

《2023—2024 中国出版业发展报告》发布

九大趋势直击出版业发展与变革

□本报记者 章红雨 李美霖

“发展”“变革”是当前出版业的关键词。12月12日在京举办的数智化背景下出版业发展形势研讨会暨《2023—2024中国出版业发展报告》发布会上，中国新闻出版研究院发布了《2023—2024中国出版业发展报告》。

作为中国出版蓝皮书,《报告》宏观解读了2023—2024年出版界学习贯彻党的二十大精神、学习习近平总书记在文化传承发展座谈会上的讲话,深刻领会习近平文化思想内涵,稳步推进出版强国建设,加快培育出版新质生产力,在政策扶持、内容生产、营销发行、学科建设、出版融合方面所取得的重要进展。同时,《报告》突出行业智库属性,抓热点痛点话题,对于未来出版业发展与变革提出九大趋势研判。

趋势一：人工智能重塑出版流程，垂类模型优势凸显

伴随新一代人工智能技术与产业发展的不断融合，出版业也即将开启大范围以科技创新为引领、推动科技创新与产业创新深度融合的新质生产力培育热潮。未来AIGC与出版业的融合可能主要围绕以下三种路径进行：一是将人工智能应用到出版生产经营过程中，提升AI技术在编辑、印刷、营销等某一个或多个出版环节的工作效率，促进整个出版产业生产流程的重塑；二是利用开源模型或通用模型的基础优势，通过海量专业化、体系化内容训练，形成某一领域的专业细分模型，提供垂直类的模型服务；三是以专业内容领域的垂类模型为依托，利用AIGC技术对传统出版产品赋能，助力出版业在

知识服务、产品营销等领域进行产品创新和业态创新。

趋势二：多个板块平稳增长，教育、少儿板块或增长乏力

党的十八大以来，主题出版发展迅速，专业与学术出版因国家重视自主知识产权构建前景稳健，大众出版中女性、老年、心理、科普、科幻类读物市场呈增长态势。相比之下，教育出版受人口出生率、在校生数量和学历结构变化影响大。近10年来，新生儿数量一直呈下降趋势，小学招生及在校生人数的下降使基础教育教材需求减少，高校教材购买方式特殊也致使市场增长乏力。青少年读物市场，尤其是少儿读物，已从高速增长转为低速增长，未来增长堪忧，甚至可能下滑。

趋势三：销售渠道与宣发方式持续创新，公私域流量运营并重

受人口增长放缓影响，出版产品需求增长缓慢，销售渠道加速向线上转移，短视频电商和直播带货崛起，小红书等平台成为图书宣发重要阵地，直播博主影响力增强，但出版机构面临流量成本上升和价格战等问题。同时，私域流量运营受重视，出版机构通过自有平台和社群运营，转化公域流量，增强读者互动与黏性，以团购等方式提升销量，公私域流量运营协同发展成为趋势。

趋势四：情绪需求下大众市场经典书和低价投流书共生并存

新媒体传播变革下，大众出版领域经典书“二次翻红”，因其契合时代“固本培元”需求及读者阅读质量提升后的选择

倾向，满足了大众积极的情绪需求。同时，低价投流书在新媒体赋能下崛起，冲击市场产品结构。无论是经典书还是低价投流书都在满足情绪价值方面具有优势，因此，在未来的大众出版市场中，这种经典书与低价投流书并存的局面将会得到更加明显的体现。

趋势五：人口结构变化影响图书需求，传统文化科普类上升

“一老一小”中，人口老龄化带来老年文化服务和阅读需求机遇。“一小”中，2023年新生儿数量降至902万人，幼儿人口减少影响孕育育儿图书需求，未来图书类别结构或变动。同时，传统文化受重视，相关古籍、公版题材创新出版，科普图书因素质教育热潮需求增长，社科和科技领域轻学术作品受关注，随着读者知识结构和阅读水平提升，传统文化、科技和专业普及读物需求将持续增加。

趋势六：文化创意与数字技术融合，出版多元产业深度协作

人口红利消失使出版业传统盈利模式遇困，需革新定位，向“出版物+其他文化服务”的二元型新业态转型，加强与文化、旅游、教育等产业融合。在文化产业领域，出版企业凭内容优势，用数字化和新兴技术与文化机构合作，打造多元产品活动；旅游方面，依文旅融合思路，用特色文化资源为游客提供知识服务；教育领域，借在线教育兴起，开发智能学习方案和模拟场景，提供多样教学资源。出版业在融合中担当知识服务供应商探索新商业模式，持续提供优质内容服务，创造多元价值的重任。

趋势七：图书零售市场进入稳定阶段，内涵式发展将成为主基调

当前图书零售市场很难在短期内产生爆发式增长，市场恢复还需要一定时间，出版发行机构将在未来一个时期进入存量竞争状态。

存量市场的竞争固然激烈，但有助于各家单位进一步修炼内功，业务工作更加审慎和精细化，将整体工作重心放在提升单品效益、强化内涵式增长方面。面对纷繁复杂的销售渠道和营销通路，出版单位“做得对”比“做得多”更加重要。

趋势八：少儿出版步入品牌竞争时代，新营销格局将构建品牌新生态

少儿出版已从产品竞争转向品牌竞争，品牌化是高质量发展的必然。开卷数据显示，少儿出版品牌数量持续增长，2023年品牌图书在“金品种”码洋中占比超40%。在新媒体助力下，多平台营销格局形成，专业少儿社经典品牌保持活力，非专业社及民营机构借势创新突破。未来，品牌化特色发展是趋势，原创和自营渠道强的机构将占据优势地位，优质品牌将汇聚更多流量口碑，新生态渐成。

趋势九：AI直播进军图书领域，推动电商直播“去真人化”

随着AI技术的新一轮发展,AI数字人主播搭配真人主播的模式将大量出现,推动图书领域电商直播“去真人化”的可能性大大增加。未来,AI直播可能将摆脱单一的直播间场景,凭借AI视频生成技术,实现一次直播、多个场景的不断转换。借助AI技术“复活”已故去的作家、大师,实现跨越时空的交流,进一步丰富直播内容。

第五届中国游戏创新大赛启动作品征集

本报讯（记者李婧璇）12月12日，由中国音像与数字出版协会指导、中国音像与数字出版协会游戏产业研究专家委员会主办的第五届中国游戏创新大赛正式启动作品征集，面向游戏研发和出版企业、社会游戏研发团队、工作室以及游戏从业者、高校游戏设计爱好者征集创新游戏作品。

据主办方介绍，本届大赛将分为申报征集、评委评审、结果公布三个阶段，从

导向性、创新性和专业性三个维度进行评比，最终评出11个奖项，分别为最佳创新游戏大奖（综合）、最佳创新中华文化奖、最佳创新社会价值奖、最佳创新音乐音效奖、最佳创新美术奖、最佳创新设计奖、最佳创新出海奖、最佳创新院校作品奖、最佳创新个人奖、最佳创新团队奖。此外，本届大赛特别设置最佳创新单机游戏奖，旨在鼓励优质单机游戏创新发展。大赛最终评选结果将在2025年

7月下旬公布，获奖者将获得更多机会对作品进行宣传展示，并参与业内学习和交流。

即日起至2025年4月20日，参赛者可以登录赛事官方网站（cgia.taptap.cn）上传材料并完成申报。已在国内上线运营的游戏产品须通过国家行政管理部门的内容审核，取得版号，为保证游戏作品的时效性，版号获批时间应在2023年1月1日以后。

中国音像与数字出版协会第一副理事长、游戏工委主任委员张毅君表示，中国游戏创新大赛不仅是潜力作品的“发现之旅”，也成为其面向社会实践、迎接市场考验的“集结地”和“起跑线”。未来，创新大赛将始终保持对创新的热忱，勇于探索，不断优化，引领更多游戏企业走向创新，创研出更多精品力作，持续推动中国游戏产业高质量发展。



江苏淮安：文庙淘书乐

12月14日，江苏省淮安市市民在文庙旧书摊位前翻看书籍。

淮安文庙旧书集市已有多年历史，承载了许多淮安人的童年回忆，每逢节假日更是吸引众多读者前来淘书阅读。读者们随意地徜徉在书籍的海洋，不断地寻找着自己的“最爱”。

周长国/视觉中国

45.4万市民读者到书店逛市集——

2024 北京发行集团“书馨节”收官

本报讯（记者李婧璇）为期一个月的2024北京发行集团“书馨节”近日圆满收官。北京发行集团所属北京图书大厦、王府井书店、中关村图书大厦、亚运村图书大厦四大书城和中国书店、北京市新华书店特色门店联动发力，为广大爱书人奉上了一场饕餮盛宴。“我们精选来自全国上百家优质出版单位的超10万种精品图书，开展各类阅读文化活动100余场。”北京发行集团相关负责人介绍，通过打造跨界特色沉浸式场景，“书馨节”共吸引45.4万市民读者到书店逛市集。

“书馨节”期间，北京发行集团旗下

书城、书店结合自身特色进行“一店一主题”策展活动，为市民读者提供了丰富阅读选择，满足了多元文化需求。如北京图书大厦充分利用空间造景，融合书店与市集，打造“人生的味道——品味与品位”“俄式味道”两个策展主题，精选图书、美食、花卉、邮票、工艺品，让读者一站式逛市集、读好书、品美食。“阅读空间中摆放的露露椅、稻草垛营造出时下流行的‘松弛感’，吸引了不少读者坐下来沉浸式阅读，享受美好时光。”北京图书大厦总经理秦辉向《中国新闻出版广电报》记者介绍道。

活动让书店里逛市集成为阅读新时

尚，图书与文创、美食、国风、动漫等元素融合，为市民读者带来了独特的冬日体验。如亚运村图书大厦特设的打卡拍照区域，巧妙融合了二次元文化精品，让读者仿佛置身于漫画故事的现实场景中，实现了漫画风格与书香氛围的无缝对接。每个周末进行的coser巡游，与读者展开了跨越次元的神秘互动，在“书馨节”与“二次元”的激情碰撞中，充满无限趣味。

北京发行集团旗下书城、书店推出阅读互动、阅读推广、名家讲座、作家签售等一系列丰富多彩的活动100余场，为广大市民读者带来了精彩纷呈的阅读文化盛

宴。“书香至味”主题活动走进企业、校园、社区、商圈开展了多场文化活动，将精品好书和优质文化产品送至读者身边。如王府井书店携手姚家园万象汇，集结千余种精选好书、汇聚逾20个品牌的国潮文创，为商圈注入活力，倾情呈现“家门口的冬日文化市集”。

“‘书馨节’期间，我和家人走进新华书店，感觉‘家家有惊喜，每家各不同’，其间图书折扣也很实惠，很喜欢这样的互动形式。”北京市民崔沥在接受记者采访时表示，这样逛书店有“开盲盒”的感觉，能让更多市民走进书店享受书香北京的文化建设成果！

■时讯

五洲社连办图书分享会 传承传统文化

本报讯（记者孙海悦）五洲传播出版社日前在京分别举办主题为“汉服、旗袍与非遗”的图书分享会和主题为“吉祥如意的故宫”的图书分享会。

“汉服、旗袍与非遗”图书分享会旨在通过分享《旗袍：中西合璧的服饰文化》一书,向公众介绍和推广中华优秀传统文化,从而激发读者对汉服、旗袍以及非物质文化遗产的兴趣。该书是“中国人文标识”丛书的一个分册,用一个个精选出的文化标识,梳理了中华五千年的积累,串联起中华民族的历史文脉,丛书目前已出版中文版18种、英文版15种。

《旗袍：中西合璧的服饰文化》作者艺阳是知名服装设计师、中国服装设计师协会会员。书中讲述了汉服和旗袍的历史渊源、文化内涵以及在现代社会中的意义，并通过丰富的图片和生动的案例，展示了汉服和旗袍的美学特征与文化价值。

主题为“吉祥如意的故宫”的图书分享会旨在通过分享《故宫吉祥》，向公众介绍和推广中国传统建筑文化。《故宫吉祥》依托中国传统文化，从吉祥文化的角度观察故宫、解读故宫，为读者呈现出一座喜庆祥和、如意吉祥的故宫。

《故宫吉祥》作者秦子超通过丰富的图片和生动的案例，详细阐述了故宫宫殿的历史意义和文化内涵，展示了故宫的美学特征和文化价值。

《20世纪场论的概念发展》新书发布研讨会举行

本报讯（见习记者朱小苗）12月12日，中国科学院哲学研究所主办的“科学与哲学”论坛暨《20世纪场论的概念发展》新书发布研讨会在京举行。

《20世纪场论的概念发展》著者、美国波士顿大学哲学系教授曹天予应邀作了题为《从科学实在论的视角看自然科学本体论的历史建构——从Kant、Einstein到Penrose》的主题报告，并分享了自己的创作心得。

本次发布的《20世纪场论的概念发展》为原书第二版的中译本，于2024年由科学出版社出版，译者为中国科学院大学教授李宏芳。该书探讨了基本场论的概念基础和历史根基，揭示了基础物理学中的根本问题、逻辑和动力学。第二版相对于第一版对量子场论和规范理论章节进行了彻底修订和重新阐述，重新考虑了本体论综合与科学实在论一章的内容。

科学出版社科学人文分社社长侯俊琳在致辞中提到,《20世纪场论的概念发展》所呈现的物理世界的全面图景，对于对20世纪数学物理学发展感兴趣的理论物理学家和科学哲学家而言，无疑是一份宝贵的资源。

《苏卧农传》书写岭南花鸟画大师艺术人生

本报讯（记者徐平）书写广东现代画家苏卧农的著作《苏卧农传》近日由南方日报出版社出版。该书呈现了苏卧农人生际遇、艺术境界以及所处的时代环境。

《苏卧农传》是一部以个人线索展开的家族史、艺术史、社会史、政治史。书中以时间为经线，把苏卧农的一生分成“溯源寻根”“学有所成”“艰辛时日”“成就辉煌”“岁月安然”五章，附录了苏卧农年谱及数十幅代表性作品。每个章节熔人生大事及作品评价、艺术笔记于一炉，有机地处理艺术与人生、个体与时代的关系。全书犹如一扇窗口，展示了岭南画派的探索、形成过程及其艺术特色、代表人物。

据了解，苏卧农是岭南画派著名的花鸟画家，师从岭南画派创始人高剑父。他平生创作作品甚丰，取材多为广州常见的木棉、鸽子、霸王花、塘虱、南瓜等，其美术代表作有《游鱼》《红白鸽》等。

《医务人员科普创作手册》让健康科普触达目标人群

本报讯（记者范燕莹）由中国科普作家协会理事叶依撰写的《医务人员科普创作手册》新书发布暨科普专家座谈会近日在北京图书大厦召开。

《医务人员科普创作手册》由中国人口与健康出版社出版发行。提升大众的健康素养，增进全民健康，需要广大医务人员贡献力量、提供优质的健康科普内容，该书为此提供了科学路径与方法，可使科普知识触达目标人群。

“怎样算是一篇成功的医学科普文章？医务人员如何快速进入写科普的状态？医学科普文章的修辞手法重要吗？医学科普到底有多重要……”活动现场，对于这些问题，叶依结合自身多年的科普创作经验进行了系统回答。

参与专家座谈的中国医学科学院肿瘤医院胰胃外科病区主任田艳涛分享了他进行医学科普创作过程中的心得体会，以及怎样协调临床、科研、教学与科普的时间。