

科技科普类：

科技图书显实力
科普互动趣味浓

□本报记者 范燕莹

作为图书出版的一大重要门类，2025北京图书订货会不仅展示了科技与科普图书的最新成果，还通过创新的展示形式和丰富的阅读活动，为推动出版业高质量发展注入了新动力。纵观本次图书订货会，科技与科普出版呈现出多样化、互动性强的特点。

科技图书：
展现科技前沿最新成果

本次订货会上，科技图书展区展示了众多前沿领域的成果。西北工业大学出版社带来了《大型飞机高升力控制系统设计与验证》等国家出版基金资助项目图书，并举办了仿生“魔鬼鱼”科普报告，吸引了大量观众。上海世纪出版集团推出的“中国磁浮交通基础理论与先进技术”丛书和“液态金属物质科学与技术研究”丛书也备受关注，这些图书不仅填补了学术空白，还展现了我国在重大工程技术领域的创新实力。

本次订货会现场，一些科技出版社围绕各自的重点图书举办了分享活动。在“电子学经典理论与前沿科学技术”新书推荐暨太赫兹前沿技术科普讲座上，该书出版方，电子科技大学出版社社长兼总编辑田江表示：“它紧密契合国家科技发展的宏伟蓝图，精准对接国际科学前沿的热点议题与社会进步的迫切呼唤，从战略高度勾勒并展现了当代电子学领域的璀璨图景。”

在《中国近代科学先声》分享会上，山东科学技术出版社社长赵猛介绍，该书梳理了晚清和民国时期的宝贵的学科遗产，希冀读者能够通过聆听先贤们关于科学的先声，为弘扬科学精神、推动实现高水平科技自立自强贡献力量。

值中国极地考察40周年和“雪龙”号出征南极30周年之际，此次订货会期间，上海科学技术出版社推出《冰与海的征程：“雪龙”号极地考察三十年》，该书助力公众提高对极地科考事业的认知和兴趣，弘扬极地科考精神，鼓励青少年投身国家极地事业和科学考察事业。

科普图书：
注重内容与体验融合

科普图书在本次订货会上同样表现亮眼。接力出版社的“简史”系列图书成为焦点，其中《万物简史》简体中文版上市20周年，销量突破190万册，成为近20年来国内图书市场中表现最出色的科普图书之一。四川出版展区推出的科幻科普图书《太空探针》受到广泛关注，该书以四川稻城的国家重大科学基础设施为灵感来源，用文学手法描绘波澜壮阔的科学探索图景，同时让公众更直观地了解国家重大科技战略和科技基础设施建设的重要性。“南天门计划”作为航空科幻IP，在网络上掀起一阵狂热浪潮。此次订货会上，四川科学技术出版社就推出了《南天门计划2：叛军战役》，该书生动讲述了一场震撼人心的太阳系战争，成功塑造了英勇无畏、智慧超群的航天人群像。

当下读者对科技和科普知识的需求更加多样化，不仅关注前沿科技，也注重健康、医学、环保等领域的知识。广大出版社通过内容的专业性和实用性，满足不同读者的需求，推出了各领域的科普出版的精品力作。在中医科普方面，中国中医药出版社推出了《中医药国民典藏丛书·国学养生六讲》，该书是国学养生专家温长路在国学养生领域研究与普及的集大成之作，集可读性、实用性与收藏性于一体。在环保科普方面，中国电力出版社推出的《我的绿色低碳生活》，通过科学的知识和引人入胜的案例，不仅传递了环保理念，也激励读者在日常生活中采取可持续的行动。

记者观察发现，在科普出版方面，内容与体验的融合成为本次订货会现场的一大热点。出版社通过漫画、视频、互动教具等多种形式，提升读者的参与感和体验感。例如，中国海洋大学出版社的“海洋与人类”科普丛书，涵盖了海洋生物、微生物、金属结核、海洋药物等多个领域，图文并茂，自然知识介绍和人文思考并重，带领读者探索海洋的奥秘。北京少年儿童出版社的“可怕的科学”系列科普图书出版20年后，今年首推漫画版，降低了阅读门槛与理解难度。当下科普图书出版的互动式体验越来越强，与实践相结合的互动式体验成为科普出版热点。江西红星传媒集团有限公司打造的“趣玩书”，将科普图书、科学教具、科普视频相结合，开辟了多元学习方式。

当下随着融合出版的持续深入推进，科普图书注重整合纸书、电子书、音频等不同呈现方式，呈现多形态融合的深入发展趋势。江苏凤凰科学技术出版社的“青鸟新知”人文科普文库，通过建立公众号、视频号等多平台账号，进行内容创新建设，提升了科普图书的传播力和影响力。“青鸟新知”是凤凰传媒出版子品牌矩阵中具有人文特色与鲜明品牌识别度的融合出版科普品牌。”江苏凤凰出版传媒股份有限公司总编辑徐海说。本次订货会现场发布的“青鸟新知”人文科普文库（第二辑），成为苏科社科普品牌建设的又一成果。

除了科普阅读分享活动，在本次订货会首创的文创展区，记者也看到，现场主办方结合科技与文创产品，开展了打卡集章、沙龙、产品制作等互动活动。例如，读中国“最美的书”，品中国植物味道等科普文创展示活动，增强了读者的参与感和体验感。

文学类：

提升原创品牌
发掘多元价值

□本报记者 李婧璇

“首届天山文学奖”丛书发布、“培根工程”丛书（第一辑，5种）首发、《三体》被画出来了、“原创之春”迎来20年、名家新作频发……2025北京图书订货会，文学图书以丰硕的成果开启新一年的华章。

结集出版丛书
引领创作导向

文学创作高质量发展离不开奖项激励、项目引领，将其中的优秀作品结集出版，无论对于创作者还是出版者而言，都是一种激励，激励着大家以更高的使命感、责任感投身其中，像亮相本次订货会的“首届天山文学奖”丛书、“培根工程”丛书就是代表。

走进新疆人民出版社（新疆少数民族出版基地）展区，“首届天山文学奖”丛书的展台格外引人注目。《王蒙选本》《他人的篝火》《阿娜河畔》《白水台》《周涛散文自选集》《章德益诗选》《可可托海往事》《我从未与世界如此和解》《脐血之地》《解忧牧场札记》等10部佳作齐聚，向逛展读者讲述新疆的动人故事。

在本次图书订货会上举办的“把新疆故事讲给世界听”活动上，“首届天山文学奖”丛书揭幕。“这套丛书不仅是新疆文学事业发展的重要成果展示，更是向世界展示新疆的窗口和载体。”新疆维吾尔自治区党委宣传部副部长陈诚向五湖四海的文友发出诚挚邀约，希望“首届天山文学奖”丛书能引领大家走进新疆，触摸新疆。

打造文学新力量，“培根工程”丛书（第一辑，5种）在本次图书订货会现场首发。“培根工程”丛书是由鲁迅文学院常务副院长徐可主编、安徽文艺出版社出版的开放性系列图书。第一辑包括：马亿《亲爱的爸爸妈妈》、王昆《卓玛戴



在“把新疆故事讲给世界听”活动现场，“首届天山文学奖”部分获奖作家做客访谈。新疆人民出版社（新疆少数民族出版基地） 供图

着红珊瑚》、孙睿《火车不进站》、沙冒智化《活在家里的名字》、周芳《腾空而起》，从中可一窥新时代青年实力作家的创作风华。

运营好经典IP
把品牌做成IP

打造原创经典作品，需要出版单位持之以恒的努力、长期的规划和不间断的运作，把品牌做成IP，把经典IP运营好。

《三体》被画出来了！译林出版社在本次图书订货会上发布的《三体》图像小说第一部，令“三体”迷们很是激动。

《三体》图像小说是三体IP在出版物衍生开发中，首次针对图像小说这一类别推出的改编作品。该书由国风艺术家吴青松与三体IP内容开发和商业衍生全球独家版权方三体宇宙共同编绘，译林出版社出版。据介绍，整个项目计划

覆盖原著三部曲内容，全套共3部6册，预计5年至6年内全部出版，以带有中国传统特色的绘画方式再现“三体”磅礴世界，并通过图书、卡牌、特色文创等多个领域的跨界联动，探索融合出版新路径。“一千个读者心中会有一个《三体》，我只是会画画的那一个。”吴青松感慨道。

自2006年首次亮相北京图书订货会至今，湖南文艺出版社的“原创之春”已经举办了20年，推出了逾70部重点原创作品，包括获得“五个工程”优秀作品奖的《机器》《命运》《长津湖》等。

在此次订货会期间举办的“原创之春”二十周年·回顾与展望活动上，湖南文艺出版社与作家刘庆邦、范小青、葛水平、关仁山、梁鸿鹰、老藤、次仁罗布、何常在等作家签约。“这次活动不仅对过去20年推出的文学原创作品进行回顾，更是对未来文学创作方向

少儿类：

一手抓作者队伍
一手拓IP市场

□本报记者 刘蓓蓓

2024年，和少儿出版人聊起总体情况，往往都是一句“不太好”。虽困难重重，但大家坚信办法总比困难多，少儿出版会重回往日的兴旺时光。在2025北京图书订货会上，开卷发布数据显示，少儿类是2024年各类图书中码洋比重最大的类别。各家少儿出版社发布的2025创新动作和重点新品，更是让我们看到了充满希望的前路。

不断深耕IP赛道

在过去的2024年，少儿出版IP品牌赛道亮点频频。北京图书订货会上，许多少儿出版社举办的重点活动都在强调新一年对IP品牌的重视与打造。

“兵马未动，粮草先行。”二十一世纪出版集团社长刘凯军对《中国新闻出版广电报》记者说的这句话，形容的是该社头部IP“大中华寻宝记”地理漫画最新一册《宁夏寻宝记》虽还未出版，但因为前期做的系列营销活动的成功，目前在天猫已经成为热搜词，预订破亿。在当前童书市场整体较为低迷的情况下，《宁夏寻宝记》全产品矩阵的成功预订可以说为行业提振了信心与士气。

“小溪流”“笨狼的故事”“全球儿童文学典藏书系”……经过40多年的积淀，湖南少年儿童出版社推出了一系列深受读者喜爱的品牌。在订货会上，湘少社品牌发展诗篇又翻开了新的一页——全新品牌“梦想家”在北京启航。“梦想家”定位为儿童心灵成长伙伴，第一部作品是知名作家鲍尔吉·原野的儿童文学新作“万物有信”系列，作家借万物之口向孩子们传递生命哲思、人文情怀与科学知识。

深耕行业10年，中信童书以创新作为发展的原动力，围绕新产品、新营销、新服务实现自我迭代。“IP化”是中信童书畅想的未来10年童书发展的重要路径之一。中信童书在订货会上表示，将持续孵化经典IP，同时，依托IP书系工程构建中信童书可持续金品书系。值得关注的是，订货会上中信童书正式发布了“阅读教育创新项目”，意味着其将在智慧教育与传统教学融合领域有所动作。

对接力出版社来说，接力杯“双奖”，即金波幼儿文学奖、曹文轩儿童小说奖是其近年来重点打造的品牌项目。今年订货会上，举办了第四届接力杯“双奖”截稿180天倒计时仪式。接



▲本次图书订货会上，参展机构用人偶表演吸引小读者关注。本报记者 隋明照 摄

力出版社总经理白冰告诉记者，自2017年5月首届接力杯“双奖”启动征稿以来，3届评选共有55位作家、画家的52部作品分获金、银、铜奖。目前，已出版45种，21种荣获国内外重要图书奖项，版权输出率超过60%。“通过设立奖项来奖励、吸引更多加入这个行业、创作、编辑好作品，在当前少儿出版调整期，无疑是提振编辑和作者信心的好事。”中国出版协理理事长邹书林如此表示。

由中国少年儿童新闻出版总社牵头，联合全国30多家少儿出版社共同打造的“美丽中国·从家乡出发（漫画版）”系列，堪称专业少儿出版社共同打造的IP。在订货会上该系列发布了第三辑5册新书《陕西正在说》《河南正在说》《湖北正在说》《湖南正在说》《重庆正在说》，目前这一系列共有15册图书面世。就像邹书林评价的，这是集全体少儿出版人之力共同落实爱国主义教育的系统作战。一个省不能少，每一本的质量都要达到同等水准。

今年是中国和平出版社建社40周年，社长林云告诉记者，新的一年将继续坚持以书立社、以品牌立社的战略，打造“小白鸽童书馆”品牌。一方面，

深耕细作，挖掘具有时代价值和教育意义的选题；另一方面，紧跟时代步伐，运用人工智能技术，提升编辑效率和出版效能，注重品牌建设与维护，不断提升影响力与竞争力。

培养完备作者梯队

记者观察2025年各家少儿出版社发布的重点新书发现，在儿童文学图书类别，老中青作家皆有新作推出，体现出出版社在培养、建设儿童文学作家梯队上的努力与用心，毕竟无论市场如何迭变，优质内容始终是出版社的安身立命之本。

作为原创儿童文学出版重镇，40年来，江苏凤凰少年儿童出版社一直不遗余力地进行作家梯队培养。在订货会上，不仅请曹文轩、梅子涵、黄蓓佳等知名儿童文学作家讲述与苏少社长期合作的珍贵情谊和即将推出的新作，也将中青年作家代表曹文芳、郭姜燕、石若昕、杨娟、莫晓红、荆凡推到舞台，讲述新作的创作故事。

虽成立仅3年，但三环出版社已经在资深少儿出版人、总编辑张秋林的带领下，明确儿童文学出版要“坚持长期主义，努力形成新老交替，名家与新秀

进行展望与探索，坚持发展原创，出版更多反映时代精神、展现人民风貌的文学佳作。”梁鸿鹰在接受记者采访时感慨道。

诚如湖南出版投资控股集团党委书记、董事长贺砾辉所说：“‘原创之春’已经成了汇聚文学英才与佳作的舞台，记录了中国人民20年来的壮阔实践与时代巨变，成为连接作家与人民心灵的桥梁。”

紧扣时代脉搏
讲好中国故事

“昆山景象”是中国式现代化的生动缩影，蕴含着敢为天下先的创新精神和发展智慧。何建明最新长篇报告文学新作《昆山景象》，为中国式现代化新征程著书立传，由江苏凤凰教育出版社、人民文学出版社出版。

作为一部生动展现中国式现代化进程的文学读本，《昆山景象》深入解读昆山密码，生动讲述昆山故事。“飞速发展、波澜壮阔的时代给报告文学作家提供了难得的机遇。”何建明表示，作家应关注时代、记录时代，讲好中国式现代化的精彩故事。

书写中国式现代化新征程，必然离不开乡村振兴这一大话题。作家谭楷最新报告文学《云朵上的石椅村》，聚焦“云朵上的羌寨”石椅村这些年的变化发展，以80岁高龄写作这部反映北川灾后重建村石椅村脱贫攻坚、乡村振兴故事的作品。他坦言这种创作对自己而言，既是一种使命，也是一次挑战，更有深藏心底的“北川情结”给了自己非写不可的“冲动”。

对于谭楷年过八旬还笔耕不辍，满怀激情进行文学创作的精神，作家柳建伟也表达了自己的钦佩。他以“建房子”的比喻分析了《云朵上的石椅村》的多方面价值。