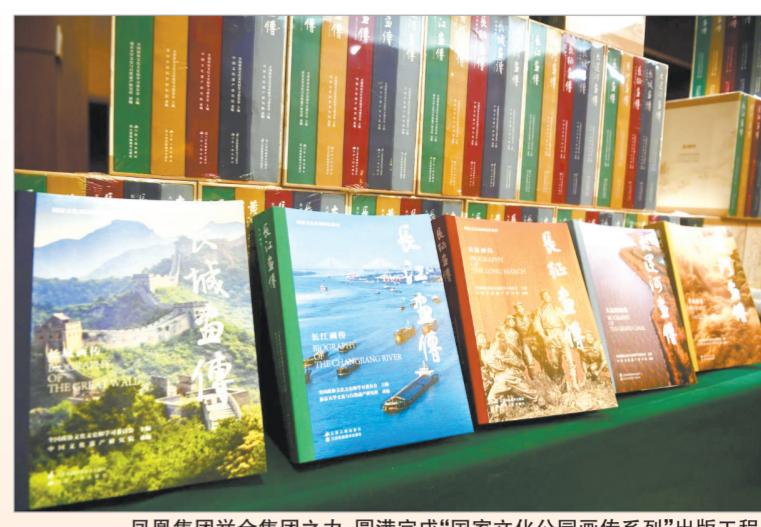


“十四五”时期，凤凰出版传媒集团(以下简称“凤凰集团”)紧紧围绕文化强国建设目标，以打造世界一流出版传媒企业为引领，持续深耕出版主业，坚定不移走高质量发展之路，交出了一份振奋人心的成绩单：集团利润总额基本实现翻番，总资产、净资产持续稳健增长，连续17届入选“全国文化企业30强”，旗下凤凰传媒稳居全国出版类上市公司首位，连续5年跻身“全球出版50强”前列，位居入选中国企业第一。在内容创新、融合转型、品牌塑造、文化服务等领域，集团实现系统性突破，综合实力与行业影响力全面提升。

# 书写出版强国的凤凰答卷

## 凤凰出版传媒集团“十四五”高质量发展亮点纷呈



凤凰集团举全集团之力，圆满完成“国家文化公园画传系列”出版工程

### 精品迭出：攀登山峰“高峰”，铸就文化影响力

凤凰集团始终将内容建设作为生命线，推动主题出版与精品出版双向发力，取得丰硕成果。

5年来，以打造传世精品为己任，凤凰集团在国家级奖项评选中屡获突破。《本巴》荣获第11届茅盾文学奖，实现江苏在该奖项上40年来零的突破，《因为爸爸》《我心归处是敦煌：樊锦诗自述》分获第15届、第16届中宣部精神文明建设“五个一工程”奖。在中国出版政府奖、中华优秀出版物奖等重要奖项评选中，凤凰集团累计获奖60余项，获奖总数排名全国前3，彰显了深厚的专业功底与艺术追求。

在服务国家战略方面，凤凰集团彰显出版“国家队”担当。《江苏文库》累计出版近1800册，规模宏大，成为传承江南文脉的标志性工程；“国家文化公园画传”等主题出版项目广受好评。集团持续实施原创出版工程，推出精品力作600余种，105个项目入选“十四五”国家重点出版物规划，为构建中国特色哲学社会科学体系贡献凤凰力量。

### 教育深耕：筑牢发展基石，拓展服务新境界

教育出版是凤凰集团的根基所在。面对课标修订与市场变革，集团攻坚克难，实现教材建设与服务能力双提升。

凤凰集团高效完成9套122册国家课标教材修订送审，凤凰版教材覆盖29个省(区、市)，超5000万名学生，助教助学类期刊均发行量超500万份，凤凰版教材的全国影响力显著扩大。在国家教材建设奖评选中，集团获奖总数位居地方出版集团之首；在第二届评选中，职教类教材创造历史最好成绩，获一等奖、二等奖各一项。

超越传统教育出版，凤凰集团构建了线上线下融合

的教育服务生态。“凤凰职教云平台”服务用户逾250万，“凤凰云教研”平台年均开展教师培训超千场，持续赋能基础教育改革。

同时，集团积极履行社会责任，常年为全省随班就读的低视力学生免费提供大字版教材，以务实举措推动教育普惠公平。

### 融合创新：拥抱数字变革，锻造发展新引擎

面对数字化浪潮，凤凰集团主动布局，以科技赋能出版融合，培育高质量发展新动能。

凤凰集团入选国家出版融合发展首批旗舰单位、第五批国家文化与科技融合示范基地。凤凰出版融合发展智库连续四年入选国家新闻出版署高水平智库建设计划。“江苏省中小学信息科技课程平台”等数十个项目荣获国家融合出版各类奖项。

凤凰集团制定印发《关于加快发展新质生产力的意见》，遴选发布32个创新项目，实现新增收入近5亿元，初步形成凤凰产业发展的新增长点。研发“凤凰智灵”人工智能综合应用平台，赋能出版全产业链。打造凤凰智聆学伴(教伴)、小羚AI学、译林英语、人工智能实验室等智能教育软、硬件产品矩阵，服务全场景AI学习生态。开发《江苏文库》数据库、抗战史人工智能数据库、大运河数据库等数字化产品。学科网服务4万多所中小学，成为全国具有影响力的基础教育资源服务平台。集团内容平台用户数超9000万，数字经济核心产业收入年规模超32亿元，数字化转型已成核心驱动力。

### 品牌引领：构建生态矩阵，激发产业新活力

凤凰集团主动引领出版业品牌化、生态化转型，通过打造品牌集群，实现出版价值全方位跃升。

2024~2025年，凤凰集团集中推介“海外中国研究丛书”“方尖碑”等30个出版子品牌，引发行业高度关注。在权威机构发布的出版品牌影响力报告中，凤凰集团连续有8个子品牌进入全国百强，集团获评“年度出版子品牌影响力集团”，集群效应与行业引领力日益凸显。

凤凰集团倾力打造的“凤凰作者年会”“曹文轩儿童文学奖”“凤凰文学奖”“东方娃娃原创绘本大赛”等平台持续激发原创活力，在为集团积累高水平作者和作品资源的同时，实现社会效益与市场效益双赢。据市场监测，凤凰版图书零售市场占有率稳居全国第一方阵，在文学、生活类细分市场占有率位居全国首位，品牌竞争力持续增强。

### 走向世界：推动文明互鉴，传播中国好声音

作为出版“走出去”的主力军，凤凰集团积极构建国际传播体系，助力中华文化走向世界。

凤凰集团入选国家级“走出去”重点项目数量位居全国前列，累计实现版权输出2200余种，6000多种图书被海外图书馆收藏，累计建成21个海外“凤凰书架”，合作国家(地区)达62个。旗下美国凤凰国际出版公司年销售童书超千万册，成为全球授权有声童书市场的重要力量。

凤凰集团创新推出“出版+职教+产业”协同出海模式，发起成立“江苏—中亚产教融合联盟”，以双语教材与数字资源服务“一带一路”建设。凤凰国际传播中心创新叙事方式，面向国际青年群体讲述中国故事，多个项目荣获国家级外宣奖项。

### 文化惠民：升级服务体系，彰显社会责任

凤凰集团始终坚持以人民为中心，践行文化惠民

宗旨，构建线上线下融合的现代文化服务网络，推动公共文化服务提质增效。

实体书店“数智化、平台化、体验化”转型成效显著，建成3家“全国最美书店”以及一批小而新的机关书屋、企业阅读空间、校园书店，现代智慧物流年发货码洋超百亿元。自建电商平台“十四五”实现销售码洋超80亿元，服务读者超2400万人次。

凤凰集团积极响应全民阅读国家战略，深入实施青少年阅读工程，发布首批青少年阅读推荐书目，形成“书店+活动+培训”协同推广体系，通过举办“江苏高校凤凰读书节”“江苏省中小学生诵读大赛”等多种方式，深度参与书香社会建设。连续15年承办江苏书展，连续20年主办南京馆藏会，“凤凰读书会”年均开展超6000场阅读活动。党的二十大学习材料发行量居全国第一，“江苏数字农家书屋”覆盖用户数超800万，使用次数突破1.14亿次，文化惠民实效持续增强。

### 研学拓展：打造“行走课堂”，延伸文化服务链

“十四五”期间，凤凰集团积极拓展业务边界，大力发展战略业务，构建“出版+教育+文旅”融合的“行走的课堂”新业态，成为新的增长点。2025年，凤凰集团研学业务收入达6571万元，同比增长78%。

凤凰集团以平台化思维构建研学体系：印刷文化博物馆入选南京市研学资源库；“凤凰新华研学”平台在全省授牌7家基地；运用VR/AR技术打造数字化研学场景。依托出版底蕴，凤凰集团开发出苏东坡文学行、植物科学课、江苏符号美育课等特色内容。

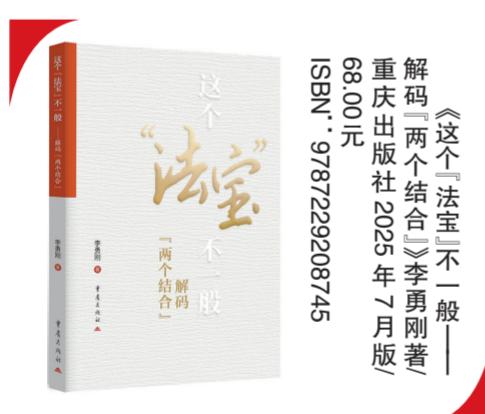
通过品牌化运营与内部协同，凤凰集团形成了译林“海上文艺嘉年华”邮轮研学、发行集团主题产品体系等品牌矩阵，并联动书店、出版社、媒体等多方资源开发课程，实现了从“造书”到“造课”的延伸，让文化在体验中生动传承。

(凤凰出版传媒集团供稿)

### 精品荐读

## 多维度解码“两个结合”的重大命题

■林建华



秀传统文化有很多重要元素，共同塑造出中华文明突出的连续性、创新性、统一性、包容性、和平性。这是习近平总书记第一次对中华文明进行“精准画像”。该书提出，之所以在“社会主义”前面加上“中国特色”，是因为社会主义要在中国落地，同时更是因为社会主义通过“两个结合”特别是“第二个结合”获得了更久远的历史纵深、更坚实的文化根基，从而具有更加澎湃的生机活力。马克思主义博大精深，归根到底就是一句话，为人类求解放；中华优秀传统文化博大精深，归根到底就是一句话，为天下求大同。中国共产党人的理念博大精深，归根到底就是“四为四谋”即“为中国人民谋幸福、为中华民族谋复兴，同时为人类谋进步、为世界谋大同”。由此，“两个结合”既具有中华文明的“文明底蕴”，也具有创造人类文明新形态的“文明旨归”。

阐释“两个结合”特别是“第二个结合”

的价值逻辑：党的理论创造性、文化主体性、精神独立性实现了新的升华。该书阐释了习近平总书记关于“两个结合”特别是“第二个结合”重要论述的精髓要义、重大意义，精彩演绎了“两个结合”特别是“第二个结合”的价值逻辑。“结合”的前提是彼此契合，而不是生硬地凑在一起，“相互契合才能有机结合”；“结合”的结果是互相成就，不是形成一个“拼盘”，而是以真理之光激活文明基因、以文化根脉滋养真理魂脉，造就一个有机统一的新文化生命体。该书还提出，在时间维度上，回望历史，“结合”如何筑牢道路根基；放眼未来，“结合”怎样打开创新空间；立足当下，“结合”如何巩固文化主体性。正是在这个维度上，“第二个结合”的意义从特殊上升为普遍，“两个结合”由此才被称为“最大法宝”。

阐释“两个结合”的实践价值：事必有法，贵在得法，然后可成。该书提出，“两个结合”是新时代中国共产党人取得成功的“最大法宝”，对于这个“最大法宝”，不仅要知道它从哪里来、有哪些法力，还得把它用到对的地方。该书深刻阐释了“两个结合”内蕴的道理学理哲理，即法天则地，溯源中华文明“可久可大”的哲学之根；铸魂立本，建造巍然耸立的中华民族“精神大厦”；启钥开眼，领悟“第二个结合”这把改变新时代中国命运的金钥匙，真正做到不仅眼中有关光，而且脚下有路。此即谓“开卷有益”。

(作者系中国社会科学院中国式现代化研究院党委书记、教授、博士生导师)

### ● 新书推荐

## 五型人分类法破解当代育儿焦虑

中国出版传媒商报社 资深媒体人、教育观察者钟国兴深耕家庭教育领域新作《认识你自己的孩子》，日前由北京联合出版公司出版。该书以五型人分类体系为核心，为85后、90后焦虑家长提供“可识别、可理解、可落地”的科学育儿方案。

该书最大亮点在于独创“形、色、声、态”五型人分类法，打破内向/外向的笼统标签，将孩子精准划分为直木型、热火型、厚土型、

锐金型、柔水型。每类性格均配套具象识别标准，家长对照身形、言行等特征，即可锁定孩子性格底色，告别“以为内向实则内敛”“以为聪明只是反应快”等认知误判，从根源破解“教育一刀切”“越管越叛逆”等核心困境，让育儿从“凭感觉”转向“有依据”。全书精准覆盖学龄前至青春期全成长阶段，逐章拆解不同时期育儿挑战，直击智力、情商、行动力等五大认知盲区。

(白小禾)

(上接第1版)

### 2026年1月下半月文化教育类图书销售排行榜

排序	书名	版别	出版时间	定价(元)
1	经典常谈 (2019)	三秦出版社	2019年8月	35.00
2	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
3	读库2506	新星出版社	2025年11月	42.00
4	苏东坡传 (精装纪念典藏版)	湖南文艺出版社	2018年1月	52.00
5	维特根斯坦传 天才之为责任	浙江大学出版社	2011年6月	79.00
6	母语之外的旅行	河南大学出版社	2025年5月	48.00
7	止学今译 中国人的处世智慧	广东经济出版社	2025年5月	68.00
8	中国文化要义 (精装)	上海人民出版社	2018年11月	65.00
9	郭文斌解读《弟子规》	百花文艺出版社	2022年4月	58.00
10	人类群星闪耀时	中国友谊出版公司	2021年5月	29.80

### 2026年1月下半月文学艺术类图书销售排行榜

排序	书名	版别	出版时间	定价(元)
1	骆驼祥子	人民文学出版社	2018年4月	26.00
2	显微镜下的大明	湖南文艺出版社	2019年1月	52.00
3	暮色将尽	四川人民出版社	2022年7月	49.80
4	我在西南联大的日子	山东画报出版社	2018年5月	32.00
5	我们仨	生活·读书·新知三联书店	2018年6月	28.00
6	钢铁是怎样炼成的	人民文学出版社	2020年8月	36.00
7	你当像鸟飞往你的山	南海出版公司	2019年11月	59.00
8	蓬勃生长	天津人民出版社	2026年1月	58.00
9	红岩	中国青年出版社	2024年8月	48.00
10	我的阿勒泰	花城出版社	2021年8月	45.00

### 2026年1月下半月少儿读物销售排行榜

排序	书名	版别	出版时间	定价(元)
1	七色花	人民教育出版社	2018年12月	16.00
2	夏洛的网	上海译文出版社	2014年8月	37.00
3	一起长大的玩具	人民教育出版社	2018年12月	16.00
4	没头脑和不高兴 (注音版)	浙江少年儿童出版社	2018年4月	25.00
5	中国古代寓言	人民教育出版社	2019年1月	25.00
6	小刺猬爱发呆	长江少年儿童出版社	2018年8月	25.00
7	伊索寓言	人民教育出版社	2019年1月	25.00
8	克雷洛夫寓言	人民教育出版社	2019年1月	25.00
9	读读童话和儿歌	人民教育出版社	2018年1月	39.80
10	大头儿子和小头爸爸	人民教育出版社	2018年12月	16.00

### 2026年1月下半月科技生活类图书销售排行榜

排序	书名	版别	出版时间	定价(元)
1	108种手工艺 中国人的生活美学	浙江大学出版社	2025年7月	198.00
2	未知生物大百科	浙江文艺出版社	2022年5月	59.00
3	中医基础理论	中国中医药出版社	2021年6月	59.00
4	中医基础理论	上海科学技术出版社	2	