



市场下行、声量见顶 文艺出版为何选择抱团？

关键词 文艺出版 市场下行 优势互补

中国出版传媒商报记者 唐姝菲

当“好书”越来越难被看见

“好书‘被看见’难”，是江苏凤凰文艺出版社总编辑孙茜提到的第一个关键词。在他看来，这是当前大众图书出版正在普遍面临的现实处境。

孙茜提到，据开卷数据，今年一季度，全国图书零售市场码洋同比下降3.75%，实洋同比下降4.86%；其中，文学类图书码洋比重约在6%至9%之间，且文学等重点细分整体均呈负增长态势。与此同时，每年新书供给却接近20万种。在此背景下，“单靠一家出版社的传播资源，好书极易被淹没”。

这种“被淹没”感，正成为越来越多文艺出版社的共同焦虑。

过去很长一段时间里，文学出版仍然相信一种相对稳定的传播逻辑：一本真正

2025年10月25日，在第32届华东地区文艺出版社年会上，文艺出版联盟正式成立，并签署《文艺联盟营销发行协同工作方案》。目前联盟成员已有15家，据悉，该联盟计划今年内成员扩展至18家，形成联合营销机制。在图书市场竞争加剧、阅读传播生态持续变化的背景下，为何长期习惯于“各美其美”的文艺出版社，开始走向深度协同与合作？这是行业的一次主动出击，还是应对困境的必然选择？

有价值的文学作品，可以依靠口碑慢慢发酵，通过书店陈列、媒体评论、读者分享等传统路径逐渐建立影响力。文学出版的竞争，更多集中于内容本身——拥有更好的作者资源、更成熟的编辑能力和更稳定的文学品牌。

但如今，这种传播逻辑正在被重新改写。

孙茜表示，近年来文艺出版最大的变化之一，是传播逻辑正在从“渠道主导”转向“内容共创”。“过去图书出版后才考虑宣传，现在策划阶段就要预设传播点。图书传播周期缩短，集中发力期往往只有出版后一两个月。”

与此同时，营销渠道也在迅速分化。传统书店、媒体副刊之外，短视频平

台、直播间、社群传播、电商平台等新渠道，正在成为文学图书触达读者的重要路径。江苏凤凰文艺出版社近年来重点打造了短视频平台“大鲸出来了号”以及“凤凰好书直播间”，尝试形成“流量获取+销售变现”的传播闭环。

在他看来，如今真正传播效果好的书，往往并不是依靠单条宣传内容完成传播，而是形成了一个作者、读者、媒体、社群等多方共同参与的“对话场”。“这个对话场一旦建立，传播就是自发、裂变式的。”孙茜说。

这种变化，也意味着出版社的工作重心正在发生转移。过去，出版社的核心能力更多集中于内容生产；寻找作者、策划选题、打磨文本；而如今，“如何让一本书被看见、被讨论、被持续传播”，正在成为新的核心能力。（下转第10版）

2026年恰逢“十五五”规划开局之年，《全民阅读促进条例》实施元年。5月20日，2026年全国少年儿童出版社、总编辑年会在福建福州召开。年会由中国出版协会少年儿童读物工作委员会、中国编辑学会少年儿童读物专业委员会（以下简称“两委”）主办，福建少年儿童出版社有限责任公司承办。

来自全国53家出版相关单位的社长（总编辑）齐聚，以“质造·共生·新业态”为主题，聚焦人工智能、数字出版、阅读生态建设、IP开发、跨界融合与产业链协同等行业前沿方向，探讨新时代少儿出版高质量发展的路径与方法，凝聚行业共识，汇聚发展合力。

中国出版协会理事长郭书林对会议主题给予高度肯定。他表示，少儿出版要锚定时代坐标，以精品力作夯实根基，以融合出版拓展场景，以阅读推广深化服务，以行业自律守护生态，坚守内容初心、拥抱技术变革，用心用情为少年儿童提供优质精神食粮，为培育时代新人贡献力量。

中宣部出版局相关处室负责人就少儿出版如何坚持正确导向、强化精品出版、规范行业生态、推动融合发展、开展全民阅读、加强队伍建设提出意见建议。

少儿出版是重要的文化阵地，福建出版界深挖丰厚文化资源，推出了一批有筋骨、有道德、有温度的少儿精品出版物。中共福建省委宣传部部务会议成员、中共福建省委讲师团团长吕宏波提到，福建将坚守内容为王、质量为本，坚持协作共生、共谋发展，拥抱数智变革、赋能转型，期待与全国出版同仁携手并肩、互学互鉴，共同为少儿出版高质量发展贡献力量。

海峡出版发行集团有限责任公司党委书记、董事长黄苇洲表示，海峡出版发行集团始终将少儿出版摆在重要战略位置。集团将持续坚守质造初心，深挖本土文化沃土，打造原创精品；立足开放大势，推动出版资源共享、版权互通、品牌共建，加强对台对外少儿出版交流合作；积极探索“图书+数字+IP+研学+沉浸式体验”融合模式，推动传统阅读向可感知、可互动、可探索升级。期待与全国少儿出版界同仁携手共建互利共赢的产业生态。

编辑是少儿出版“质造”的核心根基。中国编辑学会会长郝振省强调，面对新业态的挑战，少儿编辑不仅要守好内容质量的第一道关口，更要主动拓展业务边界，构建多元协作的生态。中国编辑学会将全力支持各社的编辑能力提升与业务创新，与大家共同守牢价值底线，推动少儿出版的高质量发展。

会上，中国编辑学会少年儿童读物专业委员会主任、中国少年儿童新闻出版总社有限公司总编辑张晓楠作“两委”年度工作报告，全面回顾了过去一年“两委”在组织建设、内容建设、平台搭建、国际传播等方面开展的工作，介绍了下一步重点工作计划。她表示，“两委”将充分发挥行业协会引领作用，凝聚行业力量、推动行业创新提质，助力中国少儿出版事业行稳致远、再创佳绩。

开幕式上还举行了少年儿童阅读指导组成立仪式。郭书林向中国作协原副主席、儿童文学委员会原主任高洪波颁发了少年儿童阅读指导组组长聘书。对于被聘为指导组组长，高洪波表示，既是荣幸，更是沉甸甸的责任，将对对中国少年儿童阅读事业矢志不渝的赤诚与绵长深远的期许，发挥指导组的作用，从行业智库建设、优质图书推广、深化高校合作和人才培养等方面做好工作。

（下转第6版）

● 图片新闻

黑龙江省新华书城蝶变升级 打造城市文化新地标

中国出版传媒商报讯 5月25日，位于黑龙江省哈尔滨市地段街的黑龙省新华书城重装启幕。书城聚力打造集文化体验、阅读推广、研学实践、惠民服务于一体的城市文化会客厅，成为“书香龙江”建设的崭新地标。

新华书城本次改造面积6000余平方米，精选上架图书6万余种，满足幼儿启蒙、青少年成长、中青年素养提升各年龄段阅读需求。书城打破传统书店单一售书模式，实现从“图书卖场”向“文化空间”、从“商业门店”向“全民阅读枢纽”、从“基础服务”向“全龄分众服务”的跃升，为全省实体书店转型升级树立了样板。

书城还创新探索“阅读+”多元融合，推出全省首创的“书城领读人计划”，建立常态化推广机制。科技赋能文化，打造实践育人平台，植入AI研学、AI自习室、非遗体验、美育国学等全新业态。开业当日，书城同步举办了非遗分享、机器人展演、物理科学实验、影音香薰读书沙龙等丰富多彩的活动，并推出多重图书惠民折扣，让书香真正走进市民生活。（白 藏）



主办方/供图

● 商报专递

全国图书交易博览会将首次在杭举办

淘宝、京东、当当首次集体参与

中国出版传媒商报讯 由国家新闻出版署主办，浙江省人民政府、杭州市人民政府承办的第34届全国图书交易博览会（以下简称“书博会”），将于2026年7月24日至27日在杭州举办，主题为“书香中国 阅读之美”。这是书博会首次走进浙江。据悉，本届书博会采用“1+3+3+N”会场格局，以杭州国际博览中心为主会场，在宁波市、嘉兴市、杭州良渚设立3个分会场，并首次在淘宝、京东、当当3个平台同时设线上分会场。

主会场分设主题展区、京版展区、省团展区、少儿阅读展区、特色书店展区、“文化+科技”展区等八大展厅，精选展销图书20余万种，同时精心打造九大专题展览，线上分会场同步推送百

万种好书，并联动全省实体书店、图书馆、城市书房、农家书屋等1万余个公共阅读空间，打造惠及全民的“之江阅读嘉年华”。

本届书博会期间，主会场将发放300万元惠民购书券。读者可通过“钱塘鸿书”申领享受购书优惠。宁波分会场也将推出200万元书香消费券。7月18日至27日，全省200余家新华书店自营门店推出全场7折惠民让利，联动公共图书馆、城市书房、乡村书房等全域文化空间同步营造书香氛围。

本届书博会还将全省图书馆、城市书房、实体书店、文化礼堂、农家书屋等1万余个公共阅读空间连点成网，把书博会“搬”到老百姓家门口。（白 藏）

2026南国书香节将于8月27日启幕

中国出版传媒商报讯 近日，2026南国书香节北京宣传推介会在中国地图出版社集团举行。会议介绍，2026南国书香节将于8月27日至31日举办，以“书香岭南 学以致远”为年度主题，以“线上线下结合、全省各级联动、分散同期办展、终身学习贯通”的办展模式，致力于将书香节打造成为出版展览展示的大平台、版权贸易合作的大桥梁以及国际文化交流的大盛会。

本届书香节将抓住2026年APEC峰

会召开的契机，以APEC主题为牵引，全力搭建亚太出版交流合作新高地。在此基础上，书香节还将广泛汇聚全球力量，设立“阅·世界展厅”呈现全球七大特色文化馆，并邀请企鹅兰登、牛津大学出版社等国际顶尖机构入驻。本届书香节坚持全省一盘棋的空间布局，构建“主会场+N分会场+云书展”的三位一体格局。除广州主会场外，全省21个地级以上市及香港、澳门、新疆喀什同步设立分会场。（欣 闻）

精彩导读

本期24版

本期特别推出“六一”特辑

文创火了，盗版疯了？	P11	排 编 ： 张 馨 宇 、 彭 庆 伟
发行集团众推重点项目寻破局	P13	
教辅销售旺季一线观察	P19	
用长期文学经纪人思维 探索更具国际视野的文学代理模式	P21	



坚决抵制盗版盗印 行业协会、出版单位、电商平台联合倡议

中国出版传媒商报讯 为切实加强图书版权保护，营造尊重知识、鼓励创新、规范有序的图书市场环境，中国版权协会、中国出版协会、中国书刊发行业协会、中国新华书店协会、中国印刷技术协会、多家出版单位及多家电商平台，经充分协商，达成《关于加强图书版权保护的共识》（以下简称《共识》），并向社会发布。

《共识》包括六大方向，坚持正确

导向、坚持尊重创作、坚持依法经营、坚持平台共治、坚持技术赋能、坚持共建共享。

倡议单位包括中国版权协会、中国出版协会、中国书刊发行业协会、中国新华书店协会、中国印刷技术协会；人民出版社、人民教育出版社、人民卫生出版社、科学出版社、商务印书馆等出版单位；抖音、京东、小红书、淘天、拼多多、当当、微信小店。（张馨宇）