

2025出版高层论坛暨品牌推介大会推出首届“金锚点”荣誉盛典

# 品牌力是破局增长的核心密码

□本报记者 范燕莹

近几年，出版品牌数量快速增长，注重品牌建设已成为行业共识。6月17日，由韬奋基金会指导、北京开卷信息技术有限公司主办的2025出版高层论坛暨品牌推介大会在京举行。与会嘉宾围绕“品牌建设”核心议题展开分享，为从业者提供“顶层战略+品牌增长”的双重解决方案。

## 出版品牌建设是一道必答题

在数字化浪潮的持续冲击下，出版业正经历从“规模扩张”到“品牌深耕”的转型。今年年初开卷发布的品牌数据显示，2024年零售市场中，品牌图书以不足10%的品种占比贡献了超40%的码洋，出版的品牌效应可见一斑。

在行业竞争加剧的背景下，品牌建设不再是可选项，而是生存和发展的必答题——树立品牌意识、加强品牌建设，已成为出版单位向市场要生存、要效益、要发展的关键。

对于出版品牌建设的重要性与紧迫性，韬奋基金会理事长刘伯根在致辞中强调：“对出版企业而言，品牌是战略性竞争资源，越来越多的出版企业致力于建立品牌体系以确立竞争优势。”在数字化与智能化深刻重塑出版生态的当下，他呼吁出版企业要坚持内容为王，强化创新驱动，深化行业协作，共同构建健康有序的出版生态。

无论是数据揭示的头部效应，还是渠道分化的竞争差异，品牌力始终是破局增长的核心密码。谈到出版品牌建设的演进趋势，北京开卷信息技术有限公司高级研究经理冯小慧表示，随着图书零售市场驱动模式的演变，品牌已成为出版规模化团

环和延伸的重要支点，出版单位规模扩张不再单纯体现为某一领域品种的叠加，而是通过构建子品牌实现出版领域的拓展以及原有垂类领域的深耕。

## 品牌矩阵提升价值与影响力

2024年开卷正式构建出版品牌数据，并推出出版品牌评估体系。本次大会推出首届“金锚点”荣誉盛典，挖掘和表彰那些在出版领域表现卓越的品牌、图书、营销账号及出版机构，为行业树立标杆，推动出版行业向专业化、体系化方向进阶。大会现场，多家入选机构分享了各自出版品牌建设及创新的具体实践。

近年来，凤凰出版传媒集团以子品牌矩阵驱动行业发展成效显著，既有“海外中国研究丛书”等经典品牌筑牢学术根基，也有“方尖碑”等创新品牌架起读者共建模式；既有中国新文学奖项“凤凰文学奖”等平台品牌搭建行业标杆，也有“青鸟新知”等融合品牌开拓知识服务新场景。江苏凤凰出版传媒股份有限公司副总经理袁楠表示，未来，凤凰集团将持续深耕现有子品牌、孵化细分领域新品牌，并深化与优质品牌的跨界合作，进一步提升品牌价值与国际影响力。

“苏科社品牌战略的核心在于‘一致性、灵活性、长期性’的发展原则，通过体系化管理、内容把控、用户运营、渠道建设、营销创新和团队培养六大机制，持续提升品牌价值。”江苏凤凰科学技术出版社社长傅梅介绍，苏科社构建了凤凰汉竹、凤凰含章、凤凰生活三大生活类图书品牌矩阵，形成精准的市场细分体系。在

科普出版领域，苏科社打造的“青鸟新知”品牌通过融合出版模式打破了传统科普图书“单向传播”的局限，通过线上直播、线下活动、社群运营等方式与用户深度互动，实现了从“卖书”到“卖知识服务”的转型。

译林出版社旗下历史文化类图书子品牌“方尖碑”以独特的品牌定位和创新的运营模式，走出了一条“从无到有”的发展之路。“方尖碑”品牌主理人荆文翰介绍，“方尖碑”聚焦世界历史与考古文博领域，通过“引进+原创”双轨模式，推出“在故宫”等系列，兼顾市场刚需与社会效益。品牌营销上，“方尖碑”构建全媒体矩阵，并依托线下活动、书展及文创开发增强互动。荆文翰表示，未来团队将持续探索策划新边界，坚持长期主义，在变化中坚守初心。

## 为产业链延伸提供诸多可能

出版品牌是IP产业链的价值基石，而IP产业链的延伸则反哺品牌价值升值。此次入选“金锚点”的品牌引领机构中，就有不少这样的创新案例。

人民文学出版社文创品牌“人文之宝”自2019年创办以来，以“把文学作为礼物”为核心理念，通过年轻化团队、多元化产品矩阵和跨界合作模式，成功实现传统出版IP的文创转化，成为文学衍生品市场的标杆案例。“人文之宝”团队经历了从摸索阶段的IP梳理与店铺开设，到重点项目开发、推广铺开，再到跨界合作的多阶段发展。在渠道布局上，“人文之宝”构建了线上线下融合的全球营销网络。品牌同步发力社交媒体矩阵，

在微博、微信、抖音、B站、小红书等年轻人聚集平台精准触达目标用户。人民文学出版社文创部主任冯丙总总结道：“文创市场热点瞬息万变，唯有持续创新才是品牌长红的根本。”

中信出版旗下年轻态品牌“墨狸”以激活核心用户传播力为理念，自2023年推出虚拟代言人“狸妹”后，构建起“用户倾听—情感互动—内容共创”的运营体系。“墨狸”品牌主理人陈曦以《哪吒》与《黑神话：悟空》项目实践为例，分享“墨狸”与热门IP深度合作模式，通过推出艺术设定集、举办摄影展、开展限定活动，不仅提升了品牌的知名度和影响力，还为用户创造了沉浸式的体验。

阅文集团专注于ACGN(动画、漫画、游戏、小说)领域优质IP的创造与运营，成功将“斗罗大陆”IP孵化成粉丝超100万的超级IP。通过图书出版、周边商品、商务授权、动漫游戏开发的全产业链模式，阅文集团推出了“海底两万里”“荒岛游记”等主题衍生内容，并与《战双帕弥什》联动开发游戏活动，进一步拓展IP影响力。广州阅文角川动漫有限公司总编辑梁卫表示，“小豆泥”的成功不仅在于其可爱的形象设计，更在于团队对IP全产业链的精细化运营，从内容创作到产品开发，再到跨平台联动，每一个环节都经过精心策划和执行，确保IP价值的最大化。

伴随新媒体渠道的发展，出版产业链的连接方式也在发生变化。正如冯小慧所言，以品牌为支点的运营模式打破了传统出版的边界限制，为内容向有声读物、数字产品、文创衍生品等多元载体的产业延伸提供了更多可能。

## 《黄河!黄河!》阿文版版权输出签约仪式举办

本报讯 (记者汤广花 通讯员解丽娟)6月18日，由长江出版传媒股份有限公司主办的《黄河!黄河!》新书首发式暨阿文版版权输出签约仪式在第三十一届中国国际图书博览会上举行。湖北教育出版社和埃及希克迈特文化产业集团现场签约，将共同推动该书阿文版出版发行。

“让人了解一个国家首先需要对其自然风光和地理风貌进行深入介绍，这既直观又能打动人；其次是用美好的河山进行爱国主义教育。在中外交流过程中，出版业做好这两个主题的服务，促进各国人民的相互了解、尊重。”中国出版协会理事长邬书林在活动中说，黄河是中国的母亲河，尼罗河是埃及的宝贵财富，这两条大河孕育了世界文明，此次湖北教育出版社与埃及希克迈特文化产业集团的合作，不仅推动了黄河文化的传播，还为构建世界各国人民的了解做了实实在在的工作。

“我们和湖北教育出版社10年前就开始合作，这是我们合作的第十五本书。”埃及希克迈特文化产业集团董事长白鑫说，埃及有尼罗河，中国有黄河，此次合作让埃及尼罗河畔的孩子有机会阅读关于黄河的图书，让更多阿拉伯人了解中国故事、中国文明，有助于进一步促进两大文明古国的交流互鉴。

《黄河!黄河!》由湖北教育出版社出版，是由地质学家刘兴诗、青年画家李贽谦联袂创作的《长江!长江!》的姊妹篇。该书立足专业的地理学视角，系统梳理黄河水系，以波澜壮阔的全景式手绘长卷和饱含激情的诗意语言，完整呈现了源远流长的黄河文明、九曲蜿蜒的黄河风貌以及黄河沿线璀璨的自然与文化遗产。

## 《汉语三百句(中阿对照版)》跨越丝路搭建语言桥梁

本报讯 (记者韩萌萌)6月18日，天津教育出版社主办的“跨越丝路的语言之桥”——《汉语三百句(中阿对照版)》新书分享会在第三十一届中国国际图书博览会上举办。该书由北京大学外国语学院阿拉伯语系专家团队精心编写，是专为阿拉伯语母语学习者打造的实用汉语入门教材。

该书主编、北京大学外国语学院阿拉伯语系教授、博士生导师林丰民在现场介绍简短而富有文化意趣的小故事，向大家介绍阿拉伯国家的文化习俗。

《汉语三百句(中阿对照版)》全书共计29个单元，内容涵盖日常生活高频场景、社交礼仪规范、中国文化精粹以及中阿友好关系等核心主题，创新性地融合“情景对话、拼音对照、语法解析、文化拓展”四大学习模块，为阿拉伯语母语学习者构建了清晰、高效的学习路径。

天津出版传媒集团副总经理张云峰表示，在“一带一路”倡议深入推进、中阿文化交流日益密切的背景下，《汉语三百句(中阿对照版)》的出版精准满足了阿拉伯世界日益增长的汉语学习需求，如同在古老的丝绸之路之上架起了一座新的语言之桥，必将为深化中阿文明交流互鉴、增进民心相通注入新的活力。

## 《生活中的传统文化》让传统文化“活”在当下

本报讯 (记者陈妙然)6月18日，第三十一届中国国际图书博览会期间，北京师范大学出版集团在北京国家会议中心举办《生活中的传统文化》新书推介会。

文化学者、该书作者崔岱远在分享创作历程时，生动讲述了从北京理工大学教学中汲取灵感的故事。他提到，学生们常提出“职场初次见面如何行礼”等实际问题，这些需求让他意识到，传统文化不应束之高阁，而应成为解决生活困惑的实用指南。在书中，他用充满京味的语言，将《礼记》《论语》等经典中的礼仪规范，转化为通俗易懂的生活细节，让传统文化真正“活”在当下。

北京师范大学文学院副院长张莉表示，《生活中的传统文化》每篇1000余字的篇幅设计，适配当前碎片化阅读时代。书中每一篇文章都像是一把钥匙，打开《论语》《礼记》等经典的大门。中国出版传媒商报社执行董事(社长)宋强表示，在数字阅读盛行、AI技术冲击出版业的当下，该书凭借精心设计的装帧与优质内容，展现出强大的“抗AI性”。

俄罗斯汉学家、圣彼得堡大学教授、刚刚荣获第十八届中国图书特殊贡献奖的罗季奥诺夫，以及马来西亚汉文化中心主席詹督吴恒灿分享了对该书的期待。他们表示，这本书不仅对中国读者有价值，对外国读者更有价值。

北京广播电视台栏目制作人、主持人米夏现场朗读《所谓生活》片段，富有感染力的声音，让“命运如风雨，人当随风沐雨而活”的哲理深入人心。她认为《生活中的传统文化》可以称之为“四有”好书，即有料、有用、有品、有趣。北京师范大学出版集团总编辑饶涛呼吁来京参观、认为《生活中的传统文化》是“四美”好书——装帧美、内容美、文化美、生活美，希望有更多人能够感受到这种文化之美。

## “中国先进智能制造”丛书英文版发布

本报讯 (记者孙海悦)6月18日，第三十一届中国国际图书博览会现场，化学工业出版社与施普林格·自然共同举办“中国先进智能制造”丛书英文版发布会。

“中国先进智能制造”丛书全面呈现了中国制造业在技术创新方面的辉煌成就，充分反映了国家重大科研项目的最新成果。该书由院士等专家领衔编写，内容权威，兼具实用性，既是中国制造业数字化转型的重要总结，也是奉献全球制造业转型升级的“中国智慧”和“中国方案”。

丛书中文版主要策划者之一、化学工业出版社总编辑张兴辉介绍，丛书中文版首发式曾吸引13位院士、1500名专家共议智造未来，获学界高度评价；港澳台繁体版被多家高校图书馆永久馆藏，搭建技术对话桥梁；英文版与施普林格·自然合作出版，部分作品已被列入丝路书香工程，被海外多家大学图书馆收藏，被科研之门等学术数字平台收录。

施普林格·自然应用科学图书副总裁詹姆斯·芬利表示，丛书汇集来自中国学者与业界专家的权威见解，不仅有助于全球更好地了解中国的技术成果，也深入展现了中国在智能制造方面的长期战略和所面临的挑战与持续创新。

## “熊猫和和”从荧屏走入书中

本报讯 (记者孙海悦)6月18日，第三十一届中国国际图书博览会开幕当天，央视动漫集团与吉林出版集团联合出品的《熊猫和和带你去看世界》系列童书新书发布会在京举行。

该系列童书改编自央视动漫集团广受欢迎的《熊猫和和》系列经典动画IP。作为央视动漫集团与吉林出版集团联合出品的国际文化主题故事书，《熊猫和和带你去看世界》以中国国宝大熊猫“和和”为主人公，联合多个世界知名动画形象，带领小读者们阅读可爱的动物之间发生的奇趣故事，在感受团结协作、友爱互助的同时领略到世界各地丰富多彩的文化魅力。

《熊猫和和带你去看世界》系列童书首批计划出版6册，每册精选10个动画故事进行故事改编，并配以精美手绘插图。发布会上首次亮相的《熊猫和小跳羚——中国和南非的奇趣之旅》改编自中国和南非合拍的动画项目。该系列图书的出版标志着“熊猫和和”这一深受孩子们喜爱的IP，从荧幕“视觉印象”迈向纸质“深度阅读”领域，实现了“破圈”发展。



## BIBF SHOP 首秀“带走”书香记忆

第三十一届中国国际图书博览会于6月18日开幕。本届图博会特别增设BIBF SHOP全新板块，将书香与文创玩出新花样，带领读者解锁“可带走的”阅读仪式感。BIBF SHOP准备了手作、徽章、抱枕、香囊、盲盒等BIBF限定文创。读者可以通过描绘一本“书展日记”、拓印一张“锦鲤音符”、品尝一口“文学巧克力”、拆袋召唤“神仙公仔”，感受本届图博会的独特元素和魅力。

图为6月18日，BIBF SHOP吸引众多观众前来选购。

本报记者 蒲添 摄

畅销2500万册

## “怪物大师”将进行跨次元IP打造

本报讯 (记者刘蓓蓓)畅销2500万册的奇幻冒险系列小说《怪物大师》，将在多方合作下进行全方位、多维度、多层次的原创IP开发。这是在6月17日，由接力出版社在京主办的“怪物大师”的魅力及其IP打造——“怪物大师”跨次元战略合作签约仪式暨国际版权推介会上发布的信息。首批“怪物大师”漫画即将在7月出版，《怪物大师》动画、卡牌、活版印刷书签和棉花娃娃等周边已经全面开始运作。

“怪物大师”系列小说是奇幻文学作家雷欧幻像的代表作，作品以布布路、赛琳娜、饺子和帝奇这4名怀揣梦想、热血正义的少年为主人公，讲述了他们经历一场场惊心动魄的奇幻冒险之旅，最终成为优秀“怪物大师”的神奇故事。

“怪物大师”系列小说由接力出版社在2012年出版，目前已出版22种，发行2500万册。2024年底，第二十二册《逆转未来的黑色薪火》出版，官方直播间两天销售2万册，半年发行了15万册。

“找到具有时代精神、能够为青少年读者提供情绪价值，并和他们产生共情共鸣的形象，围绕IP构建情感与认知双重锚点，进行商业运营，才能够创造奇迹。”接力出版社总经理白冰认为，中国不缺少具有极高品牌价值的形象和IP，只是缺少发现，缺少产业链的共谋与合作。

据他透露，2024年下半年，在雷欧幻像和多方支持帮助下，接力出版社与“怪物大师”动画的版权方广州玩事不动漫文化有限公司成功接洽，形成了打造“怪物大师”全IP的战略合作框架。该社还与南京娃岛联萌文化科技有限公司、广东杰森娱乐发展有限公司以及专业配音公司——北斗企鹅(北京)文化传播有限公司建立了战略合作关系，共同探索“怪物大师”跨界联动的新模式。接力出版社和战略合作伙伴积极探索和实践跨领域、跨媒介的“跨界合作”，以小说、漫画、动画、有声作品、周边衍生品等不同媒介传递“怪物大

师”给孩子们善良、正义、团结、勇气和英雄梦想，为读者带来更加丰富、高品质的文化体验。

“怪物大师”系列小说出版至今已经13年。雷欧幻像说，这是他和无数读者共同孕育的故事宇宙，也是他和接力出版社长期合作的成果。此次IP跨次元战略合作不仅是文字冲破书页边界的开始，更是让这个充满梦想、勇气与成长光芒的故事宇宙，以更多元、更生动的方式，去拥抱更广阔的天地和更多的读者。

广西出版传媒集团副董事长、总经理张艺兵期待在各方共同努力下，“怪物大师”能从一个文学品牌，发展为具有深远影响力的文化符号。

斯里兰卡悦读出版社长期关注卡通漫画这一出版类型，该社首席执行官普拉迪普·加米奇认为，“怪物大师”这一类型的读物不仅具有娱乐性，也是促进儿童智力和情感发展的重要工具，希望与接力出版社通力合作，持续不断地探索少儿出版叙事表达的新路径。