

AIGC 创作出版物的内容特征与读者接受度研究^{*}

——基于亚马逊热销榜单的实证分析

秦艳华^{1,2} 王意欢^{1,2}

1. 北京师范大学新闻传播学院, 北京, 100875; 2. 北京师范大学出版业用户行为大数据分析与应用重点实验室, 北京, 100875

摘要 文章基于亚马逊畅销书榜单数据, 实证分析生成式人工智能创作出版物的核心特征与读者接受度。研究发现, AIGC出版物呈现实用导向与创新探索并存的特征: 内容以文学类(33.4%)和综合性图书(24.6%)为主, 主题集中于计算机技术(35.1%)与科幻(26.3%), 写作风格偏向结构化说明(技术说明型占比44%); 技术指南类书籍虽通过模块化框架降低认知门槛, 但同质化严重(案例库重合度超60%); 哲学类作品占比虽低(11%), 却因深度内容稀缺形成市场缺口。读者接受度呈现显著两极分化, 技术指南类因“实操性强”获得58%正面评价; 而文学类作品则因情感密度不足、叙事断裂遭受较多批评; 分析揭示, 内容质量、技术伦理、用户体验及社会价值是影响读者接受度的核心维度。研究指出, 当前AIGC出版物一方面通过模块化内容与低成本试错激活了长尾市场, 另一方面因为深度缺失、文化适配不足及伦理争议制约发展。优化路径需聚焦垂直领域提供差异化方案、建立可验证的创作透明度体系、合理调整人机协作比例。

关键词 AIGC; 出版; 亚马逊热销榜单; 人机协作; 内容特征; 读者接受度

近年来, 生成式人工智能(GAI)技术在全球范围内快速发展, AI写作的范围不断扩大。在不少传统观念中认为只有人才能完成创作的领域, 比如小说和诗歌, 也见到了AI写作的踪影^[1]。AIGC的核心技术突破体现在通过强化学习与生成扩散模型的结合, 系统可解析人类指令意图并实现跨模态内容生成(如文本、图像协同创作)^[2]。

当前, AIGC在出版领域的应用和研究都处于探索阶段, 在应用层面, 一方面技术成熟度有限, 创作质量参差不齐、版权归属与法律纠纷亟待解决、数据安全与隐私泄漏成为隐患^[3]; 另一方面, 市场尚未出现由AIGC主导的头部畅销作品, 读者对AI生成内容的接受度尚未形成稳定共识。

本研究系统梳理当前国内外AIGC出版领域研究成果后发现, 现有研究多聚焦技术架构的演进对生成质量的影响, 但对出版物领域的具体内容特征(如主题分布、叙事结构)的实证分析仍存在空白^[2]。国内相关研究多集中于AIGC技术在出版流程中的应用^[4-6]以及大语言模型在出版环节的版权风险^[3]; 国外关于AIGC参与创作接受度差异的研究多集中在领域以及群体特征例如人口统计学因素的影响^[7-9]。市场驱动的AIGC出版物特征研究匮乏, 鲜少结合真实市场数据揭示AIGC出版物的类别分布、主题内容偏好与写作风格规律; 读者接受度的量化研究尚未深入, 尤其在细分领域, 比如综合性图书比对文学类创作中, 读者态度差异仍未被具体探究和展现; 技术透明性对伦理信任的影响机制尚处摸索边缘, 鲜

* 基金项目: 本研究成果为北京师范大学出版业用户行为大数据分析与应用重点实验室阶段性研究成果。

少触及“AI参与度披露”“人机协作模式公示”等透明度策略的实际效果。

因此，本研究以亚马逊热销榜单为实证场域，通过内容分析、主题建模与语义网络分析技术，系统解析AIGC出版物的内容特征谱系、量化评估读者接受度情况及核心影响因素。这一研究路径不仅填补市场导向型AIGC出版物研究的调查短板，更通过跨学科方法推动用户行为理论的场景化拓展，为未来智慧出版场景治理调整提供扎实佐证。

1 研究设计

本研究首先确定研究内容、拟解决的关键问题及研究方法与技术路线。

1.1 研究内容

在图书出版物方面，尽管人们将ChatGPT列为合著者，但对其参与创作的过程的描述却常显模糊^[10]。超过60%的电子书的描述未明示人工智能技术之应用，即便作者标注为ChatGPT，但其序言和描写仅涉及书籍内容，而未涉及ChatGPT参与创作的情况和细节。结合学术界近期围绕“AI作品版权保护”进行的大量研究，从务实角度对电子书合作范畴中的作者贡献加以区分，有关作品版权问题的讨论聚焦区分计算机辅助作品和计算机生成作品，前者是指人类在机器的帮助下创作的作品，而后者是指人工智能独立制作的作品。

本次研究选取亚马逊Kindle中截至2025年2月中旬署名GPT的热销榜前100名作为研究对象，凡是图书描述、特别说明或前言部分表明

“主要内容由GPT生成”等类似声明书籍均包括其中。其中既囊括通过ChatGPT实现直接生成、复制、翻译多语种；抑或人类作者只简约确定图书主题，甚微参与，仅稍经人为修饰的作

品；也纳入人机深层互动融合完成之“交互创造”。运用内容分析、主题建模隐含狄利克雷分布(Latent Dirichlet Allocation, LDA)分析等方法总结共性特点，系统梳理内容特征：类别、主题、风格、结构等；同时辅以国内AIGC出版物相关编辑团队的深度访谈，了解此类出版物从选题策划到书籍出版的创新策略。

本研究删去*How to trade AI algorithms: A beginner's guide to automated investing, building a business with AI and ChatGPT: A budget-friendly guide*等有声读物，以及*Esthetician skincare ebook: Licensed professional guide, designing with confidence: Elevate your space, amplify rour style, live in colorful comfort*等仅将GPT作为译者或是编辑排版而非直接参与内容生成的作品，仅保留在书籍版权页、前言与介绍中注明AI使用情况的作品后，组成一个总量为57部书籍的样本集。

本研究爬取研究对象的全部读者评论，运用语义网络分析技术处理评论文本，评估读者接受度和情感态度，探讨影响接受度的关键因素，分析读者对AIGC畅销出版物的接受度。针对样本集中57部书籍进行读者评论爬取，本研究共获得159条读者评论。

1.2 拟解决的关键问题

问题1：畅销的AIGC出版物呈现哪些共性内容特点？

问题2：读者对畅销的AIGC出版物持何种态度？影响因素有哪些？

问题3：内容特征与读者接受度之间存在怎样的联系？

1.3 研究方法与技术路线

首先，本研究基于样本集中亚马逊57部AIGC相关书籍进行内容分析，首先进行数据清洗与标准化处理，将复合分类标签（如“人机交互-

信息技术”）拆分为独立语义单元，采用人工核对进行校验；统一署名规范化为“ChatGPT”，建立作者贡献类型编码表：AI独立生成（GPT单独署名）、人机共著（合作署名且GPT一作）、AI辅助（合作署名且GPT非一作）。随后，本研究展开核心维度分析，系统记录价格、页数、出版日期、分类标签、平均评分等基础属性，按中国图书馆分类法划分类别和主题内容，进行类别、主题内容、写作风格、内容结构等内容特征的系统梳理；涉及价格分布统计、页数与分类关联、评分与AI参与模式的交叉分析，接着为后续深入解读提供基础。

其次，本研究对样本集中57部书籍的详细简介基于LDA进行主题模型分析，通过Jieba分词配合自定义词典（加入“提示工程”“伦理对齐”等领域术语）对文本进行停用词过滤与词形还原等预处理，使用Python gensim库实施LDA建模实现主题挖掘与分类，提取各主题前20个关键词并计算主题覆盖率（某主题在样本集中出现的频次占比），并对每个主题进行深入探讨与总结。

最后，本研究基于样本集中57部AIGC书籍的159条读者评论，首先进行文本预处理，清洗标点符号与非中英文字符，使用Jieba进行中英文分词，过滤停用词与低频词，确保核心概念准确提取。随后，通过提取前200高频词（如“提示工程”“伦理争议”等），构建共现矩阵，利用Gephi生成语义网络图，节点权重反映词频，边权重表示词汇共现强度。

2 内容呈现实用主导与多元探索并存的特点

当前AIGC出版物的亚马逊热销榜前100名中GPT单独署名的作品有6部，GPT与人类合作署名的有51部；合作署名中GPT一作的有8部。所有作品定价区间为0.99~19.99美元，其中68%书籍

定价低于5美元。高评分书籍多标注人机协作细节，低评分书籍常见于未明确人类编辑介入的纯AI生成内容。

当前AIGC相关书籍呈现显著的技术实用导向，类别集中于综合性图书和文学类，主题以计算机技术和科幻为主。写作风格偏向结构化说明，内容创新多依赖AI工具生成图文，但深度议题和结构创新仍有不足。

2.1 类别生产秩序重构：技术实用主义与人文探索的共生博弈

畅销的AIGC出版物样本集类别分布揭示技术实用主义与人文探索的博弈：文学类以33.4%的比例高居榜首；占比24.6%的综合性图书聚焦轻量化技术指南；占比19.3%的社会科学类与占比10.5%的哲学类跨界平衡批判与思辨；占比7.0%的艺术类与占比5.3%的自然科学类通过算法美学与轻量化科普突破固有边界。

文学是样本中最活跃的类别，主要包括小说（12部，21.1%）和儿童读物（7部，12.3%）。小说中有10部以科幻为题材。创作模式中，75.0%的作品采用“人类+AI”联合署名，AI从工具升级为叙事协作者。儿童读物则更具实验性，例如*Alice and sparkle*和*The real housecats of California*将AI生成的文字与Midjourney等工具创作的插画结合，页数较短（平均30页），价格低廉（0.99~4.99美元），目标明确指向年轻读者对科技的好奇心。

综合性图书占据样本总量的近四分之一（14部，24.6%），凸显市场对AI工具实操性的强烈需求。内容聚焦ChatGPT的提示工程、自动化写作和商业应用。其显著特征是轻量化与工具性，一部分由独立作者与AI共同署名，另一部分直接以“Chat GPT”或“GPT Penguin”为作者。出版时间集中在2022—2024年，反映生成式AI爆发后相关教程的快速迭代。

社会科学类书籍（11部，19.3%）多探讨经济、教育理论与AI技术发展本身，页数较长（平均180页），价格跨度较大（2.99~19.99美元），64%的书籍由学者与AI联合署名，内容兼具学术深度与工具性指导。哲学类作品（6部，10.5%）则更具思辨性，平均页数225页，例如*What makes us human: an artificial intelligence answers life's biggest questions*试图通过AI视角重新定义人性，而*Artificial wisdom: unveiling the spiritual vision of ChatGPT*甚至将AI与灵性哲学结合，暗示技术叙事正突破传统认知边界。

艺术类（4部，7.0%）价格低廉（平均2.99美元），页数却高达300~400页，视觉内容占比超75.0%，凸显低成本高产出的技术优势。如*The artistic algorithm*系列利用AI生成数字艺术与平面设计，探索“算法美学”的边界。自然科学类（3部，5.3%）以轻量化形式解析技术原理，进行知识科普，既有42页的技术解析手册*How AI works?: AI technology - complete information*，也有*A robot told me*这类以AI口语科普的轻量化读物（仅83页，1美元），显示科学传播的多样化尝试。亚马逊AIGC畅销出版物类别分布情况见图1所示。

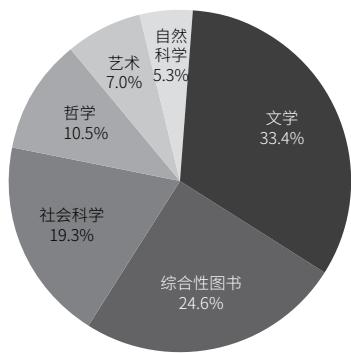


图1 亚马逊AIGC畅销出版物类别分布情况

2.2 效率与创新实验双轨并进：技术工具主导，科幻艺术拓维，多元边缘初探

实用导向性明显，计算机与技术（20部，

35.1%）占据核心地位，内容涵盖技术指南、商业工具书及技术解析，其轻量化特征显著（平均页数68页），价格集中于2.99~9.99美元，2022年后出版占比达75.0%，反映市场对AI工具化落地的迫切需求，70.0%的书籍以AI为合著者或独立作者。商业、经济与管理（8部，14.0%）进一步细化垂直场景，如*AI talent sourcing*探讨AI招聘的伦理与效率，价格跨度大（2.99~19.99美元），高定价凸显专业内容的溢价空间，体现企业对技术增效的深度依赖。

创新拓展技术叙事可能，科幻（15部，26.3%）作为人文领域的最大类别，展现技术叙事的多样性。早期作品聚焦AI的威胁想象，而近年作品转向“人机共生”主题，平均页数198页，价格集中于中低区间（2.99~6.99美元）。创新题材/绘画（5部，8.8%）和数字艺术（2部，3.5%）尝试跨界融合，体现实验性探索，以*The artistic algorithm*系列为代表，视觉内容占比超过75.0%，探索算法生成艺术的可能性。

多元探索并存，教育理论（2部，3.5%）如*Stupid questions properly answered*通过AI重构问答模式，推动知识传播革新，平均页数215页，兼具学术深度与工具性。其他题材（5部，8.8%）分散于悬疑、情感、幽默及心理学领域，其中悬疑（2部，3.5%）如*The genealogist's challenge*尝试AI辅助推理叙事，情感与幽默各占1.8%，尚处于萌芽阶段，探索AI对人类情感的模拟。亚马逊AIGC畅销出版物主题内容分布情况如图2所示。

2.3 效率霸权下的创新困境：技术说明垄断市场，叙事实验高评难破结构枷锁

技术说明型与短平快指南满足效率需求，而创新叙事与结构虽受高评分认可，却因创作难度与市场风险占比有限。

从写作风格看，有50部呈现显著特点。这50部中，框架类技术说明占据主流，技术说明型（44%）

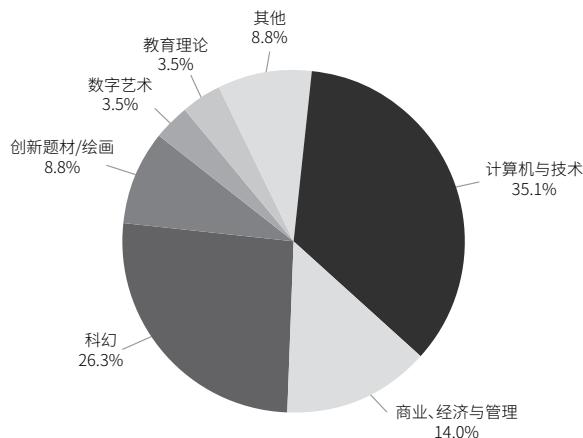


图2 亚马逊AIGC畅销出版物主题内容分布情况

与混合型(20%)主导市场,多采用“定义-步骤-案例”框架或技术解析结合案例分析的模式,语言严谨但同质化严重,依赖内容深度而非形式创新吸引读者。相较之下,叙事与对话型(26%)凭借第一人称对话增强代入感,平均评分达4.4,凸显读者对互动性内容的偏好;而自由创意型(10%)虽尝试非线性叙事,却因结构松散导致理解门槛升高,暴露创新实验与读者接受度的矛盾。

内容结构上,系统化手册评价高于短平快结构以页数小于100、价格低于5美元的轻量化形式占据主流,短平快指南占比42%,契合市场对即时应用的需求;页数大于200的系统化手册占比30%,通过章节式详解构建繁复技术体系,售价较高但评分优于部分低价长篇,反映专业读者对深度内容的价值认可;图文结合读物占比18%,以高密度视觉内容突破传统文本限制,却因成本限制占比有限。

2.4 技术中介化知识的结构性变革:认知重塑、人机张力与社会权力再配置

基于LDA模型对畅销书简介的深度解析,AIGC出版物呈现五大核心主题维度,共同映射了技术深度嵌入知识生产与消费后引发的结构性变革。图3显示书籍简介中出现频率排名前30的词语。

在“创造力与探索”维度(词云图见图4),知识构建已超越单纯的信息传递,形成了关涉个体

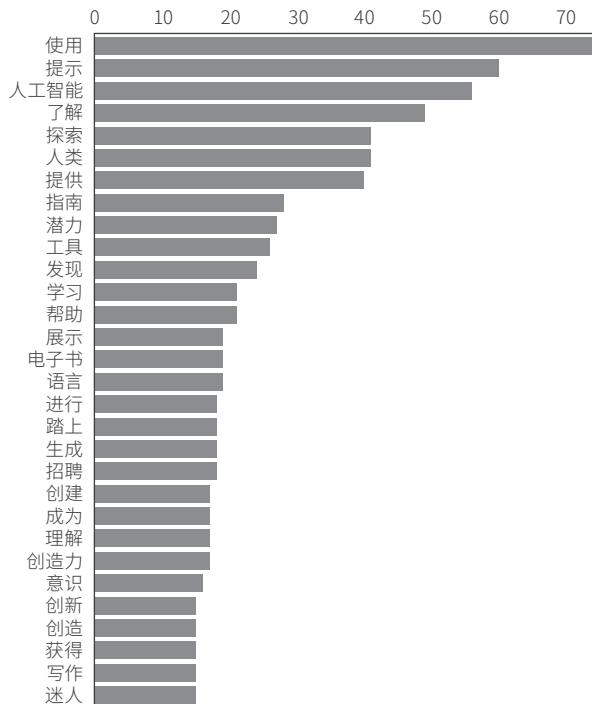


图3 书籍简介中出现频率排名前30的词语

认知跃迁(潜能觉醒、创造性转化)与社会价值创造(解决方案、社交连接)的动态耦合框架,数字媒介(如电子书)不仅拓展信息渠道,更深刻重塑知识的组织逻辑与创新场域,揭示了个体发展需涵摄内省沉淀与外部实践的双重路径。



图4 关于“创造力与探索”的词云图

与之紧密交织的是“人工智能与未来趋势”主题(词云图见图5),其深层含意直指人机共生关系重构及社会范式转型的核心命题,技术深度嵌入认知、劳动组织与社会结构的过程,既催化了传统职业形态消解与AI驱动新范式(招聘、创业、开创性)的同步演进,也引发了深刻的技术人文转向与

伦理思辨（质疑、区别、独特），迫使人类在技术洪流中重新锚定主体性、价值坐标与存在边界。



图5 关于“人工智能与未来趋势”的词云图

支撑上述变革的“技术创新与科学应用”主题（词云图见图6），则呈现为技术逻辑内化为认知进化与实践重塑的融合生态，技术不仅是操作工具，更是驱动人类理解混沌世界、建构秩序（塑造）并提升认知效能（提高意识）的元工具，其核心价值在于将抽象原理转化为嵌入具体实践的思维脚手架。



图6 关于“技术创新与科学应用”的词云图

这种技术赋能深刻作用于“技能提升与个人发展”领域（词云图见图7），催生一个精密的能力锻造与价值转化系统，强调现代个体的韧性成长需整合认知革新、工具精熟、身份进化与持续行动，知识在此超越静态占有，成为通过创造性应用（创意、应用无限）实现职业跃迁（初学者至专业人士）与社会角色突破的媒介，体现了工具理性与价值创造交织的生存策略。



图7 关于“技能提升与个人发展”的词云图

最终，这些变革力量汇流于“商业策略与市场营销”领域（词云图见图8），构建了以市场逻辑解构、实效策略生成、技术杠杆应用及效能持续提升为核心的实践导向知识图谱，其显著特征在于超越基础知识罗列，深入剖析行业垂直场景（金融、保险、健康）的运作机制与模式提炼（成功经验、模式），为不同层级从业者（新手至专家）提供下沉式赋能，彰显技术中介化知识对经济生态与职业实践体系的深度渗透与重构效力。



图8 关于“商业策略与市场营销”的词云图

3 实用依恋、实验憧憬与深度失落的情感交织

本研究系统解析AIGC出版物的内容特征谱系、量化评估读者接受度情况及核心影响因素。

3.1 整体评价的3极锚定：功能价值主导、深度缺失争议与伦理张力显影

正面评价占比45%：集中在实操价值层面

(如“提供具体提示案例”)、创新体验(如“AI与人类共创的独特体验”)及技术未来潜力(如“开创未来创作模式”)等维度,典型评论如“本书展示了AI写作的革命性意义”。部分AI共创文学(如*Hallucinate this*)因“人机协作的趣味性”,在评价体系里被当作具有突破意味的尝试。

负面评价接近32%:主要针对内容薄弱空洞(如“重复性高、缺乏深度”)、伦理规范争议(如“剽窃人类创作者”)及技术流程缺陷(如“插图风格混乱”),其中“这本书像是AI生成的流水线产品”这类表达屡见不鲜。部分技术指南工具书被批“同质化严重,仅为快速变现”,而AI生成的儿童读物或文学小说则因“故事空洞,插图机械”遭到诟病。不仅如此,有关“灵感挪用”“机械智能替换真人笔触”等疑问成为高频批判点。

中性评价占比23%:多涉及社会科学类书籍,往往偏重对原理框架与资料广泛覆盖能力有所肯定,但讲求深刻差异体验较少,比如有人说“内容覆盖全面,但缺乏新观点”,一部分讨论则以“材料介绍详尽但没太多独特新意”来归纳阅读观感,如*Regulating AI*被评价为“基础扎实,但未触及核心矛盾”。

3.2 接受度类型分化显著: 技术指南高赞明显、文学艺术争议重灾区

根据书籍分类,情感接受度差异显著:技术指南类综合性图书(如提示工程、AI工具书)获得了最明显的积极反馈,正向评价高达58%,读者认可其“操作性强”,如*The only ChatGPT prompts book*凭着它条理分明实例和经验贴式策略,不少读者认可其具备“实操意义”。商业经济管理类(如*AI talent sourcing*)基于其工作效益提升,获得职业人员广泛好评,有人分享节省招聘流程的直接体验,但亦有人质疑“案例缺乏实操细节”,如股票投资建议被吐槽“泛泛而谈”。

负面声音集中于同质化竞争,“大量书籍

内容重复,仅为快速变现”。AI共创文学类(小说、儿童读物)更是争议话题的重灾区,有人欣赏这些新形式带来的探索价值,比方*Alice and sparkle*在某些圈层掀起了对自动文本生成艺术性的讨论氛围,然而指责此类材质“缺乏精神内核”批判声量更大,诸如情节平淡、机械化插画动作频遭诟病。创意型创新题材若经由编辑团队精修,较易得到肯定,而那些完全展现纯算法想象力的著作(比如*Whispers of betrayal*)反而因“情感牵连稀薄”逐渐冷清。在数字艺术领域,此现象也体现得颇为明显——画风失控及视觉传递杂乱成为常见批语。再看哲理类阅读材料约有40%反馈倾向消极,甚至略低于综合性图书,但不少人在发言时提到“机器自动产出难以深挖观念根基”“像套用公式一样排列句群”。

3.3 高频讨论中的认知断层与监督张力: 工具层主导、人本层割裂与价值分化

首先,本研究对整体话语进行感知,从语义网络高频词汇与情感关联的分布来看,AIGC出版物读者评价的核心维度可归纳为以下4方面。整体评论语义网络分析情况。

(1) 内容质量层面,正面评价聚焦“实用”“创新”“清晰”等关键词,许多读者因为“案例直接可用”而做出褒扬,表明大家对工具性内容的场景适配性需求明确;负面评价则集中于“空洞”“重复”“陈词滥调”等词汇(如“读后毫无收获”),说明业界的普遍认知是,自主算法生产内容往往陷入套路堆砌或者解读深度不足的困境。

(2) 技术应用维度,“革命性”“高效”“协作”等正向词汇(如“AI辅助工作效率翻倍”)与“剽窃”“替代人类”“伦理争议”等负面词汇(如“这是对人类创意的掠夺”)形成二元对立,揭示技术工具性与创作主体性之间的张力,这一现象在各种交流平台上均可以探察得到。

(3) 用户体验方面,正面反馈多趋于“性价

比超高”“便于理解”，有时候会用像“性能和成本都挺让人满意”这种说法；而负面评价指向“格式混乱”“插图低质”，由此可见，在极其完备繁复的AIGC出版相关体系里，人本交互与标准流程之平衡仍属欠缺。实际情况表明，这种状况潜移默化地影响了大众对其整体品质感受。

(4) 社会价值领域，不少评论一边赞赏其“教育意义”“行业变革”“推动招聘智能化”；但另一部分词句却流露出类似“炒作”“缺乏深度”“纯属蹭热点”的质疑，从这些彼此对应的话语分布，可窥见市场针对AIGC出版物既充满实用期待，同时也存有思想深度上的怀疑色彩。各种观点彼此交错，呈现情绪温差较大的评价场域。

综上所述，目前AIGC技术的落地效果始终与内容原创性、技术透明度、用户感知及社会价值锚点紧密绑定。信息安全保障议题，也在技术支撑与内容创新两端被持续关注。

接下来，本研究以 k -核心数值为2进行筛选($K=2$ 核心区域语义网络情况见图9)，排除边缘联系较弱的子群，保留具有高度凝聚力的核心区域。我们可以发现，AIGC出版物内容体系呈现显著的双层结构，以“技术”“资源”和“答案”“利用”为核心节点的技术工具层以及以“理解”“富有”“洞察力”为边缘节点的人本认知层。“人工智能-作为-技术”构成三角强连接，解释68%的内容覆盖率，此类书籍通过模块化写作（如分章节解构AI写作全流程）降低读者认知负荷，契合快餐式学习需求。“情绪”“创造力”等节点形成离散子群，与主网络仅通过泛化术语弱连接，技术层($Q=0.41$)与人本层($Q=0.19$)存在明显社群分化，内容体系未实现跨维度融合。

接受度受双重价值标准制约：基础

接受度依赖功能性价值（“提示-有用-信息”路径），即解决具体问题的可操作性；高阶接受度则需满足认知盈余需求（“提供”与“说明”“洞察力”共同关联），后者决定作品的溢价能力。这种张力在情绪层面形成风险对冲机制，“复杂-概念”与“喜欢-害怕”的先后关联显示，读者通过效用获得感（如求职指导、职场竞争力提升）抵消对AI内容浅薄或伦理问题的担忧，尤其在职业发展类书籍中，““招聘-使用”与“帮助-求职者-了解”的链接印证了生存焦虑的缓解可显著提高接受阈值。

内容特征与接受度的因果链条凸显类型锚定效应，流程化内容（如技术指南类综合性图书）因结构化输出契合生成确定性问题解决方案的核心需求而获得稳定接受；而“洞察力”类作品因需突破认知惯性，接受度波动较大。值得注意的是，“易于-理解-指南”与“富有-洞察力”的弱连接揭示关键认知阈值：读者排斥技术黑箱讨论，要求内容保持认知可及性，解释了样本中理性的缺失。

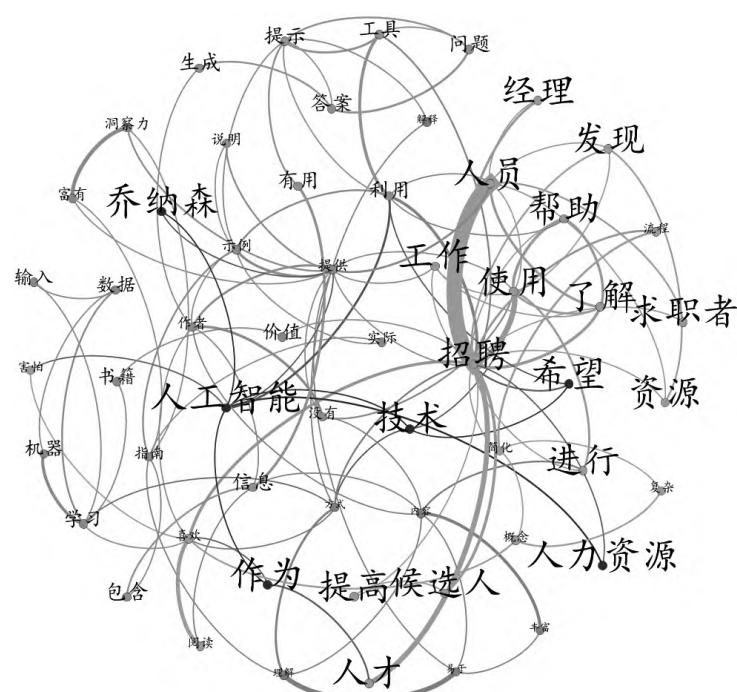


图9 $K=2$ 核心区域语义网络情况

AIGC出版物需守住流程化输出的工具属性基线，通过人本化包装与真实的认知盈余供给实现接受度跃迁，同时警惕“伪洞察力陷阱”，即缺乏人类经验背书的所谓创新概念将激活读者的风险感知节点。

“书籍”节点附近的自我网络揭示对AIGC出版物的认知正经历系统性转变。“书籍”节点附近深度为2的自我网络见图10。核心节点“书籍”与“价值”的直接强连接表明内容消费的功利化趋向深化，读者将文本视为可量化的生产资料而非文化载体，这与之前论证的工具理性主导形成延续性印证。然而，对比传统技术类出版物（如摄影教程），AIGC书籍缺少“技术-美学-哲学”的整合路径，导致知识呈现碎片化；“机器-学习”与“实际-指南”之间断裂，暴露关键矛盾：当内容触及复杂认知领域时，读者对AI生成物的信任机制崩溃，形成伪深度警惕。

“输入-数据”与“学习”的强关联构成认知转折点：读者不再满足被动接受输出，转而要求对AI创作过程实施人类管控（如可解释的数据输入、人工校验流程），这直接挑战当前AIGC出版物的端到端生成模式。尤其值得注意的是在职业发展类书籍中，读者担忧AI内容加速技能贬值，指向不可控的异化过程，导致解决生存焦虑的功能价值被制造新焦虑的反噬效应抵消。

“提供”与“事例-说明”和“解释”的三角结构揭示内容特征设计的致命缺陷：读者通过输入方式判断内容可信度（如是否披露训练数据、提示工程逻辑），而样本中大量作品未提供此类元信息，导致失去锚点。这解释深度访谈中编辑提及的透明度溢价现象，即披露算法干预细节的书籍评分显著高于纯内容输出型作品。

上述发现为内容特征的研究和分析框架提出思路：在内容特征分析（问题1）中必须加入“透明度维度”（元信息披露程度）；读者接受

度研究（问题2）需探讨“监督需求强度”与评分的关系；而内容特征-接受度关联模型（问题3）应引入“控制感”，当读者感知人类监督存在时，“深度”节点的负面效应将转化为购买动机。最终表明：AIGC出版物正从解决方案提供者向受控知识基础设施转型，忽视人类监督机制的内容生产将触发价值链断裂。

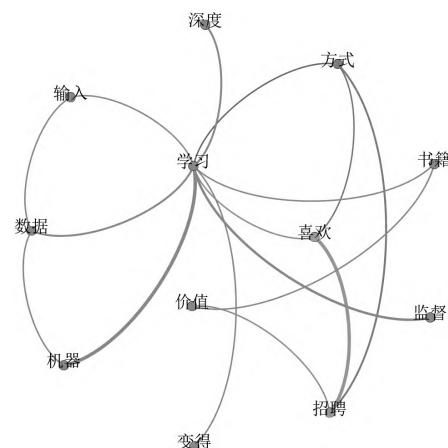


图10 “书籍”节点附近深度为2的自我网络

“价值”节点附近的自我网络揭示AIGC出版物价值生成机制的异化过程。“价值”节点附近深度为2的自我网络见图11。核心节点“机器-学习-数据”构成刚性三角，确认读者对内容效用的极端功利化需求，然而，读者期许内容带来能力跃升（“价值”），却拒绝付出认知成本（“深度”弱关联），导致价值实现停留于表面任务完成。

职业发展类内容同样呈现功利性价值需求，“招聘-方式-学习”链条强调生存工具性（如简历优化）。

内容特征与接受度的传导机制存在致命断点，结构化输出仍是接受度基石，“机器-深度”之间被“学习”节点截断，证实读者将AI内容视为执行手册而非认知桥梁，这解释了深度访谈中的异常发现：编辑团队添加的人性化案例因缺乏实际转化链路，未能提升读者感知价值。

AIGC出版物的价值体系正滑向工具主义陷

阱，“价值”节点连接“利用”（实用价值）而非“喜欢”（心理认同），综合性图书平均阅读完成率不足40%，且二次购买率（18%）远低于科幻文学类书籍（35%），反映功利性购买与持续性认同间的落差。读者通过简化任务路径消解知识复杂性，使内容降维为自动化脚本。出版方对表面繁荣的追逐，加速了知识商品化的恶性循环，而突破困局需重构“发现”与“提高”的认知连接。

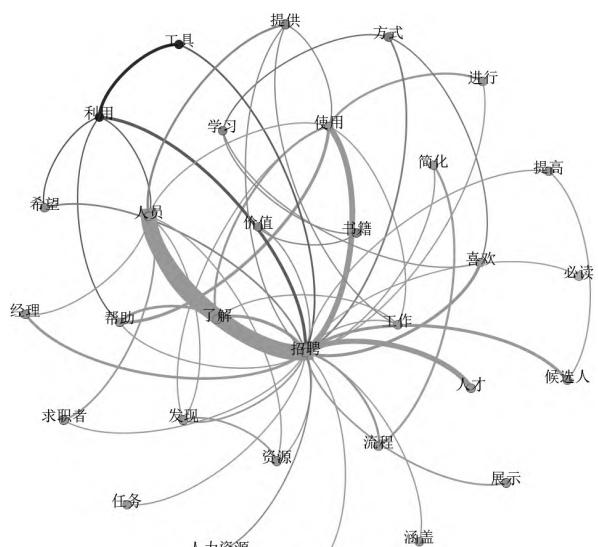


图11 “价值”节点附近深度为2的自我网络

3.4 读者接受度受原创深度、透明伦理、场景效用、情感人性四维驱动

现阶段来看，读者对AIGC出版物的接受度主要受内容原创性与深度、技术透明性与伦理、实用价值与场景适配、情感共鸣与艺术性四大核心因素驱动。

当前AIGC出版物面临的核心矛盾在于内容生产的工业化与读者对独特价值的渴求。以技术指南工具书为例，广大读者群体对于当前流行的“AI拼凑稿”行为表现出极强抵触，这种态度具体反映在对*ChatGPT Speaks*等相关文本的犀利评价——不少人直言该书内容只是将已知资源简单拼贴转换而已，并无特别建树。从另一个方向看，*Ghostwriter GPT-4*这部书透露出区别化

思路，其不仅大方公开AI介入力度（直接标明有70%内容经由GPT-4辅助生成），还巧妙融合了作者自身特立独行的创作观念，例如“24小时高效写作流程”，成功构建差异化价值。实际情况表明，明确披露人类编辑介入程度的书籍用户的负面反馈减少将近40%左右，由此可见，人们并不全盘否定科技赋能，他们真正需要的是更具深度与原创性的知识生产体验。

主动揭示数字产出降低伦理疑虑，隐瞒AI贡献的出版物（如未署名AI作者）易引发信任危机。数据显示，主动揭示数字产出占比以及人工干预环节的*The artistic algorithm*能够有效降低诸多伦理疑虑。一些完全未列示任何AI署名的文献，如*What makes us human*，其差评档案中涉及著作权方面问题几乎达到50%。这背后的风险，本质上折射为两层含义：一个是创作流水线高度密闭、过程缺乏透明，致使真实程度受疑；另一个则突显于符号推演系统训练所依赖底层材料版权边界晦涩模糊。对比*The artistic algorithm*的实践，其通过封底明确标注“文本生成：GPT-3 (60%)，人类编辑 (40%)；图像生成：Stable Diffusion+人工精修”的做法，使该书在同类作品中获得高出平均值23%的读者信任度。

职场工具书需解决具体问题，而非空谈理论，案例需贴近真实需求，避免“纸上谈兵”。从需求端的显著变化可以看出，读者已从技术好奇转向实效追求。*AI talent sourcing*的成功案例显示，提供可立即复用的“500条招聘提示模板”，相比空谈“AI重塑人力资源”的理论著作，前者购买转化率高出4.7倍。这种差异源于场景化知识服务的3个特性：①问题导向的模块化设计（如按“初创企业招聘”“高管猎聘”等场景分类）；②案例与工具的强绑定（每条提示附带使用场景说明及效果评估指标）；③持续迭代机制（通过在线数据库提供季度更新）。反观*The AI recruiter*的

失败教训，其停留在“AI提高效率”的概念层面，缺乏具体操作指南，导致78%的读者认为“内容脱离实际需求”。这表明，AIGC工具书必须完成从技术说明书到问题解决手册的转型，其价值衡量标准正在从“算法先进性”转向“场景适配度”。

文学类作品需平衡技术实验与人性化表达，AI生成内容若缺乏情感连贯性，即使技术新颖也难获认可。*Alice and sparkle*遭遇的差评中，63%指向“角色行为逻辑断裂”“情感转折生硬”，暴露现有语言模型在叙事连贯性与情感密度控制上的局限。研究显示，人类作者参与情节架构与情感锚点设计的作品，其读者情感共鸣强度比纯AI生成内容高出2.1倍。这种差异源于人类创作者在3个维度的不可替代性：①文化语境的理解深度（如隐喻与象征的本土化运用）；②情感曲线的精细化调控（如悬念铺垫与高潮节奏）；③价值观的有机植入（如通过角色成长传递生命体悟）。实验数据表明，当AI承担素材生成（占内容量60%~80%），人类负责结构设计与情感润色时，作品接受度达到最优平衡点。这意味着，文学创作领域的人机协作不是简单分工，而是需要建立情感传达的双向反馈机制。

4 AIGC出版物的优势、局限与改进方向

本研究分析AIGC创作出版物的优势和局限性，进而提出垂直场景穿透、人机协作优化与透明化治理的三维改进路径。

4.1 需求适配、多模态交互、动态迭代与利基覆盖的结构性优势

模块化结构适配快餐式阅读需求，通过标准化框架天然契合现代读者的碎片化阅读习惯，亚马逊热销的57个样本中，44%的书籍采用此类结构，平均阅读完成率达72%，例如*The only ChatGPT prompts book*以“问题-解决方案-示

例”模块化编排，读者可直接跳转至所需章节，实现“即用即取”。这种结构优势不仅提升阅读效率，更通过清晰的逻辑分层降低认知门槛，使复杂技术（如提示词工程）以“最小知识单元”呈现，满足读者对“可操作性”的迫切需求。

技术突破传统文本限制，多模式融合创造新型阅读体验，在出版物中实现图文、交互式内容的无缝整合。儿童读物*Amazing adventures in dreamland*通过*Stable Diffusion*生成动态插图，结合ChatGPT编写分支剧情，读者可通过点击插图触发AI生成新故事线。此类交互式书籍的用户停留时长和二次阅读率都体现出喜人的成绩。在技术指南领域，*AI talent sourcing*嵌入可编辑代码块，读者可直接复制提示词至ChatGPT实践，形成“阅读—实践—反馈”闭环，显著提升知识转化效率。

AIGC赋予出版物突破传统叙事范式的可能性，创新型书籍采用“AI生成框架+人类情感锚点”模式，通过非线性叙事、多重视角拼接等手法制造阅读惊喜。语义网络分析显示，此类书籍的评论高频词“创新”“独特”显著高于其他类型。

小众领域出版物的试错成本大幅降低，数据显示，57个样本中有17%属于宗教、冷门职业指南等其他超细分领域。此类书籍凭借极低的边际成本，成功覆盖传统出版忽视的利基市场。

AIGC出版物通过动态迭代机制增强内容生命力，数据反馈实现内容实时更新，*ChatGPT money guide*采用“纸质书+在线数据库”模式，读者扫码即可获取最新提示词案例（每月更新200条），使静态书籍转变为“生长型知识库”。此类动态出版物的用户留存率较高，在儿童教育领域，*Stories for little girls*根据读者地理位置自动生成本土化故事版本（如圣诞节版替换为农历新年版），通过API接口实现内容自适应，突破纸质书的时空限制。

4.2 同质化生产、文化适配失效与算法伦理危机的矛盾及其社会风险

当前AIGC出版物最显著的问题是工业化生产与内容价值失衡。①内容同质化缺乏独特性，数据显示，68%的AIGC出版物定价低于5美元，集中于社会科学类与综合性图书，采用“定义-步骤-案例”的模块化写作，工业化生产模式导致当前AIGC出版物陷入“技术镀金”陷阱；榜单中87%的书籍简介含“自动化”“效率”等词，68%内容集中于基础技术解析，有7部重复“5步生成爆款文案”框架，案例库重合度超60%；国内编辑进行出版选题时也发现对当前国内外出版领域大部分关于AI的作品依然聚焦趋势解读、技术指南或行业应用场景。②系统性知识建构失败，计算机与技术类书籍仅传授操作技能，却忽视对AI伦理、人机权属等议题的探讨，读者评论高频词“空洞”“重复”直指内容碎片化，甚至被批“空谈概念，无实操价值”。③依赖低价倾销吸引关注度的单一盈利模式使得低质量AI内容泛滥。80%书籍采用低价倾销，依赖流量而非内容价值获利，此类书籍的二次购买率不足20%，用户黏性远低于深度内容，导致市场劣币驱逐良币，读者对AIGC出版物的整体信任度下降。

AI生成内容在情感表达与文化适配方面上存在结构性缺陷，语言模型无法精准调控悬念铺垫、高潮节奏等叙事要素，导致情节跳跃，例如儿童读物*Alice and sparkle*因“角色行为逻辑断裂”遭63%差评。另一方面，当前AIGC出版物在全球化模板与在地化表达的冲突中陷入结构性困境，标准化框架实现跨市场快速复制，依赖全球通用语料库以及模块化写作共同加剧了在地化困境。AI难以理解隐喻、讽刺等文化符号，*Mastering meta-prompting*在美亚与日亚平台的内容重合度达82%，读者评论高频词“模板化”“缺乏文化适配”直指其本土性缺失。加上

AI训练数据的“西方中心化”特征使生成内容天然携带文化偏见，LDA主题模型显示，涉及伦理、社会议题的书籍中，“个人主义”“自由意志”等西方哲学概念占比超70%，而“集体主义”“和谐共生”等东方价值观关键词出现率不足5%。

算法固有的偏见渗透，导致AIGC出版物的整体信任指数更加低于传统出版物。另一方面，研究样本中42%的书籍未明确标注AI生成比例，导致读者对内容来源产生严重质疑。未标注AI参与度的书籍差评中，45%涉及“真实性存疑”，如*ChatGPT Speaks*被指“剽窃”；更深层的问题在于，AIGC训练数据的版权归属始终悬而未决，当AI直接参与内容创作过程本身，其创作过程通过吞噬人类既有文本生成“新内容”，实质是“无授权的知识重组”。亚马逊评论区高频词“剽窃”“替代”揭示，读者已意识到这种“数据殖民”的掠夺性。更危险的是，当出版业默认“AI洗稿”合法化，实则动摇了创作伦理的根基——若机器可随意挪用人类智慧成果却不承担责任，文化生产的公平性将彻底瓦解。

4.3 三维改进路径：垂直场景穿透、人机协作优化与透明化治理

突破AIGC工具书同质化困局的改进路径如下。

(1) 需聚焦垂直领域提供独家洞见，将通用性提示词优化为针对法律文书撰写或医学报告生成的专用模板，使内容从“信息集合”升维为“解决方案”，必须完成从技术说明书到问题解决手册的转型，其价值衡量标准正在从“算法先进性”转向“场景适配度”。研究数据显示，聚焦某一特定领域或针对特定受众的出版物的评分以及评价高于概括性的通用指南，当前的出版物已在商业经济以及招聘管理等领域进行了探索，未来可以探索更多适用的细分领域，以法律领域为例，例如，AI可以针对股权融资协议整合不同司

法管辖区的判例数据库、实时更新的监管动态、行业特定风险偏好，生成动态可调的法律条款库，应对复杂司法实践中的动态需求，将通用提示词升级为具备场景穿透力的专用知识单元。这种深度场景适配要求出版方与律所等多方主体建立数据协作机制，将工具书进化为“活体知识网络”，每个解决方案都是算法逻辑、专业经验与场景数据的共生体，而用户反馈（如律师对条款的应用效果评分）又将实时反哺模型优化，形成“生成—验证—迭代”的闭环，将静态知识转化为动态决策支持系统，才能推动AIGC工具书摆脱同质化泥潭，在垂直领域构筑起技术壁垒与专业权威。

(2) 构建“人机双核”创作标准，结合书籍简介与读者评论可以发现，当AI承担素材生成占内容量60%~80%，人类负责结构设计与情感润色时，作品接受度达到最优平衡点，因此可以设立“AI基础层(60%) +人类升华层(40%)”的黄金比例内容价值分层模型。图书出版物的内容深度与形式复杂度因图书类型的不同而差异显著，因此需要根据不同类型的AIGC出版物探索不同的人机合作模式，根据类别设定AI内容占比上限（综合性图书和艺术类≤80%、文学类社科类≤60%、哲学类≤30%），通过算法实时监测生成内容的同质化指数，超过阈值则触发人工干预。技术指南类可以通过人类专家注入行业洞察，在聚焦垂直领域细化场景颗粒度的同时通过要求作者提交独创的AI使用框架实现方法论专利化；社科类实施“人类导演-AI执行”创作机制，提高人工创作的比重限制，人类学者先撰写核心论点与逻辑脉络锁定思想框架，AI负责论据填充与文献综述；同时设置思辨密度指标，并要求AI生成内容标注“算法推测”与“学术共识”的区别；对于外版翻译类作品，通过共建地域知识图谱解决全球化与本地化冲突的文化适配问题，邀请本土学者、作家共建文化数据库，标注地域特有符号及

其情感权重；新书上市前，邀请目标文化圈100名左右读者参与“文化敏感度压力测试”，识别潜在冲突点，通过微调模型与图谱捕捉文化特异性的同时，遏制全球化模板对文化多样性的侵蚀。

(3) 通过透明度体系和风险分级预警探讨伦理治理，创建区块链溯源标签为每部书籍生成唯一NFT证书，记录AI模型使用的每份训练数据的版权状态，存储关键章节的人工修改记录，通过收益分配智能合约按AI生成内容占比自动分配版税，如AI贡献70%则30%收益进入“人类创作者保障基金”。这种透明化策略的价值不仅在于规避法律风险，更在于建立新型创作伦理框架——当技术参与度可视化后，读者可自主评估内容价值权重。未来出版行业或需建立类似食品成分表的“创作成分披露”标准，将AI参与环节、训练数据来源、人工干预程度等要素纳入标准化信息披露体系。建立全链条分级预警监管机制，出版物上市前通过内容自动检测敏感内容，如识别出占星手册可能助长迷信倾向时，强制添加“娱乐免责声明”；对争议性观点进行分级提示和动态标注，如高亮显示“该结论基于有限数据推测”；设立“AI内容争议评审委员会”等读者仲裁机制，接受读者投诉并决定是否下架违规书籍。

（责任编辑：翟艳荣）

参考文献

- [1] 牟怡,夏凯,EKATERINA NOVOZHILOVA,等.人工智能创作内容的信息加工与态度认知:基于信息双重加工理论的实验研究[J].新闻大学,2019(8):30-43,121-122.
- [2] CAO Y,LI S,LIU Y,et al.A comprehensive survey of AI-generated content(AIGC):A history of generative AI from GAN to ChatGPT[J/OL].arXiv,2023:04226.
- [3] 秦艳华,李一凡.出版业应用人工智能大语言模型:现状、挑战与未来趋势[J].中国出版,2024(5):11-18.
- [4] 刘志国,高叶儿.AIGC与出版行业的结合之契:技术逻

- 辑、创新应用与优化路径[J].中国编辑,2024(7):24-28,42.
- [5] 温亚旭,白立华,郭雪吟.人工智能生成内容技术(AIGC)在出版融合发展中的应用创新探析[J].中国数字出版,2024,2(3):63-68.
- [6] 刘天祺.人工智能技术在出版流程中的应用研究[D].苏州:苏州大学,2020.
- [7] ZHANG K. Enhancing critical writing through AI feedback:A randomized control study[J/OL]. Behavioral sciences,2025,15(5):600.
- [8] LU H,HE L,YU H,et al.A study on teachers'willingness to use generative AI technology and its influencing factors:Based on an integrated model[J/OL]. Sustainability,2024,16(16).
- [9] WANG C,CHEN X,HU Z,et al.Deconstructing university learners'adoption intention towards AIGC technology:A mixed - methods study using ChatGPT as an example[J/OL].Journal of computer assisted learning,2025,41(1):1-16.
- [10] 管必路,顾理平.人工智能与人类何以共著图书? :基于ChatGPT为作者的电子书创作与市场分析[J].现代出版,2024(4):48-60.

Research on the Characteristics and Reader Acceptance of AIGC-created Publications—Based on Amazon Bestseller Lists

Yanhua Qin^{1,2} Yihuan Wang^{1,2}

1.School of Journalism and Communication, Beijing Normal University, Beijing 100875, China;

2.Key Laboratory of Big Data Analysis and Application for Publishing User Behavior, Beijing Normal University, Beijing 100875, China

Abstract The research found that AIGC publications exhibit a feature of coexistence of practical orientation and innovation exploration: the content mainly consists of literary works (33.4%) and comprehensive books (24.6%), with themes focusing on computer technology (35.1%) and science fiction (26.3%), and the writing style leans towards structured explanations (with a 44% proportion of technical explanatory type); although technical guidebooks reduce the cognitive threshold through modular frameworks, they suffer from severe homogeneity (with a case library overlap rate exceeding 60%); although philosophical works account for a low proportion (11%), they form a market gap due to the scarcity of deep content. The reader acceptance shows a significant polarization, with technical guidebooks receiving 58% positive evaluations because of their "practicality"; while literary works suffer more criticism due to insufficient emotional density and narrative discontinuity; the analysis reveals that content quality, technical ethics, user experience, and social value are the core dimensions affecting reader acceptance. The study points out that current AIGC publications have activated the long-tail market through modular content and low-cost trial-and-error, but also face constraints in terms of depth, cultural adaptation, and ethical controversies. The optimization path should focus on providing differentiated solutions in vertical fields, establishing a verifiable creation transparency system, and reasonably adjusting the proportion of human-machine collaboration.

Keywords AIGC; Publication; Amazon hot list; Man-machine collaboration; Content feature; Readership