

Opportunities and Challenges Faced by the Publishing Industry under the Background of Artificial Intelligence

Miao Xue

Beijing Oriental Audiovisual Company, Beijing, 100000, China

Abstract

Artificial intelligence (AI) is bringing revolutionary changes to content production, editing and proofreading, distribution and marketing, and consumer experience in the publishing industry. It is deeply reshaping the publishing industry chain and promoting its transformation from traditional models to intelligent, personalized, dynamic, and scenario based. Faced with opportunities and challenges, the publishing industry actively explores the use of new technologies and the development of new quality productivity, relying on content resources, expert authors, and professional editors. It also strengthens cutting-edge research on publishing technology, comprehensively enhances the scientific and technological innovation capabilities and levels of publishing units, accelerates the digital transformation of traditional publishing businesses, and realizes the innovative development of "AI empowering traditional publishing, online publishing, and integrated publishing".

Keywords

artificial intelligence; digital transformation; knowledge services

人工智能背景下出版行业面临的机遇与挑战

薛淼

北京东方影音公司, 中国·北京 100000

摘要

人工智能(AI)在出版行业内容生产、编辑审校、分发营销及消费体验等环节带来革命性变革,正在深度重塑出版产业链,推动其从传统模式向智能化、个性化、动态化、场景化转型。面对机遇与挑战,出版行业在依托内容资源、专家作者和专业编辑优势下,积极探索运用新技术和发展新质生产力,并强化前沿引领出版技术研究,全面提升出版单位科技创新能力和水平,加速传统出版业务数字化转型,实现“AI赋能传统出版、网络出版和融合出版创新发展”。

关键词

人工智能、数字化转型、知识服务

1 引言

2025年4月25日下午中共中央政治局就加强人工智能发展和监管进行第二十次集体学习,习近平总书记在主持学习时强调,面对新一代人工智能技术快速演进的新形势,要充分发挥新型举国体制优势,坚持自立自强,突出应用导向,推动我国人工智能朝着有益、安全、公平方向健康有序发展。作为思想文化产业的排头兵,出版行业更应积极投身人工智能的发展,抢抓发展机遇期,集合自身特点和内容优势,发展适合中国特色出版+人工智能的发展道路,在社会主义文化强国建设中发挥更大的力度。

2 对出版的影响

在数智化浪潮的席卷下,人工智能(Artificial Intelligence,

AI)正以颠覆性姿态重塑全球学术出版的生态格局。作为知识生产与传播的核心载体,传统出版模式在效率、可及性与创新性方面面临前所未有的挑战与机遇。如何拥抱AI技术,如何结合各个出版机构优势发展AI工具,就成了出版机构在此轮信息与技术革命面临的头等问题。

2.1 影响源头

在人类文明演进史中,知识的传播与使用始终是社会进步的核心驱动力,作为知识传播的重要力量,出版一直肩负着传递知识,启迪智慧的作用。而AI的崛起,正以前所未有的方式重构这一进程——从静态的知识存储迈向动态的智能交互,从有限的分发渠道跨越至无边界的个性化认知网络。依托自然语言处理(NLP)、知识图谱(Knowledge Graph)与生成式人工智能(Generative AI)等技术的突破,AI不仅极大提升了知识传播的效率与精准度,更在知识生产、组织与应用层面催生了革命性变革,对个体认知、社会学习范式及全球知识共享体系产生了深远影响。

【作者简介】薛淼(1979-),男,中国上海人,本科,副高,从事数字出版研究。

2.2 AI 的本质探讨

AI 是一种信息处理工具，当前的 AI（特指 chat-gpt、DeepSeek 这类生成式 AI）主要通过学习现有网络内容，形成特定的信息处理模式，最终实现生成式 AI 的工作模式，这类 AI 通过自然语言模型技术对用户提问进行分拆匹配，再将匹配到的信息放入用户指定的特定模板中，最终实现内容的产出。生成式 AI 大大缩减了用户信息搜索的时间，提升了用户信息整理效率，对生产、学习、科研等生活场景知识的使用都产生了颠覆式的变化。受制于学习内容与算力瓶颈，目前市场上的主要 AI 工具内容呈现还是有所局限，但其颠覆性的内容处理模式仍然为内容服务领域带来了前所未有的机遇与挑战。

2.3 AI 对出版行业的影响

AI 正在深刻重塑全球出版产业链，助推其从传统线性模式向智能化、个性化、动态化方向转型。在内容生产领域，大型语言模型（如 GPT-4、Claude 与多模态生成技术（如 DALL·E）的技术成熟正在改变着信息处理与内容生成的手段和方式。在传统编辑环节中，通过加入自然语言处理技术，不仅显著提升了审校效率，还能识别学术不端行为。同时 AI 技术应用在内容呈现与展示上，让营销模式更加多样且有效，使知识获取更加沉浸和高效。然而，这场变革也带来 AI 生成内容的版权归属争议、技术壁垒可能导致的市场集中化加剧，以及传统从业者的转型压力等诸多挑战。展望未来，出版单位唯有主动拥抱变革，同时坚守知识传播的公共性本质，方能在产业重塑中把握先机。

2.4 出版行业的市场环境变化

AI 时代，人们获取知识的方式将发生革命性的转变，这种市场需求的转变，将推动传统出版业的深度转型。当前图书市场需求呈现出明显的分化趋势：生活类工具书（如菜谱、旅游指南）因网络替代而需求锐减；社科类专业工具书（如法律、财经）凭借其一定的专业深度仍拥有一定的市场额度但也在逐年下跌，理工类专著因缺乏深度网络内容而需求坚挺，其不可替代的专业性仍确保它拥有稳定市场。系统性知识获取类图书中，教辅材料因数字化教育冲击销量下滑，而工作技能类书籍也被网络碎片化学习取代。娱乐类图书（如小说、漫画）受短视频和数字阅读冲击最大，仅剩纪念版等小众市场。整体来看，传统图书市场需向高专业内容、场景化服务及融合数字体验转型以应对挑战，技术革命将进一步倒逼出版行业 AI 化转型浪潮。

3 出版行业的机遇

3.1 出版行业的优势

出版行业作为内容生产的第一梯队，在内容与作者资源上还是具有强大的资源优势，如何在 AI 时代保持核心竞争力，提升内容生产效率，扩大内容传播价值，建设高水平作者队伍等方面，将是保持传统出版行业优势的关键。

3.1.1 内容优势

对于各个出版机构而言，建立以来沉淀下了海量的内容资源，这些内容资源包含丰富的历史数据、生动案例、知识系统以及图表信息它们具有极大的价值，这些内容资源作为独有的核心资产，正是各个出版机构的核心。

3.1.2 作者优势

出版机构在相关行业拥有庞大的专业作者群，这些作者跟出版机构建立了紧密的关系，可以不断产生新的专业知识内容，这也是出版机构的核心资源。

3.1.3 专业优势

各个出版机构普遍拥有一支专业实力过硬，组稿能力优秀，选题能力出众的编辑团队，这些编辑团队是内容产生的心脏，他们一方面串联着各个作者，帮助作者产出内容；一方面对出版机构的内容资源，拥有着最深刻的了解，通过选题策划和编辑加工，让外界的内容资源转化成知识体系养分，输送到专业的各个角落，确保专业知识的不断成长与进步，是内容行业的“心血管”系统，

3.2 出版机构转型思路调整

3.2.1 AI 工具可助力编辑效率提升

目前很多编辑人员已经开始用 AI 工具软件辅助编辑工作，自动识别专业问题以及文字错误，但这类通用的 AI 工具在使用中还是存在部分问题，其专业性和文字功底还达不到编辑实际工作水平。由此各个出版机构开始依托自身专业与编辑习惯，独立训练 AI 工具，系统按照编辑审核“三审三校”原则开发，提供原文对比功能，能够保存编辑意见。通过模型训练与开发，让 AI 模型逐步学习出版机构专业编辑的编辑习惯，实现结合上下文语义理解进行校对，实现修正用词不当、句式杂糅、语义重复等问题，使句子表达更流畅。

3.2.2 基于 AI 技术的专业知识库建设

近些年各类出版社专业知识库在市场上有了长足的进步。出版机构对于传统知识库的建设，是以该专业自有图书与期刊为基础开展，大规模的碎片化之后，整体灌入知识库中。这类知识库建成后，为图书、期刊资源的数字化和碎片化提供了基础，解决了知识库 0-1 的问题，但是如何从海量的知识内容中快速定位是一个很大的问题，单纯的关键词搜索叠加全文搜索功能，虽然一定程度上增加了精准度，但使用起来依旧耗时耗力，有时候还会出现方向错误，对于相关问题的搜索基本无法支撑。而 AI 时代的建构正是为这一问题提供了最好的解法。AI 大模型基于现有知识库碎片化内容独立部署学习和调参，将 AI 模型语义理解能力汇集上相关专业研究的专业特色，结合专业解答模式和习惯，更加快速的给专业用户提供精准内容相应，提升搜索便利度，让用户在学习工作中更加依赖专业知识库，为数字出版行业提供更加多样的市场服务场景。

3.2.3 基于 AI 技术的知识媒体发展

很多社会科学类出版机构的专业知识库，没有明确的受众和相关的业务主体，或者由于专业限制没有过多的专业知识查询需求，导致知识库市场基本没有出版方向。可依托 AI 技术开展知识媒体的发展，将自身沉淀内容碎片化后，放入 AI 模型进行学习联系之后，形成自身的知识库，特过 AI 技术筛选有意义的知识、故事和人，再将这些知识、故事和人编辑成为符合社群粉丝的文本故事，将故事放入 AI 工具中自动生成想要的视频模式或者音频资源，再结合当前的时代热点话题开展知识类新媒体的塑造，在 B 站、蜻蜓 Fm、抖音等平台开展免费短视频的创作吸引大量用户粉丝，提升自身知识媒体的商业价值，利用 B 站充电模式、蜻蜓 FM 等付费专项内容的功能，制作优质付费内容促使粉丝付费购买的实现知识付费。例如“卢克文工作室”“小 lin 说”“王骁 Albert”“所长林超”“杨毅工作室”等知名 UP 主都已完成自身兴趣属性和工作室的构建，并完成了在一定时间内长期存在且盈利的可能，以“卢克文工作室”为例，笔者统计了其 2025 年 4 月 9 日当日到 6 月 4 日期间 b 站账号充电人数变化，由 3132 人增长至 4761 人，增长了 1629 人，按照其充电会员折扣价 72 元计算，这一个多月其收入增加 117,288 元。UP 主开通充电视频不到半年，收入达 30 多万，即便按照分成 70% 计算，也有 23 万以上收入，这说明长期的知识服务付费对于融媒体团队的养成不成问题。对于出版机构而言，打造“知识+媒体”的设计理念可以进一步拓宽粉丝范围，可以加大内容开发力度与优质内容的变现能力，为出版行业未来在知识服务市场赛道提供更多前景。

4 转型困境解决思路

对于传统出版机构而言转型之路困难重重，如何打破转型困局，寻找相应适合自己出版方向的发展之路，真正实现数字化、AI 化转型的调整，将是对未来各个出版单位的重大考验。

4.1 坚持优质内容的出版工作不动摇

无论是数字化、AI 化还是传统纸书的出版发行，优质的内容依旧是出版单位的基础与根，所以优质选题的出版工作依旧需要展开。通过 AI 赋能线上编辑软件，根本目的是为了为了更好的提升工作效率，减少编辑案头工作，让编辑可以投入更多的时间精力寻找好的作者和选题，让更多的优质内容源源不断的产出。

4.2 传统发行的转型式发展

专业的知识库产品受众主要是企事业单位、科研院所、大学以及部分政府智库单位，其销售方式与传统纸书对书商、对新华书店的模式完全不同，需要建立长期且良好的合作关系，并提供较为及时的售后保障与跟踪服务，所以销售

模式的转变也会带来发行制度的调整，知识库发行配套销售人员培养，销售队伍的组建和销售制度的设立，将直接影响专业知识库销售，是传统发行部门转型发展为专业知识库销售的重中之重。

4.3 融合媒体的转型

社科类出版机构应建立自身融合媒体人才团队。培养能够适应内容平台风向变化，在潮流中找到独属于自身专业方向的视频、音频节目制人才就显得尤为关键。继续深化付费内容的打造，结合编辑与知名作者开通与付费用户直播互动，线下论坛打造社区化阅读模式，线上线下结合举办直播、线下谈论会等用户参与形式，都是知识社区打造的重要步骤，而这些知识社区的建立结合知识付费模式就可以为出版机构带来稳定的融媒体收入。还可以打造社交化与共创生态 UGC+PGC 融合模式帮助融合出版机构、用户与作者实现内容共创（如开放式结局小说、众包翻译），出版机构提供创作工具使读者更加快速参与内容制作中，增加用户粘性，实现知识付费。

4.4 复合型人才的培养与管理模式的转变

编辑的培养不只是做好传统编辑分内的事，还需要兼具产品思维，通过 AI 技术赋能手头的内容资源，从而实现内容增值，实现未来编辑转型；加速扁平化管理体制，让产品跟上用户需求，在保持内容“三审三校”的基础上，让产品设计跟得上用户需求的变化，提升付费强度。

5 结论

AI 技术的普及深刻改变了信息获取与内容生产的方式，传统出版行业面临市场萎缩与模式转型的双重挑战。然而，出版机构在内容资源、作者网络和专业编辑能力方面仍具备显著优势。通过积极拥抱 AI 技术，出版机构可以在内容生产效率、知识服务模式和新媒体业务等领域实现突破。未来出版行业的可持续发展将依赖于“内容+技术”的深度融合，以及本单位数字化转型战略的有效实施。只有主动适应技术变革，出版行业才能在 AI 时代发掘新的增长点，延续其知识传播与文化遗产的核心价值。

参考文献

1. 卢克文工作室. 流量补贴下降，倒逼自媒体做好宽度和深度？[EB/OL]. Bilibili, 2023[2025-04-09]. <https://www.bilibili.com>。
2. 王晓Albert. 图书与短视频结合的营销模式探索[J]. 新媒体营销案例分析, 2023(5): 12-18。
3. Bilibili. B站充电计划数据分析报告[R]. 上海: 哔哩哔哩公司, 2025.
4. 观察者网. 时政类自媒体的知识变现路径[J]. 新媒体经济研究, 2024, 7(3): 45-52.
5. 传播, 2024, 46(2): 1-8.