



《出版传媒研究》

Publishing & Media Research

2026年创刊

面向出版传媒全行业、高校师生、研究机构征稿！

投稿邮箱: cbcmyj@163.com



《出版传媒研究》微信公众号

从“卖书”到“造生态”

出版机构自有书店以扩容升级做优阅读推广

关键词 全民阅读 自有书店 阅读生态

中国出版传媒商报记者 张馨宇

商务印书馆涵芬楼书店、中华书局灿然书屋、广西师范大学出版社集团独秀书房、福建教育出版社大梦书屋、河北出版传媒集团新汇文·文化创意体验中心、新华文轩出版传媒股份有限公司熊猫书店、上海世纪出版集团上海古籍书店、深圳出版集团湾区之眼……近年来,出版单位自有书店迭代或打造新店成为拓展市场力量的路径之一。

出版资源赋能 彰显独特优势

托生于出版单位的品牌书店,与生俱来承载着文化传播使命,凭借主业赋能形成了多维立体的独特优势,绝非单一的资源整合。

全球最大的实体书城“湾区之眼”是深圳出版集团践行全民阅读使命、深

出版机构自有书店从最初市场驱动下连接读者、展示品牌、拓展多元业态的战略支点,到全民阅读上升为国家战略后的重要抓手,如今随着《全民阅读促进条例》(以下简称《条例》)正式实施,出版单位自有书店更成为推动政策落地生根的核心载体,不仅彰显出版主业的资源优势,更构建了全民阅读的“毛细血管”网络,让《条例》精神落地生根、开花结果。

耕湾区文化建设的核心抓手。“湾区之眼”以出版资源为核心赋能,成为全民共享的书香空间、湾区文化交流的活力枢纽。深圳出版集团党委书记、董事长唐汉隆介绍:“依托集团‘内容出版、文化零售、文化空间运营、教育综合服务’四大核心业务格局,‘湾区之眼’整合阅读、展览、科技、演艺等全方位资源,让不同年龄、不同需求的市民都能在这里找到属于自己的文化体验。”“出版社与生俱来肩负着文化推广

的使命,在全民阅读工作中具有天然的先锋属性,能够整合出版资源、技术资源与渠道资源,实现数字阅读与传统阅读的深度融合,甚至可以将优质阅读活动成果集结出版,形成文化传播的闭环。”广西师范大学出版社集团广西独秀书房图书有限公司总经理容置表示。独秀书房不仅能提供馆配定制、阅读活动策划等常规服务,更能充当高校与出版社之间的“桥梁”,发掘高校教师的优秀学术成果、教学心得等,及时反

馈给出版社。

出版集团自有书店相较于新华书店和民营特色书店,其核心优势与独特价值在于依托出版主业的资源整合能力、文化公信力及社会服务使命。大梦书屋副总经理张连旺表示,依托海峡出版发行集团、福建教育出版社,大梦书屋能够精准有效地完成复合型书店所需的各项优质资源整合,实现公共阅读项目的快速落地。

专家与活动的高端资源优势成为差异化亮点之一。上海图书公司依托上海世纪出版集团资源打造“科学与中国”上海行——“千名院士·千场科普”系列巡讲等重磅活动,凭借高端学术资源为读者提供专业阅读指引。大梦书屋则借助集团嘉宾作者资源库开展“梦山讲坛”,以深度学术活动满足读者需求。(下转第2版)

● 图片新闻

《全民阅读促进条例》施行,多地出版集团积极布局阅读活动

中国出版传媒商报讯 2月1日,《全民阅读促进条例》(以下简称《条例》)正式施行,多地出版集团响应《条例》号召,举办相关全民阅读活动,构建良好阅读生态。

中国出版集团中国大百科全书出版社邀请来自出版、教育、科技、文化、社会组织及地方政府等各领域代表,深入探讨在法治保障下全民阅读事业的新路径、新模式;天津出版传媒集团旗下新蕾出版社、天津科技翻译出版有限公司举办相关活动阐释《条例》、发出全民阅读倡议;云南出版集团与中国农业银行云南省分行举办“文化+金融”融合共建活动,进一步拓展全民阅读推广路径,打造文化与金融协同发展新业态、新场景;吉林东北亚出版传媒集团承办《条例》施行首日主题宣传活动,先后开展《条例》主题宣传、“吉图荐书”2026新春阅读推荐书单发布、《条例》知识互动等系列活动;河北出版传媒集团联合多部门开展青少年阅读活动,发布首批《河北省青少年阅读活动推荐书目》……各地出版集团的系列举措,彰显了出版行业落实《条例》精神的责任担当,推动形成全社会共同参与、营造浓厚书香氛围的行动自觉。(白 藏)



吉林东北亚出版传媒集团《条例》施行首日主题宣传活动现场
图源:吉林出版集团股份有限公司微信公众号

基于“国家出版发行信息公共服务平台”图书销售榜

(2026年1月下半月)

榜单快评 反映学生寒假来临之际图书市场热势的本期榜单,凸显了该档期市场独具的“时令性”热象:由权威出版机构人民教育出版社和人民文学出版社面向学生分别推出的荐读优秀中外名著纷呈热销,仅在本期百种热销头部书中就有13个品种分别跻身文学艺术、少儿读物、科技生活三大细分市场TOP20。童话名著《七色花》、文学名著《骆驼祥子》更是不但分别斩获少儿读物领衔书和文学艺术领衔书,还相伴占得非主题时政书热销领衔位和榜眼位。品牌童书《一起长大的玩具》《中国古代寓言》也联袂晋入全品类图书热销TOP20。文学读物《钢铁是怎样炼成的》《我与地坛(纪念版)》,少儿读物《伊索寓言》《克雷洛夫寓言》《读读童谣和儿歌》《大头儿子和小头爸爸》《神笔马良》,科普读物《昆虫记》《十万个为什么》在各自细分市场分别显秀。此种热象彰显了学生热读对图书热销市场的强力支撑。

2026年1月下半月全品类图书销售总榜

排序	书名	版别	出版时间	定价(元)
1	习近平谈治国理政 第五卷	外文出版社	2025年7月	80.00
2	七色花	人民教育出版社	2018年12月	16.00
3	骆驼祥子	人民文学出版社	2018年4月	26.00
4	《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十五个五年规划的建议》辅导读本	人民出版社	2025年10月	28.00
5	夏洛的网	上海译文出版社	2014年8月	37.00
6	党的二十届四中全会《建议》学习辅导百问	党建读物出版社 学习出版社	2025年10月	22.00
7	显微镜下的大明	湖南文艺出版社	2019年1月	52.00
8	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	人民出版社 高等教育出版社	2023年8月	26.00
9	经典常谈 (2019)	三秦出版社	2019年8月	35.00
10	增广贤文 (国学大书院)	江苏凤凰科学技术出版社	2018年9月	19.00

2026年1月下半月社会科学类图书销售排行榜

排序	书名	版别	出版时间	定价(元)
1	习近平谈治国理政 第五卷	外文出版社	2025年7月	80.00
2	《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十五个五年规划的建议》辅导读本	人民出版社	2025年10月	28.00
3	党的二十届四中全会《建议》学习辅导百问	党建读物出版社 学习出版社	2025年10月	22.00
4	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	人民出版社 高等教育出版社	2023年8月	26.00
5	习近平著作选读 第一卷(普及本)	人民出版社	2023年4月	35.00
6	习近平著作选读 第二卷(普及本)	人民出版社	2023年4月	34.00
7	习近平新时代中国特色社会主义思想纲要(2023年版)	人民出版社 学习出版社	2023年4月	16.00
8	被讨厌的勇气 自我启发之父阿德勒的哲学课	机械工业出版社	2020年3月	55.00
9	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论(2023年版)	高等教育出版社	2023年2月	25.00
10	2025理论热点面对面 创新实干促发展	学习出版社 人民出版社	2025年9月	27.80

(下转第4版)

● 商报专递

2025年全国规模以上文化企业营收增长7.4%

中国出版传媒商报讯 国家统计局1月30日发布的数据显示,2025年,全国规模以上文化及相关产业企业实现营业收入152135亿元,比上年增长10451亿元,增长7.4%。

数据显示,2025年,文化核心领域实现营业收入103181亿元,比上年增长

11.5%。内容创作生产、新闻信息服务、创意设计服务等3个行业大类营业收入实现两位数增长,增速分别为13.5%、13.2%和12.3%。文化新业态特征较为明显的16个行业小类实现营业收入68253亿元,比上年增长14.3%,快于规模以上文化企业6.9个百分点。(白 藏)

本报开通读者信箱

本报为搭建与读者的沟通桥梁,及时吸纳读者意见以优化内容与服务,特开通读者信箱:cmsb_duzhe@163.com。若您有行业报道线索,或发现编校质量问题,欢迎通过该邮箱及时反馈,也期待大家提出其他意见建议。

感谢读者朋友长期以来的关注与支持,期待与您一起见证《中国出版传媒商报》的成长。

《中国出版传媒商报》社有限公司
2026年2月6日

AI自习室:书店本地化服务新路径?

2026,出版连接读者的逻辑变了!

新年的第一场心智远征

本期20版

P5

P9

P17-19

排

编

版

张

彭

庆

伟

精彩导读

中国出版传媒商报社

新媒体矩阵

中国出版传媒商报

国际出版周报

中版数字传媒

出版传媒研究

中国出版营销周报

出版传媒研究

文化北京

中国出版传媒商报

中国出版传媒商报

中国出版传媒商报