

接力出版社 全国百佳图书出版单位

“见怪不怪舅舅”系列用欢乐故事放飞孩子想象力

信息提供:接力出版社 宋新颖 直购通道:申亮 010-65546561

重点荐书:“见怪不怪舅舅”系列 适读人群:2-5岁读者



推荐语:该系列由著名儿童文学作家彭懿和画家赵晓琦联合打造,荣获2024年阿联酋沙迦国际插画奖优秀作品奖、2024年JIA日本插画奖铜奖。该系列故事荒诞、幽默、“脑洞”大开,带孩子欢乐的同时,也能培养他们的想象力。

营销方式:通过“彭懿图画书工作室”小红书账号发布预热笔记、参与天猫图书世界读书日“一起读好书”活动、北京地铁国贸站投放广告、多平台发布创意宣传视频等方式推广图书。

重点荐书:《来刷牙喽,小玉米》《该洗澡啦,小山药》

适读人群:3-6岁读者 推荐语:两本书以孩子最熟悉的“吃”和“玩”为切入点,故事充满悬念的同时暗藏提示,能让孩子在丰富的

画面和刺激的冒险情节中认识不同蔬菜,喜闻乐见的冒险主题,在欢乐又紧张的氛围中意识到要养成勤洗手刷牙的习惯,并更加理解家人的付出。

营销方式:通过作家和出版社新媒体账号宣传,与阅读推广人、新媒体博主合作,举办故事分享会等方式推广图书。

重点荐书:《回家》 适读人群:10-16岁读者

推荐语:该书是一部以拐卖儿童事件为题材的儿童文学作品,虽然故事的题材沉重,但讲述手法巧妙轻盈,展现出一个少年在跌宕起伏的人生中直面命运的考验,揭示出童心的宝贵与爱的真谛。

营销方式:通过联合百班千人首发上市、开展线上交流活动、与行业媒体合作、联系专家撰写书评并发布等方式推广图书。

主要渠道:全渠道

浙江少年儿童出版社 全国优秀出版社

《1001个妈妈》以童话式表达揭示女性身份与家庭责任的关系

信息提供:浙江少年儿童出版社 许婧 直购通道:何倩云 0571-88908921

重点荐书:《1001个妈妈》

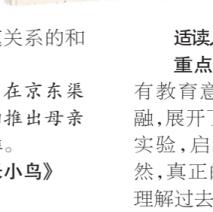
适读人群:3-6岁读者 推荐语:该书是女性身份建构与家庭分工合作的童话式表达,具有较高的儿童心理学价值,有助于启蒙孩子情感认知,培养同理心与责任感,搭建亲子沟通的桥梁,促进家庭关系的和谐发展。



营销方式:通过母亲节在京东渠道首发,联合阅读推广机构推出母亲节线上活动等方式宣推。

重点荐书:《长花长叶小乌》

适读人群:3-6岁读者 推荐语:该书为针对3-6岁读者的原创幼儿生命体验故事。书中包含一个“相信”的奇迹、一声勇敢的“再见”、一次爱与被爱的练习,既是一个幼儿独自探索生命的过程,也



是一堂庄严而隆重的生命教育课。 营销方式:名师、专家、阅读推广人等为其背书推荐,线上线下多渠道宣传,助推后期全渠道销售。

重点荐书:《装在口袋里的爸爸:宇宙战舰帝龙号》

适读人群:7-10岁读者

重点荐书:该书是一部温馨而具有教育意义的作品,幻想与现实交融,展开了一场关于“后悔药”的奇幻实验,启示青少年遗憾是人生的必然,真正的成长不是改变过去,而是理解过去。

营销方式:依托杨鹏“装在口袋里的爸爸”畅销书系品牌号召力,结合书单推荐及线上线下阅读推广活动,助推图书销售。

主要渠道:全渠道

重点荐书:《装在口袋里的爸爸:宇宙战舰帝龙号》

适读人群:7-10岁读者 重点荐书:该书是一部温馨而具有教育意义的作品,幻想与现实交融,展开了一场关于“后悔药”的奇幻实验,启示青少年遗憾是人生的必然,真正的成长不是改变过去,而是理解过去。

营销方式:依托杨鹏“装在口袋里的爸爸”畅销书系品牌号召力,结合书单推荐及线上线下阅读推广活动,助推图书销售。

主要渠道:全渠道

中国妇女出版社:《在爱中成长》全面阐释儿童生命自我创造历程

信息提供:中国妇女出版社 杜晓峰 直购通道:杜晓峰 13581556525

重点荐书:《在爱中成长》(全4册)

适读人群:父母、教育工作者

推荐语:《在爱中成长》是孙瑞雪继《爱和自由》《捕捉孩子敏感期》《完整的成长》之后的最新力作,完整阐释了人的一生中“爱”与“成长”的关系。

整套书凝结了孙瑞雪30多年来的教育实践经验,畅销20年的经典,销量近1000万册,是一套揭开儿童自我成长秘密、能真正解决成长难题的图书。

重点荐书:《乘“雪龙”去南极》

适读人群:青少年、科普爱好者

推荐语:该书入选全国巾帼科普丛书,全国妇联宣传部指导推荐,作者以科学家的严谨、女性的细腻诗意描绘了前往南极考察的所见、所闻、所思,再现了坚毅、拼搏、奋斗、奉献、创新等科学家精神,为青少年播下科学的种子。



重点荐书:《跟“嫦娥”去探月》

适读人群:青少年、科普爱好者

推荐语:该书是中国探月工程全景式总结,作者以独特而亲切的视角,深入浅出地解读了复杂的科学原理与工程技术细节,将探月之旅的奥秘与魅力娓娓道来,全面体现了探月精神“追逐梦想、勇于探索”的内涵。

营销方式:通过新媒体平台、开展线下活动等推广图书。

主要渠道:全渠道

四川少年儿童出版社

《给孩子的文学经典启蒙 诗经(美绘版)》兼具视觉享受与审美熏陶

信息提供:四川少年儿童出版社 余兰 直购通道:杨荷初 13980599926

重点荐书:《给孩子的文学经典启蒙 诗经(美绘版)》

适读人群:3-7岁读者

推荐语:该书采用大气的笔触、安静的色彩还原纯净唯美的《诗经》时代,给孩子视觉享受和审美熏陶。每篇《诗经》作品赏析既有原汁原味的文本解读,也有历史、科技、自然等知识方面的科普,还有道德礼仪、人伦规范等相关人文知识链接,不仅带给孩子诗的赏析、美的启蒙,还能提供有趣有用的《诗



经》历史知识。

营销方式:新媒体端联合亲子类达人带货,通过场景化绘本解读强化产品美育价值;自营官方旗舰店(天猫、拼多多、京东pop、抖音等)设置专属推荐位;微信公众号矩阵联合垂类文化博主发布深度书评及亲子共读指南,侧重内容专业性及实用性的口碑传播。同时,私域渠道通过快团团开放团购,覆盖高黏性用户群体。

主要渠道:新媒体渠道、自营平台、微信公众号、快团团等

2025年3月 我们社发得最好的书

中国出版传媒商报 王新雪/采写整理 (标*的书为近期新出版图书)

接力出版社

“中华先锋人物故事汇”系列

“怪物大师”系列

“巴巴爸爸”系列

“荒野求生”系列

“铁血战鹰队”系列

“奇妙发声书”系列

“尤斯伯恩看里面”系列

“小牛顿科学馆”系列

“大卫·少年幽默小说”系列

“面包超人”系列

中国少年儿童新闻出版总社

《猫武士》

“丁丁历险记”系列

“林格伦儿童文学作品选集”系列

《植物大战僵尸2 恐龙漫画》

《美丽中国·从家乡出发》

“最能打动孩子心灵的经典”系列

“中国历史故事集(修订版)”系列

“中国科普名家名作”系列

“罗大里儿童文学全集·洋葱头历险记”等

《全攻略!我不要呼吸道感染》*

浙江少年儿童出版社

《国之脊梁——中国院士的科学人生百年》

《国之海防——铸就蓝色长城》*

《少年慕野推理笔记:16 阴差阳错的绑架案》

《动物小说大王沈石溪·品藏书系·狼王梦》

《沈石溪生命史诗三部曲:海豚之歌》

《小学生文学阅读:小学生散文读本(中国卷)》

《水先生的奇妙之旅 科学图画书系》

《作文敲敲门:军晶老师教你写事情》

《汤汤艺术童话:小鱼大河》

《大唐少年天行传》

江苏凤凰少年儿童出版社

《曹文轩纯美小说系列·青铜葵花》

《曹文轩纯美小说系列·草房子》

《黄蓓佳倾情小说系列·野蜂飞舞》

《黄蓓佳倾情小说系列·上铺的兄弟》*

《“我喜欢你”金波儿童文学精品系列·乌云丢的奇遇(新版)》

《“我喜欢你”金波儿童文学精品系列·追踪小绿人(新版)》

《黄蓓佳倾情小说系列·今天我是升旗手》

《祁智“芝麻开门”成长书系·方一禾,快跑》

《极地穿梭》

中国妇女出版社

《捕捉儿童敏感期》

《珍爱生命·儿童生命教育绘本系列》

《中国传统色从哪里来》

《了不起的小主厨》

《女性数字赋能:新媒体运营与管理》*

《6-12岁孩子的性教育》

《这世界喜欢晴朗的人》

《治愈之书》*

《生而悦己:如何拥有一个你说了算的人生》*

《懂你才能真爱你》*

河北少年儿童出版社

《特种兵学校星际探索》(16册)*

“特种兵学校”系列(32册)

《少年特战队》(24册)

“温馨·幻想微童话”系列(20册)

《特种兵学校漫画版》(24册)

“课外侦探组”系列(40册)

“中国古典美文绘本”系列(31册)

《珊瑚在歌唱》*

《史记绘本版》(8册)

《大中华城市漫游记》(6册)*

四川少年儿童出版社

“米小圈上学记”系列

“米小圈脑筋急转弯”系列

《三国演义绘本》

《写好中国字·一年级下册》*

“奇奇妙棒中英双语故事”系列

“米小圈漫画成语”系列

《狐狸家的中国味道》

《洪恩识字·分级阅读》*

新蕾出版社

《国际大奖小说·蓝色的海豚岛》

《国际大奖小说·亲爱的汉修先生》

《月光蟋蟀》

《国际大奖小说·注音版·云朵工厂》

《橘颂》

《大运河寻医记》(4册)

《我的世界》

《云顶》

《数学帮帮忙》(25册)

中国少年儿童新闻出版总社 China Children's Press & Publication Group

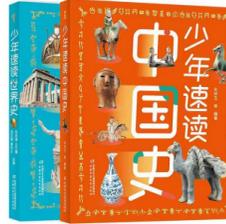
《少年速读中国史》图文并茂讲述中国历史故事

信息提供:中国少年儿童新闻出版总社 李逸 直购通道:李逸 18813108202

重点荐书:《少年速读中国史》《少年速读世界史》

适读人群:9岁及以上读者

推荐语:《少年速读中国史》是一本中国历史故事精选集,选取中国历史上的88个小故事,采取“插图+实物图”的方式,图文并茂介绍从夏朝到清朝的中国历史,让读者通过一本书,快速对中国历史有初步



直观的了解。《少年速读世界史》选取世界历史上的66个小故事,搭配数百张精美的世界历史图片,采用图文并茂的方式,向读者介绍从美尼斯统一古埃及到“二战”结束的世界历史。

营销方式:通过撰写推文、录制短视频,在微信公众号、视频号等新媒体矩阵进行宣传推广。

主要渠道:当当

江苏凤凰少年儿童出版社:《上铺的兄弟》聚焦儿童成长与学校教育

信息提供:江苏凤凰少年儿童出版社 直购通道:大众读物经营部 025-83314977

重点荐书:《黄蓓佳倾情小说系列·上铺的兄弟》

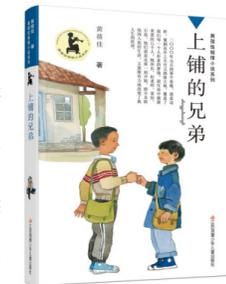
适读人群:8-15岁读者

推荐语:该书是黄蓓佳全新原创的长篇小说,展现了我国教育工作者的赤诚之心和眼界胸怀,细致刻画了一众坚信读书可以改变命运的少年形象。小说以充满质感和烟火气的情节,反映出教育的底层逻辑,强调了儿童成长中“集体”与“个体”的合力作用。

重点荐书:《阴月度关山》

适读人群:8-15岁读者

推荐语:该书以儿童视角呈现民族的抗战历史,以一个家庭的动荡和离散,折射大时代中普通百姓的命运和遭际,刻画了中国少年身上旺盛的生命力和强大的精神力。作品涵盖了缂丝产业、粤戏文化、异国求生等



主题,具有鲜明的文化特色和地方特色,同时聚焦青少年成长,对青少年的成长具有深刻的教育意义。

重点荐书:《童年星书系·风的宝藏》

适读人群:7-14岁读者

推荐语:该书以河北张北县德胜村借助风电等新能源产业,依靠生态和科技实现脱贫的历程为蓝本,以孩子的视角打开乡村人民用科技、智慧和勤劳共创美好生活的画卷。

营销方式:通过在各专业媒体及大众媒体刊发新书推荐、专业书评、作者创作心得,参与各渠道榜单推荐,联合学校、图书馆等阅读推广机构开展线下活动,在新媒体平台发布相关视频等方式推广图书。

主要渠道:平台电商、线下渠道

河北少年儿童出版社

《大中华城市漫游记》以儿童语言和视角展现城市风貌

信息提供:河北少年儿童出版社 姜伟 直购通道:姜洋 13811907820

重点荐书:《大中华城市漫游记》

适读人群:3-8岁读者

推荐语:该书是一套用儿童语言和视角展示主要城市风貌的绘本,借助细致精美的手绘,以城市漫游的方式,介绍城市的地标建筑、风俗人情、名胜古迹、历史典故、特色美食等,让小读者深入了解城市的文化肌理。

营销方式:通过短视频、直播带货、微信公众号推文、名家推荐、小红书种草、书单推荐等推广图书。

重点荐书:“特种兵学校安全自救漫画”系列

适读人群:7-10岁读者

推荐语:该系列以“特种兵教你安全技能”为理念,巧妙地将网络安全、野外生存、居家安全、出行防护、校园防范等安全知识融入精彩绝伦的漫



画故事中。该系列包含600多幅漫画、41个“张教官安全小贴士”、60多个安全知识问答等科普,教育孩子识别日常安全隐患,牢记安全常识。

重点荐书:“特种兵学校星际探索”系列

适读人群:9-12岁读者

推荐语:该系列围绕特种兵小队登陆安纳吉星,对战神秘敌方势力和解救虫族的线索展开。书中加入硅基生命体、仿真机器人等科技元素,塑造了一批敢于斗争、永不言弃的有勇有智的少年形象,同时融入天文地理、航空航天以及军事科普知识。

营销方式:两套“特种兵”系列通过新华文轩、江苏凤凰、博库、当当、京东等电商渠道预售,借助抖音、社群达人全渠道直播带货,短视频、图文推荐,作家进校园等推广图书。

主要渠道:全渠道

新蕾出版社:《逃出五月》以奇幻故事引发现实思考

信息提供:新蕾出版社 直购通道:022-23332677

重点荐书:《逃出五月》

适读人群:8-12岁读者

推荐语:该书为俄罗斯克拉皮文国际儿童文学奖优秀奖,版权输出多个国家,在俄罗斯畅销数十万册,同名电影已在俄罗斯上映。该书将文学和历史相结合,以3个少年的“时空历险记”,阐释关于友谊、亲情、冒险、生命教育等主题的现实思考。

营销方式:线上新媒体话题造势,译者配合进行读书活动;KOL矩阵分发书评,电商平台同步进行专题资源位等曝光;线下书店、书展等场所进行实体展示和销售。

主要渠道:全渠道

重点荐书:《仓鼠大侦探》

适读人群:8-14岁读者

推荐语:该书故事题材聚焦生命科学、人工智能、未来科幻等前沿话题,帮助孩子提升科学思维能力,掌握科学思维方法。各章节自带互动设计,从证人证言推理到案情分析推断,让孩子参与



侦探破案全过程,提升思维活跃度、反应灵敏度。

营销方式:以“电商流量+促销转化”为主,搭配图书专题资源定位、搜索关键词优化、作者配合电商同步直播等方式进行宣推。

主要渠道:平台电商

重点荐书:《大运河寻医记》

适读人群:9-12岁读者

推荐语:该书以祖孙三代的代代传承体现中医药文化与时俱进的发展性和其永恒的精神内核,以故事发生地的转场展现大运河这一流动文化。小到药材药理,大到哲学思考;小到一方水域,大到中华民族精神,不说不教、不生硬,将中华优秀传统文化的种子播撒在孩子心中,做到了真正的融学于趣。

营销方式:聚焦“短视频(抖音/小红书)+KOL种草”,与头部阅读推广人合作,精准投放信息流广告,引至私域社群转化,同时挂载电商链接,实现平台流量承接。

主要渠道:新媒体渠道