



出版领跑 17 届“文化企业 30 强”

关键词 新兴业态 文化产业 创新驱动

中国出版传媒商报记者 聂慧超

出版、影视占据“30强”主要席位

在新发布的“2025·全国文化企业30强”中,出版和影视行业仍占据大多席位(见表1),入选企业在巩固市场优势的同时,切实肩负起弘扬社会主义核心价值观、提升文化产业国际竞争力的双重使命,推出一大批兼具思想深度与艺术感染力的作品,为文化强国建设提供了内容优质、技术先进、效益显著的样本。值得一提的是,这些企业坚持把社会效益放在首位,社会效益和经济效益相统一,2024年度合计净资产6952亿元;合计主营业务收入6398亿元,首次突破6000亿元大关,以规模化发展态势彰显了文化产业的强劲活力与社会价值。

出版行业近一年亮点频出。与往年入选情况相比,本届“全国文化企业

5月26日,在第21届中国(深圳)国际文化产业博览交易会上,光明日报社和经济日报社向社会联合发布了“2025·全国文化企业30强”和“2025·全国成长性文化企业30强”名单。这一发布活动自2008年首次启动以来,截至目前已经连续举办了17届。上榜的文化企业涵盖出版发行、广播影视、文化科技、文化旅游等领域,既展现了我国文化企业在市场竞争中的强劲实力与多元活力,也为推动我国文化产业朝着创新驱动、结构优化、融合发展、国际传播能力提升的高质量发展提供了重要支撑与示范引领。

30强”中,出版企业的入选数量与名单结构保持稳定。这一现象充分彰显了出版企业在转型发展中所取得的阶段性成果,印证了其在文化产业格局中的韧性与活力。这一年,出版企业在精品内容生产与阅读推广方面成效显著,在主题出版、人文社科、文学艺术、

科普生活、少儿等领域持续推出大量精品佳作。在数字出版方面,出版企业不断探索创新,利用先进技术手段,开发多样化的数字阅读产品与服务。中国出版集团有限公司做强做优出版主业,发挥人文社科出版优势,推出《习近平引用诗词释读》《中国共产

历史百科全书》等精品,重大资源型项目实现数字资源集聚,基于特色内容的垂类人工智能大模型研发取得较大进展。中国教育出版传媒集团有限公司将党的创新理论成果学理化、体系化融入教材,为国家文化发展战略提供有力支撑。地方出版集团也在各自领域亮点频出。中原出版传媒集团通过课程研发、基地营地建设、数字化转型等多元创新,促进全省优质文化资源创新活化,打造了课程、纸质书、有声书、短视频、剧本剧、文创等多元产品形态。新华文轩出版传媒股份有限公司扎根巴蜀文化沃土,系统推进三苏文化研究、三星堆文明传播、蜀道历史挖掘、大熊猫IP开发四大工程,实现学术研究与大众普及双轨并行,形成传统文化创新表达矩阵。

(下转第2版)

2025年『出版视点』第二场研讨会 聚焦创新出版研学发展路径

中国出版传媒商报讯 5月27日,2025年“出版视点”系列专题研讨会第二场活动在中国国际出版交流中心举行。此次研讨会聚焦创新出版研学发展路径,北京出版集团北京承启文化传播有限公司副总经理庞亚男,山东出版新锋教育咨询有限公司董事长兼山东新华书店集团有限公司副总经理、山东新锋文旅发展集团有限公司董事长赵学莉,上海璞远教育科技有限公司副总裁葛思汝,中国地图出版社集团业务管理部编辑业务管理孙晓瑜4位嘉宾围绕主题进行分享。

庞亚男表示,目前全国涉及研学业务的出版发行机构已超过数百家,并结合各家的图书内容资源,有针对性地研发了人文、地理、艺术、科技等研学实践活动。然而研学课程内容同质化严重、专业研学人才匮乏、跨界合作机制不完善、内部资源整合不足等问题制约了出版研学的进一步发展。她建议,未来出版研学可以着力打造地方特色,树立行业品牌,形成独树一帜的品牌效应;精准研发教材,开拓研学教材的品种类型,紧抓内容质量;运用融合媒体技术,搭建研学实践线上平台,丰富研学实践场景。

赵学莉指出,随着市场需求的日益多样化,文旅研学的供给侧创新迫在眉睫。要做好旅游产品研发供给的创新转化,一方面研学营地的运营要做到业态与课程并重,实现落地服务的提质和增值,当好产品和营地用户的“服务生”。另一方面要细分市场需求,精准匹配优质文旅资源,为研学旅游教育培训业务开展提供多样性、特色化、全龄段的产品供给,解决好供给侧产品升级慢,需求侧日新的矛盾。她介绍,山东新锋文旅集团近年来通过政策引领、资源整合、品牌塑造、课程研发、产业链完善、服务体系建设和营地打造等多方面举措,搭建起较为完善且独具特色的研学体系,以创新模式推动文旅、教育等深度融合,构建起协同发展生态体系。

葛思汝总结,当下研学市场有三大趋势:一是不同年龄段受众需求差异化显著,虚拟数字人、载人飞碟等沉浸式场景体验受追捧;二是研学品牌化与标准化加速,传统资源服务商不断提升产品研发和商业运营能力,上中下游产业链趋于扁平化;三是“体育+研学”“阅读+科技+研学”“农业+科考+非遗+研学”等多属性叠加的研学示范基地加速落成,主题研学细分市场裂变加速。面对不断变化的市场,应发挥传媒领域优势(融媒体+短剧+传统出版),通过加强互动性活动设计,提升学生的参与感和兴趣。此外,充分发挥在地优势,调动文化界学者、专家,积极联动科技公司、体育等异业机构,打造综合性的研学产品。

孙晓瑜认为,对于出版机构而言,研学业务“既新又不新”。如果仍用做书的思维做研学,很可能最终局限于研学类图书出版的方向。她以中国地图出版社集团开展研学实践为例,介绍了集团在基地多元运营模式、搭建“中央厨房”式内容资源库、课程分层研发与闭环设计、与各大博物馆开展多种形式合作等方面的探索。在她看来,发展研学业务板块需要专业内容研发人才、策划人才、复合型运营人才共同参与,并提升产品的研究性学习价值,打通各个环节实现资源共享,构建全媒体研学教育生态圈。

海峡出版发行集团、知识产权出版社、现代教育出版社、金城出版社等部分出版单位代表线下参会,6000余人次通过中国出版传媒商报视频号、出版视点视频号直播观看。(张绮月)

● 最美书店

“文化+餐饮”！大隐书局全新子品牌“食书集”开业

中国出版传媒商报讯 5月27日,为献礼复旦大学120周年校庆,坐落于复旦大学南区的“文化+餐饮”新空间食书集开业。这一400平方米的新空间,不仅是大隐书局旗下全新子品牌,更是全国首个集高校餐饮服务、文化阅读与艺术体验于一体的复合空间。

大隐书局深耕文化空间运营多年,始终致力于“让阅读成为生活方式”。此次食书集的创新,标志着品牌从“书”向“生活”的又一次跨越,为城市文化生态注入更多可能性。“食书集”,英文名“COOK&BOOK”,定位远超传统社区食堂。其营业时间覆盖早9点至晚9点,为夜归学子、加班白领提供“深夜食堂”的慰藉;而定期举办的艺术导赏、新书分享会,则将空间升维为城市文化客厅。据悉,食书集不仅“长者友好”,面向不同年龄层长者推出不同优惠措施,更“宠物友好”。未来,这里还将持续推出“舌尖上的文化菜单”;从名人讲座到阅读分享,从非遗手作体验到独立音乐演出,让市民朋友享受到精神层面“流动的盛宴”。

(张馨宇)



(图片版权归文书店所有)

● 商报专递

多家出版机构入选国家文化出口重点企业

中国出版传媒商报讯 近日,商务部、中宣部、文化和旅游部、广电总局共同认定并公布了2025~2026年度国家文化出口重点企业和2025~2026年度国家文化出口重点项目。

中国国际图书贸易集团有限公司、中国图书进出口(集团)有限公司、中国教育图书进出口有限公司、外语教学与研究出版社有限责任公司、清华大学出版社有限公司、高等教育出版社有限公

司等404家企业入选2025~2026年度国家文化出口重点企业。

其中,中国图书进出口(集团)有限公司的北京国际图书博览会、国内电子书全球推广项目,高等教育学出版有限公司的Frontiers in China英文学术期刊、体验汉语泰国中小学系列教材、当代科技前沿专著系列等121个重点项目入选2025~2026年度国家文化出口重点项目。

(张馨宇)

第21届中国国际动漫节在杭州举行

中国出版传媒商报讯 5月29日至6月2日,由国家广播电视总局、中央广播电视总台、浙江省人民政府主办的第21届中国国际动漫节在浙江杭州举行。

本届动漫节秉承“动漫的盛会、人民的节日”的办节宗旨,凸显“动漫+科技”“动漫+旅游”“动漫+民生”,锚定“全球”“全业”“全线”“全城”“全时”“全龄”的“六全”目标,精心开展主会场活动,创新推出“看我悟空72变”系列活动,着力呈现一场融合创新、活力绽放、精彩纷呈的动漫盛会。主会场设置产业新动力、数字新活力、品牌新聚力、动漫新

势力、次元新生活等6个展区,集聚近350家境内外动漫游戏企业和机构的2000余个IP及正版周边。

本届动漫节充分体现人工智能等新一代信息技术在动漫游戏领域的新应用新探索,多元呈现动漫文化与现代科技创新融合的独特魅力。在策展、布展、传播等环节深度体现现象级游戏《黑神话:悟空》有关元素和内容,叠加放大“金猴”和“黑猴”两大杭州动漫游戏IP效应。本届动漫节还在首发首秀首展上积极发力,探索发展动漫领域首发经济。

(白藏)

精彩导读

本期特别推出“六一”特辑

新锐插画师萌生创作迭代

P14-15、18

童心向阳生长

2025“六一”情绪疗愈暖心书单

P19、22

加强战略谋划 夯实融合底座

强化集团牵引 推动出版高质量发展

P3

出版业研学专题

发挥“出版+”优势 构建文化研学新体系

P6-7

中文分级阅读发展亟待精准破局

P25

达人分销解锁助学图书增长新密码

P27

盗版网站何以如此猖獗?

P29

李敬泽:AI时代,出版人的价值在于提供知识“起跳点”

P30



编辑:张馨宇 排版:艾琳

本期32版