

《我的长征》新书首发:以普通战士视角还原长征历程

《我的长征》已由生活·读书·新知三联书店出版。这本书聚焦红一方面军、红25军、红二方面军、红四方面军四路红军长征全景,辑录了4位老红军的口述回忆,由他们的子女及文史工作者整理成文,为读者呈现了一段可感可触的长征记忆。

日前在京举行的新书首发活动上,嘉宾们讲述了老红军口述资料搜集、访谈与整理的全过程,分享了一手亲历史料背后的故事。嘉宾表示,伟大的长征是一个个鲜活生命用坚持与信仰拼出来的,我们这个时代的每个人也要走好自己的长征路。据介绍,这本书的4位讲述者参加长征时都是普通战士和基层军官,以亲历者的第一视角呈现长征路上的艰难险阻、生死考验与战友情深。

据新华社

“成功学”童书为何会“霸榜”？



《成大事者:我命由我不由天》《狼之道》《孩子,你要懂点人情世故》……前一段时间,一份业内机构发布的2025年童书销售榜单引发社会关注。在这份榜单里,如上述有关“成功学”的童书占据前列。“成功学”童书为何会“霸榜”?这些书籍对孩子成长会造成什么影响?孩子到底需要什么样的童书?记者就此进行了调查采访。

B 算法推荐影响图书销售

此类“成功学”童书在电商平台卖得火热,在线下实体书店如何?记者探访了几家实体书店。

与线上不同的是,在实体书店,记者并未看到这些“成功学”童书。记者向一家书店老板询问是否有类似童书,书店老板翻来翻去,也只找到《每天懂点孩子心理学》《正面管教,孩子的成长99%靠妈妈》这样文字为主的成人书籍。“这主要还是给父母看的,没有专门面向孩子的‘成功学’。”这名老板顺势说了一句,“孩子看‘成功学’,能看懂吗?”

为什么线下实体书店反而没有大力推销此类童书?业内人士认为,这恰恰是问题所在。

“自2020年以来,实体书店的减少和内容电商的快速崛起,改变了少年儿童出版‘种草’的土壤。据监测,2025年实体店渠道在图书零售市场占比下滑至不足4%,高达九成的图书都是家长线上替孩子买单。这就导致孩子的阅读喜好实质上被父母的急功近利替代。”郑重说。

那么,此类童书的畅销,是家长的刚需,还是出版源头的供给偏好所致?在业内人士看来,原因不在供给端,也不在需求端,而在渠道。

“电商平台作为童书主要销售渠道,对这些功利性‘成功学’童书的影响极大。说到底,是流量绑定了销量,进而加剧了童书的功利化。”郑重说。

记者调查了解到,童书的出版发行经历了两个阶段。在以前,出版社出版一本童书,以图书标价六折左右的价格给一级分销商,一级分销商再以七折左右的价格给二级分销商即市县书店,最终这些书店以八折左右的价格上架售卖,如此,链条上的每个主体都能分得一定利润。

如今,电商平台尤其是短视频、社交等内容电商成为童书售卖的最主要渠道,其分销模式也发生了变化。出版社发行的童书在内容电商平台上线,需要花钱购买流量,让平台进行推广销售。郑重说:“以前是人找书,就是读者来搜集想要看的书。现在是书找人,就是这些平台会通过算法,通过用户画像,精准投送给用户群体这些书籍信息。”

电商平台、算法流量,这些到底对童书销售影响几何?记者采访了北京开卷信息技术有限公司总经理蒋艳平。

“‘成功学’童书近年市场规模持续快速扩张,据我们监测,2023年至2025年,该类图书在少儿市场的实洋占比从3.07%提升至7.56%,2026年上半年达到9.12%。”蒋艳平说。

同时,业内人士关于算法推荐影响销售的说法,也得到了数据支撑。据统计,“成功学”童书在2026年1-6月内容电商的图书实洋占比已经达到87.16%,相比2023年的63.67%大幅提升,且该类图书占比远高于低幼启蒙、少儿文学等其他少儿细分品类。蒋艳平表示,算法推荐对该类图书销售有极强的推动作用,当前的增长需求更多是算法投流和传播模式所制造,而非家长原生刚性需求。

C 专家建议优化平台算法

令人担忧的是,“成功学”童书畅销的势头还在上升。从榜单数据看,“成功学”童书在少儿图书TOP100的上榜数量从2023年的7本快速增长到2025年的34本,销量贡献占比从13.36%提升至41.31%。同比之下,少儿文学近年码洋同比增长率持续下滑。

郑重告诉记者:“一本沉浸下来精心编写出版的童书,成本可能在几十元,但是一本三五天就编出来的‘成功学’童书,可以把成本控制在几块钱,这样就可以在电商平台购买流量大量铺货,靠着薄利多销,挤占优秀儿童文学的市场。”

“如此一来,童书作家和出版社想沉浸下来做一本好书变得越来越难。”郑重呼吁,必须从治理渠道生态着手。他建议,一方面,电商平台应设置流量特区,即将图书类或者童书类单独作为一个门类,不与其他品类商品按照同等价格进行流量竞争,提升行业投资回报率,让有版权的优质童书能进入投流销售体系。另一方面,平台应当优化算法推荐,加强对优秀儿童文学的推荐,注重经济效益与社会效益、文化价值的平衡,而不能只是看重流量、销量和收益。

专家表示,这不仅是图书出版的问题,更是社会风气和文化教育的问题,需要多方合力予以解决。

“这些‘成功学’童书会影响孩子的价值观。”丁如一说,“需要有关部门从市场监管的角度,对这些‘成功学’童书的霸榜问题进行治理。同时,文化部门、教育部门和学校都应当采取一些措施,比如列出更多优秀儿童文学的推荐书单。”

今年2月施行的《全民阅读促进条例》明确,“国家新闻出版主管部门会同国务院有关部门制定少年儿童阅读计划,针对少年儿童的心智发展水平、认知理解能力推广阶梯阅读,开展与其阅读特点和规律相适应的阅读指导活动。出版单位应当根据阶梯阅读的要求,有针对性地出版适宜不同年龄段少年儿童阅读的出版物。”

专家表示,希望条例能够落地落细,建立完善的儿童阶梯阅读体系,根据少年儿童的不同年龄、年级,对家长和孩子如何选择书籍、如何指导阅读以及阅读效果评估进行辅助推荐。“我们还是有优秀儿童图书的,现在要想法,让这些书籍能够被更多家长和孩子看见和阅读。”郑重说。

据《人民日报》

