

童书市场新变局

IP与功能性读物破局

在出生人口持续下降与教育政策深度调整的双重压力下,中国童书市场正经历结构性变革。2025年的数据显示,功利性筛选仍主导家长购买决策,但注重综合素质培养的新需求已悄然崛起。IP化运营与功能性读物成为破局关键,出版机构通过内容创新、技术赋能与场景延伸,在“减量提质”的市场环境中开辟增长新路径。

市场重构 从规模扩张到价值深耕

人口结构变化正在重塑童书行业生态。尽管整体市场面临消费群体萎缩的挑战,但部分出版机构通过精准定位实现了相对稳定的发展。这种分化背后,是家长群体的认知分裂:一方面,“不要输在起跑线上”的焦虑仍驱动着功利性购买;另一方面,越来越多父母开始关注孩子的自驱力、学习力等底层能力培养,这种需求转变正在催生新的市场机会。

功能性读物的内涵正在拓展,从传统的学科衔接向更多元的能力培养延伸。出版社不再局限于知识灌输,而是通过情绪管理、社交能力、创造力开发等维度设计产品。例如,将心理健康理念融入故事内容,帮助儿童应对校园社交与学习压力;通过互动实验设计培养科学思维,这些创新使功能性读物跳出教辅范畴,成为素质教育的重要载体。

IP开发则呈现“深度胜于广度”的新趋势。跟风开发的低质IP逐渐被市场淘汰,而具有文化内核与持续创新能力的IP开始显现生命力。出版机构通过漫画改编、动画联动、文创衍生等方式,构建IP矩阵,延长产品生命周期。值得注意的是,家长对IP产品的辨别能力显著提升,仅有IP外壳而缺乏优质内容的产品

难以获得市场认可。

IP运营 从内容到生态的价值跃迁

经典IP的现代化重构成为行业亮点。辽宁美术出版社将尘封40年的《最美西游》连环画进行数字化修复,提炼传统装饰纹样为文化标识,推出中英双语版本及丝巾、冰箱贴等文创衍生品,不仅在国内市场引发热潮,还成功进入希腊、德国等国际书展,实现传统文化IP的跨时代破圈。这种创新证明,经典内容通过设计语言与传播方式的革新,完全能够与当代审美潮流对话。

科学IP的多维开发展现出巨大潜力。人民邮电出版社联合中国科学院推出的“恐龙五宝”IP,精选五种中国代表性恐龙构建科普内容体系,开发超150种文创SKU,通过快闪店、主题展览等场景化体验,实现近400万元的文创销售收入。该IP正在推进AI玩具与VR场景开发,探索从实体产品到数字服务的全链路变现,这种“内容+技术+场景”的三维模式成为科学IP运营的范本。

IP运营的专业化程度显著提升。少年儿童出版社围绕“十万个为什么”IP构建了完整的开发体系:整合六版内容资源打造垂直科普大模型,开发智能问答平台嵌入儿童手表、智能音箱等终端,同时推进XR沉浸式展览开发。这种从

纸质书到数字服务的转型,使传统IP焕发生机,月发行量近20万册的杂志与多元化的数字产品形成协同效应。

跨界合作成为IP增值的重要路径。出版社通过与文旅机构、教育企业、科技公司的合作,拓展IP应用场景。例如,将IP形象授权给服装品牌推出联名产品,与餐饮企业合作开发主题餐点,这些举措不仅提升IP曝光度,还创造了多元化收入来源。

功能创新 技术赋能与场景延伸

场景化设计成为产品差异化关键。针对暑期学习场景开发的轻量化产品,通过“每天15分钟”的碎片化学习设计,解决儿童注意力分散问题;博物馆主题的互动手册将历史文化与学科知识结合,让参观过程变成沉浸式学习体验。这种场景化思维使功能性读物摆脱书本局限,融入日常生活方方面面。

2025年的童书市场正处于新旧动能转换的关键期。IP化与功能性读物的深度融合,正在重塑行业价值链条。对于出版机构而言,破局的关键在于:以文化自信开发IP,避免过度商业化;以用户需求定义功能,超越传统教辅思维;以开放心态拥抱技术,实现内容与形式的创新统一。

出版文创新战场 当“卖书人”开始“卖生活”

当传统图书零售市场陷入-2.3%的负增长泥潭时,一个曾被视为“副业”的赛道正以惊人的速度狂奔。根据北京研精毕智信息咨询调研,2025年全球文化创意产业市场规模突破数万亿美元,中国凭借数字化转型与政策红利,占据全球市场份额的35%以上。研究报告数据显示,2023年中国文化及相关产业增加值达5.8万亿元,占GDP比重4.53%,预计2025年将突破7.5万亿元,年均复合增长率超9%。这不仅是出版机构在经济周期压力下的多元化“自救”,更是一场关乎内容变现、品牌重塑和用户心智抢夺的全新战事。

狂飙的赛道 从“副业”到“主战场”的逻辑演进

2025年,对于中国出版业而言,无疑是冰火两重天的一年。主营业务的增长乏力与文化创意的异军突起形成了鲜明对比。这股热潮并非偶然,其背后是三大引擎的合力驱动:首先,经济周期下行压力倒逼出版机构必须跳出传统业务框架,寻求新的、更具韧性的收入增长点;其次,文旅融合的国家战略大趋势催生了大量新的文化消费场景,为文创产品提供了广阔的落地空间;最后,以Z世代为代表的新一代消费者,其对文化认同、情感共鸣和“悦己”体验的强劲需求,构成了市场最坚实的底层支撑。

据不完全统计,全国已有超过200家出版机构下场“淘金”,数量同比增长45%,并已形成初步的竞争梯队。第一梯队:以人民文学出版社、中央编译出版社等为代表的头部玩家,凭借深厚的IP资源库和先发优势,已率先构建起品牌护城河。第二梯队:包括上海译文出版社、浙江文艺出版社等在内的专业社和地方强势力量,它们深耕垂直领域,打法灵活,正快速抢占细分市场。第三梯队:大量新入局者和中小型出版社,它们仍在积极摸索商业模式,试图在巨头的夹缝中寻找差异化生存空间。

与此同时,渠道的变革也在剧烈发生。“线上种草、线下拔草”以及“公域引流、私域转化”的组合拳,已成为所有玩家的必修课。

爆款方法论 IP、情绪与场景的三重奏

告别过去“帆布包+笔记本”的1.0时代,出版

文创的头部玩家们已经探索出一套行之有效的“爆款方法论”。其核心不再是简单的符号搬运,而在于IP价值的深度转译、用户情绪的精准捕获以及消费场景的无缝卡位。这套组合拳的成功运用,是区分普通产品与现象级爆款的关键。

IP深度变现 从符号搬运到精神内核挖掘

成功的文创开发,始于对内容IP的深刻理解与价值重塑。这要求开发者不再满足于将书封或Logo印在商品上,而是要挖掘其精神内核,并将其转译为可被感知的现代生活美学。中华书局的“中华观物”工作室便是一个典范。他们围绕苏东坡这一超级IP,并非简单复刻其诗词,而是深入其生活情境与哲学意趣。从《记承天寺夜游》中的“怀民亦未寝”,衍生出“归来仿佛三更”入户地垫,巧妙地将千年前文人的雅趣与现代人的居家场景无缝连接。这一系列共27款产品,不仅在一年内斩获480万元销售额,更反向带动“苏轼文集”销量增长22%,实现了“文创反哺图书”的良性循环,展现了IP深度开发的巨大潜力。

情绪价值捕获 为年轻人的“精神内耗”提供出口

当代年轻人的消费行为,早已超越了功能需求,他们购买的更是商品所承载的情绪价值和社交货币。精准捕捉并满足这种“精神需求”是打造爆款的另一关键。磨铁文化的“文字的颜色”系列,将网络上流行的、带有几分叛逆与共鸣的“金句”印上帆布袋和袜子,精准切中了年轻人“想说却不敢说”的情绪出口,17天内售出超过1.25万件。同样,人民东方出版传媒有限公司的

“心动小熊”手机支架,源自画家戴泽的温情画作,凭借其“治愈感”的设计和背后的情感故事,在小红书等社交平台迅速引爆话题,实现了高达18%的惊人转化率。这些产品成功的秘诀在于,它们成为了用户自我表达、情感慰藉和社交分享的载体。

场景精准卡位 打通线上线下“任督二脉”

流量在哪,生意就在哪。线上线下渠道的融合运营,已从可选项变为必选项。如何将不同渠道的优势最大化,考验着运营者的智慧。人民文学出版社的“文学包袱”帆布包,针对不同城市的书展推出“一地一策”的限定款,成功将线下的文化活动转化为社交媒体上的热点事件。这不仅让现场销售火爆,更带动其线上店铺流量暴增。而在私域流量的精耕细作上,译林出版社的“译森·橡果小卖部”则提供了另一个样本。通过“公众号+小程序+社群”的组合拳,构建起一个高黏性的用户池,远超行业平均水平。这些案例充分证明,立体化的渠道布局和精细化的场景运营是实现规模化销售的放大器。

冰与火之歌 繁荣背后的四大“隐形枷锁”

尽管赛道一片火热,但繁荣的表象之下,依然潜藏着制约行业长期健康发展的四大痛点。这些“隐形枷锁”若不能被有效打破,今天的风口很可能演变成明天的陷阱。同质化“内卷”:创意枯竭是最大的风险。目前约68%的产品仍集中在文具、家居等常规品类,设计趋同、概念相似。

供应链之“痛”:文创产品“小批量、多批次、快反应”的特点,对柔性供应链提出了极高要求,而这恰恰是多数出版社的短板。产品品控不稳、起订量高、生产周期长等问题普遍存在。人才结构“断层”:行业极度渴求既懂内容、又懂产品设计、还懂市场运营的复合型人才。然而,现实是大部分文创团队由传统编辑或发行人员转型而来,知识结构单一,常常导致产品开发思路与市场需求脱节。盈利模式“单薄”:超过85%的收入仍依赖于实物产品销售,IP授权、品牌联名、定制服务等高附加值业务占比较低。与日本讲谈社等国际巨头(其IP授权收入占比高达38%)相比,国内出版机构在“一鱼多吃”的商业模式探索上,还有很长的路要走。

市场正从野蛮生长进入优胜劣汰的洗牌期。展望2026,行业将呈现出新的发展趋势。可以预见五大趋势将重塑市场:专业化分工加剧,市场将分化出综合型平台品牌与垂直领域冠军;技术融合加速,AR/VR、AIGC将成为产品创新的新变量,数字文创市场占比有望大幅度提升;跨界生态构建,简单的IP联名将升级为深度的战略联盟。出版文创的本质,是一场从“内容搬运”到“价值创造”,从“产品思维”到“用户思维”的深刻变革。它考验的不再仅仅是出版社的内容家底有多厚,更是其品牌运营、供应链管理和商业模式创新的综合能力。

(下转第13版)

今年是中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利80周年。《正义的回响:二战后BC级日本战犯审判启示录》(新世界出版社出版)还原了二战后同盟国在亚太地区对日军战争暴行的审判概貌,以全景视角,系统梳理了二战后中国、美国、英国、澳大利亚等国战争军事法庭的审判实况,完整记录了国际社会以法律手段清算战争罪责、重塑国际秩序的历史努力。该书的叙述,既构建于战争亲历者及其后代的珍贵记忆之上,也得益于对数十位海内外知名学者的深度访谈,由此积累了丰富的口述史料。同时,书中更融入了从世界各地发掘的影音资料与文档,诸多被尘封的关键细节得以重现,共同向世界昭示和平的永恒价值。记者采访了《正义的回响:二战后BC级日本战犯审判启示录》作者、上海交通大学纪录片中心主任、战争审判与世界和平研究院研究员陈亦楠,听她讲一讲,纪录片拍摄以及图书出版背后的故事。

□在三部曲中,第二部选择聚焦二战后BC级日本战犯审判这一领域。这本书如何填补东京审判研究之外的空白?您认为,BC级审判对理解二战后的国际秩序重建有何独特意义?

■相较于东京审判、纽伦堡审判等对A级战犯审判的宏大叙事,《正义的回响》揭示了在亚太各地军事法庭上,对具体暴行执行者即BC级战犯的追责过程。它不仅是历史的记录,更是一场关于法律、道德与人性的深刻思辨。



东京审判聚焦甲级战犯,也就是发动战争的日本国家领导人与指挥官罪责,而本书重点挖掘中下级战犯(BC级)的具体暴行,填补了“高层追责之外的基层罪行记录”空白——既呈现了“地狱航船”虐俘、北幢惨案毒气屠杀、虐杀美国飞行员等未被充分关注的个案,也覆盖了中国、美国、澳大利亚、英国、新加坡、印度、印尼等多国受害群体的经历,让战争罪责的呈现更立体。

BC级审判的独特意义在于,它是二战后国际秩序重建的基层实践:让国际法从惩罚发动战争国的领袖落地到追责一线施暴者,确立了无论职位高低,战争罪行都需追责的原则。同时,体现了同盟国司法协作与主权国家自主审判的结合,如中国独立审判、澳英美苏在各地区的审判,为战后国际司法体系提供了多元实践样本。总而言之,BC级审判和A级审判一起,以法律手段坐实了日军暴行的历史证据,成为遏制军国主义复辟的重要法治基石。

□在整理4大洲13个国家和地区档案馆史料的过程中,走访亲历者和后辈,哪些发现最让您感到震撼或意外?又有哪些事情,您至今印象深刻?

■最震撼的是日军实施暴行的计划性与残暴性,比如“八百壮士”中的57人被地牢囚禁送往巴布亚新几内亚的拉包尔修建隧道,日军少将广田明下令处死生病3日以上的战俘。中国证人李维恂的证词中“战俘被扔进坑中射杀”的细节,让我们直观感受到非人的对待;还有北幢惨案中,日本军曹上坂胜指挥用毒气屠杀地道内的平民和八路军战士,幸存者的控诉与战犯供词相互印证,冲击力极强。

让我印象深刻的有两点:一是幸存者的坚韧,比如已故“八百壮士”幸存者田有收在巴布亚新几内亚亲历2年苦役回到中国后,他回忆那段非人遭遇时说,大家把谢晋元纪念章挂在腰间,时刻提醒自己要坚持下去。百岁老人抢救性采访中对细节的清晰记忆,让历史有了鲜活载体。二是审判的正义力量,在亚太地区各国军事法庭上,不同国籍受害者的遭遇被共同追责。特别是1956年新中国对日本战犯的审判中,全体战犯主动认罪伏法,证明正义对人性的感召力。

□书中提到的类似地狱航船“里斯本丸”号事件等,当时团队如何通过幸存者口述还原历史真相?这些故事对这段历史的“驳斥者”有何作用?

■主要通过证据的多源验证:通过海内外知情者,联系到幸存者和后人进行采访。档案交叉印证,比各国档案馆保存的证词、证据、日军军令档案,庭审记录、文档资料等,与幸存者口述形成闭环,确保真实性。回忆日记等。如杜立特行动飞行员尼尔森描述遭遇日军“水刑”折磨,这些个体记忆提供了具体细节。

这些故事对历史驳斥者的作用关键在于,它们不是抽象的历史叙事,而是有具体人物、时间、地点的可验证事实。亲历者的亲身经历与档案史料相互支撑,让否认暴行失去立足之地,比宏观论述更能戳破历史虚无主义的谎言。

□该书改编自纪录片《二战后BC级日本战犯审判口述影像实录》,您觉得,图书的呈现与纪录片,最大的不同在哪里?您希望读者从这些历史中汲取哪些核心精神?

■图书和纪录片是两种不同维度的呈现方式,纪录片以影像和口述为核心,直观传递情感冲击,让观众快速代入历史场景。观众可以看到亲历者颤抖的双手,失去亲人的泪水;被救助同盟国士兵后人的感激之情,与中国营救者后人紧握在一起的手;被迫间接参与战争的日本平民悔恨的泪水与夜不能寐。图书则更侧重深度与沉淀,不仅收录史料原文、庭审细节,还加入了史料考证,能让读者系统理解审判的法治逻辑与历史背景。

希望这本书能传递以下核心精神:历史不容遗忘,日军暴行的证据确凿,任何否认都是对受害者的亵渎。法治是清算罪行的核心手段,唯有坚持程序正义、追责到底,才能遏制暴力。和平是人类共同价值,维护二战胜利成果、反对军国主义复活,是每个时代的责任。

(完整版请见编客实验室微信公众号)

● 热点聚焦

“与众不同”IP推介会暨AI智能体发布会举办 科技助力特殊儿童提升阅读体验

中国出版传媒商报讯 2025年12月3日国际残疾人日,由海豚出版社主办,百度文心大模型、北京阻尼运动管理有限公司协办的“与众不同”的AI绘本:听见多元·智启未来”——“与众不同”IP推介会暨AI智能体发布会在中国国际出版大厦国际会议中心圆满落幕。活动聚焦融合教育与特殊儿童关怀,通过“原创IP+AI技术”的创新模式,探索包容性社会构建的新路径。

“与众不同”IP由海豚出版社“回声·邹媛工作室”策划,是国内首个以融合教育为主题的原创IP,自2019年起,已经策划出版了《与众不同》《与众不同》《与众不同》等多套以特殊人群成长经历为蓝本的原创绘本,举办了数十场特殊儿童及普通儿童的交流活动。海豚出版社社长王磊在致辞中表示,希望通过这一IP,重构大家对“不同”的理

解,意识到每一个生命都是独一无二和与众不同的,同时帮助普通儿童与特殊儿童增进相互了解,使彼此都能感知多元世界的另一面。针对视障、阅读障碍、自闭症等特殊儿童的阅读困境,海豚出版社联合百度文心大模型推出“与众不同”的AI绘本。

该智能体基于文心大模型5.0的全模态能力,将绘文本与插画转化为语音描述,并支持实时对话互动。例如,视障儿童可通过语音指令探索画面细节,AI以儿童友好语言回应,如将“温暖的黄色太阳”形容为“刚烤好的面包”,帮助孩子“用耳朵听见绘本”。百度智能体研发团队现场演示了智能体功能:除了解读绘本外,还可将复杂句式简化以辅助阅读障碍儿童,通过情感交互引导心智障碍儿童主动表达。目前,该智能体已上线百度搜索、文心一言、海豚出版社微信公众号等平台。(孙珏)

● 受访人:陈亦楠(上海交通大学纪录片中心主任)

● 采访人:孙珏(中国出版传媒商报记者)

正义的回响:二战后BC级日本战犯审判启示录——法律、道德与人性的深刻思辨