

# 北京市出版业发展现状、问题与路径研究

程玉

北京印刷学院 北京市大兴区 102600

**摘要：**北京作为全国的政治文化中心，其出版业在全国具有举足轻重的地位。本文在系统分析北京出版业发展现状的基础上，对北京出版业未来的发展趋势进行了预测。同时，本文探讨了北京出版业面临的主要问题，包括数字出版与传统纸质出版融合不足、市场竞争加剧与消费变化、人才与市场匹配度不足等。最后，本文对目前北京市出版业面临的问题提出了一系列对策建议，如深化出版业的“数实融合”、优化市场策略与品牌建设、实施内容精品化战略、加强出版人才队伍建设等，以期对北京出版业的高质量发展做出贡献。

**关键词：**北京出版业；路径创新

## 一、引言

文化是一个民族的精神家园和基因烙印，出版是推动文化传承和发展的重要动力。出版业作为文化产业的重要组成部分，对于传播知识、文化和信息具有不可替代的作用。北京，作为中国的首都，不仅是政治文化中心，也是全国的出版发行和版权贸易中心

，其出版业的发展不仅关系到文化产业的繁荣，也是推动社会主义文化强国建设的重要力量。随着数字技术的发展，北京出版业正经历着前所未有的变革，这既带来了机遇，也带来了挑战。因此，研究北京出版业发展现状、问题及其相关对策具有重要意义。本文的目的在于通过对北京出版业发展现状的深入分析，识别存在的问题，并提出相应的对策建议，以期对北京乃至全国出版业的高质量发展做出贡献。

## 二、北京市出版业发展现状

作为全国文化中心，北京出版业在政策支持、资源集聚和技术创新的推动下，形成了规模领先、业态多元的产业格局，具有极大的示范和引导作用。

### （一）产业规模优势显著

北京市资源集聚效应突出，据国家版本数据中心数据服务平台（PDC 平台）数据显示，截止 2025 年 2 月，北京市共有图书出版单位 430 家，其中，图书出版社 239 家，电子音像出版社 191 家，图书出版单位占全国总量 39%，涵盖人民出版社、高等教育出版社等国家级机构，形成学术出版、教育出版、大众出版的完整矩阵。大社、名社云集北京，全市现有两千多家实体书店，大型书城、24 小时书店、商

业连锁书店、社区书店已实现了全覆盖格局。此外，据《2024 中国统计年鉴》显示，北京市目前共有图书 13328 种，总印数 2.6 亿册（张）；期刊 170 种，总印数 0.1 亿册；报纸 30 种，总印数 2.5 亿份；近十年出版印刷企业数量上呈上升趋势（见表 1），截止 2023 年，企业数已达到 958 个，从业人员 22345 人，黑白印刷产量 1240.1 万令，彩色印刷产量 11683.5 万对开色令，装订产量 2290.7 万令，用纸量 2889 万令，各项数据在全国均名列前茅。

### （二）数字化转型加速

据《2023-2024 年中国数字出版产业年度报告》数据显示，2023 年，中国数字出版产业整体规模达 16179.68 亿元，比上年增长 19.08%，其中，互联网广告、网络游戏、在线教育、数字音乐依然占据收入榜前 4 位，均为“千亿俱乐部”成员。传统书报刊数字化收入增幅上涨，互联网期刊、电子书、数字报纸总收入为 113.89 亿元，增幅为 8.56%，较 2022 年 3.7% 的增幅相比，增长明显。

北京市作为全国数字出版发展高地，以各类专项政策为导向，聚焦传统出版产业、音乐产业、教育产业，以数字藏品、短视频等新技术媒介成果为主要表现形式，积极打造数字出版产业发展载体，构筑数字出版产业发展集聚区。截至 2022 年 5 月，以“市”和“区”两级单位为基础，打造多级数字图书馆，收纳电子书 691.5 万册、期刊 1500 册、报纸 300 余类以及学术论文 1460 多篇；统筹全市公共图书馆、文化馆，鼓励引导知名文化企业联合推出共计 7077 个数字文化资源库<sup>[1]</sup>。

### （三）深度开发引入人工智能

科技迅速发展的今天，人工智能（AI）已成为各行各业不可或缺的革命力量。2024 年 12 月，在北京市出台《关于培育新型文化业态、大力发展文化新质生产力的若干措施》中，明确提出加快传统出版数字化、智能化转型，探索生成式人工智能赋能网络文学产业新路径。

北京市众多出版单位开始开发人工智能技术、应用人工智能技术，例如，2024 年 10 月 22 日，人民邮电出版社科技出版中心在这一趋势的推动下，成功举办了“AI+”图书选题研讨会，吸引了来自学术界、出版界的 30 多位代表，共同探讨了人工智能在图书出版领域的创新应用与未来发展，探索如何使用 AI 技术进行质量提升与效率优化，进而推动学术成果的有效转化。此外，北京出版集团将 AI 赋能传统出版全流程，开发 AI 辅助编辑系统并搭建“京版 AI 营销平台”；中信出版集团自主研发的“智能出版平台”将版权研究、内容生产、视觉生成、营销策划等关键环节与 AI 相结合，实现了出版全流程的智能化重构，大幅提高了图书出品质量和生产效率。

## 三、北京市出版业面临的主要问题

### （一）数字出版与传统纸质出版融合不足

尽管北京拥有丰富的文化资源和强大的内容生产能力，但在数字出版与传统纸质出版融合过程中仍有一些不足。

首先，内容资源融合不足。许多传统出版单位在数字化转型时，未能充分优化内容形式以适应数字传播规律。此外，内容资源多以文字和图片为主，适合网络消费的音视频资源匮乏，难以满足数字时代用户多样化的需求。

其次，传统出版与数字出版融合渠道单一。传统出版产业链较短，主要包含策划、编辑、印制、发行等。其中，传统出版和数字出版在出版和媒介方面的融合不够充分，不过很多出版企业仍然进行了些探索，但也仅限于部分出版企业，两者融合渠道单一的问题仍广泛存在<sup>[2]</sup>。

### （二）市场竞争加剧与消费变化

近年来，图书零售市场规模有所下滑，2025 年 1 月，北京开卷发布 2024 年图书零售市场趋势洞察报告，数据显示，我国图书零售市场码洋规模达 1129 亿元，同比下降 1.52%。同时，行业内价格战频发，影响了出版企业的利润和可持续发展。

随着数字化和新媒体的快速发展，读者的阅读习惯和消费方式发生了深刻变革，传统出版模式难以满足读者对个

性化、多样化内容的需求。过去，读者习惯于纸质书的深度阅读，但如今，移动互联网和智能终端的普及使得数字阅读成为主流。据统计，2021 年我国成年国民的数字化阅读方式接触率高达 79.6%，2023 年北京市的数字阅读用户占比已超过 70%，越来越多的人从“纸上阅读”转向“屏上阅读”，且对内容的需求呈现碎片化、个性化、情境化趋势<sup>[3]</sup>。在数字时代，读者不再满足于传统的纸质图书形式，而是希望获得更加便捷、多样化的阅读体验，这使得传统出版业面临着重大挑战。

### （三）人才与市场匹配度不足

随着信息技术的飞速发展，数字出版行业已经成为北京市出版业的重要组成部分，在当前出版业的数字化转型过程中，人才与创新不足的问题日益凸显，主要体现在复合型人才短缺和创新意识不足两个方面。

首先，北京市出版业的数字化转型需要大量既懂传统出版又懂数字技术的复合型人才，但目前这类人才相对短缺。根据北京师范大学出版科学研究院的调查，出版从业者面对融合出版新技术时，普遍存在“有心理准备但不知道如何下手”的情况，占比达 30.20%。这反映出出版行业在数字化转型过程中，人才的知识结构和技能水平难以满足实际需求。

此外，部分出版企业对新技术的敏感度较低，缺乏创新意识和转型动力。北京师范大学出版科学研究院的调查显示，出版人认为“创新不足”是当前出版业面临的最大挑战。例如，许多出版企业在面对人工智能、大数据等新兴技术时，仍停留在传统思维模式中，未能将这些技术有效融入内容生产和传播过程中。

## 四、北京市出版业发展路径

出版业肩负着提升国民文化自信的重要使命，在推动高质量发展方面动作理应更加迅速钻研理应更加精深，北京市出版业更应当起到带头表率作用。虽然当前出版业遇到了一些新的困难和挑战，但出版业的基本盘是稳的，前景是光明的，本文对北京市出版业的发展提出了以下几点优化路径。

### （一）深化出版业的“数实融合”

首先，北京市出版业应加强思维融合与内容多元化。传统出版企业需树立“互联网+”思维，将传统出版内容与数字技术相结合，实现内容的多元化呈现。例如，通过将优质纸质图书内容数字化，开发电子书、有声书等多种形式，实现内容的二次开发与销售，扩大市场占有率。要利用数字平台的传播

优势,推动纸质图书的销售,形成线上线下融合的良好循环。

其次,加强技术赋能与流程优化。北京出版企业应积极引入智能化编辑工具和数字技术,提升内容生产效率和质量。同时,要利用大数据分析读者需求,为内容创作提供精准方向,提升内容的市场适应性。

最后,加强产业链整合与协同发展。加快构建数字出版产业链,实现生产、运营、销售一体化。传统出版企业可与数字平台、技术公司合作,共同打造融合出版生态。例如,通过与电商平台合作,拓展销售渠道,提升内容的传播范围。通过5G、AR/VR等新技术,丰富阅读体验,吸引更多年轻用户。

## (二) 优化市场策略与品牌建设

北京市出版业应通过精准的市场调研和数据分析,明确自身品牌定位和目标读者群体。例如,出版单位可以根据自身优势领域,如人文社科、少儿出版、教育出版等,进一步细分市场,开发针对特定人群的产品线。通过细分市场,出版企业可以更好地满足不同类型和层次的需求,避免同质化竞争,提升市场竞争力。

同时,品牌建设是出版业在竞争中脱颖而出的关键。出版单位需树立品牌意识,打造具有鲜明特点和核心竞争力的品牌形象。例如,北京出版集团通过优化产品线,持续打造“大家小书”“京华通览”等品牌,提升品牌美誉度和市场竞争力<sup>[4]</sup>。此外,出版单位应利用多种渠道加强品牌传播,包括国际书展、新媒体平台等,提升品牌的国际影响力;也应创新营销方式,加强自有营销渠道的建设,利用大数据和用户画像实现精准营销。

## (三) 实施内容精品化战略

首先,出版业要强化选题策划与论证。实施内容精品化战略需要从选题策划入手,优化选题结构,提升选题质量。出版单位应围绕国家重大战略需求、社会热点以及读者需求,精心策划选题。例如,北京出版集团通过成立编辑委员会和重大出版工程办公室,优化选题论证机制,确保选题的科学性和前瞻性,其他出版单位也应向其看齐。此外,出版单位应加强与专家学者的合作,建立选题论证的“智库”机制,通过多级论证筛选出具有学术价值和社会影响力的选题。

同时,要坚持内容为王,提升出版物内容质量。内容精品化的核心在于高质量的内容生产,出版单位应牢固树立精品意识,聚焦优质内容资源的建设和开发,以及内容的深度与广度,打造思想精深、艺术精湛、制作精良的出版物。通过深耕细作,推出更多具有思想性、艺术性和创新性的出

版物,满足读者对高品质文化产品的需求。同时,出版单位需坚持正确的出版导向,将社会效益放在首位,确保内容的高质量和文化价值。

## (四) 加强出版人才队伍建设

首先,北京市出版业应从顶层设计入手,优化人才培养体系,注重培养既懂传统出版又懂数字技术的复合型人才。高校和出版机构需加强合作,构建“政产学研用”一体化的人才培养模式,通过课程优化、教材更新和实践教学,提升学生的综合素养<sup>[5]</sup>。同时,高校应调整课程设置,纳入数据分析、数字编辑、新媒体运营等前沿内容,培养适应新时代出版需求的复合型人才。其次,要进一步树立开放的数字出版人才发展观念。出版单位要制定可以广泛吸纳以及留住数字出版领军人才和骨干人才的选拔聘用制度,创新完善人才管理机制。传统出版单位和新兴出版企业在人才建设方面应互相交流,建立长效化人才流动机制,实现优势互补<sup>[6]</sup>。此外,要加强校企合作与实践教学。出版业的复合人才培养需要高校与企业的深度合作。高校应与出版机构建立常态化合作机制,为学生提供实习和实践机会,增强其实际操作能力。最后,要完善人才考核与激励机制。出版机构应调整考核机制,通过考核引导编辑成为“两专多能”的复合型人才,即在编辑专业和学术专业方面成为“专家”,在相关领域成为“能手”<sup>[7]</sup>。同时,出版机构需平衡人才培养与引进,通过内部培养和外部引进相结合的方式,形成合理的人才梯队。

## 参考文献:

- [1] 北京数字出版发展呈现新特征与新趋势[N]. 中国社会科学,2024-06-04.
- [2] 谭利彬.传统出版与数字出版融合共赢发展之路径探析[J].传播与版权,2023,(15):73-75.
- [3] 李友生.融合出版趋势下传统出版社的经营策略转型研究[J].传播与版权,2025,(02):64-66.
- [4] 北京出版集团董事长康伟:打造新时代中国一流的“出版+”集团[N].《出版人》杂志,2022-05-25
- [5] 张文晋,张永丽.出版业高质量发展中高校出版人才培养策略研究[J].传媒,2023,(22):78-80.
- [6] 李婧璇.出版融合转型:六大成果和五大问题[N].中国新闻出版广电报.2019-06-17.
- [7] 王广照.新时代融合出版人才队伍建设路径[N].中国出版传媒商报,2024-11-13.