

科技视点

中国科学技术出版社市场图书销售实现年均30%以上增长

社群推广让科普图书成爆款

本报记者 喻思南

创新谈

如果创新产品打不开市场的大门,难以推广使用,不仅无法在应用中不断纠错、完善,还会导致企业的巨额研发经费无法回收,持续创新难以以为继。创新产品走向市场,既要质量与性价比取胜,也希望得到用户的积极支持

莫让创新产品叫好不叫座

非鱼

不久前,笔者到一家半导体企业采访,企业负责人讲了这样一件事:数年前,正当他们为自己长期攻关研发出的新产品如何落地发愁时,国家推出了保障信息产业自主可控的政策,他们的新产品得到顺利应用,从而渡过了难关。

对于绝大多数企业来说,这样的机会可遇不可求。一些企业在推广自己的创新产品时,许多客户以缺乏应用案例、不愿意改变使用习惯等借口,开出种种苛刻条件,不愿意使用创新产品;再加上一些同行采取恶意降价等手段打压围堵,导致许多创新产品被挡在市场之外。

河南郑州的一家企业就曾有类似经历。这家企业历经数年攻关,在国内首次研发出无线数字图像传输系统。当他们向市场推广这套系统时,却遇到了意想不到的困难。此前这一领域长期被几家外国公司把持,即便这家企业给出“免费试用”“24小时响应”“全方位服务”等条件,客户们依然不愿接受。对此,企业负责人很不解:“我们的产品性能并不比同类产品差,为什么就不受待见?”

创新是企业提升竞争力、带动行业转型升级的重要途径。然而,创新周期长、投入大、风险高,往往九死一生。在激烈的竞争环境下,倘若市场不买账,就会严重挫伤企业的创新积极性。以至于有企业家自嘲:“不创新是等死,创新就是找死。对创新前景的担忧,在相当程度上影响了企业投入研发的积极性。统计显示,2017年我国规模以上制造企业研发投入强度仅为1.14%,远低于发达国家2.5%至4%的水平。这与客户使用创新产品意愿不强、缺乏公平的市场环境不无关系。

市场接纳与技术创新的良性互动,对于激励企业创新、推动产业迈向中高端尤为重要。当前,在一些高技术领域,与发达国家相比,由于起步晚、底子薄,我国自主创新的产品在综合性能上可能会存在一定差距;要想拉近与国际先进水平的差距,离不开创新产品在试错中改进、提高、完善。如果创新产品打不开市场的大门,难以推广使用,不仅无法在应用中不断纠错、完善,还会导致企业的巨额研发经费无法回收,持续创新难以以为继。创新产品走向市场,既要质量与性价比取胜,也希望得到用户的积极支持。

近年来,我国参照国际通行做法,出台了一系列支持创新产品推广应用的举措,在助推企业持续创新方面发挥了积极作用。在外部环境收紧、某些发达国家蓄意打压我国高技术产品的今天,尤其需要国内的广大用户树立科技自信,积极使用国内企业的创新产品。只有这样,才能进一步激发企业的创新热情,为他们搭建更广阔的创新舞台。

当然,企业也要苦练内功,想方设法提高新产品的性能。应避免闭门造车,通过技术创新联盟等形式,在创新之初就同时让客户参与其中,充分听取他们的意见建议,努力让创新产品与市场需求衔接得更顺畅。

新闻速递

产学研合作建设北斗地基增强系统

本报电 千寻位置网络有限公司日前与清华大学电子工程系达成合作,双方将在卫星导航信号处理技术层面展开全面合作,为北斗地基增强系统“全国一张网”的进一步完善和升级换代提供技术基础。根据合作框架,双方研发团队将就地基增强站的新一代全球导航卫星系统(GNSS)信号接收与处理、干扰与欺骗抑制等方面开展定制化的合作研究,将进一步提升千寻位置在地基增强方面的技术水平,推动国家基础设施的建设,促进时空信息在各行各业的广泛应用。

(谷业凯)

深兰科技开展海外人工智能业务

本报电 日前,中国人工智能公司深兰科技与希腊塞萨洛尼亚里士多德大学等多家当地机构签署战略合作协议,对智能城市底层算法生物识别、公共交通自动驾驶技术应用、智能城市综合解决方案等达成一揽子技术授权和合作,推动智能城市和自动驾驶汽车等技术的商用落地。据介绍,未来三年,深兰科技将致力于把自己的人工智能产品如熊猫智能公交车和智能城市综合解决方案本地化,助力希腊智能城市建设。

(余建斌)

周少敏最近心情不错。他告诉记者,他所在的中国科学技术出版社(以下简称科技出版社)可能要做出一件足以在我国出版史留名的事。

周少敏是科技出版社社长助理兼发行部主任,让他高兴的事是:截至6月,今年策划出版的图书《DK博物大百科》已经实现6000多万元码洋的销售,全年销售码洋超过1亿元指日可待。这将创造市场类图书新品当年的销售纪录。

《DK博物大百科》的畅销,超出周少敏的预期,却也在他意料之中。

扎根科普做品牌,做深做透出精品。4年来,科技出版社在书号总量未增长的情况下,市场图书销售规模保持了年均30%以上的高速增长。

“科普只是科技出版中的一个小分支,在全行业来看是一个细分市场,而且面临同行的激烈竞争。我们能突出重围,闯出一片市场,树立行业口碑,集聚资源做精品是关键。”周少敏说。

融媒体平台不仅为出版提供了丰富的内容,而且成为科技出版社竞争的法宝。科普中国负责人鲍琳告诉记者,科普中国云平台的优质内容,源源不断为出版供给资源,同时,一些外部作者选择与科技出版社合作,也看重他们能配合图书出版做音视频产品,提供丰富多样的传播内容和渠道。

今年1月,科技出版社入驻抖音平台,推出全民短视频科普行动。其中,《你知道吗?》科普系列短视频,带来了意想不到的效果。

“一些渠道商在抖音、微博等平台上看到我们的融合产品,在我们还没有策划出书的情况下,主动找上门来请求合作,希望把这些内容做成书。”周少敏说,有些渠道商对内容的要求很严格,这种不请自来的情况,以前并不多见。

科技出版社尝到了融合出版的甜头。由于市场需求转变比较快,有些拿不太准的选题,科技出版社先做成音视频等产品,在融媒体渠道上先行试验,看看市场反映,降低了出版风险。

“出版社最担心的是用心做出的书却卖不好,增加了库存。融合出版帮助我们朝精准出版迈进了一步。一些科普中国平台上的粉丝,也转换成了出版社的粉丝。”周少敏说。

新技术和互联网传播理念已经融入编辑、出版、发行中

不久前,3册本《阿U学科学系列图书》荣获科技部2018年全国优秀科普作品奖,并取得不俗的销售成绩。

这套书是科技出版社融合创新的副产品。科技出版社网络出版部副主任薛红玉告诉记者,2015年出版的《中国公民科学素质系列读本》销售80余万册,市场、口碑双丰收,为进一步加大传播力度,出版社根据读本的内容,编写了脚本,做成了视频。其中,根据读本衍生开发的微视频《科普中国之阿U学科学》,在各大平台累计点击量超过2.4亿次,《阿U》的科普动画创新与跨媒体传播获得2017年度国家科学技术进步奖二等奖。

“很多人看到视频后,来电询问是否有相关书籍。我们当即决定趁热打铁,将视频脚本的内容编辑成书出版。”薛红玉说,有了视频传播打下的底子,这套书上市之后卖得很好,实现了由图书到动漫再到图书的传播循环。

近年来,以中国科协推动信息化项目为契机,科技出版社承接项目,重点打造了科普中国和科界两个平台。如今,新技术和互联网传播理念已经融入科技出版社的编辑、出版、发行中。

积极探索通过微信公众号、头条号等平台做推广

许多人不知道的是,《DK博物大百科》差点难产。原来,早在6年前,科技出版社就引进了英国DK的版权,但一直没有找到好的营销方式。当时的担忧不无道理:图书印刷精良,成本这么高,销售不好成为累赘怎么办?

《DK博物大百科》创造销售奇迹,与社

用普通读者喜欢的表达方式,讲述生动有趣的科学知识

《DK博物大百科》是科技出版社今年打造的精品图书,它凭借权威有趣的知识介绍、6000多幅物种的独家照片以及出色的编排和设计,受到读者的追捧。虽然价格不菲,可购买者踊跃,缺货成为常态。前不久,周少敏不得不联系印刷厂加快重印,给市场解渴。

科技出版社的“爆款”图书不止这一本。今年初,一套6本《刘慈欣少儿科幻系列》丛书,短短一个月内销量10万册。《听化石的故事》《名画中的数学密码》等书籍,也频频传来销售捷报。

周少敏说,我国出版行业一年大约出版20余万种新书。过去,与很多出版社一样,科技出版社在市场上主要以量取胜,希望扩大品种规模取得盈利。2015年是科技出版社革新调整的关键节点。当时,科普图书出版市场出现了一些变化,用生动有趣的方式讲解科学越来越受到公众的欢迎。为适应市场需求,科技出版社迅速调整,面向青少年群体,策划了一批高质量的图书,用普通读者喜欢的表达方式,讲述生动有趣的科学知识。

吨位最大,设施最先进 海洋渔业综合科学调查船交付



日前,3000吨级海洋渔业综合科学调查船“蓝海101”号在上海正式交付,其建设单位为中国水产科学研究院黄海水产研究所。这是农业农村部迄今投资最多、吨位最大、设施最先进的科学调查船,也是我国海洋科学研究的“国之重器”和“农业现代化标志性工程”之一。

“蓝海101”号总长84.50米、宽15米、总吨2883,满载排水量3289吨,续航力1万海里,最大航速15节、自持力60天、定员60人,配置相关科研仪器设备64台(套)。

人民视觉



目前人工智能技术集中在感知层面

认知智能的发展远远不够

本报记者 谷业凯

近年来,人工智能技术迅速普及应用,走进人们的日常生活,比如手机上的语音识别、人脸识别、机器翻译等。仔细观察就会发现,这些技术主要集中在“感知”层面,即用人工智能模拟人的感知能力,如听觉、视觉等。

在认知智能层面,情况怎样呢?比如,当信息进入我们大脑的时候,如何像人的大脑一样对外部的信息进行加工、理解,对知识进行推理,进而使机器理解外部世界?日前,由中国人工智能学会主办、北京一览群智数据科技有限公司承办的认知智能行业应用大会上,多位专家从不同的角度分享了关于“认知

智能”的理解与思考。

认知智能,涉及语义理解、知识表达、联想推理、智能问答、自主学习等,目前已有较为广泛的应用。认知智能的发展将使大量繁琐却重要的工作变得更加高效精准,也更人性化。中国外文局数据中心技术总监黄振介绍说,在处理大量多语种文本的过程中,人的能力是相对有限的。“机器运算速度快、存储量大,当我们把知识交给机器以后,人工智能就能掌握人类的判断逻辑,能够理解我们想要得到哪些信息,这大大减少了需要人工完成的基础性工作。”

“认知智能是在感知智能之上的更深层次,在金融领域有非常大的需求。”天阳科技风险业务总经理张志远说,认知智能能够基于风险评估和预测,给用户投放匹配的金融产品,并可根据风险控制水平、信用等级等信息进行智能定价。“现在我们讲风险控制,更多看的是关联,而基于客户之间互相关联的知识图谱,认知智能可以从庞大的关系网络中精准地找到风险线索,指导我们及时采取相应措施。”

与会专家认为,将人工智能真正转变成现实的生产力,离不开认知智能的转化应用,

而将认知智能推入发展的快车道,还有一段路要走。“目前,认知智能的发展远远不够,技术上来看,它只相当于5岁左右儿童的认知水平。”北京一览群智数据科技有限责任公司CEO胡健认为,导致认知智能发展程度不高的原因主要有三:一是沟通能力较差,二是理解能力较弱,三是学习成本较高。“我们的最终目标是用人工智能去做决策,希望它转化成知识,落实到行动。因此认知智能这一环节是绕不开的,我们也需要从这三个方面入手,破解人工智能的应用难题。”

中国人民大学高瓴人工智能学院执行院长文继荣认为,将认知智能转化为现实的生产力,企业是一个很重要的环节。“企业能将前沿技术转化为产品,能够迅速与行业相结合,直接应用端推进,更有效地推动认知智能落地。”

专家观点

本版责编:吴月辉