

以专业引导和主导市场

——华东少儿出版联合体成员单位相关负责人谈 2025 新谋划

高质量发展面临行业生态挑战

□浙江少年儿童出版社社长 郑重

中国少儿出版自 2000 年以来,经历 20 年的高速增长,成为大众出版最大的板块。但 2020 年之后,疫情和新媒体极大地改变了书业的渠道生态,从而恶化了内容生态,少儿出版已经连续 4 年下降,高质量发展的

问题显得更加紧迫。在内容生态方面,出现了几个方面的变化。一是持续引领少儿出版高速增长

的儿童文学板块由半壁江山降到 20%,功利性阅读回归主流;二是劣币驱逐良币,在少儿图书排行榜上, TOP10 基本没有版权书, TOP30 都很少,大家名家的作品上不了榜;三是新书出版品种持续下降,品种的丰富度与容纳度大大降低,据开卷统计,每 25 本新书只有 1 本新书半年内累计销售可以超过 3000 册,新书出版难销售更难;四是孩子没有阅读选择权,父母的偏好替代了儿童本位。

内容生态问题根源在于渠道生态的不良。一是价格生态崩

坏,当以流量为核心的新媒体分销体系取代以货盘为核心的传统分销体系之后,平台上不受控制的乱价行为是行业利润下降的根本原因。各大平台及平台上商家的比价机制让图书发货价格一路走低,少儿出版在新媒体平台销售的平均折扣降至三四折,出版社陷入不发货等死、发货找死的尴尬局



从专业少儿社的角度,我们必须用专业来引导和主导市场,直面当代少儿出版生态危机,提供儿童成长阅读解决方案,在高质量的内容建设方面作出更大贡献。另外,从更长远来看,我们还需要立足数字化和融合化发展,做好业态转型,为少年儿童的成长提供知识解决方案。

——郑重

面。二是疫情之后传统地面店的衰落,改变了孩子阅读种草的土壤,家长的线上购买导致功利主义阅读盛行。三是新媒体渠道虽然高速增长,只有少数品种能获得流量优势,95%以上的长尾品种缺少销路。四是图书沦为了流量和算法的附庸,竭泽而渔的流量竞价机制让图书成为平台的免费引流工具,同时流量越来越贵,新媒体销售 90% 的利润可能会被平台收割。

在这样的背景下,少儿出版要高质量发展,就要建立良好的市场生态,尤其是价格秩序要回到正常状态,平台必须赋予出版社控价的权利。只有少儿图书线上销售

的平均折扣从三四折回到五六折以上,才谈得上高质量发展,才能解决劣币驱逐良币的问题,实体店的恢复也才有喘息之机。技术是把双刃剑,希望平台能坚持长期主义,认识到出版作为内容产业的内在逻辑,赋能这个产业的持续健康发展。

从专业少儿社的角度,我们必须用专业来引导和主导市场,直面当代少儿出版生态危机,提供儿童成长阅读解决方案,在高质量的内容建设方面作出更大贡献。另外,从更长远来看,我们还需要立足数字化和融合化发展,做好业态转型,为少年儿童的成长提供知识解决方案。

以创新为驱动 以质量为核心

□江苏凤凰少年儿童出版社社长 王泳波

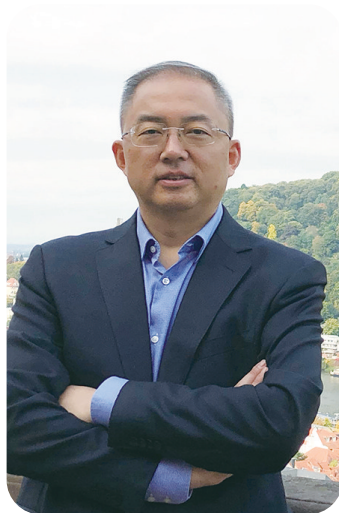
当前,少儿出版正处于从高速增长向高质量发展的关键转型期。面临市场码洋连续 3 年下行、渠道折扣战加剧、新生人口红利消退等挑战,同时,也呈现出多元融合、内容深耕、市场细分等新趋势,我们也将直面挑战,顺应潮流,从以下几方面开展工作。

在内容创作上,持续强化精品意识。巩固和拓展文学阵地,我们与曹文轩、黄蓓佳等名家保持紧密合作,推出他们的新作,这些作品聚焦时代议题,具有深厚文学价值。同时,大力培育中青年作家群,2025 年将推出荆凡、曹文芳等作家的多部作品,打造新的长销系列。借助“曹

奖”挖掘新生力量,拓展合作领域,与成人文学名家携手,为少儿文学注入新活力。在低幼出版方面,以“项目制”开发系列绘本,像“宝藏植物在中国”书系、“孩子身边的二十四节气”绘本等,融合情感故事、科普知识与传统文化。发挥“用绘本讲述时代主题”的优势,打造“童心传承·非遗探秘”项目,实现中英同步出版,提升文化传播力。

在业务布局上,积极开拓新

领域。《七彩语文》与央视开展长达 5 年的深度合作,借央视平



2025 年,少儿出版呈现出多元融合、内容深耕、市场细分等新趋势,我们也将直面挑战,顺应潮流。新的一年,我们将紧跟行业趋势,以创新为驱动,以质量为核心,全方位推动少儿出版高质量发展,为少儿提供更优质的精神食粮,与各位同仁共同开创少儿出版的美好未来!

——王泳波

台传承文化、扩大影响力,开发文创和研学路线,实现社会效益与经济效益双丰收。大力发展研学业务,本部期刊开展“少儿自然人文科普研学”项目,依托自身资源优势,预计实现可观营收。推进非遗文创项目,“童心传承·中英文化探秘”系列图画书整合多方资源,实现“产学研”一体化,通过文创展览、研学活动扩大传播。建设东方娃娃亲子伴读服务平台,实现从期刊出版向教育服务转型,满足家庭亲子教育需求。

在市场拓展和营销渠道建设

上,我们也将采取有力措施。成立新媒体营销部,打造“小快灵”流量产品,加强自营渠道建设,与带货达人合作,提升品牌曝光度和图书销量。深耕科普市场,成立科普读物出版中心,围绕国家战略等开发读物,形成品牌效应。与各方开展战略合作,实现资源互补。

新的一年,我们将紧跟行业趋势,以创新为驱动,以质量为核心,全方位推动少儿出版高质量发展,为少儿提供更优质的精神食粮,与各位同仁共同开创少儿出版的美好未来!

以九项工程寻求新突破

□明天出版社社长 李文波

在数字经济与文化产业深度融合的时代背景下,新的阅读生态不断演变,少儿内容生产和市场运营正面临着前所未有的机遇与挑战。2025 年,明天出版社将重点推进九项工程,寻求突破和出版社的高质量发展。

一是推进建设新型供应链工程。尝试版权资源、内容资源、渠道资源的多元化运作,构建新型供应链,打造产品、品牌、市场的新格局,形成发展新模式,构建新质生产力。未来的文化产业的市场竞争已不再局限于单一企业之间的较量,而是转向了供应链与供应链之间的竞争。出版机构在构建新型供应链的过程中,要重新寻找和构建核心竞争力,定位自己的核心价值。并购重组出版社上下游具有互补性的工作室,是一个快速构建新型供应链的方向。

二是新资源的聚集与转化工程。抢抓新内容资源、新出版资源、新创作者资源、新大 V 资源,建立资源创造、存储、转化平台和机制,努力实现资源价值的最大化。

三是新产品特点和形态的研究工程。要打造有锋芒、有独特性的差异化新内容产品,同步考虑产品多元化价值。新产品以客户需求为中心,以市场需求为导向,满足个性化多元化的阅读需求和审美需求。每一个产品都是一个项目,也都是一个利润中心。

四是新编辑部的工程。努力寻求编辑的新价值,打造灵活性编辑组织和编辑团队,建立新型内容产品生产中心和机制。在新的产业环境、产业链要求下,编辑部要进行重构。新的编辑在新的阅读生态下,需要具备新能力。

五是推进新市场工程。明天



2025 年,明天出版社将重点推进九项工程,寻求突破和出版社的高质量发展。这些工程不仅是对传统出版模式的变革,更是对未来出版生态的积极探索。明天社将以创新为驱动,以用户为中心,以市场为导向,以深化改革为抓手,努力打造更具有竞争力的少儿内容品牌和服务品牌,为儿童提供更多优质的精神食粮,同时推动出版社自身的高质量发展。

——李文波

社计划成立用户需求寻找和分析小组。需求就是市场团队改革和创新的方向。2025 年,市场团队要深入挖掘读者阅读和学习过程中的需求点,解决读者现实生活中的问题。此外,市场工程不应仅仅局限于一线部门,各部门都要具备市场意识,职能部门也应该是利润中心,为此,各部门都需要制订自己的经营计划,并接受财务数据考核。通过这种方式更准确地捕捉市场脉动,降低运营成本,同时也激发各部门的积极性和创造力,共同为实现公司的战略目标贡献力量。

六是推进新融合工程。出版社要提升融入各类文化产业新业态的能力,让产品和阅读服务触达更多更精准的消费者,形成更多通路和场景。

七是下决心推进新的薪酬与激励工程。明天社要制定更加积极的薪酬策略,给部分明星小组和明星个人更高的薪酬和更高的奖励。完善薪酬体系,进行差异

化激励,就是让价值创造者成为最大受益者,从而调动各岗位员工的生产积极性。

八是推进新品牌工程。2025 年,明天社要搭建品牌化出版平台。目标是构建一些子品牌,深耕细分市场,满足客户新要求。比如针对儿童新的生活方式、家长共同成长等领域,打造多个子品牌,持续构建品牌影响力。

九是建设新内容工程。我们知道,打动消费者、留住消费者的核心,仍然是优秀的内容。这就要求我们不断提升创造创意内容的能力。

2025 年这九项工程的实施,目标就是提质增效,寻求突破。这些工程不仅是对传统出版模式的变革,更是对未来出版生态的积极探索。明天社将以创新为驱动,以用户为中心,以市场为导向,以深化改革为抓手,努力打造更具有竞争力的少儿内容品牌和服务品牌,为儿童提供更多优质的精神食粮,同时推动出版社自身的高质量发展。

提质增效彰显新作为

□福建少年儿童出版社社长 陈远

近年来,我国 0—12 岁人口总量持续下降,消费需求低迷,儿童阅读习惯改变,童书市场已从增量扩张转向存量博弈,行业竞争趋于白热化。2025 年,面对市场与政策的变局,福建少年儿童出版社坚守正创新,以优质内容资源运营为基础,深化数智融合,拓展交流合作,潜心为读者打造真正兼具价值与品质的好书,力求在激烈的市场竞争中突围,继续保持增长的势头。

坚持守正创新,以优质内容筑牢发展根基。2025 年,我社将聚焦提升主题出版质效,围绕“少年中国书系”“海峡记忆”等重大选题项目,推进《十一枚邮票》《红领巾书系·童心看福建》等图书项目落地,打造一批兼具思想性、艺术性和市场性的精品。

同时,深挖海洋文化、“福”文化等福建特色文化资源“富矿”,推动《如果福建有颜色》等创意选题落地,以 AI 技术赋能传统文化表达,构建具有地域特色的 IP 矩阵。

此外,进一步打造原创品牌集群,深耕“拇指班长”“少年侦探团”“万物生”等成熟品牌,推出续作与跨媒介产品,巩固市场地位。加速“咪咪猫”婴童 IP 的开发,从期刊延伸到绘本、衍生品及相关服务,形成“内容+产品+服务”产业链闭环。

深化数智融合,以技术赋能提升出版效能。我社将优化内容生产模式,加强与 Deep-



2025 年,面对市场与政策的变局,福建少年儿童出版社坚持守正创新,以优质内容资源运营为基础,深化数智融合,拓展交流合作,潜心为读者打造真正兼具价值与品质的好书,力求在激烈的市场竞争中突围,继续保持增长的势头。

——陈远

Seek 为代表的 AI 技术应用,辅助选题策划与内容生成,提升选题精准度和创作效率。同时,通过开发有声书、互动电子书、AR 科普读物等数字产品,打造“咪咪美术馆”线上线下融合体验等方式,拓展融合出版场景。此外,借助大数据分析用户阅读偏好,在“好书伴成长”平台推出个性化推荐服务,开展“中国好书”演说分享、“小小朗读者”直播活动,以轻量化内容触达年轻家长群体,逐步构建精准营销体系。

拓展交流视野,以多元合作提升文化影响力。我社将继续发挥福建对台独特优势和先行示范作用,深化两岸出版交流产业链闭环。

流,通过举办海峡两岸青少年快乐读书会、海峡儿童阅读论坛等系列活动,编辑出版发行“海峡记忆”等重点项目,推动两岸童书版权交易与人员交流,加深两岸文化交融,促进心灵契合。

从源头抓出去原创精品重点项目的创新,稳步推进《爱丽丝的中国故事》《影响世界的中国发明创造》等项目的创作、编辑、出版、宣传工作,在中华优秀传统文化内容创新、对外传播等方面加快走出去步伐。