

北京开卷数据显示,2024年总体图书零售市场码洋同比下降1.52%,总体(不含教辅教材)市场码洋同比下降4.83%;码洋规模1129亿,恢复到2019年的88%;部分偏刚需板块正向增长,生活类和教辅类涨幅明显;内容电商渠道中少儿和教辅类码洋占比合计接近70%。从2024年各类图书的码洋构成来看,少儿类是码洋比重最大的类别,为28.16%。2025年第一季度即将过去,在渠道冲击与出生率持续走低的双重压力下,童书市场正在经历结构性变革。

最新童书市场分析 数据重构与策略突围

中国出版传媒商报记者 孙珏

市场基本面 增长动力与结构性调整

从细分品类看,儿童文学、绘本、科普百科、低幼启蒙四大板块占据市场主流,其中科普百科类图书增速最快(同比增长12.5%),成为拉动市场增长的核心引擎。此外,传统文化主题童书持续走热,政策导向与家庭教育需求共同推动其市场份额扩大。渠道重构:短视频电商占比突破40%。抖音童书销售数据显示,2024年童书带货直播场次同比增长220%,爆款打造周期从传统渠道的6个月缩短至15天。中信出版社的《给孩子的人类简史》通过“知识主播+动画切片+答题互动”模式,实现单场直播售出3.2万套的销售业绩。

总的来看,少儿类中,传统电商渠道销售榜中的畅销书以知名套系和经典童书为主,如“大中华寻宝”系列、“米小圈”系列、“小小聪明豆绘本”系列、《青铜葵花(新版)》《夏洛的网(新)》等。内容电商榜所体现出的市场热点与货架销售榜完全不同。从形式来看,“漫画+”是最大热点;从内容来看,教养、安全、自律、社交等生活知识类图书最受欢迎,其次是数理化、语文等学科知识类图书。这些图书主要以家长为目标对象,满足家长希望孩子通过看书掌握知识的心理,以此促成购买。《漫画儿童变通思维》位居少儿类新书总销量榜和内容电商榜第1名,《揭秘翻翻书·揭秘动物》位居少儿类新书货架销售榜首位。

细分市场 科普类童书高度发展

科普百科,知识与STEAM教育的深度融合。2024年,科普类童书延续了近年来的高速增长态势,北京开卷数据显示,科普百科类童书码洋占比从2023年的18%提升至2024年上半年的22%。这一增长背后是家长对科学素养教育的重视,以及国家“双减”政策下素质教育的需求释放。比如《量子物理的奇幻冒险》以漫画形式讲解量子力学基础概念,结合AR互动技术,让孩子通过手机扫描页面即可观看实验动画。上市3个月销量突破50万册,位列科普类榜单TOP3。“中国航天系列”丛书结合中国空间站常态化运营的背景,丛书通过航天员视角讲述太空科学知识,并附赠火箭模型拼图,成为2024年现

象级科普IP。传统文化题材,从“国潮”到“文化自信”。2024年,传统文化类童书码洋占比达15%,同比增长8%。中金易云数据显示,此类图书在二线及以下城市的销售增速显著高于一线城市,反映出传统文化教育向下沉市场渗透的趋势。比如,《诗词里的二十四节气》(2023年底出版,2024年持续热销):以古诗词为切入点,结合节气民俗与自然科学知识,配套手绘插画和音频讲解,半年销量突破80万册。“非遗小传人”系列:联合非遗传承人开发的手工艺主题童书,包含剪纸、皮影等互动材料包,成为幼儿园与小学课后服务的推荐读物。

低幼启蒙,早教需求推动产品升级。0-6岁低幼图书市场同比增长9.3%,其中“互动立体书”和“点读笔套装”表现尤为突出。从开卷数据可以看出,带有智能交互功能的低幼读物码洋贡献率超过30%,显示技术赋能对用户体验的显著提升。比如,《会说话的恐龙世界》与AI语音技术公司合作开发的立体书,内置传感器识别翻页动作并播放恐龙知识讲解,2024年“六一”期间单日销量破10万册。“小小科学家”点读套装,涵盖物理、化学实验的早教套装,通过点读笔引导幼儿完成简单实验,2024年上半年位列电商平台低幼类图书榜榜首。

渠道变革 线上线下融合与私域流量崛起

中金易云数据显示,2024年童书线上渠道码洋占比达65%,但增速放缓至5%(2023年为8%),线下渠道则通过场景化运营实现复苏,同比增速回升至4%。

线上渠道,直播电商与内容种草驱动增长。抖音、快手等平台的童书直播销售额同比增长25%,头部主播通过“亲子共读”场景化营销拉动转化率。例如,某头部主播在2024年4月“世界读书日”专场中,单场童书销售额突破5000万元。

线下渠道,书店转型“亲子文化空间”。新华书店、西西弗等连锁书店通过增设儿童阅读区、手工坊、亲子剧场等体验场景,带动童书销售。2024年上半年,重点城市书店童书区客流恢复至疫情前水平的90%,部分门店童书销售



人物专访

近日,阿甲的《原创图画书阅读与精品》在接力出版社出版,他的讲述如同一部流动的中国原创图画书史。从《萝卜回来了》的质朴到《绿洲》的先锋,从“如何交朋友”的童年困惑到“物种灭绝”的人类困境,这些作品不仅记录了时代变迁,更在构建一个共情的世界。正如阿甲所言:“我们不是在创作图画书,而是在创造连接的可能。”在这个AI与全球化交织的时代,这种连接,或许正是人类最珍贵的护城河。

成书的渊源

您策划《原创图画书阅读与精品》的契机是什么?

■这本书的起源可以追溯到2015年。这些年我翻译了300多本图画书,在这个过程中发现,梳理中国本土创作的难度远超预期。国内早期资料零散,创作者访谈耗时且动态变化——比如蔡皋老师的《宝儿》1993年获奖后多次调整版本,彭懿老师的作品也在持续迭代。直到2021年白冰老师邀请我编写这本书,我才意识到这是一个系统梳理的机会。

□这套书的筛选标准是什么?

■筛选标准主要有三个维度:一是历史价值,如《萝卜回来了》(1955)最初虽排版简疏,但插画的现代性远超时代;二是创新性,像《企鹅冰书》用变温材料呼应冰川主题,可惜因版权问题未能收录;三是国际共鸣,如《安的种子》同时斩获丰子恺儿童图画书奖和美国弗里曼图书奖,证明东方哲学的普世性。

□中国原创图画书的发展历程有哪些关键节点?

■2000年是真正的水分岭。此前作品多为连环画或儿童图画故事书,如《萝卜回来了》最初采用骑马钉装订,文图叙事在方向上比较随意,但插画色彩至今仍显时尚。2000年后,我国台湾地区的《妈妈,买绿豆!》《子儿,吐吐》《我变成一只喷火龙了!》《我有友情要出租》等作品传入大陆,启发了本土创作。2008年是爆发“元年”。《安的种子》《团圆》《一园青菜成了精》集中问世。这并非偶然——市场接受度提升、创作者技法成熟(如熊亮的“野孩子系列”)、编辑团队(如海燕出版社郑颖团队的“棒棒仔”系列)的推动,共同促成了这场“井喷”。

聊聊入选作品

□为什么20世纪90年代的作品选得很少,但选了《宝儿》?

■《宝儿》原名《荒园狐精》,由蔡皋创作于1991年,1993年成为中国首部斩获布拉迪斯拉发国际插画双年展“金苹果奖”的作品,堪称中国原创图画书的里程碑。20世纪90年代,中国图画书多以连环画为主,《宝儿》首次采用国际通行的图画书开本与叙事结构,证明本土创作者完全有能力与世界对话。尽管后续版本调整了文字排版,但核心插画仍保留了原始张力。这个故事改编自聊斋故事,讲述一个商人的孩子宝儿斗智斗勇斩杀狐妖的故事。蔡皋的插画在民间色彩的大胆运用上给人留下了极其深刻的印象。

□《团圆》也是国内原创中不得不提的存在。

■余丽琼文、朱成梁图的《团圆》是2008年爆发期的代表作。故事以春节为背景,通过父亲回家、离别时留下一枚硬币的细节,展现留守儿童的情感世界。朱成梁用暖色调水彩描绘江南水乡,硬币的“团圆”象征贯穿始终——硬币被孩子藏在棉袄里,最终成为“好运硬币”,暗喻亲情虽短暂却永恒。这本书可以说引发了“流动中国”的集体记忆,获第一届丰子恺儿童图画书奖首奖,并入选2011年《纽约时报》年度最佳插图童书。其成功在于将宏大的社会议题转化为可触摸的童年体验。

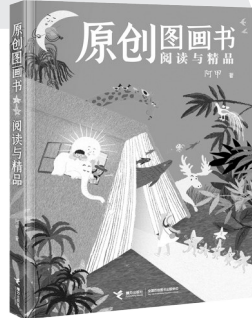
□《安的种子》为何能成为现象级作品?

■这本书的成功是文、图、编辑三方打磨的结果。王早早的文字本是一则家庭教育寓言,但黄丽老师通过采风寺庙生活,将“等待与正念”的哲学具象化为图像语言:前环衬的积雪与后环衬的莲花呼应,人物服饰的素色暗含修行者的克制。美国弗里曼图书奖评委的解读更值得玩味:“这是一个关于正念的温和寓言。”这种多义性恰恰是图画书的魅力——孩子看到故事,成人看到隐喻,不同文化背景的读者都能找到共鸣点。

□您为何选择《我有友情要出租》作为经典案例?

■这本书销量预计超300万册,是早期校园推广教科书级的案例。作者方素珍与画家郝洛玟是好友,绘者的深度参与很大程度上改写了原来的故事,这在图画书创作中并不多见,图文作者默契十足。这种默契让文字与图画产生了“错位叙事”的美感:大猩猩始终未发现身边的小老鼠,而读者却能通过画面捕捉到友情的真相。更重要的是,它解决了一个时代痛点——2000年代独生子女的社交焦虑。编辑团队联合《中国少年报》开展“知心姐姐”调查,将其共读场景延伸至课堂,最终让这本书成为教师培训的“教具”。这种“内容+推广”的闭环模式,至今仍有借鉴意义。

(完整版请见编客实验室微信公众号)



图画书终极使命 搭建理解之桥,而非筑起文化之墙

受访人:阿甲(童书研究者、童书作者、译者)
采访人:孙珏(中国出版传媒商报记者)

热点聚焦

“原创图画书2024年度荣誉作品”发布

中国出版传媒商报记者 孙珏

中国出版协会理事长邬书林,中国图书评论学会会长、中国出版协会副理事长郭义强,中国出版工作者协会原副主席、国际儿童读物联盟中国分会原主席、出版人海飞,人民邮电出版社有限公司党委书记、执行董事、总经理,童趣出版有限公司董事长李文,中国作家协会创研部副主任、中国作家协会儿童文学委员会委员兼秘书纳杨,中国音像与数字出版协会常务副理事长兼秘书长、童趣出版研究院院长敖然,北京师范大学文学院副院长、教授、博士生导师张莉,中国作协主席团委员、北京大学博雅讲席教授、北京大学文学讲习所所长、国际安徒生奖获得者曹文轩,北京师范大学文学院教授、博士生导师,中国图画书创作研究中心主任陈晖,童趣出版有限公司总经理、童趣出版研究院执行院长史妍,童趣出版有限公司总编辑、童趣出版研究院副院长刘玉一,国际儿童读物联盟执行委员会委员、生命树文化促进中心理事长张明舟,2026年国际安徒生奖评委会主席、黎巴嫩童书出版人谢琳·克莱迪(Shereen Kreidieh),以及周翔、任保海、弯弯、和畅团、王卉予、费嘉、阿甲等创作者、出版单位和评委会代表以及各界观众100余人参加了会议。

李文在致欢迎辞时指出,今年是“原创图画书年度荣誉作品”评选的第十年,也是童趣出版研究院与北师大中国图画书创作研究中心合办评选的第三年。三年来,双方合力同行,聚合跨领域专家学者,持续完善图画书理论及研究体系和评价体系;涵养图书创作生态,促进中国原创图画书的儿童性、丰富性和持续性;提升国际传播效能,打造中国原创图画书发展新平台,新

3月15日,由北京师范大学中国图画书创作研究中心、童趣出版研究院联合主办的“原创图画书2024年度荣誉作品发布会暨原创图画书十年发展研讨会”在北京邮电出版大厦召开。



维度、新格局。未来,童趣公司、童趣出版研究院将继续与北师大中国图画书创作研究中心紧密合作,汇聚内外协同之力,不断加强国际交流合作,提升中华优秀传统文化的传播力和影响力,推动文明交流互鉴。

邬书林在讲话中强调原创图画书的价值和产学研结合的重要性。他指出,站在十年这个特殊节点,特别是面对人工智能带来的挑战,出版业要用新技术推动创新,并坚持原创,用更多经得起时间检验的优秀作品,为中国原创成长提供精神滋养。郭义强在讲话中指出,“原创图画书年度荣誉作品”评选自创立以来,坚持了十年,成为推动中国原创图画书发展的重要力量。

会上,海飞进行了“原创图画书2024年度荣誉作品”评选过程介绍及评委说明。在介绍中,他分享了五点评选感受:一是评选参与度非常高;二是图画书丰富多彩、门类齐全、多元化、多

样化;三是中华优秀传统文化国际表达越来越精彩;四是儿童阅读和时代气息紧密相连;五是图画书真正做到了“思想精深、艺术精湛、制作精良”,与国际接轨。

史妍介绍了中国图画书熊猫荣誉作品巡回展。她提到,自2023年6月28日起,“熊猫展”以“原创图画书年度荣誉作品”入榜作品为主体,借助国际书展和活动平台,以每年1-2次的频次,进行国际国内巡展,包括在斯洛伐克第29届布拉迪斯拉发国际插画双年展(BIB)、意大利的里雅斯特第39届IBBY世界大会、北京市中国科学院第三幼儿园,以及上海市黄浦区“巷未来”的文化空间等地,向国际国内专业同行、读者受众集中展示了中国图画书的创作与出版成就。2025年,“熊猫展”将以“中国图画书熊猫荣誉作品十年精品展”为主题,分别在三个国际主要童书交流平台举办巡回展览,拓展少儿出版国际交流合作的宽度,提升中华文化国际传播的深度。

张莉、敖然共同揭晓了“原创图画书2024年度荣誉作品”名单。《妈妈的剪影》《电梯里的狗》《不能没有》《乌鸦眼》《幸福的可怜虫》《我爱妈妈,我爱爸爸》《老奶奶捡到了十二只小老虎猫》《木拉提爷爷,你去哪儿?》《这里,那里》《亮世界》10部优秀原创图画书入选。

“原创图画书十年发展研讨会”分为主题演讲和总编辑圆桌两个部分进行,由刘玉一主持。主题演讲环节,陈晖,红泥巴创始人、童书作者、译者阿甲,知名图画书作家、资深图画书编辑周翔,谢琳·克莱迪(Shereen Kreidieh),张明舟,资深童书编辑、图画书研究者费嘉分别作主题演讲。