

第十八届“全国文化企业30强”名单发布

18年从未缺席,出版湘军靠什么?

文化企业的长青,
不靠押注风口,
而靠构建一种“在变化中守住根本、
在风口中保持定力”的韧性基因。

潇湘晨报·晨视频记者 周诗浩 黄上润 汤超 报道

聚光灯又一次打在同一个名字上,这是第18次……2026年5月21日,第二十二届中国(深圳)国际文化产业博览交易会开幕。

展会期间,光明日报社和经济日报社向社会联合发布了第十八届“全国文化企业30强”名单,中南出版传媒集团股份有限公司(以下简称“中南传媒”)再次上榜。这也是中南传媒连续18年荣膺这一殊荣。

18年,意味着一个周期。在纸质阅读面临时代挑战、AI技术颠覆内容生产的当下,这份“全勤奖”显得既珍贵又耐人寻味。它向行业抛出了一个根本性的问题:在这个充满不确定性的智能化时代,文化企业的确定性从何而来?

逐帧解码“湖南出版”的战略定力与内生动力,出版湘军以18年实践给出答案——这是一条“守正突围、内外兼修”的系统性路径……

笃行 改革破局! 持续上扬的18年

中南传媒何以连续18年入选?数字勾勒出这场长跑的上扬轨迹:2025年,中南传媒主营业务收入126.01亿元,归母净利润15.94亿元,净资产约162亿元,在全国出版集团中名列前茅。截至2025年,公司连续十七年获评“国家文化出口重点企业”,在“全球出版50强”中排名中国企业第2位。

行业排名与财务数据的持续向好,折射出稳健的经营底盘。在行业整体承压的周期里,能够保持增长的企业,路径其实非常清晰明确——战略正确,执行有力。中南传媒的持续上榜,是稳健经营与前瞻布局的必然结果,更是一条从改制破局到持续领跑的增长曲线。

守正 从规模扩张到价值深耕

习近平总书记指出:“悠久的历史、厚重的革命文化、活跃的现代文化,是湖南增强文化软实力的丰富资源和深厚基础。”

如何将三个文化汇聚成澎湃动能?湖南出版的回答清晰而笃定:立大志,出大书,育大家。

当“流量为王”的逻辑席卷内容产业,湖南出版选择了另一条路:把出版精品当作立身之本,近年来,在重大主题出版和精品力作上持续发力——

聚焦抗战胜利80周年,推出《靠什么团结 凭什么胜利:中共七大启示录》等精品图书;聚焦全国两会、党的二十届四中全会等重大活动,推出《习语暖湖湘》《春天里》等系列报道,彰显“大事不缺席,热点有回响”的主流媒体定力。

优质图书硕果累累,叫好又叫座。

《亲爱的人们》荣获2024年度中国好书,《绣虎少年》入围;《白夜梦想家》获第十二届全国优秀儿童文学奖;《漫画脑科学》《有趣的中国古建筑》《看不见的中东:深入日常生活的中东之旅》入选第二十届文津图书奖。15个项目获2025年度国家出版基金资助,《长沙走马楼西汉简牍文字编》等重点项目面世。集成性巨著破土而出,焕发文脉新生。

数据同样有力。自2023年起,

中南传媒图书零售市场实洋占有率地方出版集团第一,稳居全国第一方阵。作文、艺术综合、医学等十大品牌板块全部排名市场前三。31种图书发货量超过10万册,其中《长安的荔枝》超50万册,《岩中花述》超30万册。湖南人“能吃辣椒会出书”的底气与传承,在这一连串数字中得到了生动彰显。

在传播端的拓展中,集团媒体板块同样交出亮眼答卷。红网获中国新闻奖,潇湘晨报多件作品入选“中国正能量网络精品”。近两年集团斩获53件湖南新闻奖,其中一等奖15件,创近年最佳;全媒体传播矩阵影响力持续攀升,主流声量实现跨省域广泛触达。

但真正构筑护城河的,是机制层面的深层转变。从2023年起,中南传媒持续开展“中南好书”评选,推出“星创出版人”项目主理人招募计划,启动优秀作者联盟。用意很清楚:从“被动发现”转向“主动孵化”。当一批又一批优秀作家和版权资源向集团聚拢,企业的护城河就不再是简单的销量或市场占有率,而是一张由内容、作者、机制共同编织的网络,是一套可持续产出精品佳作的内容生态。

中南传媒的这条护城河从来不是挖出来的,是年复一年、一代又一代人沉下心来“种”出来的。



5月21日,第二十二届中国(深圳)国际文化产业博览交易会开幕,湖南馆内人潮涌动。

突围 用数智技术为文化“塑形”

如果说“坚守主业”是守正根基,那么“科技赋能”就是突围利器。

湖南出版投资控股集团党委书记、董事长,中南传媒董事长贺砾辉将企业的战略路径概括为:“以‘数据筑基、场景牵引、AI赋能、生态协同’为蓝图,在绿色转型中重塑业态。”

中南传媒没有把目光停留在纸面上,而是主动向数智出版、数智教育、数智印刷等赛道纵深布局。

在出版端,技术融合的第一步,是打通出版的“神经网络”。携手中科院启动数智出版关键技术研究,开发中南数字生产平台,覆盖策划、编辑、审校、营销、管理全流程,让出版从经验驱动走向数据驱动。

在文化端,湖湘文库AI版是生动的注脚。依托近千册“湖湘文库”典籍,融合大语言模型与知识图谱,让沉睡的古籍“活”了起来。在文博会场,观众可以和左宗棠等湖湘先贤“隔空对话”——这不仅是数字化,更是一种全新的文化体验。在此基础上,湖湘文化大模型项目也已推进,力图构建更智能的湖湘文化数字底座。

在教育端,教育领域的数智化布局同样

亮眼。2025年,中南教育智能体矩阵正式发布,首批11款智能体产品亮相。从“AI爱数学智能体”到“湘教地理云平台”,从“虚拟教研员”到“PPT课件创作智能体”——围绕“教、学、研、评、伴”五大环节,一个以纸质教材为根基、以AI能力为灵魂的开放教育生态正在形成。其中,“湘教地理云平台”服务用户达3500万,入选国家新闻出版署“出版融合发展工程重点项目”;市场化数智教辅产品“新华小纸条”,上市9个月销量近百万册。

印刷业务也顺利驶入数智快车道。旗下天闻印务智能工厂一期建成投产,以智能排产、集中供墨等技术降低资源消耗,实现生产效率的跨越提升。

媒体板块的数智化转型同样加速推进。红网“红芯大模型”、潇湘晨报“龙渊凤鸣”AI智能体平台相继落地,AI智审、交互式新闻等新技术全面提升了新闻生产效能。

当这一批又一批智能产品落地,也意味着编、印、发、供、媒全流程都重构升级。这些布局看似分散,实则有一条清晰的主线:用数智技术,让出版从“我有什么”变成“你需要什么”。

而这,也是湖南出版人正在完成的一场深刻自我迭代。

出海 将单一产品升维成生态布局

文化出海,是检验文化企业的试金石。这些年,出版湘军走向世界的步伐日益坚实。

2025年,全年对外输出湘书版权494种,覆盖40个国家和地区。《中国古代外交史》《复兴号,贴地飞翔的中国龙》等精品图书跨越山海。“湖南省强化出版版权建设 推动文化‘出海’‘出彩’”入选版权强国建设典型案例。9家出版社入选“2025中国图书海外馆藏影响力出版100强”,8个项目入选“经典中国”和“丝路书香”工程。

但最让业内惊叹的,是出版湘军在教育版图上打出的“组合拳”。

从教材出版到在线平台,从内容输出到技术赋能,这两大产品已进入阿联酋、沙特、埃及等多个中东国家的高校课堂,架起了中阿文明交流互鉴的数字桥梁。

从产品“走出去”到平台“走进来”,湖南出版的国际化路径正从单一形态转向立体布局。出版湘军构建起“版权贸易、教育援外、印刷服务、文化展会”四位一体的出海格局——卖的不只是书,更是教育解决方案。

展望 是一枚勋章,也是一声号角

18年上榜,既是一枚勋章,也是一声号角……

回望来路,中南传媒的实践揭示了一个深刻命题:文化企业的长青,不靠押注风口,而靠构建一种“在变化中守住根本、在风口中保持定力”的韧性基因。从出好书到造IP,从建生态到输出能力,它用18年完成了一场文化与科技、守正与创新、本土与全球的辩证统一。

前瞻未来,纸质阅读习惯的迁移、AI对内容生产的重塑、全球文化竞争格局的演变,三重挑战依然严峻。但出版湘军已用18年证明:真正的战略定力,不是拒绝变化,而是在变化中始终知道什么是不可放弃的。光荣仍在延续,而这场关于文化企业如何穿越周期的深度作答,中南传媒正持续书写新的篇章。