

年终盘点②

好书 好剧 好文创

本报记者 李 丹

2025年的阅读消费市场呈现融合发展新场景。AI赋能让数字阅读体验持续优化,形成覆盖全年龄段、全场景的阅读生态;网络文学与微短剧深度融合,更多出版机构积极推动优质内容与影视、短剧等相互转化;文创等图书周边消费品为图书IP跨界延伸提供了巨大空间。图书消费正在塑造融合发展新生态。

数字阅读增长快

随着智能手机、平板电脑、电子阅读器等电子设备广泛普及,数字阅读给读者带来随时随地的阅读便利,旅行、通勤等碎片化场景也能轻松满足阅读需求。数字阅读平台不仅能提供海量内容,还通过算法精准推荐,为用户匹配阅读内容。

2025年发布的《第二十二次全国国民阅读调查报告》展现了数字阅读的普及程度。我国成人人口的数字化阅读方式接触率为80.6%,涵盖电脑端网络在线阅读、手机阅读、电子阅读器阅读、Pad阅读、听书、视频讲书等多种形式。其中,手机阅读以78.8%的比例占据主导地位,成为人们获取知识、享受阅读乐趣的主要途径。数据充分表明,数字化阅读方式已深度融入国民生活,成为人们日常生活中不可或缺的一部分。

数字阅读的蓬勃发展带动了数字出版产业的繁荣。由中国音像与数字出版协会发布的《2024年度中国数字阅读报告》显示,2024年,我国数字阅读市场总体营收规模为661.41亿元,同比增长16.65%。数据不仅体现了数字出版产业的强劲发展势头,更反映出市场对数字阅读内容的旺盛需求。

出版融合发展也呈现出快速发展的良好态势。据统计,2024年,出版融合发展收入总计97.24亿元,较2021年增长19.1%。出版融合发展打破了传统出版与数字出版的界限,实现了内容、渠道、技术等多方面的深度融合,为数字出版产业注入新活力。

作为数字阅读重要组成部分的网络文学也实现快速增长。《出版融合发展报告(2025)》显示,2024年,网络文学营收规模达495.5亿元,同比增长29.37%;用户规模累计达6.38亿,同比增长16%。AI翻译技术充分发挥桥梁纽带作用,助力中国网文更好地走向世界。据统计,截至2025年,中国网文翻译出海作品总量已超1.36万部。

出版入局微短剧

相关统计显示,2024年,近7亿用户撑起了规模超500亿元的微短剧市场,并首次超越电影票房,成为内容消费新赛道。2025年竖屏剧产量预计将达4万部,参与短剧产业的相关企业已超过10万家。其中既有阅文集团、掌阅科技等具有网文业务优势的数字内容公司,也有许多MCN机构、广告公司、品牌方及传统影视公司参与。一些出版机构也纷纷试



小朋友在山东省青岛市市北区公益AI智能儿童阅读馆体验AI阅读。

王海滨摄(新华社发)

水短剧制作和出品。

网络文学经过近30年的类型化发展,以其高度成熟的类型叙事模式为微短剧提供了可直接转化、易于观众快速识别的叙事模型,如重生、逆袭、穿越等“爽点”元素,成为微短剧吸引观众的重要手段。网络文学平台拥有的海量作品资源,为微短剧提供了丰富的改编素材,原著粉丝成为微短剧受众的基本盘,提升了微短剧的影响力。

作为内容产业的核心支柱,出版业积淀了大量优质内容资源,这些资源在微短剧领域的开发潜力有待释放。一些出版机构敏锐捕捉市场机遇,正在积极探索深度参与微短剧制作。2024年12月,黄河出版传媒集团联合出品的微短剧《三星堆里有个村》开机拍摄,并于2025年9月在学习强国平台首发。2025年8月,由江西省出版传媒集团等出品的古装微短剧《沉香天传奇》热播。人民法院出版社旗下的人民法院电子音像出版社影视中心、北京法信文化传播有限公司等策划出品了《楷模》《檐下浮生》等20余部法治微短剧,探索出一条“普法宣传+微短剧”新路径。广东省出版集团、深圳出版集团等多家出版机构也在积极推动优质内容与影视、短剧等相互转化。

随着用户审美水平的提升和市场竞争加剧,相信微短剧将逐渐摒弃依赖猎奇情节、感官刺激与情感宣泄的创作逻辑,出版业内的优质资源和深度内容将成为微短剧行业实现长效发展的核心支撑。同时,通过影视引导阅读原著可进一步激活出版机构的存量IP,

激发年轻群体的阅读兴趣。

文创开拓新空间

2025上海书展数据显示,文创产品收入增幅已超过图书,标志着“文创赋能”时代的到来。

国家图书馆通过“礼出东方”等主题文创,开发产品1800余种;人民文学出版社通过系统化运营,实现文创年营收4000万元的突破;“我是不白吃”IP从知识动漫出发,实现了图书、电商、主题乐园等全产业链布局。与图书相关的文创产品,正在成为出版业新的增长点。

如今,文创产品在书店已牢牢占据一席之地,书店实现了从售书场所到“文化体验空间”的功能迭代。文创不再是书籍的附属品,而是“从书出发”,成为读者与文化之间新的沟通途径。2025年举办的各类图书展会上,文创与印章成为人气担当,不少读者为了集齐一套印章愿意排队等候。人民文学出版社“文学包袱”编织袋成为爆款,不少作家大咖也纷纷背着这只“显眼包”拍照打卡。

读者购买文创产品后,通过不断地使用,让文字以物质形态不断出现在生活中,形成可以触摸的文化符号。使用文创产品所引发的社交互动,也推动文字形成二次传播。山东省图书馆在2025年考试季前夕推出“攀蟾折桂”系列文创,为考生送上祝福。这种可感知、可对话、可传承的活的文化基因,将为一代又一代人提供深层次的精神滋养。



让适老好物融入生活

本报记者 康琼艳

北京市西城区居民梁蓓的公婆已年近80岁,单元楼门口的台阶越来越成为老人出门的障碍,为此下楼频次日渐减少。“出门少了,老人的生活失去很多乐趣。”梁蓓说。

和梁蓓面临的情况相似,家住北京市海淀区的石泉最焦虑的就是母亲独自在家安全。2024年3月,石泉决定改造已经陪伴了母亲40多年的老房子,为年近90岁的母亲重新打造一个舒适的家。

近年来,随着老年人口增多,既有居住环境不适老情况愈加突出。中国建筑设计研究院适老建筑实验室主任王羽告诉记者,受生理机能退化性变化和疾病影响,老年人抵抗环境安全风险的能力下降。相关数据显示,超过一半的老人反映日常生活有困难。“弯腰困难够不到、抬腿困难易绊倒、肢体受限久坐难、视觉退化看不清等问题十分常见,老人特别需要环境提供行为支持。”王羽说。

截至2024年底,我国65周岁及以上老年人口已达2.2亿人,占总人口的15.6%,其中近90%的老人选择居家养老。居家环境的适老化改造日益受到关注,越来越多家庭倾向于在老年人步入高龄前实施全屋适老化改造。

数据显示,“十四五”以来,全国共完成224万户特殊困难老年人家庭适老化改造任务。2025年,居家适老化改造被纳入消费品以旧换新支持范围,共补贴资金近7亿元,带动销售额28亿元,售出产品465.5万件。

为了让公婆生活得更加安全和舒心,梁蓓决定为老人重新装修房屋。作为承担这项任务的设计师,若家设计创始人罗茗首先考虑的便是老人的居家安全——防跌倒。中国疾病预防控制中心数据显示,跌倒已成为我国65岁以上老年人伤害死亡的首要原因,每

年约有4000万名老年人至少发生一次跌倒,其中一半发生在家中。

为了让老人远离跌倒风险,罗茗打造了一个安全感满满的方案——以遇水发湿的PVC卷材替代传统瓷砖地板,柜体开放格增加隐形扶手给予老人随时随地的支持,卫生间以新颖的坐式淋浴器让老人安心洗浴。

不仅居家更安全,一系列令人惊喜的小心思更让老人的生活品质直线拉升。玄关处的换鞋凳免去了老人站立换鞋的不安全感;厨房的高低台面精准满足了老年人借力的刚需;明亮无影的软装天花灯弥补了老人视力的不足;客厅里的高密度海绵沙发让老人坐着不窝陷,起身更容易;明格设计让老人常用物品就在眼前,既方便拿取,还能避免忘记;老两口分床不分房的布局让老人既能相互照应,又互不打扰。

2025年5月,《住宅项目规范》实施,适老化正式成为“好房子”的标配。AgeClub联合创始人、银创资本投资合伙人邹清鹏表示,随着“60后”逐步退休,其对生活品质要求提高,更多人愿意进行适老化改造,服务内容从基础辅具延伸到卫浴、厨房乃至全屋翻新,一批具备专业能力和资源整合力的服务商将迎来快速成长,市场将朝着更细分的方向发展,并为上游建材、家具、老年用品等企业带来新的产品创新与渠道机会。

“只有切实了解老年人的眼睛、耳朵、骨骼、心理等发生了哪些变化,才能更有针对性地进行适老化设计,弥补老年人身体功能上的衰退。”王羽表示,适老化设计最基本的原则就是尊重老年人身体与心理状态的变化,既要满足老年人对安全便利的基本需求,还要关注老年人的改善型需求,以环境支持提

升老年人的能力表现,助其自主完成更多事情。

提到适老化,很多人首先想到的是明黄色的扶手和轮椅,这让适老化改造被贴上了“衰弱”“老派”等负面标签。罗茗表示,目前大众对适老化的认知还存在诸多误区,有的甚至认为适老化改造就是“医院化”。“养老房其实80%是通用设计,防滑、无障碍、收纳等设计不只是方便老人,也是所有家庭成员所需要的,只是强调的程度不同。”罗茗说。

“人的衰老是一个逐渐变化的过程,需要通过环境的不断改善来获得支持。”王羽表示,要想让养老房动态适应不同的改造需求,首先要有“预留思维”,就是通过某个阶段的特殊需求预留空间、接口等安装条件,待需要的时候用灵活可变的改造技术动态适应新的情况。譬如,卫生间墙面可以安装通用扶手接口,不需要的时候隐藏起来,需要时则能够快速安装更换,以满足不同身体状态老年人的使用需求。在日常工作中,罗茗也会建议有老人的家庭提前把门洞和通道做宽一些,屋里尽量减少台阶或斜坡替代,方便未来轮椅或急救担架的进出。

适老化改造涉及建筑改造、医疗健康、养老服务、家装硬件、辅具设施、智能产品等多个领域。不同年龄段、不同健康状态的老年群体需求各异,也倒逼适老服务供给从单一迈向多元。2025年,北京、天津、青岛等多地推出居家适老化改造“焕新”补贴政策,越来越多适老好物融入老人生活。小到防滑垫、感应灯、智能开关,大到护理床、移位机、升降灶台,覆盖居家生活全场景的适老化产品为老年人享受有尊严、高品质的晚年生活提供了支持。

在北京乐乐儿童发展研究中心,老师带领孩子们阅读绘本。

朱珊珊摄(中经视觉)

从社区无人超市的刷脸支付,到直播间AI虚拟主播精准带货;从全屋智能的场景化服务,到远程医疗实现实时问诊……过去一年,智慧消费以技术创新为锚点、消费升级为牵引,激活了万亿级市场的消费潜力,更以其多元化、个性化特质,为消费市场绘就更具活力与韧性的新蓝图。

消费更智慧,在于让“需求牵引供给”照进现实。传统消费模式里,商家卖什么,消费者买什么;智慧消费生态中,消费者的行为本身成了数据源泉,通过实时分析预测,企业能够精准洞察潜在消费需求,甚至实现“以需定产”的柔性制造。比如,基于用户浏览与购买数据,直播间里的智能导购可以提供最贴心的穿搭建议;智能家电生产商通过收集用户使用习惯数据,可以主动提醒用户维护或优化运行模式。这些萌生于买卖双方的互动交流不仅极大地提升了消费体验,更减少了资源的错配与浪费,推动市场供给从规模化迈向精细化。

消费更智慧,还在于打破线上线下边界,搭建起沉浸式、个性化的消费新空间。智慧消费不再局限于单一产品或服务,而是通过技术赋能构建跨领域的消费生态。戴上VR眼镜,穿越时空欣赏圆明园“万国园”的盛景、与虚拟的历史人物互动;简单描述病情,AI医生不仅能给出极具个性化的求医问诊建议和报告解读,还能直接无缝跳转至实体医疗机构的挂号、购药服务。还有AR试妆、虚拟试衣间、数字人客服……这些创新应用让消费者从单纯的交易行为,转化为融合了娱乐、问诊、社交等的复合体验,为消费市场开辟更多增量空间。

过去一年,智慧消费发展如火如荼,也伴随着“成长的烦恼”。比如,消费者在享受个性化智能服务时,可能面临数据被过度采集、滥用乃至泄露的风险。构建完善的法律法规、清晰的授权机制与可信的技术防护体系,是智慧消费行稳致远的基石。同时,智慧消费的健康发展还需避免陷入“技术至上”的误区,防止算法歧视、大数据“杀熟”等损害消费者权益的行为。企业在追求效率与利润的同时,应坚守商业伦理,政府监管部门应着力强化监管执法水平,共同维护公平透明的市场环境。

当然,关于智慧消费的未来还有无限期待。应推动技术普惠,通过简化操作流程、降低产品成本,让县域和乡村消费者也能享受到智能便利,弥合数字鸿沟;应强化数据安全保障,规范消费信息采集与使用,避免个人隐私泄露,增强消费者信任;应聚焦绿色低碳发展,利用智慧技术优化供应链管理,推广节能型智能产品,实现消费升级与生态文明建设的协同推进。

相信随着持续的技术创新与消费升级,一个更加高效、包容以及可持续的消费市场正加速向我们走来,推动智慧消费在大幅提升消费效率、拓展场景边界的同时,始终践行以人为本、智能向善的发展理念,让每个人都能在数字经济浪潮中共享发展红利。

深圳老年用品商场“深业·健康汇”展示居家安全、娱乐生活、智能照护等50余个品类的数百种智能居家适老产品,吸引了众多市民前来了解、选购。图为消费者在体验折叠电动代步车。

新华社记者 梁旭摄