容建设、技术研发应用、模式机制创新、人才培养、国际合作等重点问题展开。来自国内外出版界、企业界的多位代表先后在主论坛发表演讲,是一次深入的思想碰撞。

本期“理论琼崖”推出四川新华出版发行集团党委书记、董事长周青所作的主题演讲《内容+技术:催生数字出版新模式、新业态》;中原出版传媒集团党委书记、董事长王庆所作的主题演讲《以数字出版为引擎加快发展出版业新质生产力》,以飨读者。

内容+技术:催生数字出版新模式、新业态

文 | 周青

当前,数字经济已成为经济发展的新引擎,正在深度重构全球经济体系,催生全新商业场景。习近平总书记深刻指出:“探索文化和科技融合的有效机制,加快发展新型文化业态,形成更多新的文化产业增长点。”数字出版作为文化产业链接数字经济的重要支点,正以内容+技术的深度融合,催生文化新模式、新业态,创造消费新动能、新力量。面对数字化变革,传统出版业亟需精准定位,主动融入新发展格局,努力构建数智时代核心竞争力。

出版迈入数智时代,迫切需要创新为内容生产赋能

工业经济时代,传统出版通过规模化印制和遍布城乡的发行网点,建立起稳固的纸质出版物供需体系,成为文化传播的主导力量。伴随互联网从神秘的科技进入人们的现实生活,以有声读物、网络文学、网络游戏为代表的数字出版产业快速发展,数字文化消费逐渐成为主流。出版业应对变革,从开发电子书、有声书、数字藏书等融合产

品入手,从建立图书电商渠道、数字阅读平台等传播体系着力,主动探索数字化转型。由于原创能力、技术转化、人才积累方面存在不足,我国传统出版企业数字化转型的产业化进程还不够快,规模效应和抗风险能力还不够强,还主要依靠传统出版的效益支撑数字出版的投入。面对新一轮科技革命浪潮,特别是生成式人工智能与出版的深度融合,出版的编辑、印制、销售不再是单向传递的工业化模式,而是迈向智能、交互、个性化且无固定模式的服务形态。出版企业需抓住创新求变的窗口期,加快推进内容生产供给侧结构性改革,依托积累的用户数据资源,运用人工智能为用户精准画像,深挖潜在需求,量身定制内容产品和营销策略,夯实数字时代内容创意基础,积累数字化转型的实践经验,全面推动传统出版加速向内容创意服务转型。

数据成为核心要素,迫切需要科技推动转型升级

互联网时代既是数据时代,也是科技创新时代,需要科技创新为

产业创新拓展空间,产业创新为科技创新提供转化载体和应用场景,二者互为需求、相辅相成。数字出版的演进,使数据资产成为出版业新的生产要素和劳动对象,科技创新成为出版业高质量发展的核心驱动。国际数字出版巨头亚马逊以持续的研发投入和科技创新,构建起企业的核心竞争力,从在线书店成长为全球最大的电子商务平台、云计算服务商和数字内容服务平台。当前,国内出版企业创新能力较弱、创新成果转化水平不高是行业的普遍问题,传统出版在科技研发和应用方面不具备先发优势,新增投入普遍不足。据沪深上市公司年报披露,2023年,国内大型出版传媒上市公司研发强度普遍在1%左右,远低于我国研究与试验发展经费2.54%的投入强度。随着出版业向科技驱动型企业全面蜕变,迫切需要加快补齐核心技术短板,加强与文化服务紧密相关的人工智能、大数据、虚拟现实、区块链等技术研发与应用,通过打造自有知识产权支撑体系,实现技术对内容生产、分发、消费的全链条