

从北京图书订货会看出版业三大信号

1月8日至10日，2026北京图书订货会（以下简称“订货会”）如约而至，几十万种图书集中亮相，10余万人次穿梭展场，从沉静的文学到火热的IP衍生，这场新年首场出版盛会释放了哪些信号？

内容精品化 从“出书”到“出精品”

2025年图书零售市场趋势洞察报告显示，内容电商占图书整体零售市场超四成，超越平台电商成为第一大细分零售渠道。越来越多出版人意识到：唯有回归内容本身，才能穿越喧嚣、抵达读者。

商务印书馆党委书记、执行董事顾青表示，今年2月1日起，《全民阅读促进条例》将正式施行，对书业是一个利好，出版单位将按照建设中国自主知识体系的思路，进一步深耕。

订货会现场，各大出版社展台前人流如织，精品图书吸引观众纷纷驻足。首文科集团所属北京发行集团旗下中国书店，此次携260余种重点图书与最新精品力作参展，涵盖中医典籍、书法艺术、少年国学及新印古籍善本等多个领域。现场展示的《御刻三希堂石渠宝笈法帖》四色仿真影印乾隆朝宫廷大型丛帖，收录135位书法大家300余件作品，以安徽泾县手工宣纸线装、丝质封面配锦函，复刻宫廷刻帖巅峰。《同文书局初刊增评补图石头记》影印杜春耕先生藏举世孤本，保留200余幅精美插图与多重评点，刊印精良、版本独特，完整再现石印本巅峰水准，为红学研究与收藏提供珍贵范本，被李国文先生盛赞为“最好的《红楼梦》版本”。《三言二拍版画全编》则收录近500幅明末苏杭版画插图，融合多流派刻工技艺，构图精工秀丽，再现明代白话小说艺术精髓。此外，相关负责人说，《墨林掇英》善本碑帖系列自2022年面世以来，获得各方广泛好评。今年

● 出版风向精品化

《全民阅读促进条例》即将实施，推动出版业回归内容价值。本届订货会集中展示了一批高品质古籍、特装图书与学术力作，反映行业正从追求规模转向打造精品，以应对市场分化、满足读者深度阅读需求

● 文化体验新引擎

文创展区规模较去年增长约三分之一，从图书衍生品发展为独立的文化体验载体。出版机构通过挖掘经典IP、开发“图书+文创”融合产品，实现内容价值的二次激活，推动文化以多元形式融入日常生活

● IP运营生态化

行业积极探索从单一图书出版转向IP全生态开发。少儿、动漫等领域通过打造“沉浸式IP空间”、影书联动、开发系列周边等模式，构建多维度的文化消费场景，推动文化产业跨界融合发展

《墨林掇英》（第二辑）6种新品亮相本次订货会。

从“出书”到“出精品”，这一转向正成为行业应对市场分化的关键策略。

文创体验化 从“附加品”到“新引擎”

本届订货会最引人注目的变化之一，是文创产品从图书的“配角”转变为独立的“文化体验载体”。订货会组委会介绍，继2025年首次增设文创展区后，本届订货会升级打造跨界文化产品展区，展位达101个，规模较上届增长约三分之一。

经典IP的创意转化引爆市场。在人民文学出版社展区，人民文学出版社文创品牌“人

文之宝”推出的“鲁迅系列·大先生的毛背心”，一经亮相便引得众人驻足打卡。人民文学出版社文创部主任邝芮芮介绍，“人文之宝”品牌依托对经典文学IP的深度解读与创意转化，打造多款现象级产品，其中复刻款“鲁迅毛背心”凭借独特的文化内涵与话题性，全网曝光量突破2亿次。

出版机构探索“图书+文创”模式。在山东展区文创专区，《京剧大典》特色文创融合传统京剧元素与现代设计，兼具收藏与实用价值；《老照片》系列帆布袋、冰箱贴等，将平民视角的历史记忆转化为日常用品，让怀旧文化融入生活。“这些文创都源自优质内容IP，实现了‘内容价值二次激活’。”现场工作人员介绍。

“开发文创不是不务正业，而是拓宽主业、融合产业，让图书内容通过更多载体触达受

众。”中国出版协会出版文创工作委员会副秘书长、外文出版社事业拓展部主任张若楷表示。

IP生态化 从“一本书”到“一个世界”

2026北京图书订货会专门设立跨界文化产品展区且亮点纷呈。展区设立灵犀文创境、幻梦次元域、墨韵潮玩洲、文脉山河洲、星途科创岛五大细分板块，覆盖非遗文创、IP周边、潮玩文具、文博文旅、科创体验等品类，打造“IP主题沉浸空间”，规划文创体验、手工实践、行业分享等多元互动形式，引领文化产业跨界融合新范式。

“图书出版只是IP运营的一种形态，多维化IP运营必须跟上。”新世纪出版社策划编辑林祎珊的观点道出了行业当下趋势之一。

少儿IP开发引领行业创新。“保林叔叔”IP已拥有150件版权作品和11项软件著作权。IP创始人周保林介绍，他们打造的《山海经·妖精学校》将经典神话融入校园奇幻故事，衍生的剧本秀、线下营等颇受欢迎。

作为动漫文创领域的代表，磨铁公司围绕国漫IP《一人之下》，推出“四季之庭”系列主题盲盒，涵盖徽章、拍立得、杯垫、屏风等多款产品。除了原创国漫的“谷子”，磨铁还携《红楼梦》系列周边产品精彩亮相。产品团队在调研中发现《红楼梦》凭借独特的美学风格，丰富的故事内容，厚重的文化底蕴，在年轻人中收获了持续的热度，于是最终选择了“黛玉葬花”这一经典场景，开发了徽章、屏风色纸、仿白玉亚克力挂件、立牌等几款颇具古风美感的产品。

跨媒介同步开发成为新常态。新疆青少年出版社的新书《马到功成》与同名巨幕电影同步推出，便是影书联动的一次尝试。

（综合 中国新闻网、首都文明网、《大众日报》）

第十二届全国大众冰雪季雪地足球赛开踢

本报讯(张宽)1月11日,第十二届全国大众冰雪季足球项目在吉林省长春市启幕。赛事由吉林省体育局主办,长春市体育局承办,长春市足球协会协办,在1月10日至2月8日赛期中的每周末持续上演“冰雪绿茵”对决。

雪地足球赛是长春延续30余年的冬季特色赛事。本次比赛设有成人组和青少组,每组各16支队伍,近300名运动员齐聚赛场。赛事采用分组循环交叉淘汰赛制,展开64场激烈角逐。在白雪覆盖的赛场上,运动员们展现出灵活的技巧与顽强的斗志,传球、带球、拼抢、射门,雪地足球以其独特的魅力深受广大足球爱好者的喜爱。

依托北方充足的冰雪资源和深厚的群众基础,长春雪地足球已成为城市冬季体育运动名片。每到寒冬,雪地上奔跑追逐的身影随处可见,冰雪与足球的激情碰撞,让这项运动持续焕发活力。作为第十二届全国大众冰雪季主会场重要活动之一,赛事不仅为足球爱好者提供了竞技交流的平台,更推动了冰雪运动常态化普及。

上海推“时间银行” 1小时服务换1个时间币

本报讯(李一能)存储志愿服务时长,换取未来同等时长的养老服务,这种方式被称为“时间银行”,1998年首次在上海试点。为进一步扩大养老服务社会参与,发展互助养老,上海市民政局近日出台《上海市“沪助养老时光汇”项目管理办法》,从服务模式、运营规则等方面进行规定,该办法自今年1月1日起施行。

“沪助养老时光汇”是通过建立服务时间储蓄与兑换机制,支持低龄老年人及其他社会成员为有需要的老年人提供非专业性养老服务,并记录和储蓄服务时间,待自己年老需要服务时予以兑换的互助式养老服务项目。

“沪助养老时光汇”的服务对象为在上海市居住的65周岁以上且持有时间币的老年人。部分持有时间币、有特殊困难的老年人可放宽至60周岁。

“沪助养老时光汇”的服务提供者以身体健康且有服务意愿的低龄老年人为主;支持年满18周岁、身体健康、有社会服务意愿的人士参与;鼓励18岁以下的青少年采取团体性活动方式到养老服务机构等场所提供服务。

服务提供者可在“沪助养老时光汇”平台开设个人账户,以时间币的形式记录存储其服务时间。每提供1小时服务可获得1个时间币。个人每日提供服务时长一般不超过4小时。个人存储的时间币不设最高限额。时间币可以用来兑换服务、权益,不可以兑换实物;也可以捐赠给他人。

文明,让体育更鲜活

(上接1版)

同一日,在广东广州花都区新时代文明实践中心,跳绳划破空气的“嗖嗖”声与孩子们跃起落地的轻快节奏在这里奏响独特的韵律。全国道德模范、花东学校校长赖宣治站在一旁,不断鼓励着孩子们。“跳绳不只是一种运动,更是一种育人方式。”赖宣治说。

多年来,赖宣治用一根跳绳牵引起孩子们的梦想,带领他们从乡村校园跳向国际赛场。他表示,将继续依托跳绳集体项目,着力培育青少年的团队意识和坚韧精神,引导他们在协作中学会尊重,在挑战中懂得坚持,让每一次跳绳都成为涵养文明、锤炼品格的生动课堂。

全国各地也在广泛弘扬和践行中华体育精神,大力推进体育强国建设。

“原来1000多年前的体育就这么有意思!”1月11日下午,在成都体育学院博物馆内,几名大一学生正围着一尊唐代仕女打马球俑端详——马背上的女子身姿舒展、裙裾飘动,仿佛下一秒就要挥杆击球,将人瞬间带入千年前的赛场。

“我们建设体育博物馆群,就是要让体育历史‘活’起来,让中华体育精神传承可触可感。”成都体育学院党委书记石静表示,成都体育学院始终坚持以文化人、以体树人,通过打造体育博物馆群,“体育与中国革命”虚拟仿真实验室,组织优秀师生走进中小学校、社区等宣讲体育故事,广泛开展中外体育文化交流等,将中华体育精神融入学校立德树人全过程。

体育新风润人心,融合发展启新篇。一幅风清气正、向上向善、体育文化建设与精神文明建设融合发展的生动画卷,正在神州大地徐徐展开。



1月11日,安徽省含山县环峰小学组织学生走进市级非遗传承人洪诗成的工作室,开展“非遗润童心 巧手迎马年”活动。今年85岁的洪诗成,精心指导学生弯铁丝、糊彩纸,传授生肖马灯制作技艺,让孩子们在“指尖”流转中体验扎彩乐趣。

欧宗涛 摄

儿童类微短剧呈现成人化、工具化、娱乐化倾向 广电总局整治儿童类微短剧乱象

◎ 牛梦笛

近年来,以“萌娃”“亲子”为标签的儿童类微短剧数量快速增长。然而,部分作品为博眼球让儿童出演成人化剧情,或以“造星”为名进行商业炒作,将儿童当作流量收割的工具。针对此类乱象,1月8日,国家广播电视总局网络视听司发布《管理提示(儿童类微短剧)》(以下简称《提示》),对儿童类微短剧创作中的成人化、工具化、娱乐化问题提出明确规范。这是监管部门首次专门就儿童类微短剧作出系统性指导。

一段时间以来,打开短视频平台,让孩子出演的出格、不健康内容并不鲜见。

“当我看到5岁的孩子模仿短视频里‘霸

道总裁’的口吻说话时,才意识到问题的严重性。”北京家长杨雁的担忧代表了许多父母的心声。儿童心智尚未成熟,缺乏对不良内容的辨别能力,长期接触这类视频,极易对其价值观的形成产生负面影响。

乱象何以滋生?中山大学新闻学院副研究员刘黎明表示:“现在短视频平台都是算法推荐,点击量高就推得多,内容好不好反而没人把关了。《提示》就是要把这个关口重新守住——涉及孩子的内容,保护必须排在流量前面。”

《提示》明确点出了目前的几大雷区,包括以“穿越重生”为由塑造心机深沉的儿童形象,

让孩子演绎“霸道总裁”、参与“校园霸凌”等。同时,要求儿童类微短剧创作必须扎根儿童生活,严格遵循儿童身心发展各阶段规律和特征,确保人物言行、故事情节与对应年龄段的认知能力、生活经验和社会道德准则相契合。这一举措旨在让儿童角色回归天真烂漫的真实本质,让剧情能够传递阳光向上的价值导向。

此外,儿童类微短剧还存在用搞笑噱头博取流量、把“功利”伪装成“艺术”等问题。部分创作者以搞笑娱乐或者艺术想象之名,制作缺乏基本逻辑、脱离儿童认知的庸俗低俗内容,构建了一个虚浮的价值坐标系,潜移默化地扭

曲着未成年人的价值观。

为了避免这种“娱乐化”倾向,《提示》要求严格审核把关,强化价值引领,鼓励创作贴近现实、寓教于乐,厚植爱国情怀、有益品德修养、增长知识见识,能够生动展现新时代少年儿童积极向上精神风貌的优秀微短剧。

编剧徐然坦言,行业内确实存在“卷流量”的浮躁心态。“拍萌娃谁都会,但拍出真正属于孩子的故事很难。这次《提示》是一记警钟,也是一次机会——倒逼创作回归内容本身。”

童年不是流量的筹码。只有在政策引导与行业自律的共同作用下,儿童类微短剧才能真正成为滋养童心的优质内容。