

# 知识付费，站在全面视频化风口上

本报记者 于帆

2016年被业界称为“知识付费的元年”，当年以知乎 Live、喜马拉雅 FM、得到 APP 为代表的知识付费产品，推出了以音频为主要媒体形式的付费内容。随着移动互联网技术的全面覆盖，人们获取信息以及知识的方式，已从单纯的图文、音频转为更为丰富的长短视频。在业界广为看好的知识付费领域，越来越多的平台开始注意到内容传播的视频化趋势，纷纷强化知识视频布局。

## 知识视频化是未来趋势

知识付费，实际上并不是一个新鲜的概念，然而，在互联网高速发展的今天，依托移动互联网平台，知识产品的复制和传播以零边际成本、突破时空限制等优势，令互联网从业者看到了这一领域潜在的巨大商机。由易观发布的《2019 中国泛知识付费市场专题分析》报告显示，泛知识付费市场已进入高速增长期。报告认为，经过早期阶段和探索阶段，近几年来，泛知识付费市场迎来爆发。行业用户规模逐年扩大，呈现出巨大的潜力和发展势头，音频内容已成为当前泛知识付费领域的主要媒体形式。

而从今年以来各大互联网平台在知识内容方面的投入来看，视频在这一领域大有可为。12月18日，以“知万物·识无界”为主题的2019 爱奇艺知识盛典在北京举办，面对知识行业的发展趋势，爱奇艺研究院院长葛承志提出：“2019年11月，知识付费行业用户规模同比增长30%，发展空间巨大。视频知识内容，尤其是短视频的知识传播，已逐渐兴起，2019年第二季度，整个行业知识短视频新增播放量环比增长70%，评论、互动及点赞量实现快速增长，短视频将为知识付

费行业加码助力。”

早在去年10月，爱奇艺就正式布局了知识付费。最初爱奇艺知识存在于爱奇艺 APP 端的“频道”中，今年5月已经成为了独立的 APP 产品。目前，这一 APP 覆盖品类达15个，累计超过3.7万门课程。

不仅如此，记者注意到，今年，以 B 站、抖音为代表的视频平台也开始布局知识领域，以平台自身优势拓展知识付费的商业模式。如今年3月，抖音与多家专业科学机构联合启动了“DOU 知计划”，号召各领域、各学科的知识内容创作者，通过短视频这一载体，服务大众；B 站也于今年10月上线了付费课程；在此之前，快手也上线了“快手知识课堂”付费内容……

## 视频内容的优势与突围

在十点课堂副总裁廖士健看来，视频为知识付费领域的持续发展打开了突破口。尤其在5G时代到来以后，越来越多的用户将注意力放在视频领域。“视频内容更有竞争力，并且更贴近用户的学习诉求。”廖士健认为，相对于长视频来说，短视频很好地解决了建立用户信任度以及良好的学习体验两个问题。

“这也是为什么快手和抖音等短视频平台都在扶持教育类型或者学习类型的短视频创作者的原因。一旦用户喜欢看这些内容，就意味着他们信任并认同创作者，这也为后期创作者将短视频转化为固定课程提供了很好的机会。”廖士健说，短视频对潜在的知识付费用户有着明显的撬动作用，一是能很快抓住用户的注意力，二是能够通过较长的周期培养用户对知识内容的信任感。

艺高文化创意公司总裁孙宣则强调视频所具备的生动、互动、与时俱进的特点，她注重短视频在复制、分发及引流上的作用。“将课程长视频分割为多个精彩短视频进行分发，能够将用户引流到我们自己的平台进行深入学习，同时也满足了用户在碎片化的时间里学习的需求。”孙宣说。

在多个以长短视频为主要内容创作方式的互联网平台主动布局知识付费这一领域的同时，越来越多的知识创作者，开始在音频内容创作之外，主动拥抱视频生产和传播方式。数据显示，截至12月2日，抖音上粉丝过万的知识内容创作者数量已超过7.4万名，这些优质知识内容创作者累计创作了1985万条优质知识短视频，累计播放量超过了1.9万亿；他们创作的知识内容在抖音的日均播放量超过了52.1亿次，日均点赞量超过1.6亿次，他们创作的每一条知识短视频，触达近10万人次。字节跳动副总裁张羽认为，在知识习得环节，短视频激发了用户进一步深入学习的兴趣，以直观生动的形式，提升用户知识学习的效率和效果。

## 让学习更加轻松有趣

业界普遍意识到，曾经在2016年、2017年火热发展的音频知识内容，在近两年日渐遇冷，这和用户的审美疲劳不无关系。如何满足用户对知识内容、形式不断提出的新要求，成为知识付费产品需要思考的问题。

豆神大语文总裁赵伯奇坦言，从自身从事的语文教育领域来看，视频内容更有魅力，肢体语言更丰富。但他同时表示，视频具有的优势并不意味着知识交付就一定要以视频形式

呈现，音频内容具备保护视力、便于车载收听等优点。“我们认为知识付费在音频和视频两方面都要重拳出击。”

廖士健直言，在知识付费领域，目前遇到的发展难题：一是选题的同质化，二是课程的完课率和复购率较低。当用户的新鲜感、猎奇感消失以后，如何精准把握用户的需求，对从业者来说是一个挑战。对此，他认为，互联网平台运用大数据、视频互动等科技手段分析用户行为，根据用户的不同需求进行针对性的产品开发非常重要。

当然，行业良性的运转离不开优质内容的推出，这始终是业界共识。不过，在注重优质知识内容创作者的同时，赵伯奇也提出后续问题：“我们开发出了符合用户需求的优质产品，但由谁来演绎这一产品，又运用怎样的形式呈现产品内容，从而达到很好的传播效果？”

实际上，业界已经开始认识到，知识传播的高效与传播场景息息相关。为了持续建设知识内容生态，多个平台针对知识创作者开设内容培训计划，如抖音发布了“DOU 知识创作者学院”计划，提供包括平台规则、制作、运营、变现方法在内的一系列官方指导课程和全方位的内容运营指导，帮助更多创作者创作短视频。

相较于创作者本身对于知识内容的演绎，更多平台还在探索借助海量的泛娱乐内容，实现用户“轻松学习”的目的。对此，爱奇艺借助平台上的 IP 资源，与知识形成紧密联系和转化，将剧集、综艺等品类内容与知识互通。“比如《破冰行动》引入了犯罪心理学的课程，《小欢喜》会有相关青春期讲座的课程。”爱奇艺副总裁王学普介绍。

## 业界研讨全国艺术专业研究生教育

本报讯（记者程丽仙）12月28日，由全国专业学位研究生教育指导委员会主办、北京工业大学承办的2019年全国艺术专业学位研究生教育指导委员会艺术设计专业分委员会暨研究生教育论坛在北京举办。来自全国160余所高校的院校领导、艺术设计学科带头人等300多人参会。

本次论坛以“区域、特色、服务”为主题，包括主论坛和7个分会场。主论坛上，中国文联副主席、全国艺术专业学位研究生教育指导委员会主任委员董伟强调，各高校要将“服务需求，提高质量，培养新时代合格的设计人才”作为艺术专业学位研究生教育工作的总要求，立德树人，在“艺术+技术+商业”的学科发展理念下对接需求、对接市场，将艺术专业研究生切实培养成为对城市建设和社会发展有用的人才。

教育部学位管理与研究生教育司培养处副处长刘帅以《专业学位的改革与发展》为题，从研究生学科建设“内涵式”发展、落实“三全育人”机制、专业学位发展的成就和挑战等方面介绍了近年来教育部学位管理与研究生教育培养的情况。

全国艺术专业学位研究生教育指导委员会秘书长丁凡围绕教育部学位管理与研究生教育司

2019年度工作总结及2020年工作要点，重点介绍了组织编写研究生核心课程指南的相关工作；全国艺术专业学位研究生教育指导委员会副秘书长宋慧文介绍了2018年、2019年专项评估工作及下一步工作要点，以及专项评估中遇到的共性问题、整改措施及学术规范。

同济大学设计创意学院院长姜永琪在《从哈佛到同济——“设计博士”的设计思考》的演讲中介绍了同济大学设计创意学院的历史、学科创新发展和人才培养情况以及在探索“设计博士”试点过程中的一些举措、经验和思考。北京工业大学艺术设计学院院长邹锋在《艺术设计教育服务区域创新发展》的演讲中分享了该学院近年来参与“砥砺奋进的五年”大型成就展、国庆70周年大会庆祝活动彩车设计、首钢冬奥会展示中心等北京市和国家重大活动的设计工作所取得的成绩，以及如何利用学科优势服务区域创新发展、学院学科建设未来发展方向等。

“此次论坛对提升学校专业学位研究生教育水平和人才培养质量、扩大艺术设计学科的学术影响力有着重要作用，希望以此为契机推动艺术专业学位人才培养工作取得更大进步。”北京工业大学党委副书记李四平表示。

## 北京外国语大学人工智能与人类语言重点实验室揭牌

本报讯（记者胡克非）12月26日，北京外国语大学人工智能与人类语言重点实验室成立大会暨研讨会在北京外国语大学举行。来自北京外国语大学、北京大学、清华大学、北京师范大学、哈尔滨工业大学、华为技术有限公司、科大讯飞股份有限公司等科研院所及科技公司的专家学者共200余人参加了本次会议。

“技术赋能教育，科技创造未来。”北京外国语大学党委书记王定华表示，该实验室将依托交叉学科智库，聚焦人工智能与语言教育领域的前沿课题，着力推进多语言脑科学实验研究、大数据驱动的语言智能教学建模和应用研究、跨语言多模态自然语言处理研究等，力争成为国内乃至世界领先的人工智能助推语言教育的研究高地。

围绕实验室性质、宗旨、目标与方法论，实验室组织架构，实验室特色研究等方面，中国社会科学院创新工程首席研究员顾日国

进行了相关介绍，并提出了“人类语言+AI”的实验室定位。除此之外，实验室还将与科技公司建立研究共同体，政产学研联动发展，从而创新育人模式和成果转化机制。

据悉，实验室聘请了国内外知名专家学者担任实验室学术委员会成员，为实验室建设提供学术指导。其中，顾日国受聘为人工智能与人类语言重点实验室首席专家及实验室顾问，北京外国语大学副校长孙有中受聘为学术委员会主任，任友群、王定华、北京外国语大学袁军等受聘为学术委员会委员。

实验室还与华为技术有限公司、科大讯飞股份有限公司举行了战略合作伙伴协议签约仪式。华为技术有限公司高级副总裁、中国区总裁鲁勇表示，华为将与北京外国语大学在双方语言和人工智能领域优势互补，推进人才培养，共建智慧校园，共同打造人工智能教育的新模式。

## “社科小普”系列动漫短片上线发布

本报讯（记者刘海红）12月27日，由北京市社会科学界联合会、北京市哲学社会科学规划办公室主办的“社科小普带你看大运河文化带”系列科普动漫短片上线发布。

为了以更加生动鲜活的方式普及运河知识、传承运河文化、弘扬运河精神，北京市社科联、北京市社科规划办组织制作了“社科小普”带你看大运河文化带”系列科普动漫短片。据悉，该短片分为《“风”从运河来》《漫话大运河北京段》《大运河景观及建筑》3部，分别介绍了大运河北京段非物质文化遗产、物质文化遗产以及大运河沿线八省市相关的文化遗产，共36集，每集时长约3分钟。短片以北京社科普及

卡通形象代言人“社科小普”的视角展开叙述，用通俗易懂的语言和活泼可爱的动作带领观众走近大运河文化。短片将通过网络短视频平台和北京市地铁、公交移动电视等媒介，利用8至9个月进行集中推广。

据了解，“社科小普”带你看大运河文化带”系列科普动漫短片是北京市社科联适应全媒体时代新特点和群众需求新变化而进行的一次大胆尝试，其核心是通过现代信息传媒技术对中华优秀传统文化进行开发利用，将知识性、故事性、趣味性、时效性融为一体，提升公众对中华优秀传统文化的认同感和自豪感。



12月28日，来自洛阳师范学院等高校的教师们来到河南省洛宁县罗岭乡前河小学，为这里的学生们上了一堂美育课。教师们利用自己的艺术教学经验，让山区的学生们体会美术与音乐之美，感悟艺术的魅力。

图为来自洛阳师范学院的教师在课堂上辅导学生画画。新华社记者 李嘉南 摄

12月19日至20日，由江苏省委、市政府和江苏第二师范学院联合主办的京杭大运河江苏流域戏曲文化传承与创新工程第二届戏曲教育成果展演暨交流研讨会在江苏丹阳举办。

此次戏曲教育成果展演以“水路·戏路·传承之路”为主题，汇聚了京剧、锡剧、昆曲、丁腔、柳琴戏、徐州琴书等10个京杭大运河江苏流域的戏曲剧种，展现了京杭大运河江苏流域各个剧种的独特风采和江苏省“戏曲进校园”工作的丰硕成果。

活动期间，江苏第二师范学院和丹阳市政府签署了战略合作协议，双方将开展校地合作，携手推进京杭大运河江苏流域的戏曲文化传承发展，合力打造江苏大运河文化带建设的新亮点。

本报记者 李月/文  
江苏第二师范学院供图



速度千倍、自动识别、风格呈现……

## AI 翻译助力网文出海

本报记者 周志军

随着中国网文出海迅速发展，作品的翻译质量和规模也逐渐成为各方关注的焦点。近年来，国内网文企业纷纷加强与人工智能科技企业的合作，共同探索网文作品的相关翻译工作。

近日，30部由人工智能(AI)翻译的中国网文作品上线起点国际平台，该平台新推出的“用户修订翻译”功能也同步上线。新功能令用户在阅读过程中能够对AI翻译进行即时编辑修正，修订信息还能够使翻译模型的效果得到不断优化。

近年来，中国网文出海规模逐渐扩大，海外读者对作品的数量和翻译质量需求也逐渐增加，这对国内网文企业提出了更高的要求。阅文集团联席CEO吴文辉介绍，作为国内较成熟的网文出海平台，目前，阅文集团旗下起点国际已与世界各地的200余名译者和翻译组保持着长期的合作关系，并建立了译者招募培训体系、翻译质量把关体系、核心标准词库等，持续对国内经典优质网文作品进行翻译输出，在全球积累了大批忠实读者。但目前，由于国内网文作品数量规模巨大，人工翻译出海的头部作品只是海量网文作品中的一小部分，这还不包括不断涌现的新人新作。

为了让全球“催更”读者更快、更

全面地感受中国网络文学的魅力，满足全球读者不断增长的阅读需求，网文企业与人工智能科技企业在AI翻译模型开发方面进行了大量探索。据了解，此次在起点国际上线的30部AI翻译的中国网文作品，就是由阅文集团与国内人工智能公司彩云科技共同开发的AI翻译模型完成的。

“该模型能够对普通难度的网文文本进行翻译，翻译速度是人工翻译的千倍，大大释放了海量网文作品的长尾价值。同时，为了更好地把控文本翻译质量，我们还对AI翻译模型进行了集中性的‘专项训练’，既往优秀的译本、经典网文原作、标准核心词库都是AI学习、训练的语料。”彩云科技有关负责人说，在针对网文的AI翻译模型开发过程中，开发团队基于自然语言理解技术，还加强了对内容的深入挖掘，“比如通过对大量网文内容和优质社区内容的清洗、训练和标注，使得AI机器能够更好地理解网文内容，以此建立网文平台的‘内容大脑’。基于‘内容大脑’，AI可以提取网文的一些专有名词，同时可以自动识别角色(人名)、场景(地名)、升级体系等结构化信息，构建整体网文的知识图谱。”而有了这些信息的补充，AI翻译就能够更好地翻译网文特殊领域中的词、句、段落，包括作品中

的人名、地名以及类似“金丹”这种网文作品中的专有名词，并识别出各种代词指代的对象，尽可能避免传统机器翻译时常出现的“一词多译”“张冠李戴”等现象。

此外，开发团队在训练AI模型时还加入了“翻译风格”的选项，方便对不同类型网文作品的风格进行精准呈现。比如，针对不同的风格要求，AI能够将同一句话用多种不同的译法进行差异化呈现。

据了解，目前，我国网文出海范围已覆盖英语、西班牙语、日语、韩语、泰语、越南语、印度尼西亚语等10余个语种(包括自有平台运营和海外授权合作)。作为在海外率先实行付费阅读的中国正版网络文学平台，起点国际在谷歌应用程序商店的营收榜单上，长期位列图书分类的头部，累计访问用户已超过5000万。平台上有600余部中国网文英文翻译作品，包括武侠、玄幻、奇幻、都市等多题材元素。这些作品既蕴含着传统东方元素，又展现出当代中国风貌，同时含有人类共通的情感和故事元素，在海外读者中均有很高的人气。

“这些走出去的原创网文作品是中国网文作为‘文化旅者’漂洋过海、在全世界开出的‘中国花’。来自美国、英国、菲律宾、印度等地的数万海

外读者，在起点国际的平台上从读者甚至慢慢转变为作者。一个基于中国文化的国际化粉丝社区正在逐步建立，在这个社区体系下，海外用户可以通过多元互动模式，以及平台上的特色词汇百科等，深度了解中国以及中国的网文作品。”吴文辉说。

此外，在海外授权方面，我国目前也已向全球多个国家的合作方进行了数字出版、实体出版以及IP改编授权等，授权作品近800部。其中改编自《从前有座灵剑山》《全职高手》等网络小说的动漫、图书已登陆日本等国家；《庆余年》《皇权》等已授权出版泰文版；《鬼吹灯》系列的英文版图书已由企鵝兰登书屋出版；女频类高人气作品《许你万丈光芒好》已向越南授权影视改编。

除了文字，我国网络文学还通过影视、动漫、游戏等多种方式在海外进行了推广。阅文集团网络文学业务副总裁《全职高手》《扶摇》《你和我的倾城时光》《琅琊榜》等，都是由知名网文IP改编而成。

业内人士认为，基于网络文学和相关产业在海外的热度，未来，我国网文企业将持续加码海外市场。而网文企业与人工智能科技企业在作品翻译上的合作探索，也将进一步助力我国网文出海进程。