

2010~2025少儿出版文献计量可视化分析

潘昕卓

北京印刷学院出版学院, 北京

收稿日期: 2026年6月11日; 录用日期: 2026年7月9日; 发布日期: 2026年7月17日

摘要

随着少儿出版需求的升级与出版业数字化转型的加速, 少儿出版已从传统纸质出版单一形态发展为融合多元媒介、聚焦儿童成长的综合性文化领域。为系统梳理近十五年少儿出版领域研究脉络、研究热点与发展特征, 本研究以2010年~2025年中国知网(CNKI)数据库中少儿出版主题的北大核心期刊为研究对象, 筛选得到350篇有效文献, 运用CiteSpace可视化工具, 通过发文量分析、机构合作网络、关键词聚类等方法, 系统梳理该领域研究脉络与热点变迁。研究发现: 近15年少儿出版研究的北大核心期刊发文量呈现周期性变化, 核心研究力量集中于中国少年儿童新闻出版总社、安徽少年儿童出版社、湖南少年儿童出版社等, 研究热点聚焦少儿出版、儿童文学、科普图书、儿童阅读等方向。

关键词

少儿出版, 主题出版, 少儿科普图书

Bibliometric Visualization Analysis of Children's Publishing Literature from 2010 to 2025

Xinzhao Pan

College of Publishing, Beijing Institute of Graphic Communication, Beijing

Received: June 11, 2026; accepted: July 9, 2026; published: July 17, 2026

Abstract

With the upgrading of children's publishing demands and the acceleration of digital transformation in the publishing industry, children's publishing has evolved from a single form of traditional paper publishing to a comprehensive cultural field that integrates multiple media and focuses on children's growth. To systematically sort out the research trajectory, research hotspots, and development

characteristics of the children's publishing field over the past fifteen years, this study takes the Peking University core journals on children's publishing topics in the CNKI database from 2010 to 2025 as the research object, screening out 350 valid articles. Using the CiteSpace visualization tool, through methods such as publication volume analysis, institutional collaboration network, and keyword clustering, the research systematically sorts out the research trajectory and hotspot changes in this field. The study finds that the publication volume of Peking University's core journals on children's publishing research over the past 15 years exhibits cyclical changes. The core research forces are concentrated in China Children's Publishing House, Anhui Children's Publishing House, Hunan Children's Publishing House, etc. The research hotspots focus on children's publishing, children's literature, popular science books, children's reading, and other directions.

Keywords

Children's Publishing, Thematic Publishing, Children's Science Popularization Books

Copyright © 2026 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

在全球化深化与数字技术迭代的双重驱动下，国内儿童文化消费市场持续扩容，少儿出版作为夯实文化产业根基的核心板块，其产业形态、传播模式与社会价值正在发生系统性变革。自 2010 年以来，我国少儿出版行业步入高速扩容与结构调整并行的发展新阶段。在政策层面，国家先后出台多项指导性文件，从少儿图书馆建设、“护苗”专项行动到新时代儿童阅读推进等系列政策，持续为少儿出版行业规范发展、价值引领筑牢制度基础；在产业与技术层面，新媒体、AR/VR、人工智能等技术不断渗透出版全流程，有声绘本、互动童书、数字阅读平台、IP 全产业链开发等新业态快速兴起，推动传统少儿出版向“多媒介融合”深度转型。

伴随行业实践的快速演进，少儿出版领域学术成果持续增多，现有研究多围绕“内容创新”“阅读推广”“数字化转型”“IP 全产业链开发”等细分议题展开探讨，为行业发展提供了一定的理论支撑与实践参考。但纵观已有研究仍存在不足：多数研究聚焦单一细分方向，多为个案分析与经验总结，缺少对少儿出版研究成果的整体梳理。

基于此，本文以 CNKI 数据库 2010~2025 年少儿出版主题北大核心期刊文献为研究样本，借助 CiteSpace 可视化分析工具，通过年度发文量统计、科研机构共现、关键词聚类等方法，系统剖析近十五年少儿出版领域的发文时序特征、核心研究力量分布、研究热点演化与主流研究方向，厘清该领域研究现状、现存短板与未来发展趋势，以期少儿出版学术研究深化与行业高质量发展提供参考借鉴。

2. 数据来源与研究方法

2.1. 数据来源

本文研究数据来源于中国知网(CNKI)数据库，检索主题限定为少儿出版相关研究，检索时间跨度设定为 2010~2025 年。为保证文献学术质量与研究权威性，文献来源类别限定为北大核心期刊。选取“少儿出版”作为主题检索词，检索时间节点为 2025 年 6 月 9 日。初次检索得到若干文献后，人工进行数据清洗与筛选：剔除期刊资讯、会议通知、人物专访、图书书评、征稿启事等非学术研究类文献；删除重复

文献、主题关联度极低的无效文献，最终筛选得到有效样本文献 350 篇。将筛选后的文献以 Refworks 格式从 CNKI 导出，作为本次文献计量与可视化分析的基础数据。

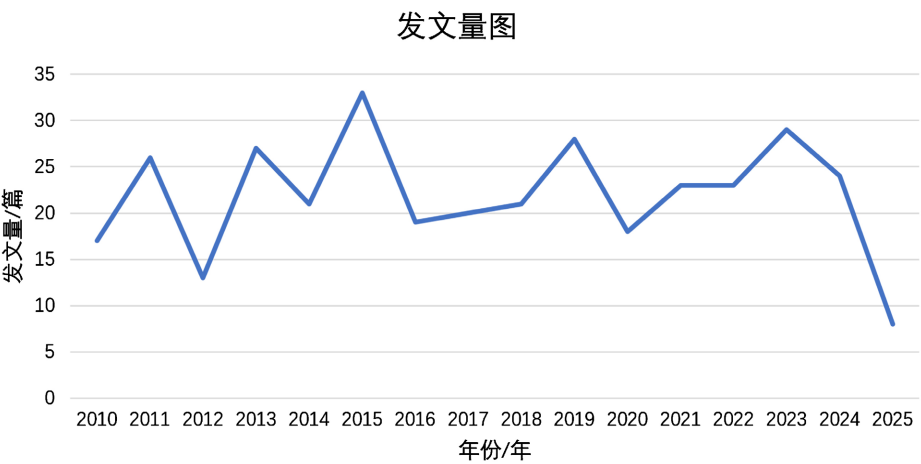


Figure 1. Publication volume chart of core journals in Peking University's main categories for children's publishing from 2010 to 2025

图 1. 2010 年~2025 年少儿出版主题北大核心期刊发文量图

2.2. 研究工具与分析方法

本研究采用 CiteSpace 6.2.R2 文献计量可视化分析软件为研究工具，该工具可通过文献共现、聚类分析、图谱绘制等功能，直观呈现某一学科领域的发文时序特征、研究机构合作关系、关键词热点聚类及研究前沿演进。

具体研究方法如下：

第一，年度发文量分析。统计 2010~2025 年每年少儿出版主题北大核心期刊发文数量，并制作 Excel 折线图，梳理该领域研究热度的时序变化与周期特征。

第二，发文机构共现分析。通过机构节点与连线网络，呈现核心研究单位分布、发文规模及跨机构合作关联程度。

第三，关键词聚类与共现分析。依托关键词聚类图谱，划分少儿出版领域主流研究板块，归纳近十五年核心研究主题与研究热点。

2.3. CiteSpace 参数设置

软件参数统一设置：时间切片跨度设置为 2010~2025 年，单个时间切片长度为 1 年；分别选取机构 (Institution)、关键词(Keyword)作为网络节点；采用 Pathfinder 寻径算法进行网络剪枝，精简图谱连线、提升可视化效果；保留网络中高被引、高频关键节点，保证聚类图谱结构显著、分析结果可信。

3. 数据统计与可视化分析

3.1. 年度发文量

对发文数量开展统计分析，能够展现某一知识领域研究热度的整体演变走向。基于此，笔者利用 CiteSpace 软件，对 2010~2025 年发表的 350 篇文献进行数据可视化分析，统计 2010~2025 年少儿出版主题北大核心期刊年度发文量，绘制年度发文趋势图，具体如图 1 所示。

由图 1 可知，北大核心期刊的少儿出版主题研究的发文数量呈现周期性变化，总体上为先下降再上

升的循环趋势。2016 年~2019 年，2021 年~2023 年这两个时间段呈现逐步上升趋势，在 2010 年~2025 年期间，2015 年、2023 年、2019 年的发文量排在前三，分别为 33 篇、29 篇、28 篇，成为近十五年该领域研究的三个关键节点年份。2015 年，学者的研究主要集中于现状研究、困境与对策、发展趋势、版权交易等，海飞[1]指出 2014 年 7 月，少儿板块超过社科板块；2015 年 2 月再次超过社科板块。同时，也指出 2015 年正在经历第二个黄金十年。2018 年起，我国少儿图书主题出版的品种和零售册数不断增加。近年来，学者的研究主要集中在少儿主题出版、高质量发展、中华优秀传统文化等，谢克芳等[2]认为，主题出版向少儿、文艺、科技领域开拓，少儿主题出版集中在儿童文学和绘本领域，中国传统文化的题材是重点选题方向之一。

总体而言，少儿出版年度发文量变化与国家政策导向、行业产业周期、媒介技术变革高度同步，呈现出明显的政策驱动型与实践引领型研究特征。

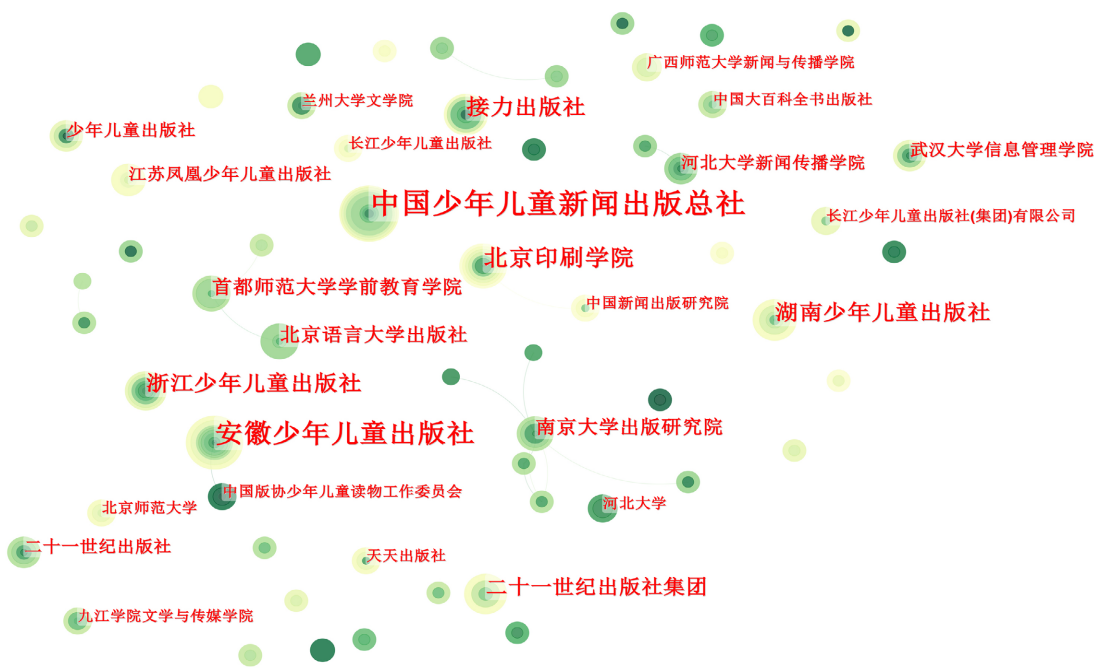


Figure 2. Co-occurrence graph of publishing institutions of children’s publishing main figures in Peking University core journals from 2010 to 2025
图 2. 2010 年~2025 年少儿出版主图北大核心期刊发文机构共现图

3.2. 发文机构分析

利用 CiteSpace 构建 2010~2025 年北大核心期刊的少儿出版研究发文机构共现网络图谱(见图 2)，图谱节点代表研究机构，节点字号大小对应发文数量多少，节点间连线代表机构之间的学术合作关联强度。从发文机构分布来看，少儿出版领域核心研究力量主要分为专业少儿出版机构与高校新闻传播、出版相关院系两大阵营。发文量排名靠前的机构依次为：中国少年儿童新闻出版总社、安徽少年儿童出版社、北京印刷学院、浙江少年儿童出版社、接力出版社、湖南少年儿童出版社、二十一世纪出版社集团等，反映出头部少儿出版集团仍是该领域学术产出的主力军，而北京印刷学院、南京大学、河北大学、武汉大学等高校成为少儿出版学术研究的重要科研院校。

从机构合作网络特征来看，图谱节点数量繁多但整体分布较为零散，节点间连线密度偏低，说明国内少儿出版研究仍以单一机构独立研究为主，跨单位、跨区域、产学研协同合作的整体联动性偏弱。仅

少数机构形成小范围合作集群：如首都师范大学学前教育学院与北京语言大学相关院系合作较为紧密；北京印刷学院与中国新闻出版研究院保持稳定学术关联；南京大学出版研究院与本校信息管理学院、省内高校形成内部研究协作圈。

综上，当前少儿出版研究存在核心机构集聚、整体合作松散的特点，未来亟需强化出版社、高校科研院所、行业协会之间的跨主体协同研究。

4. 关键词聚类分析与文献综述

CiteSpace 关键词聚类的主要作用在于揭示隐藏在大量文献数据中的研究主题结构、知识演进脉络以及领域热点通过对少儿出版聚类研究分析可以大致地勾勒出少儿出版的不同研究模块和方向。少儿出版聚类图如图 3 所示，根据分析结果可知，Q 值为 0.6243，大于 0.3，S 值 0.9263，大于 0.5，表明此关键词聚类图结构显著，具有一定的可信度。由少儿出版聚类图可知，前 10 个聚类群分别是：#0 少儿出版、#1 原创、#2 出版业、#3 儿童文学、#4 少儿图书、#5 科普图书、#6 儿童阅读、#7 少儿读物、#8 媒体融合、#9 少儿阅读。

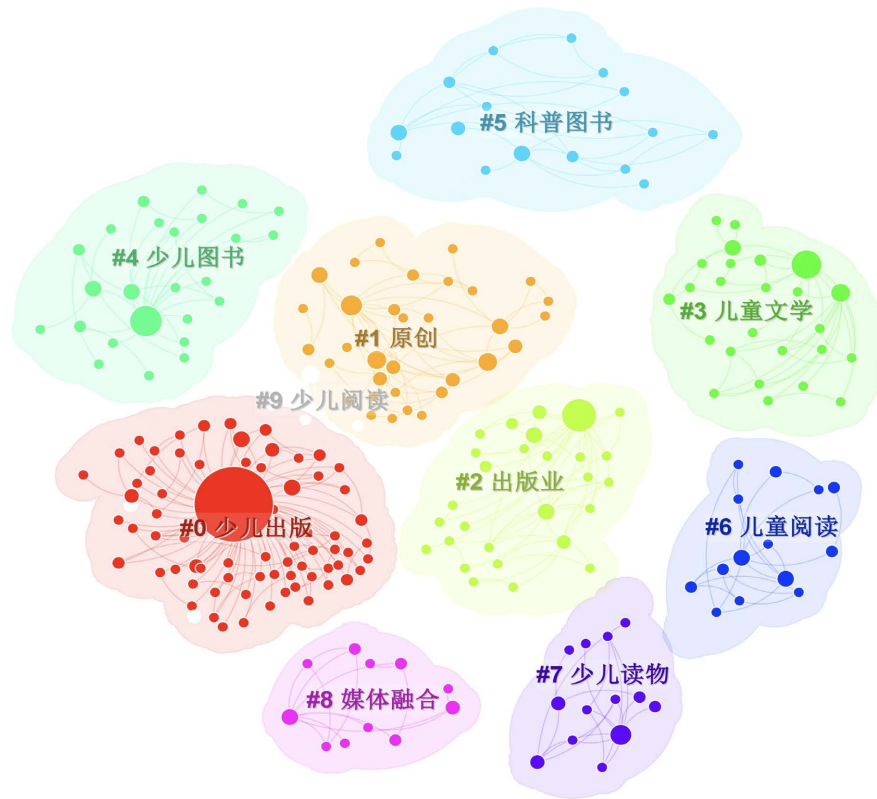


Figure 3. Co-occurrence graph of keyword clustering in core journals of Peking University for children’s publishing main images from 2010 to 2025

图 3. 2010 年~2025 年少儿出版主图北大核心期刊关键词聚类共现图

Table 1. Co-occurrence frequency table of keyword clustering for children’s publishing main image in Peking University core journals from 2010 to 2025

表 1. 2010 年~2025 年少儿出版主图北大核心期刊关键词聚类共现频次表

序号	频次	关键词	序号	频次	关键词
1	123	少儿出版	21	4	出版融合

续表

2	24	主题出版	22	4	新媒体
3	21	少儿图书	23	4	儿童阅读
4	16	出版	24	4	融合出版
5	8	数字出版	25	4	阅读服务
6	8	原创	26	3	儿童本位
7	7	创新	27	3	挑战
8	7	儿童文学	28	3	新时代
9	7	童书	29	3	少儿读物
10	5	走出去	30	3	专业化
11	5	少儿阅读	31	3	出版专业
12	5	版权输出	32	3	品牌化
13	5	媒体融合	33	3	品牌建设
14	5	发展	34	3	选题策划
15	5	少儿科普	35	3	出版业
16	5	童书出版	36	3	商业模式
17	5	少儿	37	3	图画书
18	4	知识服务	38	3	出版现状
19	4	全民阅读	39	3	儿童绘本
20	4	AR 技术	40	2	发展策略

通过对上述关键词聚类的归纳整理(见表 1),可以得出 2010 年~2025 年间,北大核心期刊“少儿出版”主题的热点研究范围,主要包括以下几个方面。

4.1. 内容生产维度：原创能力的觉醒与主题出版的深化

首先,关于原创少儿出版的困境与突围,学界观点呈现出显著的历时性演变。早期,研究多聚焦于“同质化严重”“引进版挤压原创空间”以及“创作队伍断层”等基础性问题。如马桂琴[3]探讨了原创少儿科普图书目前存在内容注水、创作水平不高、出版形式缺乏创新等问题,并从提升创作质量、加强专业团队建设、优化出版流程等方面提出了改进建议。寿天舒[4]针对同质化跟风严重、低俗内容泛滥、城乡资源分配不均等问题,提出了增强原创性、构建民族品牌、加大营销力度等对策,以推动少儿图书出版行业的可持续发展。近年来,随着“双减”政策落地及文化自信提升,研究重心转向原创品牌的精细化运营。学者们普遍认为,单纯的“数量增长”已转向“质量提升”。例如,何龙[5]以长江少年儿童出版社为例,强调了坚持打造原创类少儿科普读物以及品牌化 IP 运营的策略;包晓云[6]则从国家战略、行业发展、市场三个维度阐述新时代少儿科普图书出版面临良好发展机遇,并且认为当前原创少儿科普图书出版存在原创力不足、低质竞争过度、品牌影响力不强的问题,从政治站位、选题策划、品牌建设等方面给出了改善策略。

其次,关于“少儿主题出版”的研究实现了从“边缘”到“热点”的跨越。姚磊[7]指出,少儿主题出版存在认识误区,如主题出版概念窄化、专业化以及实施中的问题,如跟风出版、选题同质化,并提出要通过提高编辑政治素养、围绕优势资源策划选题、注重时效性、突出创新等路径,推动少儿主题

出版高质量发展。研究热点集中在如何利用中华优秀传统文化与红色资源进行创新转化。例如,周霞[8]从中华古典名著切入,分别从认知维度、情感维度、美学维度、道德维度这四个维度对少儿版古典名著出版策略进行了探究,在认知维度,要以少儿能理解的方式讲述中国故事;在情感维度上,通过提炼美好情感来拉近少儿与经典文本的心理距离;在美学维度上,应生产符合少儿审美特征的书籍,弘扬中华美学精神;在道德维度上,引导少儿对传统价值观的批判性审视。石磊[9]和胡隽宓[10]则肯定了“漫画版”“动漫+”等现代化表达形式在拉近少儿与严肃主题心理距离方面的积极作用。这表明,研究视角已从“要不要做”转变为“怎么做才有趣”。

4.2. 技术赋能维度：从数字化转型到沉浸式融合

技术应用是本时段研究的另一大显著特征,其研究脉络清晰地划分为两个阶段:数字出版的探索期与深度融合的爆发期。

在第一阶段(约2010~2018年),研究焦点集中在“载体转换”与“AR技术的初步应用”。这一时期,学者们主要探讨如何利用新媒体技术解决少儿阅读的“互动性”问题。部分学者较早关注了数字化转型中的渠道整合,如叶丹[11]分析了我国少儿报刊在数字化转型过程中面临的挑战,如内容创新不足、传播形式和渠道的限制,以及对策,包括利用新技术、优化内容、加强品牌建设,并以中国少年儿童新闻出版总社为例,探讨了具体的融合发展路径。蒋昀洁等[12]基于消费者购买决策模型,分析了融合背景下少儿图书消费者的决策特点,并提出了包括内容创新、渠道整合和精准营销在内的品牌化营销策略,以提升少儿图书的市场竞争力。此外,一些学者则深入分析了AR技术在应用中面临的“技术门槛高”“内容注水”及“成本控制难”等现实瓶颈。赖雪梅、杜都[13]针对少儿出版AR应用所面临的技术门槛高、内容资源不足及市场认知度低等挑战,通过具体应用案例,提出了优化内容设计、提升技术实现和加强市场推广的建议。李俊[14]指出了AR图书出版在内容生产、技术应用、用户体验、成本控制、行业标准及市场推广等方面面临的挑战,并提出了通过技术创新、内容优化、成本控制和用户体验提升等途径实现突破的解决方案。

进入第二阶段(约2019~2025年),研究转变为对于“出版融合生态”的构建。随着5G、VR技术的普及,研究不再局限于单一技术应用,而是转向“全场景服务”与“儿童本位”的回归。贺子岳等[15]探讨了少儿出版在背景下的创新路径,涉及内容生产、传播渠道、服务模式等方面,强调利用数字化、智能化、移动化信息技术和新媒体平台,构建生态体系,提升少儿出版的竞争力和市场值。何龙[16]认为少儿出版融合发展存在诸多机遇,阐述了出版融合在童书领域的应用,包括纸质书到电子书、有声书的转换、整合优秀资源探索多角度的产品衍生、VR技术等科技技术在少儿图书出版中的推广应用,强调了少儿出版融合发展要以儿童为本位,如从儿童视角和阅读心理出发进行出版融合。李荣莲[17]和颜显森[18]在近期研究中不约而同地强调了“以儿童为本位”,警示技术应用不能喧宾夺主,应服务于儿童的认知规律与阅读心理,这标志着该领域研究从“技术崇拜”走向了“理性反思”。

4.3. 产业运营维度：市场格局变迁与高质量发展路径

在产业层面,研究热点紧密围绕市场机制、营销策略及国际化展开,呈现出强烈的“实践导向”。一方面,关于市场与营销的研究完成了从“粗放式增长”到“精细化深耕”的转型。早期研究多关注行业分散、盈利模式单一等宏观问题,如石蕊[19]针对我国少儿图书出版领域存在的出版分散、盈利模式单一、品牌影响力不足等这些问题,提出了增强原创性、构建少儿图书民族品牌、加大营销力度、促进数字化出版等对策,以推动我国少儿图书出版行业的健康发展。而近年来,随着电商渠道成熟与“双减”政策影响,研究更加微观且具体。吴冬艳[20]以2020年少儿图书增长为背景,指出原创少儿出版面临选

题跟风、内容同质化、专业人才匮乏等现实困境，并从主题内容、呈现形式、出版模式、营销渠道、人才培养无五个维度探讨创新路径。陈明敏[21]则系统梳理了从营销 1.0 到 5.0 时代的演变，提出当前需建立“全媒体出版体系”以适应碎片化阅读习惯。此外，关于“走出去”战略，代冬梅等[22]指出，单纯输出内容已不够，应逐步实现走出去的提质增效，利用中华文化的独特魅力参与国际竞争。

另一方面，关于“高质量发展”的探讨构成了该维度的理论升华。不同于以往单纯追求码洋和销量，近五年的研究普遍将社会效益与经济效益的统一作为核心评价标准。如宋思佳等[23]探讨了少儿主题出版在全民阅读背景下的发展现状、问题及未来路径，指出少儿主题出版需从选题策划、内容创新形式多样化、人才培养及营销策略等方面入手，以更好地服务少儿阅读推广，助力少儿主题出版高质量发展。朱婧薇等[24]分析了新时代少儿主题出版的发展趋势，指出所存在的分级创作和阅读观念淡薄、价值观叙事方式生硬、作品同质化倾向等问题，给出了加强作品分级观念、筑牢意识形态防线、创新选题开发路径、优化营销渠道等建议。研究指出，当前少儿出版面临“品种多但精品少”“分级阅读观念淡薄”等挑战，并呼吁通过优化选题策划、加强编辑政治素养、筑牢意识形态防线等方式，推动产业从“高原”迈向“高峰”。

5. 总结

本文以 2010~2025 年中国知网北大核心期刊中少儿出版相关文献为研究样本，运用 CiteSpace 文献计量与可视化分析方法，从年度发文量、发文机构分布、关键词聚类等维度，系统梳理了近十五年国内少儿出版领域的研究概况、热点脉络与整体发展特征。

研究结果显示，十五年间少儿出版核心期刊发文量呈现波动起伏的阶段性特征。2015 年、2019 年、2023 年先后形成研究高峰。学术研究热度紧跟国家文化政策导向、全民阅读推进步伐以及出版行业融合转型进程，同时也受到二孩政策、双减政策等外部环境影响，整体表现出政策驱动和行业实践引领的鲜明特点。研究主力主要来自专业少儿出版机构与高校出版相关院系。中国少年儿童新闻出版总社、安徽少年儿童出版社、北京印刷学院等机构学术成果较为突出。但多数机构仍以独立研究为主，跨区域合作和产学研联动较少，整体学术协作氛围偏弱。

从关键词聚类结果来看，国内少儿出版研究形成四大主流方向。分别是少儿出版原创能力培育与内容品质提升、媒体融合背景下，AR/VR 等数字技术落地应用、少儿主题出版与传统文化内容开发、少儿出版市场运营与品牌建设及对外传播。现有研究多侧重实践梳理与案例总结，理论体系构建较为滞后，量化实证研究、跨学科研究和前沿技术深度探索仍有较大提升空间。

未来少儿出版研究应夯实理论基础，坚持儿童本位理念，强化原创内容创作。加快人工智能与数字技术同少儿出版业态的深度融合，完善分级阅读和主题出版建设体系。推动高校与出版行业开展协同研究，实现学术研究与行业高质量发展相互赋能。

参考文献

- [1] 海飞. 中国童书出版新变化[J]. 编辑之友, 2015(9): 5-8.
- [2] 谢克芳, 王军. 推进少儿主题出版高质量发展的思考[J]. 出版广角, 2023(8): 39-44.
- [3] 马桂琴. 对原创少儿科普图书出版的思考[J]. 出版发行研究, 2014(5): 38-40.
- [4] 寿天舒. 我国少儿图书出版面临的问题与对策分析[J]. 科技与出版, 2015(3): 38-39.
- [5] 何龙. 从内容生产到跨界破圈: 少儿科普出版的品牌打造路径[J]. 出版广角, 2025(3): 3-10.
- [6] 包晓云. 加快原创少儿科普图书出版发展[J]. 出版广角, 2024(4): 67-70.
- [7] 姚磊. 少儿出版社主题出版的误区和实施路径[J]. 出版科学, 2018, 26(3): 70-73.
- [8] 周霞. “讲好中国故事”背景下少儿版古典名著出版策略探析[J]. 出版发行研究, 2022(9): 63-68, 75.

-
- [9] 石磊. 中华优秀传统文化融入少儿主题出版的实践探析[J]. 科技与出版, 2024(11): 95-101.
- [10] 胡隽宓. 少儿主题出版的多元化探索[J]. 出版广角, 2024(2): 30-35, 72.
- [11] 叶丹. 我国少儿报刊融合发展的挑战与对策——以中国少年儿童新闻出版总社为例[J]. 传媒, 2015(13): 47-49.
- [12] 蒋昀洁, 咸玉芳. 媒介融合时代少儿图书出版行业品牌化营销策略思考——基于购买决策模型的调查分析[J]. 科技与出版, 2014(10): 81-86.
- [13] 赖雪梅, 杜都. 增强现实在少儿出版领域应用的发展与提升[J]. 出版广角, 2017(24): 17-19.
- [14] 李俊. AR 图书出版的困境与突破[J]. 出版发行研究, 2020(10): 49-54, 35.
- [15] 贺子岳, 张蒙, 刘永坚. 出版融合下少儿内容服务的创新路径探索[J]. 出版发行研究, 2019(2): 42-45.
- [16] 何龙. 少儿出版高质量融合发展模式探析[J]. 出版广角, 2022(15): 11-15.
- [17] 李荣莲. AR 技术在少儿科普图书出版应用中的问题研究[J]. 出版广角, 2022(7): 79-83.
- [18] 颜显森. 少儿出版融合 2.0 时代的构想与实践[J]. 出版广角, 2022(21): 62-66.
- [19] 石蕊. 文化创意产业视阈中少儿出版商业模式研究[J]. 现代出版, 2015(2): 33-35.
- [20] 吴冬艳. 原创少儿出版的创新路径思考[J]. 编辑之友, 2021(9): 32-36.
- [21] 陈明敏. 中国童书市场营销发展趋势及策略探究[J]. 出版广角, 2024(1): 62-66.
- [22] 代冬梅, 史妍. 新时代少儿出版国际化发展探索[J]. 出版广角, 2023(18): 40-44.
- [23] 宋思佳, 冯广涛. 全民阅读视角下少儿主题出版发展路径[J]. 中国出版, 2019(12): 41-44.
- [24] 朱婧薇, 孙宏艳. 新时代少儿主题出版的高质量发展路径[J]. 出版广角, 2025(4): 115-121.