



AR/VR

文化
数字化出版
智库

出版发行“十四五”年度印记

□本报记者 朱子钰

2021

技术驱动创新 出版自播兴起

2021年,恰逢中国共产党建党百年、“十四五”开局之年,出版业在传承与创新中展现蓬勃生机。

主题出版气势恢宏。围绕建党百年,从权威读本到大众读物,从纸质图书到融媒产品,共同构筑起致敬百年辉煌的精神丰碑。一批反映新时代发展成就的图书引人注目。数据显示,在69种年度印数达到或超过100万册的一般图书中,主题图书占28种。70种图书获第五届中国出版政府奖图书奖。全国教材建设奖的设立与颁发,更是填补了领域空白。

融合转型持续深化。国家新闻出版署通过多项重点工作,推动网络文学、数字教育、知识服务、有声读物等板块蓬

勃发展。《2020—2021中国数字出版产业年度报告》显示,数字出版产业整体收入规模持续增长,2020年整体收入规模超过万亿元,同比增加19.23%。5G、AR、直播等新技术深度渗透出版全链条,从辅助工具演变为驱动出版创新的核心引擎。

渠道变革引发行业创新。直播电商重塑图书销售逻辑,出版社品牌自播元年启幕。例如,机械工业出版社探索“硬社科”品牌自播,为出版社布局全媒体发展战略树立标杆。与此同时,实体渠道也在寻求转型升级,一些省份的新华发行集团通过空间重构实现功能拓展,探索线上线下融合,实现体验升级与业态突破。

2022

深度融合政策指引 构建新型传播体系

党的二十大胜利召开,共青团成立百年、北京冬奥会成功举办、香港回归祖国25周年……2022年,出版业在记录时代、见证历史中走不平凡的一年。

重大文化建设建设和主题出版迈上新台阶。《复兴文库》、“中国历代绘画大系”、“儒典”、中国国家版本馆……2022年,一项项国家重大文化工程以累累硕果展现,赓续中华文脉,助力攀登高峰。学习宣传贯彻党的二十大精神,一批精品主题图书多角度展现新时代10年伟大变革和历史成就。中宣部公布的160种2022年主题出版重点出版物选题及“奋进新征程 建功新时代”好书荐读活动,不仅推介精品,更发挥着行业风向标的作用。

出版业积极响应不规范使用汉字专项整治,着眼于文化传承的细微之处,为推动规范使用汉字发挥重要作用。《马拉喀什条约》生效,无障碍出版物供给与发行迎来新机遇。精神文明建设“五个一工程”评选步入第30个年头,其评奖机制和导向作用持续优化,推动精品创作生产机制不断完善,图书“足迹”系列、《望道:《共产党宣言》首部中文全译本的前世今生

生》获特别奖。出版业与互联网的关系呈现从“技术应用”到“生态重构”的特征。《关于推动出版深度融合发展的实施意见》为出版单位探索新模式、新业态、新领域提供了行动指引。技术快速迭代,引领出版融合发展实践。元宇宙图书、元宇宙书店等项目的相继落地,反映了行业对前沿技术的敏锐度,但业界共识正在形成——技术必须服务于内容价值的提升。

2022年我国图书零售市场码洋规模达871亿元,短视频电商零售图书码洋同比上升42.86%,成为新书首发重要渠道。出版社积极布局新媒体电商,逐步建立抖音、小红书、快手等自营账号,增加新的销售渠道。中国少年儿童新闻出版总社建成全国首个少年儿童新闻出版中央厨房,更是体现了融合发展的重大飞跃。

2025

AI赋能系统变革 “出版+”业态持续拓展

2025年是“十四五”规划收官之年。年初,DeepSeek推出性能优越、免费商用的开源大模型,成为一个国际现象级事件。DeepSeek对社会的影响是全方位的,出版业也不例外。生成式人工智能正进一步融合出版各流程,推动行业向智能化、平台化加速演进。

主题出版继续发挥引领作用。围绕中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利80周年,出版界推出《中华民族抗日战争史(1931—1945)》《抗日战争档案汇编》《中共中央南方局与伟大的抗日战争》等主题图书,通过多维载体弘扬伟大抗战精神,掀起新一轮阅读热潮。

AI赋能出版融合逐步走向系统化变革。出版业正从传统的“以书为本”的经验模式,全面转向“以数为本”“以人为本”的智能化、平台化、资产化、场景化运营。《出版融合发展报告(2025)》指出,出版融合发展形成了数字化出版产品与服务、纸数融合产品、自有新媒体运营、自研技术与平台对外服务4种较为成熟的业务模式,催生了智慧出版平台、出版智能体等一批新型出版业态。如今, AI嵌入出版的落地场景更为多元,例如,数传集团推出新媒体图书营销AI解决方案“书船”,用AI重塑从战略决策、运营体系到销售渠道的新媒体图书营销全流程。中信出版集团的“夸父AI数智出版平台”已覆盖出版生产宣发全流程,显著提升生产效率。

“出版+”业态持续更新。“耳朵经济”“文化数字化”“古籍活化”等方向,清晰映射出版业跨界融合新路径。内容形态向有声化、场景化深度拓展,数据资源转化与数字生态构建将成为关键。出版机构以品牌为支点,向研学、文创、游戏、动漫、AI等领域延伸,开拓新增量,逐步构建起开放协同、价值共生的出版新生态。

2023

“出版+人工智能”加速度 “直播+短视频”常态化

2023年,出版业在激烈的变革中迎来新的机遇。新冠疫情防控转段后,图书零售市场码洋恢复增长态势,专业化大语言模型如雨后春笋般涌现,出版业在坚守中积极求变。

“直播+短视频”常态化。

出版业持续攀登文化内容生产新高度。围绕毛泽东同志诞辰130周年、改革开放45周年、抗美援朝战争胜利70周年等节点,出版界推出了一批双效俱佳的主题图书精品力作。《复兴文库》入藏全国数百家公共图书馆,更好发挥教育功能。《儒藏》(精华编)入藏中国国家图书馆,文澜阁《四库全书》影印本首次开放展览……中华优秀传统文化以出版为桥梁,连接过去与现在。

人工智能与出版业加速融合。AIGC为选题策划、编辑加工、宣传营销各个环节提供新工具。中华书局古联公司推出了“荀子”古籍大语言模型,海峡出版发行集团首次推出完全由AI制作插画的图书,人工智能正逐步成为内容创新与生产效率提升的重要支撑。

“直播+短视频”常态化。

2023年,全国书展规模与业绩刷新纪录。如北京书市重新回归地坛,吸引48.74万人次,销售码洋6518.65万元,再创历史新高。

“书展+直播”成为展会营销标配,在第35届北京图书订货会上,以抖音为代表的电商组织数十位主播在订货会现场直播,29家单位实现销售达1.6亿元。

走出去热度攀升、成果丰硕。中国出版活跃于伦敦书展、法兰克福书展等国际书展。2023年是共建“一带一路”倡议提出10周年,丝路书香工程重点翻译资助项目实施8年来共资助2900多个项目,版权输出到87个国家和地区,涉及55个语种。

2024

新质生产力驱动 转型路径更清晰

2024年,“新质生产力”成为年度热词。出版业围绕发展行业新质生产力展开探讨,转型路径清晰可见:将政策红利转化为产业发展新效能,由“图书制造者”转向“知识生态运营商”,从“以产定销”转向“以销定产”……

深化改革激发新动能,新质生产力重塑出版生态。这一年,青海、海南、重庆等地出版传媒集团相继成立,通过跨领域整合资源,构建全产业链发展格局。以ChatGPT为代表的AIGC深度影响出版业,校对大模型、图书数字人助手等技术应用从概念走向现实。

近九成出版机构已建立专业内容库,超过半数开始将人工智能融入知识服务,标志着出版业正从传统知识生产向智能知识服务转型。

主题出版更趋精

品化、系列化。出版界对时代命题快速响应,《新中国经济简史(1949—2024)》《为什么是邓小平》《新质生产力赋能中国现代化》等图书回应时代命题,引发广泛反响。

古旧书业焕发新活力。北京、上海等地常态化举办古旧书市集,一批各具特色的文化品牌如雨后春笋般涌现,“旧书新知”走向全国,连接传统与当代生活。

地方书展实现“破圈”成长。上海书展、江苏书展、南国书香节、天府书展、中国黄山书会……各地书展已超越传统图书销售功能,通过与老字号品牌联动、打造特色文化市集、引入国际元素等,构建复合型文化体验空间。书展营造出的“逛街”式松弛感,正吸引着越来越多年轻读者,使阅读文化以更生活化、更富趣味的方式融入大众日常生活。

实体书店探索多元路径。实体书店通过举办直播大赛、开展研学服务、开设青年夜校课程等,不断拓展经营边界。全国新华研学协作共同体的成立,在多元创新融合发展上迈出了坚实的一步。

