

## 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够提供海量内容,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到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)



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“攀蟾挂桂”系列文创,为考生送上祝福。这种可知、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。



在北京乐米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“万园之园”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药建议和报告解读,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……这些创新应用把消费从单纯的交易行为,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,让县城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。

## 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的安全。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,受生理机能退行性变化和疾病影响,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、肢体受限起坐困难、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。

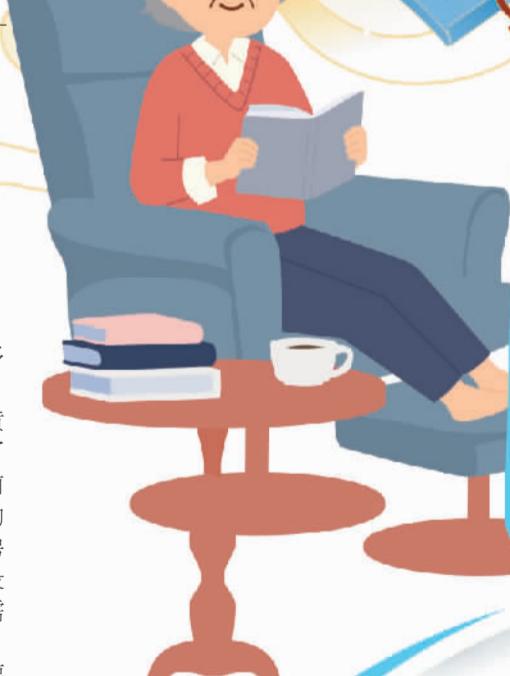
为了让公婆生活得更加安全和舒心,梁蓓决定为老人重新装修房屋。作为承担这项任务的设计师,茗家设计创始人罗茗首先考虑的便是老人的居家安全——防跌倒。中国疾病预防控制中心数据显示,跌倒已成为我国65岁以上老年人伤害死亡的首要原因,每

升老人的能力表现,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”,就是通过为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以斜坡替代,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。



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余种品类的数百种智能居家适老产品,吸引众多市民前来了解、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



本版编辑 林语晋 美编 夏伟