

DeepSeek 主题图书热销

出版机构接住了这波“泼天流量”

□本报记者 范燕莹

如果说2025年新春以来首个出版热点是什么?那一定非DeepSeek莫属。“图书刚预售几天,我就接到非常多的订单。”“预售第一天,销量就破了1万册。”这是《中国新闻出版广电报》记者向一些出版机构了解DeepSeek图书销售情况时得到的积极反馈,关键词可以总结为:“读者需求旺盛”“销量超乎预期”。

1月20日,DeepSeek正式发布了新一代推理大模型DeepSeek-R1,DeepSeek-R1以其卓越的性能引发了广泛热议,成为人们茶余饭后的焦点话题。与此同时,多家出版社紧跟科技热点,第一时间及时策划推出了一批DeepSeek图书,上市后销量非常可观。比如,截至3月7日发稿时,人民邮电出版社的《AI时代生存手册:零基础掌握DeepSeek》最新印量30万册,销量突破18万册,创造了现象级的销售佳绩。

市场定位基本为大众读者

从入门到精通,从“零基础掌握”到“高效玩转”……记者通过梳理DeepSeek图书选题发现,从内容上看,目前这类图书主要是针对大众读者使用DeepSeek平台的入门技巧为主,也有一些是针对公文写作这个细分领域。

据机械工业出版社华章分公司计算机图书事业部经理福川观察,目前市面上的DeepSeek主题图书形成两大核心品类:大众应用类和技术解析类。前者占据主流,内容丰富,实用性强;后者数量很少,目前只有一本面向IT技术人员,深入剖析了DeepSeek大模型的技术原理和创新,专业性极强。这两类书形成“工具赋能+知识服务”的互补格局。

针对目前市面上较为集中的偏实用性的图书选题,广东科技出版社党委副书记、总编辑王蕾分析认为,DeepSeek作为一款备受关注的人工智能工具虽然应用广泛,但还处于“人人都用,但不是人人都用”的状态。掌握DeepSeek的使用方法和技巧,对于提升工作、生活和学习效率意义重大。因此,市场上对于相关图书的需求尤为旺盛,特别是职场人士,他们对于这类能帮助他们更好地运用AI工具的图书有着极大的兴趣。

据DeepSeek正式发布新一代推理大模型DeepSeek-R1仅过去一个多月,不难看出,随着时间的推移和技术的应用,关于DeepSeek的图书选题将会更加多元化,体现更强的专业性。比如,记者在采访中了解到,新华出版社正在预售的《DeepSeek实战指南:从数据到财富》展示DeepSeek如何助力个性化推荐、金融风险、医疗影像诊断



机械工业出版社主播在讲解《高效使用DeepSeek》。

机工社 供图

等,该社还将于3月中旬推出《DeepSeek赋能数字政府应用指南》,该书深度剖析DeepSeek等人工智能技术在数字政府领域的应用实践。

AI加持最短出版时间只需12天

面对旺盛的市场阅读需求,需要出版机构打一个“快”字,要在短时间内高质量完成选题策划落地,考验的是出版机构精准的市场洞察和高效执行力。

1月20日,DeepSeek发布了新一代推理大模型DeepSeek-R1后,人民邮电出版社社科人文出版社社长武恩玉第一时间注册,并用自己的名字生成了一首诗——《时间的诗篇》,这首诗让她感受到DeepSeek的巨大潜力,正是这种亲身体验,让她萌生了策划一本DeepSeek图书的想法。1月31日,选题方向确定后,她立即联系了国内领域的知名作者,秋叶不仅第一时间回复,还迅速组建了一支高效团队,立即投入目录讨论和样章撰写工作。

“我社迅速响应AI时代需求,御风而行,迎接AI风口,肩负起科技出版的时代担当。”王蕾介绍,广东科技出版社团队与作者昼夜奋战、通力合作,从选题构思到组稿、编辑、审稿、校稿、设计、印刷,一共只用了12天,便出版了一套2册AI工具书——《DeepSeek应用能手:7天从入门到精通》《AI提问大师:解锁公文写作的高效密码》。

王蕾介绍说,值得一提的是,这套关于AI的丛书,正是广东科技社用AI

赋能图书内容创作、封面设计、编校出版、视频课生成、营销物料制作等各环节的新尝试,交出了人工智能时代出版新模式的第一份答卷。

记者了解到,因目前推出的DeepSeek图书主打实用性,部分出版社在出版图书的同时,也都推出相关配套资源,提供增值服务,方便读者提升学习效果。王蕾介绍,根据读者反馈以及对市面上DeepSeek相关产品的调研,相关的配套电子课程、视频教程等需求也非常高,因此早在内容策划阶段,广东科技社就已经根据这些需求快速产出了配套视频讲解课程作为图书赠品,成为该书的一大卖点。

同样,机工社的《高效使用DeepSeek》《DeepSeek使用指南》都附加了丰富的配套资源,如精美的PPT、生动的视频课、实时的直播课以及全面的知识地图等,这些资源正是读者学习途中的得力助手。

“高效出版背后的关键推动力在于团队的紧密协作和高执行力。”北京华景时代传媒有限公司策划总监张静介绍,由华景时代策划、北京联合出版公司出版的《高效玩转DeepSeek》从策划到正式出版耗时近两个月。该书作者为复旦大学副研究员刘典,他长期从事人工智能研究,并自2024年5月起深度应用和研究DeepSeek,因此能够在短时间内构建一套系统化的使用方法论。作者基于长期研究的深厚积累,在短时间内完成了高质量的书籍撰写,而出版社团队则在编辑、排版、校对等环节全程高效运作。

全渠道精准营销破预期

《AI时代生存手册:零基础掌握DeepSeek》一书因上市最早,具有先发优势,目前在同类图书销售中排名第一,销量达18万册。这其中,2月21日,该书开启预售的第一天,销量就突破了1万册。2月22日的直播中,效果出乎意料,观众互动热烈,订单量迅速攀升。2月23日,该书作者秋叶团队进行作者签名活动。直播期间,订单量持续飙升,重印数从最初的5万册一路追加到10万册。在2月24日直播中,该书单场销量突破6000册。

“天时地利人和,我策划选落地快,我们的营销团队非常给力。”武恩玉介绍,该书的预售成功,离不开出版社编、发、印等各部门的紧密协作。在营销环节,营销团队根据产品的特点和推出的时机,科学选择了与之高度适配的营销方法,多渠道预热、精准投放、爆款内容助推,形成了强大的传播效应。

杨福川介绍,《高效使用DeepSeek》在机工社自营直播间等新媒体渠道预售超过2万册,全渠道预售突破5万册;《DeepSeek使用指南》也不甘示弱,3月5日中午在刘润直播间首发,销量便突破了5600册。他认为,在这两本书的营销和销售上,充分体现了机工社独有的三级营销体系的强大作战能力。机工社营销中心犹如先锋部队,是整个营销的指挥中枢,负责直播间等新渠道的营销和销售,以及京东和当当等传统电商平台的营销和销售;分社营销团队积极开拓图文、视频等各类流量资源,为图书的推广搭建了坚实的桥梁;事业部的营销团队精心策划和提供各种营销物料,确保了营销工作的顺利推进。三级营销体系配合默契,把“特别能学习、特别能战斗、特别能合作”的机工精神展现得淋漓尽致。

北京华景时代传媒有限公司营销总监张楠介绍,《高效玩转DeepSeek》目前预售销量已达8万册。该书采用线上+线下结合、新媒体多平台联动的营销策略,包括短视频推广、专家推荐、社交媒体矩阵传播等。其中,达人带货取得显著成效,一上市即有上千达人推荐,当日销量大幅增长。从该书的多渠道推广策略来看,线上电商平台和社交媒体营销驱动的销售表现尤为突出。与此同时,全国主要书店已设立专题展台,并结合店内推荐和AI技术主题活动,吸引了大量读者选购。从整体趋势来看,该书的多渠道销售均取得了良好成绩,各平台的协同推广进一步助推了市场热度。

营销个案



非遗传承 童书新生

□康沁蕊

湖南少年儿童出版社出版的《中国非遗》系列绘本,聚焦剪纸、皮影、蜡染、丝织、糖塑、端午、茶、古琴、黎锦、活字10项非遗技艺。每一本绘本都通过一个有趣的故事,向读者展示了非遗技艺的制作过程和背后的民间传说。截至目前,该套书已经销售了10余万册。除了选题亮点,特别值得一提的是该套书的营销之路,我们在国内外多个平台上进行了推广和研讨,还以多种形式走进社区、学校,并通过电视、新媒体等视频分享,让中华优秀传统文化真正在孩子们心中生根发芽。

从静态绘本走向动态文化场域

2025年的新年,年味浓郁,童趣盎然。大年初三,山东教育电视台的《图画书里的中国》栏目以《中国非遗·皮影里的小人》为蓝本,请作者许海峰和孩子们一起看皮影戏,聊非遗,又通过现代化的技术手段让绘本中的故事化作荧屏上的冒险。

无独有偶,立春日,在长沙市天心区非物质文化遗产展示中心海坛基地,我作为《小凤凰的霹雳古琴》的作者讲解传统文化,剪纸传承人指导亲子家庭创作新春主题剪纸,开启了湖南省少年儿童图书馆为期20期的《中国非遗》图书分享和手工实践活动,而这已经是该套书第二次经由大型图书馆选中,进行为期20场的系列公益讲座活动了。

此前一年的新年,《中国非遗》系列绘本插画展设置在广东省东莞市桥头镇新时代文明实践中心,展览融合了古琴演奏、糖人摊、打卡活动等亲子活动,在我的分享和当地电视台的报道宣传下,热度持续升温,延期展览一周。再之前一年,《中国非遗》系列绘本登上了红网的回家宣传片,展现出长沙的年味。

当下,观众都已习惯于视频传播,而家长更青睐互动课堂。《中国非遗》系列绘本频频被各地选中,说明这一纸质读物正作为内容源头的形式,通过纸质空间,发起童书与不同媒介的交流共振,引领孩子与传统文化的深入互动,探索非遗活态传承的新可能。

带着故事走出去

荧屏绽放,只是《中国非遗》系列绘本文化传播的生动缩影。我们带着故事走向孩子,走向世界,以“故事性+审美价值+实践性”的模式,从小小的思路开始越走越远。

《中国非遗》系列绘本中的每幅插画都模拟技艺本身,致敬中国传统艺术。同时,套系还包含了非遗知识介绍、英语翻译和音频演绎,让孩子们在阅读的过程中,既能沉浸到中国故事里,又能提升英语水平。此外,手工实践包及配套课程的加入,更是让孩子们能够亲自动手,体验非遗技艺的制作过程,加深对传统文化的理解和认同。

在国内,从小小的尝试开始,到专家的肯定与加盟,大大增加了出版团队信心。第一辑是用精美绘本、创新故事讲述传统文化的尝试,采用青春阵容,其中《小仙女的香囊》和《花丫丫学剪纸》一经出版便荣获了冰心儿童图书奖。第二辑中,汤素兰、萧萧、周静等知名儿童文学作家的加盟,为这套绘本增添了文学价值,也鼓舞了编辑。

从北京国际图书博览会到上海国际童书展,从长沙岳麓书会到东莞非遗插画展,编辑和营销团队举办20余场主题活动,足迹覆盖10余省市,并在博洛尼亚童书展、法兰克福书展等国际舞台多次亮相,受到海外友商的一致赞赏。

甚至在中国团队没能到场的地方,海外友商都对本书的当地版本高度重视、举办活动。在斯里兰卡科伦坡举办的斯里兰卡版新书发布会上,海王星出版社社长迪纳什请传统鬼面舞非遗表演,并请非遗专家研讨。在尼泊尔举办的南亚书展上,尼泊尔青年出版家、尼泊尔当代出版家总编辑凯兰·高塔姆邀请出版专家和非遗专家就中尼的非遗传承与图书出版版社研讨。在2025年罗马新春游园会上,《中国非遗》中意双语版被抢购一空。

目前,《中国非遗》系列绘本已经成功出版僧伽罗语版、中意双语版、葡萄牙语版、尼泊尔文版。版权输出案例,入选了中国出版协会“一带一路”出版合作典型案例、2024中国出版“走出去”优秀国际影响力作品。

事实上,《中国非遗》系列绘本的策划与编辑始于5年前。那时候,湘少社国际出版部的编辑团队还没有做过绘本。但是,我们喜欢非遗,喜欢这个想法,就从想要的东西开始做下去。当时我提出,做一套好看、好玩、好读的绘本。第一辑的最后一本迟迟选不到合适的文稿,还意外开启了编辑的写作之路。冰心奖的肯定,大大鼓舞了我们。而讲座推广的多方位历练,也逐渐锻造出了一支有儿童视角、国际朋友、专家支持、读者肯定的成熟队伍。回顾故事开始的时候,非遗还不像今天这样火热。而如今,自己小小的喜爱,暗合了环境洪流的烘托。《中国非遗》系列绘本的编辑之路,让我们更专注、更有信心、更爱所爱——爱做编辑、爱做童书。

(作者系湖南少年儿童出版社国际出版部负责人)

探新店

朵云书院·复旦管院店:

百年学府迎来新地标

□本报记者 金鑫 文/摄

广富林遗址、上海中心大厦、枫泾古镇……朵云书院已在爱书人心中留下一席之地。今年开春,朵云书院首度携手高等学府,构筑又一方富有生机的阅读场域——朵云书院·复旦管院店。百年学府复旦大学迎来文化新地标!

多功能综合体保障人流

朵云书院·复旦管院店坐落于复旦大学管理学院(以下简称复旦管院)政立院区。对复旦管院院长陆雄文来说,引入朵云书院,是要进一步丰富院区的文化空间和氛围。在复旦管院,有“家事国事天下事事事关心”的格局和情怀,也有“风声雨声读书声声入耳”的情致。

复旦管院抛来的这根“橄榄枝”,上海世纪朵云文化发展有限公司(以下简称世纪朵云)接下了。“虽然是对方主动,但我们觉得这是个可以尝试的项目。”世纪朵云总经理凌云告诉《中国新闻出版广电报》记者。

在凌云看来,首先是与复旦管院合作,让书店有了企业家书店或者经理人书店的气质,且复旦管院的学术资源和校友资源,无疑也会为复旦管院店带来丰富的内容“回流”和读者。“经过几年的运营,我们发现垂直书店有自己的优势,有助于我们比较迅速地找到目标读者和合作伙伴。”凌云如是说。

其次,复旦管院政立院区不仅是教学和研究的空间,更是一个汇聚文化艺术、创新创业、生活服务等多功能于一体的综合体。如引入了科创加速中心,设有剧院、博物馆、书店等文化设施,配备美食广场、健身中心、超市等生活配套设施。“有了这些‘邻居’,书店的人流也有了基本保障。”凌云坦言。

提供高品质阅读体验

复旦管院店的选书跨度很大,经管、科技、文史、艺术等门类的书籍都有。目前,书店在架图书品类4000余种、1.5万余册。一层图书分为7个类别,其中经管区域结合复旦管院特色策划“复旦管院推荐”“诺贝尔经济学奖”“科技前沿”3个主题。“复旦管院推荐”专区第一期为“院长推荐”,专架上还有陆雄文推荐的《彼得·德鲁克全集》《创新的起源》《中国哲学史》等图书,复旦管院学者的作品亦在展台上,成为社会读者了解一流学术的窗口。

轻松有趣的好书也是精神必不可缺的调味剂,书店为这些书都巧设了可爱的主题:“能读到它,有点子幸运在身上”“打捞文学星河中被低估的作品”“两脚兽们的困惑”是十万个为什么大合集,如《为什么伟大不能被计划》《我们为什么控制不了自己》《为什么我们爱喝酒》,而“我们一起喵喵喵”则是一个让“猫奴”们挪不开脚步的主题展桌。

地下一层的图书分为儿童与漫画两个类别,儿童区设立“听听过去的事情”“在一起就是一家人”和“走进书的世界”等主题书架;动漫图书专区规模为朵云书院所有门店中最大的,充分适应创智天地、大学路商圈二次元爱好者聚集的需求。同时,这层还有2000余种文创好物,将艺术文创与阅读深度融合。

此外,店内还设有阅读、咖啡、文创、亲子等多个区域。记者探店日偶遇活动区正在举行科普作家梁贵柏的新书《双药记》分享会。据了解,开业季以“YUE”尽人间春色为主题,书店推出了“解读昆曲艺术中的女性角色”分享会、梁



建筑二楼的李新炎图书馆与书店无缝衔接,学生可在此阅读、自习。

永安读书沙龙、小小店长一日营等一连串活动。“我们期待能为师生和周边居民提供一个高品质的阅读和文化体验空间。”凌云说。

“朵云书院”品牌初见成效

朵云书院·复旦管院店是世纪朵云旗下第十家书店。上海中心大厦中的朵云书院·旗舰店,毗邻兰心大戏院的朵云书院·戏剧店,以及走出上海的朵云书院·黄岩店和相城店……成立6年来,世纪朵云快速成长,“朵云书院”已成为上海城市公共文化的闪亮品牌。2021年,“朵云书院”被破格评为“上海好商标”称号,是获得该称号最年轻的品牌。2022年又被评为上海十大文化品牌。

谈及成功的秘诀,凌云透露选址的地标性是制胜策略之一。比如在“中国第一高楼”上海中心大厦里建的朵云书院·旗舰店、开在思南路冯玉祥将军故居的思南书局、原东正教堂里的思南书局·诗歌店,以及松江广富林徽派建筑里的朵云书院·广富林店等。这些书店选址的共同特征就是具备很强的话题性,进入市场后能比较快地引起人们的关注,迅速聚拢人流。

“在这个过程中,我们既树立了品牌,又形成了模式、培育了用户。”凌云

朵云书院·复旦管院店

开业时间:2月24日
地址:上海市杨浦区政学路158号

特色:书店与校园、社区、商圈共生相融,能为读者提供多元且别具一格的阅读体验。