

(上接第 13 版)

女性主题图书 内容深度与品类广度双突破

2025 年,女性主题图书市场延续了近年来的热度,但已从议题的“热度驱动”走向“品质深耕”,不再局限于单一的性别议题探讨,而是以更开放的视野、更丰富的载体,覆盖从个人成长到社会观察、从历史回溯到现实关怀的多元维度。扩展至文学、历史、科普、心理健康等全品类矩阵,在内容深度与品类广度上实现双重突破。

引进图书:主题维度更趋多元

与前几年集中引介日韩、欧美作家作品不同,当前的引进版女性主题图书呈现出明显的“多元化”特征。出版机构开始将目光投向北欧、拉美、中东欧等地区的女性写作,关注视角也从经典理论著述向应用型、纪实类作品扩展。例如,上海译文出版社 2025 年相继推出波伏瓦《青春手记》与《老年》中文版,前者记录 18 至 22 岁的成长挣扎与自我发现,后者聚焦老年女性的社会困境,完整呈现了这位思想家不同人生阶段的性别意识演进。该社引进的苏珊·桑塔格《谁在定义女性》则直击社会对女性衰老的双重标准。民营策划公司“明室”引进出品澳大利亚作家凯特·曼恩的《不缩水女士》,关注女性的肥胖焦虑,拆解“以瘦为美”的迷思。这些细分维度图书的引进,进一步打破了以“引进经典”为主的单一局面。

本土原创:创作力量持续发力

本土原创女性主题图书数量显著增多,老牌作家与新锐创作者齐头并进,让

本土女性写作的声量持续放大。人民文学出版社继续挖掘本土女性作家的原创作品,2025 年推出鲁迅文学奖得主鲁敏的中短篇小说集《不可能死去的人》,聚焦边缘化人群的生活困境;青年小说家辽京的短篇小说集《在苹果树上》,讲述时间和血缘之中的代际隔阂;民间入殓师韩云《花落了:一个大了的生死笔记》记录了 9 个真实的白事故事。

系列化出版成为本土原创女性主题图书的重要发力点。江苏凤凰文艺出版社推出的“女性短经典”系列持续扩容,收录铁凝《永远有多远》、王安忆《乡关处处》、徐小斌《双鱼星座》、张抗抗《北极光》、毕淑敏《紫花布幔》和池莉《一夜盛开如玫瑰》等新时期经典作品,以小开本、精短篇的形式,系统梳理新时期以来中国现当代最具影响力的女作家。陕西师范大学出版总社的原创女性图书产品线“‘乾·坤’性别研究文史文献集萃”系列丛书持续再版李小江老师早些年的所有图书。同时,新行思策划、北京联合出版公司推出“埃莱娜·西苏女性写作三部曲”等,共同证明本土女性写作已从“小众表达”成长为兼具文学价值与市场影响力的重要力量。

非虚构:个人叙事引发广泛共鸣

IP 衍生与素人写作成为非虚构女性主题图书的两大亮点。著名主持人陈鲁豫联合奢侈品牌打造的播客节目同名图书《岩中花述》(全 4 册),首发当日销量达 4.8 万册,1 周内销量突破 10 万册,凭借 IP 流量与“女性成长”主题的精准契合,登顶货架销售榜首位,成为 2025 年末图书市场的“顶流”之一。

素人写作同样表现亮眼,广东人民出版社出版的《阿包》,以苗族女子的口述史展现生命坚韧,心理咨询从业者李沁云《心的表达》凭借实践感悟助力读者实现精神自洽,这类作品以原生态表达照见个体生活的隐痛,引发了读者的强烈情感共鸣。

题材深耕:向细分领域纵深拓展

2025 年女性主题图书的显著突破,在于题材从传统的情感、成长领域,向更细分、更专业的纵深方向拓展,探索女性经验与社会历史、日常生活的深层联结,让女性议题的探讨更具广度与深度。

数字教材 从“纸质翻版”到“原生智能”

据《高等教育数字教材发展报告(2025)》,截至 2025 年 8 月,63 家出版单位累计出版高等教育数字教材 6081 种,覆盖研究生、普通本科、高职专科、职教本科。对比去年同期“43 家出版单位出版 2801 种数字教材”的数据,可见数字教材数量增长迅速。数字教材不再是传统纸质教材的简单数字化复刻,而是朝着内容精品化、技术智能化、应用场景化、产业生态化的方向深度演进。

政策密集落地,数字教材按下快进键

2025 年 1 月,中共中央、国务院印发《教育强国建设规划纲要(2024—2035 年)》,要求“加快推进教材数字化转型”,“以教育数字化开辟发展新赛道,塑造发展新优势”。2025 年 4 月,教育部等 9 部门印发《关于加快推进教育数字化的意见》,强调“推动课程、教材、教学数字化变革”,“制定数字教材建设和管理指导意见”,“分领域分专业研发一批示范性精品数字教材,支持地方、学校和企业开发数字教材”。2025 年 5 月的世界数字教育大会上,教育部发布《中国智慧教育白皮书》提出,“汇聚慕课、数字教材、虚拟仿真实验等全要素优质学习资源,为学生提供精准化个性化学习服务”。政策支持不再局限于宏观导向,更延伸到具体实施层面,为各社的数字教材提供了立项依据和资金支持。众多出版机构纷纷响应,布局数字教材业务。

自建智慧平台成入场券

各家出版社自主打造数字教材平台已成数字教材业务“标配”。例如,河南

大学出版社自主搭建豫高教数字教材智慧服务平台,该平台入选 2025 年度河南省省级文化产业发展资金项目和出版业新一代信息技术创新应用案例。重庆出版社推出“匠心云教育数字出版平台”,以“重庆安全阅读云平台”与“重庆出版社一体化数字中台”为双核技术底座,开发出 AI 数字编辑器、学科机器人、AI 学伴、经销商助手、课程助教五大智能体产品矩阵,贯通教育出版全流程。

更重要的是,作为连接内容供给与用户需求的核心载体,数字教材平台在 2025 年呈现出“一体化、智能化、生态化”的发展趋势。传统的单一功能平台逐渐被淘汰,集内容展示、资源整合、教学互动、学习管理、数据分析等功能于一体的智慧平台成为行业主流。

从教材到教育生态服务

2025 年,数字教材绝非纸质教材的简单数字化,与数字化转型教材亦大不相同。当下数字教材是原生数字形态的教材,同时能满足教学、测评、管理等全过程要求的一体化设计的智能化、交互式数字资源。例如,华东师范大学出版社的创新数字教材项目《人文素养实训教程》,在学生端,通过微课视频讲

解、古诗朗诵赏析等数字资源帮助学生做好预习和自习;针对职校学生设计的文学常识、文言文翻译等小气泡,可随时检验、巩固所学知识;同时还有 AI 助教帮助学生快速检索、获取和归纳教材中的核心知识内容,精准、智能化地推荐学习内容与方案。在教师端,通过对多维学情数据的统计和智能分析,帮助教师全面而深入地剖析学生的学习状况与需求。

营利模式初现,探索可持续发展路径

长期以来,营利模式不清晰是制约数字教材市场发展的重要因素。2025 年,随着数字教材应用的规模化与用户付费意识的提升,智慧数字平台的营利模式初步显现,为行业可持续发展提供了关键支撑。

目前在数字教材收费方面,出版社大多采取纸数同价、纸数捆绑、按期授权三种模式。一是出版社采用纸数同步出版的策略,实行“纸数同价”,在推广初期有助于学生和教师更快接受数字教材,但难以体现数字教材的真正价值。是将纸质教材与数字教材融合捆绑销售,消除用户对数字教材及资源

AI 融合出版物 智能体建设驶入深水区

2025 年,AI 融合出版物不再是出版业的“边缘尝试”,而是通过“内容智能化重构+互动体验升级+知识服务延伸”,打造出一批形态创新、体验优质的标杆产品。推动出版物从“静态文本”向“智能交互”转型,从“单一载体”向“多元生态”升级。

走向“动态服务”。少年儿童出版社与数传集团合作的《寻找匹诺曹》,读者扫描书中二维码即可与专属 AIGC 数字人“AI 诺贝尔”在线交流,突破了纸书局限。三环出版社《我的第一个人工智能好朋友》随书赠送搭载人工智能的小程序,用户可与 3D 卡通形象机器人“哆啦贝塔”语音互动,科普知识问答。

智能体建设正在向服务综合体演进。华中师范大学出版社的“华大书友”智能体基于腾讯元器打造,定位为数字化阅读推广助手,为读者提供图书解读与知识服务。广西科学技术出版社推出的助教智能体,基于《信息科技指导手册》教学资源库,能即时生成教学设计方案、课件 PPT 及配套素材,实现“输入教学目标,输出完整教案”的智能化跃迁。

从“知识供给”到“智慧陪伴”

荣信文化基于销量超百万册的畅销绘本《莉莉兰的小虫虫》打造 AI 智能陪伴玩偶闪闪。其具备 AI 语言互动、角色

扮演、声纹识别、聊天陪伴、长期记忆和情绪分析等能力,内置 1400+ 云音频资源,涵盖语言启蒙、情商培养与科学认知等内容。让绘本角色“走出书页”,成为孩子的个性化教育伙伴。

值得注意的是,这类交互式数字人、智能伴读、沉浸式体验等新形态已从创新尝试演变为市场刚需。中图云创公司基于《马可·波罗行纪》“复活”的马可·波罗数字人,在“马可·波罗奇迹之旅”展览上与观众实时对话,讲述 700 多年前的东方之旅。在各大书展现场,也时常可见众多读者被此类交互式产品吸引。

AI 创作出版物形成热潮

DeepSeek 的火爆,带来 2025 年的首个出版热点。紧随其后的还有大量明确标注 AI 创作或人机协同的出版物进入市场。AI 创作已从个别机构的尝试升级为出版行业的集体实践。广东科技出版社出版了《DeepSeek 应用能手:7 天从入门到精通》《AI 提问大师:解锁公文写



“应免费”的认知偏差,通过传统教材发行渠道构建数字教材发行新渠道。三是把教材变成“期缴服务”,按使用期限授权给用户。

虽然各家出版社已在尝试不同的盈利模式,从收入占比来看,数字教材在各家出版社的收入中占比不大,但各社对数字教材的投入逐年增加,销售额也持续增长,具有较大的增长空间。接下来,随着用户付费意愿的提升与市场规模的扩大,数字教材平台的盈利模式将更加成熟,更加多元。B 端合作模式将向深度定制化方向发展,为学校提供更全面的数字教育解决方案。出版机构不再只是“内容提供者”,更扮演着“教育生态运营者”角色。

作的高效密码)。相关信息显示,这套包含 2 册的 AI 工具书,出版社用 AI 赋能,在出版团队与作者的通力合作下,从选题策划到印刷只用了 12 天。

与 AI 融合出版物同步进行的,还有更深刻的组织架构和工作模式变革。机械工业出版社已经进行了组织架构的优化调整和功能配置。该社组建了一支数十人的专业数字化团队,涵盖数据引、AI 开发、产品运营等多个领域。福建少年儿童出版社将 AI 板块业务正式立项,成立了“AI 应用与美术编辑室”,并建立了“辅助出版 AI 项目”。

尽管 2025 年 AI 融合出版呈现繁荣景象,但仍面临诸多挑战。版权风险首当其冲,读者对 AI 创作出版物的态度褒贬不一。AI 技术倒逼出版流程重塑、岗位调整、组织架构再造,但多数出版机构仍保持传统管理模式。当下,对 AI 融合出版物的思考已经不能停留在只把 AI 当工具的阶段,而要思考 AI 带来的更深层次的出版逻辑、组织架构和工作模式变革。

出版资讯

中国出版传媒商报讯 12 月 14 日,由人民文学出版社举办的“哈利·波特”系列图书引进中国 25 周年庆典在北京郎园 Vintage 虞社演艺空间举办。在主持人齐思钧的引领下,“哈利·波特”系列主要译者马爱农、“哈利·波特”图书责编翟灿与开心麻花签约导演兼演员王建华、青年作家沈书枝、知名文化博主张志浩、清华大学讲师王珉一同,与全国哈迷见证魔法时刻,重温感动,共赴一场关于爱与友谊的魔法旅程。中国出版集团有限公司党组成员、中国出版传媒股份有限公司副总经理、人民文学出版社社长臧永清,人民文学出版社总经理王秋玲莅临现场,人民文学出版社总编辑、党委副书记吴良柱致答谢词。

马爱农深情回忆了 25 年的翻译之路。沈书枝是资深哈迷,她说道:“自己每过几年都会拿出来重读,亦能在每次阅读中有新的发现、感触与启发。翟灿则从出版者的视角进行了分享。她提到,25 年前,出版社凭借非凡的决心引进了这套书。版权方最初要求,前三册的首印数量需达到 50 万册,这在当时已经是个难以想象的庞大数字,如今整个系列在中国发行量已突破 5000 万册。

从小学即开始接触“哈利·波特”的齐思钧也基于读者视角进行了分享。王建华以读者和创作者的双重身份,分享了他与魔法世界的深厚联结。张志浩从跨文化比较与读者心理的独特视角,表达了他的见解。王珉表示,历经 5 年教学,她越发意识到“哈利·波特”系列是一个丰富的“资料库”。

吴良柱在活动答谢词中提到,如今“哈利·波特”系列在售图书版本已经超过 130 种。未来这棵家族树还将继续成长、持续更新。(沈 西)

中国出版传媒商报讯 12 月 11 日,由电子工业出版社出版的《常青树新法:跨周期企业数智化增长的秘密》(简称《常青树新法》)新书发布会在京举办。电子工业出版社博文视点总经理张彦红、新书作者及企业增长赋能实战专家华晓亮、该书责任编辑王静,“跟着明哥学商业”创始人李明、企业出海架构设计专家曹波、“慎思行”主理人罗世君等参加发布会并做了精彩的观点分享。

新书《常青树新法》的面市正值我国大中型企业进入“第十五个五年”的规划周期,数智化转型成为企业当前乃至“十五五”期间所面临的核心议题。

张彦红表示,该书聚焦“穿越周期的企业”,尤其是经历多个经济周期且绩效卓越的企业,与广大的企业家及更广泛的读者探讨其在当前数智化浪潮及不确定性环境下保持健康增长的差异化战略,揭示这背后的“增长秘密”。作者华晓亮特别以典型的鞋服消费品企业的数智化转型实战案例作了探讨和分享。

圆桌讨论嘉宾、企业出海架构设计专家曹波提到,在“十五五”期间,更多的中资企业结合自身的业务特点,皆有进行海外布局的迫切需要,但面对复杂多样的海外市场,如何兼顾当地的营商环境、竞争格局、消费文化等多维因素进行有效的业务定位和品牌沟通,成为众多企业需要解决的棘手问题。

作者华晓亮进一步谈到,《常青树新法》通过诸多项目实践亦总结出一套结构化方法,帮助走出去的企业在面对一个或多个海外国别市场做选择时,一方面就多个国别市场做横向比较和优选,另一方面就一个或多个平行的国别市场具体用怎样的战略选择做进入给出基于最佳实践的指引,这对于企业更为客观地做市场评估和业务决策提供了非常有力的工具。

(沈 西)

『哈利·波特』系列图书引进中国 25 周年庆典举办

《常青树新法》揭开跨周期企业数智化增长奥秘



荣信文化 AI 智能陪伴玩偶闪闪

一书一智能体成新范式

“一书一智能体”从概念走向规模化落地,成为 AI 融合出版的鲜明标志。出版机构不再满足于将 AI 作为辅助工具,而是基于权威内容资源构建垂直领域智能体。例如,人民卫生出版社在发布“相约健康百科丛书”“肿瘤防治”“心理健康”“口腔健康”“健康体检”4 个系列新书时,同步发布了“相约健康智能体”。该智能体运用 AI 技术将从书 9 个系列 48 个分册中的近万个健康问题构建健康科普知识库,让健康科普从“静态传播”