

2026年,出版机构该往哪里走?

中国出版传媒商报记者 张聪聪 采访/整理

2026年,出版业的发展路径尚未清晰。一方面,AI不再只是工具,而是重塑出版全链条的关键力量。编校大模型、智能印数调控、知识图谱构建已成为行业新基建,帮助编辑从重复劳动中解放出来,聚焦于内容创新与价值判断。另一方面,出版机构正从“内容生产者”向“知识生态运营商”转型,不再是单纯的出书者,而是连接创作者、技术平台与用户的枢纽,通过“图书+服务+体验”模式拓展价值边界。渠道重构与用户深耕成为生存关键,2026年,出版机构该往哪里走?我们特别邀约出版机构管理者、资深出版人物谈新一年的发展图景。

Q1:2026年,对出版行业的变化趋势有何研判?在图书板块,市场将有何新趋势?

Q2:2026年,所在的出版机构有哪些重点方向和任务?原有的优势板块如何发掘新潜力、放大能量?

Q3:2026年,在新技术应用、新板块拓展、新方向探索等方面,所在的出版机构有何计划?有哪些新机会以及需要重点突破的产业环节?



四川人民出版社社长黄立新: 转型路上的发现和突破,将成为前行航标



A1:新媒体和数字化产品的兴起,使得传统纸质图书市场的增速放缓,大众图书零售整体呈现下滑趋势。但另一方面,数字出版领域,比如

互联网期刊、电子书、数字教辅等,增长强劲。这说明数字化转型已经成为推动行业增长的重要力量,许多传统出版单位都在积极布局数字内容,以适应市场格局的变化。

展望未来两三年,人工智能等新技术将对出版业的生产方式和商业模式产生深刻影响。AI正从单纯的内容生产助手,逐渐升级为出版业的“数智大脑”,渗入选题策划、编校流程、营销推广等各个环节。这种深度应用不仅推动出版价值链的重构,也促使纸质书加速向“内容+服务”模式转型。出版行业正在拓展新的边界,进入教育、影视、文旅等多个领域,像虚拟讲书、AI定制学习、沉浸式IP体验等新业态也层出不穷。可以说,出版机构将会发展为“综

合知识服务商”,整个产业链也在朝着智能化、场景化和数据化的方向演进。

在图书板块,我还观察到一个有趣的现象,就是很多“口袋本”图书成为爆款。这种书尺寸更接近于手机,比传统开本小巧不少。当然,“口袋本”本身并不是新鲜事物,它早就出现了。但在信息碎片化的今天,它似乎成了纸质书为了适应现代人阅读习惯而做出的一种“新变”。我举这个例子,并不是说所有纸质书未来都会走这条路,而是想说明,图书行业必须进行持续的、深刻的变革,并紧跟市场的变化动态。

A2:作为地方人民社,我们的首要责任,就是服务党和国家工作大局,持续推出符合国家主流价值的原创精品图书,实现主题出版在覆盖面上的拓宽与内容深度上的突破。具体来说,首先,我们会围绕“四史”学习教育、新时代党的建设、党的创新理论,以及治蜀兴川等重大方向,不断拓宽选题视野,丰富产品线。其次,针对红军长征胜利90周年等重要节点,我们也会积极与中央党校、中央党史和文献研究院等机构合作,推出相关重点主题出版物。

社科出版是我们社的传统优势板块。在学术著作方面,我们以“壹卷”品牌为依托,持续打造如“论世衡史”丛书、星从文库、“经典与解释”论丛等系列,逐步构建起一个可持续的学术出版矩阵。同时,我们也在探索“学术出版+知识服务”的新模式,面向机构、智库、媒体和专业读者开发知识服务

产品,让学术成果能以更多元的方式呈现。在大众读物方面,首先,我们继续保持在考古文博、巴蜀文化等特色方向的持续产出;其次,我们也在积极开拓新的细分市场。比如我们关注到“银发经济”的兴起,正在策划和出版相关读物,希望逐步培育这个领域的图书市场。

熊猫文旅出版是我们的特色方向。我们成立了全国首家以大熊猫为主题的出版中心,依托四川丰富的大熊猫资源,链接海内外的相关资源与作者,持续打造明星熊猫、熊猫图册和熊猫文学这几条产品线,不断丰富熊猫图书的品类,提升品牌影响力。

A3:当下,求变才能生存,才有发展。所以,2026年,我们会在融合出版和文创产品开发这两个方向上重点发力。

融合出版上,一方面会继续推进传统图书的有声化和电子化,做好版权运营;另一方面,也会围绕一些优质内容,开发系列化的现代纸书。同时,我们也在尝试借助AI技术,孵化一批数智图书、虚拟数字人等新型产品,推动“内容+技术”的深度融合。

文创是我们从2025年开始重点布局的板块,专门成立了产品部来推进。我们会围绕已有的图书产品线和品牌资源,搭建从内容研发到生产供应、再到市场传播的一体化链条。比如,以大熊猫出版中心的IP“卷宝”为核心,推出一系列文创产品,逐步形成“图书带动文创、文创反哺图书”的协同模式。

转型很难,但必须坚持。我相信,转型路上的发现和突破,都将成为我们前行的航标。

A1:行业趋势:技术重构产业逻辑,细分市场迎来价值升级。

对于2026年的出版行业发展方向,其实整个行业都在积极探索中。一方面,AI不再只是简单的工具,而是能重构出版全流程的核心力量。中国轻工业出版社也力图依托编校大模型、智能印数调控这些新手段,帮编辑从繁琐重复的工作里解脱出来,专心做内容创新和价值判断。另一方面,中国轻工业出版社将尝试不再只埋头出书,而是朝着知识生态运营商转型,主动搭建创作者、平台和用户之间的桥梁,用“图书+服务+体验”的模式拓展发展空间,只有做好渠道重构和用户深耕,才能站稳脚跟。

2026年出版业将呈现“技术穿透、生态重构、价值回归”三大特征。从产业层面看,AI已从工具应用迈入基础设施阶段,预计全年AI辅助编辑的覆盖率将超50%,但技术应用正呈现“垂直深化”趋势——通用大模型向行业垂类模型演进,像编校大模型已能精准识别轻工领域的专业术语差错,审核准确率较通用模型有大幅度提升。同时,“知识生态运营商”转型进入深水期,单纯的内容输出已无法立足,必须构建“内容+服务+数据”的三维体系。

图书板块的新趋势集中在三个方面:一是专业内容场景化,生活类图书从“知识普及”转向“解决方案”,比如美食类图书已延伸出“食材溯源+设备适配+课程指导”的配套服务;二是技术赋能经典焕新,AI推动重印书价值再生,通过新技术改编等手段,轻工领域的老工具书重印率也可以提升;三是绿色消费催生新品类,随着“双碳”政策深化,“低碳家居”“可持续设计”等细分领域有望成为市场新蓝海。值得警惕的是,AIGC内容泛滥将加剧读者的“真实性焦虑”,因此拥有专业背书的出版机构反而更具竞争力。

A2:机构战略:锚定三大任务,激活优势板块新动能。

2026年,中国轻工业出版社将聚焦“专业深化、生态构建、用户深耕”三大任务。在优势板块升级上,我们三个核心举措:

一是科技出版“丛书到库”。依托轻工领域70余年的内容积淀,将“食品科学”等优势板块升级为智能知识库,嵌入科研机构的实验流程。比如针对食品企业研发需求,构建食品配方数据的AI查询系统,实现“图书内容+实时数据+专家咨询”的闭环服务,增加图书复购率。

二是生活出版“场景延伸”。在健康、美食、艺术等优势领域,打造“图书+文创+体验”的消费生态。例如联合医学达人、美食博主、插画艺术家推出系列图书,同步开发系列文创产品,实现“内容引流—产品变现—体验留客”的良性循环。如果运行顺畅,肯定能够大幅度提高生活类图书的销量和重印率。

三是教材出版“双线融合”。针对职业教育领域,开发“数字教材+实训系统”一体化产品,通过与全国众多轻工职业院校共建“教学数据中台”,实现“教材内容迭代—教学效果反馈—企业需求对接”的动态调整,解决职业教育与产业需求脱节的痛点。

A3:创新实践:技术赋能与边界突破并举。

在新技术应用上,我们将尝试在选题环节、编校环节以及营销环节充分利用AI技术,与轻工企业、营销平台全方位合作,争取实现技术赋能和边界突破。比如开发“适老化家居改造”“智能厨具使用指南”等特色选题和配套社区实操课程。

当前最需突破的是版权生态重构。针对轻工领域盗版率仍然较高的痛点,我们计划联合行业协会搭建区块链版权平台,对配方数据、设计图等核心内容进行确权,同时探索“内容订阅+增值服务”的盈利模式,摆脱对传统出版的依赖。在新媒体领域,我们计划与专业公司合作,较大力度开发使用AI技术,如AI视频制作、平台直播等,让AI充分服务于中国轻工业出版社的新媒体平台建设。

总之,2026年的出版竞争,本质是“专业深度+技术速度+生态广度”的较量。中国轻工业出版社将始终以轻工产业需求为锚点,让技术服务于内容价值,在专业领域构建不可替代的知识生态壁垒,力图在人工智能大环境下,中国轻工业出版社不落落于时代。

中国轻工业出版社有限公司董事、执行总经理李振中:
深耕轻工出版特色 构建智能知识生态



关注

《点亮满天星》:90岁金波给孩子的新年礼物

中国出版传媒商报讯 2025年12月26日,由中国作家协会创研部、中国少年儿童新闻出版总社、河北教育出版社联合主办的“走进他点亮的星空——90岁的童年邀约——《点亮满天星——金波90岁寄小读者》新书发布会”在中国现代文学馆举行。活动由中国少年儿童新闻出版总社党委书记、董事长曾锐主持。

该作品分为七辑,通过42篇充满童趣与哲理的童话、诗歌、散文等,展现了金波先生对童年、自然、人生以及文学的深刻感悟。中国出版协会理事长郭书林,中国作家协会党组成员、副主席吴义勤,中国图书评论学会会长郭义强,河北出版传媒集团党委书记、董事长李新杰出席活动并致辞。

活动第一章“星光对话:漫步文学的璀璨星河”由中国作家协会原副主席、儿童文学作家高洪波主持。“无法投递的信——微光永恒”环节,高洪波与接力出版社总经理、资深总编辑、儿童文学作家白冰,儿童文学作家、“蓝皮鼠和大脸猫”之父葛冰,儿童文学作家刘丙钧,探讨了“文学如何定格生命的瞬间”以及“作家与读者之间的微小相遇”两个话题。“无法投递的信”的收件人——广西北海13名当年的师范生通过视频发表感言与祝福。“精灵小物件——万物有灵”环节,高洪波与鲁迅文学院常务副院长李东华,《文艺报》总编辑刘頔,北京师范大学文学院教授、中国图画书创作研究中心主任陈晖,探讨了“从‘物为我用’到‘物我同在’的生命观”以及“好奇心作为抵御精神衰老的活水”等话题。

活动第二章“星光传承:童年精神的当代回响”中,中国少年儿童新闻出版总社社长海飞,中国新闻出版传媒集团党委书记、董事长李忠,共同解读“童年是一种能力”的深刻内涵。

活动第三章“星光交响,邀约永续”中,金波通过真挚的“星空告白”,表达了对所有读者的感激之情,鼓励大家继续点亮心中的星光,并邀约更多青年作家走进儿童文学的璀璨星空。

作为当代儿童文学中坚力量的代表,中国作家协会办公厅主任刘秀娟,中国作家协会创研部副主任纳扬,《中华读书报》总编助理、中国儿童文学研究会副秘书长陈香,中国作家协会创研部理论处助理研究员贾晓萌,围绕作品的文学性、儿童性及艺术性分别发表感言。

随后,中国少年儿童新闻出版总社总编辑张晓楠与河北教育出版社党委书记、社长董素山,向内蒙古自治区兴安盟科右中旗的“农家书屋”代表及学生代表捐赠了图书。“童声共鸣”环节,来自北京、浙江温岭、江苏无锡、新疆乌鲁木齐和海南三沙等地的小读者们,共诵《点亮满天星》。(沈西)



少年儿童出版社总编辑陆小新: 坚定拥抱AI与生态化转型

A1:2026年的出版业,正处于一个深度智能化与生态化重构的交汇点。AI已深度嵌入出版全链条。AI不再是辅助,而是驱动出版流程优化和商业模式创新的核心引擎。单一卖书的时代结束了,成功的出版机构必须构建围绕核心内容的知识服务生态。这意味着我们要深度连接创作者(不仅仅是作者,还包括插画师、教育专家、音频视频创作者等)、技术平台(AI服务商、教育科技公司等)以及最终用户(孩子、家长、教育机构)。通过“图书+服务+体验”的复合模式,如图书配套的互动APP、AI驱动的个性化阅读辅导、基于IP的沉浸式线下活动、订阅制知识服务等,持续为用户创造超越纸质书本身的价值,延长内容生命周期,拓展收入边界。

图书板块市场新趋势,尤其在少儿领域,我认为表现为以下三个方面:

一是**高度个性化与互动化**。AI驱动的阅读推荐、内容定制、互动式叙事将成为主流。

二是**“教育属性”与“娱乐属性”深度融合**。家长对教育效果的要求更高,市场需要能有效提升核心素养且孩子真正喜欢的读物。寓教于乐的产品形态需求旺盛。

三是**渠道深度重构与直接面对消费者模式崛起**。传统渠道重要性依然存在但占比下降,基于社媒、私域流量(社群、APP、小程序)的直接面对消费者模式以及教育科技平台的深度合作变得至关重要。直接触达、深度理解并精细化运营用户是生存之本。

A2:少年儿童出版社(以下简称“上少社”)2026年的核心战略是:深耕少儿领域,拥抱智能技术。我们的重点方向与任务有:上线“十万个为什么”少儿科普数据开放平台,强化自有平台建设,精细化运营社群和私域流量。积极与领先的AI公司、教育科技平台、文创机构、文旅项目合作,共同开发创新产品和服务。

放大原有优势板块潜力。在少儿科普方面,“十万个为什么”智能问答科普平台项目将有序推进,聚焦功能深化与体验优化;与上海科技馆、自然博物馆合作推出联名主题书及线下研学活动。在儿童文学方面,建立小读者线上社群,举办线上读书会、作者在线答疑、角色创作比赛等。

A3:上少社以“IP+AI+硬件”为融合创新主线,积极推进“十万个为什么”IP在智能终端、内容平台与场景化服务中的商业化落地。目前已与多家科技企业开展深度合作,推动一系列智能硬件产品从概

念走向市场,比如AI儿童探索相机、“小熊猫问问”AI毛绒玩偶、AI智能闹钟等。部分项目已实现初步营收,为IP商业化奠定了坚实基础。

至于新机会,我们感受到针对不同孩子提供定制化内容与成长路径的解决方案需求巨大。图书IP延伸至线下活动、主题空间(快闪店、小型主题馆)、文旅项目,创造新的消费场景等等。

需要重点突破的产业环节有:首先,打破数据孤岛,建立贯穿“内容创作—生产—分发—用户反馈”的全链路数据平台,并具备强大的用户行为分析和洞察能力。这是实现精准运营和个性化服务的基石。其次,亟需培养和引进既懂出版、懂儿童,又懂技术和数据运营的复合型人才。同时推动传统编辑向“产品经理”转型,组织架构向更敏捷、更跨部门协作的方向调整。最后,建立严格的AI内容生成审核机制、儿童数据隐私保护体系,确保AI应用符合儿童发展规律和价值观要求。这是行业健康发展的红线。

2026年,上少社将坚定拥抱AI与生态化转型,以技术为翼,以用户为中心,以内容为核心,在巩固传统优势的基础上,大胆探索创新。我们深知挑战巨大,特别是在数据整合、人才转型和伦理安全方面,但这也是重塑少儿出版价值、服务新时代儿童成长的关键机遇。我们将致力于成为一家以科技赋能、生态繁荣为特色的新一代少儿知识服务引领者。



高端预测

·出版社·