

《赶尸笔记》上市5天即遭“快盗”，令人瞠目

商报讯 知名作家朱金泰的长篇民俗小说《赶尸笔记》最近由湖南文艺出版社出版发行，并率先在湖南上架。然而，当全国各地的铺货工作尚未完成时，市面上就出现了大量盗版书，有的甚至公开在网上低价售卖。最先出现的盗版离新书上市只有短短5天时间。目前发现的3种盗版版本，已遍布北京、上海、江苏、山东等省市。该书责编徐应才表示，这是他从事出版工作数十年以来遭遇被盗版最快的一本书，应该也是湖南出版史上被盗版最快

的小说。《赶尸笔记》被网友誉为“继《聊斋志异》和《阅微草堂笔记》之后最有文采的当代类型小说”。书中的主人公足迹涉及“四省三十七县近千个地方”，该书也犹如一部宏大而精彩绝伦的地方风物志，向读者展示了一幅美不胜收的民俗长卷。湖南文艺出版社社长刘清华表示，尽管盗版现象已呈“常态”，对作者和出版社的权益造成严重损害，但是像《赶尸笔记》这种在如此短时间内被盗版的情况也出乎他们的意外。出版社表示将与相关执法部门联手打击盗版，保障作者合法权益。该书作者朱金泰也呼吁读者抵制盗版，支持正版，一起净化文化市场。(谢文文)

“日本”板块再热读者神经

“一衣带水”的地理关系与特殊的历史背景，让国人在面对日本这个邻国时，始终抱着对他国没有的那种酸酸的敬佩，和伴有疑惧的复杂感情。对于这个文化上同根同源而又如此不同的国家，国人保持着持久的兴趣，而关于日本的图书也一再形成文化和出版热。今年，日本题材图书再度出现一波出版热潮。特别是下半年以来，解读日本的图书不断涌现。据记者了解，预计年底至明年年初，还将有大批日本题材图书上市。

■商报记者 张伊



“看日本”超越文学，设计类成新贵

此次日本图书的热潮，文学与设计类中市场畅销品种颇具代表性。文学方面，继《1Q84》(南海出版公司)之后，橘玲的《洗钱》、田光代的《空中庭园》(湖南文艺出版社)、隆庆一郎的《影舞者》(万卷出版公司)等题材多样、在日本广受关注的作品相继来到中国。而在世界中心呼唤爱》(青岛出版社)也在作者片山恭首度访华之际再次掀起了纯爱小说阅读潮流，截至上月已经重印5次，销量近7万。读者对连城三纪彦的《一朵桔梗花》的热烈反映也显示了这股热潮的延续。尽管这本小说尚未上架，新星出版社在网上发布的独家限量藏书票本在短短40小时内就被预订一空。记者在书店走访时发现，关注这些图书的大都是年轻读者。年轻、时尚的特点在设计类图书的读者群中体现得更加明显。不论是原研哉的《为什么设计》(山东人民出版社)、集中呈现日本一流设计者的《12味生活设计》(文化艺术出版社)、还是广受追捧的品牌UNIQLO优衣库的首席艺术总监创作的《佐藤可士和的超级整理术》(江苏美术出版社)都让看日本动起来、玩日本游戏、追日本偶像剧、“哈”日本明星的年轻读者爱不释手。特别是在时尚的个性书店中，这些图书始终保持着出色的销售量和关注度。

然而，日本文学和独树一帜的设计图书并不是这次日本题材图书热潮的全部，以国人视角观察日本社会现实和解读日本特有历史的图

书才是这一波潮流的重点。在内容上，这些图书偏爱日本历史尤其战国史，以及日本当今社会政党斗争、民俗风貌、流行文化等方面面，也凸显了全面、深入的阅读特点。

从语文学出版社的《冰眼看日本》、浩瀚大洋是赌场》、中信出版社的《日本人间道》、国际文化出版公司的《何为日本人》、博集天卷的《别跟我说你懂日本》、重庆出版社的《日本战国群雄》系列、大陆桥文化传媒公司和青岛出版社合作的“认知日本系列”、亨通堂的“日本文化”系列，到磨铁图书公司的《史上最强日本史》、《哈，日本——二十年零距离观察》、凤凰出版社的《日本明治维新：幕末血风》等等，解读日本今昔的图书层出不穷，作者涵盖了日本知名作者司马辽太郎、山冈庄八、山本七平，旅日多年的中国学者、文人，也有樱雪丸这样的80后新锐，不一而足。这当中，《史上最强日本史》发行达8万册；《别跟我说你懂日本》在同类题材上保持销量第一的位置；而“日本战国群雄”系列已上专台陈列展示，进入畅销书行列。

顺应阅读需求 资源开发趋紧

解读日本的题材图书受欢迎，有着一定的社会心理背景。在日本创意和日本制造的工业和文化产品满世界占据着货架和书架、日本的对外宣传和政策又一次次挑动着我们的神经的时候，我们需要的是更加客观、理性和多面地认识日本这个熟悉的陌生人。有了了解的需

要，就有了读者。一位日本题材图书的策划人表示，“如果说，除去少数学者和有这方面生活经历的人，1990年代大众对日本的认识还仅仅停留在感性认识的中学水平的话，那么随着出版传媒和互联网的进一步发展，不满足的国人已决心从古到今、从头到尾、彻彻底底地对日本的认识提升到理性的大学水平。这给出版人提供了新的机会。”

青岛出版社“认知日本”系列责任编辑杨成舜认为，大家纷纷涉足日本题材图书，是由于国人客观、理性了解日本的需求在增加。特别是在今年中国经济总量超过日本跃居全球第二，但同时在社会、现代化程度上与日本还有很大差距的时候，需要对日本社会、经济现状的了解和分析和对发展的反思。《别跟我说你懂日本》的策划蒋晓丹发现，很多论坛里，中国选择最讨厌的国家的前三名和最喜欢国家的前三名居然都有日本。“80后，乃至90后一代人，俨然不同于上一辈背负着国恨家仇的民族情结，他们将已经有了自己的看法和认知。”蒋晓丹说，“满足年轻一代或者说满足中国人群体对日本的全新、客观、全面的理性的认知，就是这本书策划的初衷。”《哈，日本——二十年零距离观察》的策划李黎明也表示，长期以来，知识阶层都在反思中国与日本还有哪些差距，而这种反思是以了解日本为前提的。特别是在经济高速发展的时期，日本所经历过的起伏给国人提供了参照。这也是很多读者渴望深入了解日本的原因。他还提到，各家是在没有沟通、没有人推动这一话题的情况下，不约而同地推出日本题材图书的。几家民营公司单打独斗，纷纷抓紧日本选题开发的情况也印证了这一说法。这种情况一方面表明出版方运作这类题材是基于对大众深层文化需要的东西，另一方面也真实反映出了日本话题已经成为目前的文化热点。

当然，随着参与者的不断增加，选题思路和资源的竞争也激烈起来。一位策划无奈地表示：日本书热，但现在新的内容比较少，好的选题开发也较难。一些大社大公司对资源的垄断又增加了资源开发的难度。那现在这一题材是不是已没有新意可挖了呢？另一位出版公司的策划人挖，现在很多出版人都盯准了这个市场，很多兄弟公司以及出版社都在争抢这类稿件，要拿到好稿确实要下大功夫。但她也很乐观



示，需要找一些有独到的理性观点的(如《冰眼看日本》等)、有市场影响力和地位的(如萨苏的《与鬼为邻》、刘枏的《下流的日本》和以前的《岩松看日本》等)、熟悉日本文化而文笔又好的作者。这样的作者中，学者对日本的关注深度和文字的通俗程度可能并不适合大众

阅读，所以市场更青睐一些草根。基于这样的想法，蒋晓丹在做《别跟我说你懂日本》的时候就很想找一个真正的草根代表：他必须要完整地经历过留学生、工薪阶层、移居日本这一系列过程，同时还要具备良好的文字叙述能力、客观理性的视角和一定的文化底蕴，通过他的目光，国人才能看到一个真实的触手可及的日本，也只有通过这样的叙述，国人才能轻松地愉快地进入阅读的状态。蒋晓丹经过半年时间在豆瓣和各类博客的搜寻，才最终确定了《别跟我说你懂日本》的作者王东。而针对不同读者群，各家也在作者选择上反复斟酌。磨铁选择了研究日本文化20余年、《读书》杂志开专栏介绍日本的第一人李长声的《日本——二十年零距离观察》。从细节中解读真实的日本，用透彻、深入的观点和风趣的文笔满足有深度阅读需求的读者，而年轻作者樱雪丸则吸引了大批80后读者。

题材之后，另一个关键问题就是作者。不论是时下热门的日本题材，还是今后可能会热销的“欧美”题材，除去本国人对自家历史、社会、经济、文化的观照，一个大问题就是从哪里找出这么一些“知日”、“知美”、“知欧”的本土作者来对对象国进行符合国人思路和趣味的观察、分析。图书策划们普遍表

地表示，根据可能划分得越来越细的市场，大家都在抓紧储备类似资源，比如根据文风的不同等，从历史、生活等方面面进行选题储备，并且不限于日本，对于一些国人关注的国家，比如欧美等国，都会进行市场调研。言下之意市场只会越做越大，而不必担心资源的枯竭。

现在看这波日本热潮远未结束，各出版商都还有机会搭上这最后的班车。青岛出版社正与朝日新闻社就日本历史文化(包括绘画、建筑)的图书商谈版权，“认知日本系列”也将推出新成员；亨通堂年底将出版从宏观角度解读日本的《樱花与刀》；重庆出版社继续着战国群雄的故事，近期已经列入出版计划选题通过的司马辽太郎的《窃国物语》、吉川英治的《私本太平记》、《新平家物语》和《丰臣秀吉：新书大阅读》；博集天卷的《别跟我说你懂日本》的续集、力图击中80后、90后软肋的“日本宅文化史”年底出版，磨铁的《史上最强日本史》第二集不久后也将面市。

声音

民营公司领跑 出版社慢在哪里？

如同众多畅销社科书一样，新一波日本题材图书主要来自民营图书公司的手笔。在这一轮日本热中，民营图书公司引领了这一风潮并充当了主力军。出版社甚至是一些老大哥级的大社在选题嗅觉上的迟钝和选题策划上的保守暴露出了它们起舞时脚上的铁镣。针对日本题材出版社的缺位，某大社编辑这样表示：“并不是我们不想做这样的题材，虽说我们编辑不是周公，但也不是傻子，在《德川家康》热卖之后还没有反应，那在《1Q84》之后还能无动于衷吗？不是出版社嗅觉不敏感，而是行动力太差，特别是在日本这种所谓敏感话题上，选题计划的时候就得罪，稿子付梓之后还得审，不行还得删改，把大家感兴趣的内容删没了，其实这书也就没价值了。”另一位出版社的社科书编辑则更为直接，“其实人家民营公司拿着稿子了不还是在出版社出版嘛，出来的书不还是打着出版社的名字嘛，这不敢那不敢，别人说我们是带着镣铐跳舞，说我们是戴着镣铐跳舞，这镣铐不在脚上，而是在脑子里。”

■商报记者 张晓

2010年4月22日，人民大会堂，中国出版集团公司与全国人大常委会办公厅共同举行了中国民主法制出版社加入中国出版集团的交接仪式。至此，中国民主法制出版社成为第一家完成出版体制改革的中枢部委出版社。也是在这个时候，肖启明来到中国民主法制出版社。他说，“中国民主法制出版社进入中国出版集团，意味着进入了全国出版的大舞台，进入了舞台的中央，这是历史给予出版社的机遇。”而在此时加入，是他和出版社的缘分，应该倍加珍惜。中国民主法制出版社成立于1989年2月，至今已经建社21年。原作为全国人大常委会办公厅下属的出版社，一直围绕人大工作开展出版发行工作。肖启明介绍，在2006年以前，民主法制出版社的图

的梳理。“现在更多要考虑的，是怎样从产品线的意义上来规划出版社的产品，为制订明年的选题计划和‘十二五’规划，做好充分的市场调查和论证。”

对于出版社在主要业务板块的表现，肖启明也有自己的理解：之前民主法制出版社的产品，主要是人大工作用书、法律图书、人文社科类图书。人大工作用书，主要是为全国人大服务，没有延伸到地方各级人大；法律图书，占法律图书的市场份额太小，市场影响力很弱；虽然近些年在社科方面出版了一批畅销书，但出版社整体上体量较小。在记者问及出版社在加入集团前后的图书的重心有何变化时，肖启明表示，中国出版集团公司很看重作为法律图书出版专业社的民主法制出版社，所以，“我们一定要在法律图书出版方面，有较大的突破。”在人大工作用书方面，要做精做细，要充

珍惜历史机缘开创美好未来 ——访中国民主法制出版社代社长肖启明

书大部分为人大工作用书和法律图书，产品结构比较单一；从2006年开始涉足人文社科图书出版，取得了显著的社会和经济效益。2007至2008年，出版社发展达到历史最好水平。2008年，出版社的发行码洋达到8332万元，2009年公布的新闻出版总署首次经营性图书出版单位等级评定中，获得“全国百佳图书出版单位”称号。

肖启明说，按全国人大常委会副秘书长李连宁的说法，中国民主法制出版社是“出身名门，嫁入豪门”。出版社自2006年进入了良性发展的时候改革重组，今年又加入中国出版集团，其意义非同一般。谈到新工作和新任务，肖启明思路很清晰，他介绍说，出版社进入“新阶段”，力争在三到五年的时间里，发展成为一家专业优势明显，出版特色鲜明，有良好的市场竞争力与相当的综合实力，体制先进、管理科学的现代出版企业，为中国民主法制建设贡献力量，为中国出版集团建设法律图书产品线和壮大综合实力，做出自己独特的贡献。”

分利用全国各级人大的资源；人文社科图书方面，要在现有基础上，继续做强做大，畅销书和常销书搭配，通过畅销书的市场影响力带动常销书的销售。除此之外，民主法制出版社还将适当开发新的产品线，让出版社的产品更加丰富。肖启明提到，比如该社不久前出版的《三把钥匙解健康》，就是针对市场对健康图书的旺盛需求而策划的。而请武警北京总队第三医院中医科主任陈建国写此书，也是想对目前鱼龙混杂的健康养生图书起一个正本清源的作用。

“中国民主法制出版社正处在一个继往开来的新时期”，肖启明踌躇满志，“我们会在集团公司的正确领导和强有力的支持下，艰苦奋斗，改革创新，力争在三到五年的时间里，发展成为一家专业优势明显，出版特色鲜明，有良好的市场竞争力与相当的综合实力，体制先进、管理科学的现代出版企业，为中国民主法制建设贡献力量，为中国出版集团建设法律图书产品线和壮大综合实力，做出自己独特的贡献。”

中南传媒借“三毛”开拓动漫市场

商报讯(记者 晓宁)在著名漫画大师张乐平先生百年诞辰之际，由他创作的中国经典原创动画品牌形象“三毛”在问世75年后再度焕发活力——滑稽幽默、聪明善良、正义勇敢的三毛不再是为饱暖发愁的流浪汉，而是变身与坏人斗智斗勇的环保小卫士。由北京辉煌动画公司历经十年创意、策划、制作的111集大型动画系列片《三毛》日前在京首发，除《三毛流浪记》、《三毛从军记》外，新增《三毛奇遇记》、《三毛历险记》、《三毛旅行记》三部新编作品，将陆续在央视播出。中南出版传媒集团旗下湖南少儿出版社获得除《三毛流浪记》外其他四部的图书出版发行权。

据悉，《三毛奇遇记》(13本)正在紧急印刷出版中，《三毛历险记》

(13本)将于2011年4月出版。湖南少儿社自2008年与辉煌动画公司合作出版《三国演义》以来，在打造中国原创动画品牌、拓展动画产业链新模式上联合探索创新。中南出版传媒集团副总经理刘清华表示，在资本搭建产业平台的新时代，如何让动画图书走出“叫好不叫座”的困境，是出版人不断思考的问题。此次“三毛”系列再次紧抓中国国特色、中国故事、中国形象、中国精神，已受到海外市场关注。相信动画图书在经历了五年来不冷不热的状态之后，《三毛》能带动中国动画图书春天的再度到来。刚刚上市的中南传媒将借助编、印、发、供、媒的全流程产业链优势，突破单一出版的局限，以多介质推动以中国原创动漫走向市场、走向世界。

选题攻略

《德川家康》之后，日本板块怎么挖

新经典耗时数年、大爆冷门的畅销佳作《德川家康》毫无疑问是这次日本题材书热潮的领头羊。不止一家公司的策划人员表示，正是这部意外热销的历史作品让他们看到了日本板块的潜力。《德川家康》的大卖就让众多出版社对这个题材趋之若鹜。由此延伸开去，从通史性质的日本战国史、近代史、纪传体的人物史，到专业的日本海军史，都有人涉足；从政坛乱斗到上班族、综合商社，也有书囊括。经过长时间酝酿才与读者见面的《德川家康》，在时机上占尽先机。而随之兴起的同题材图书，赶搭潮流又要脱颖而出，应该怎么做？

向策划人员了解之后，我们不难发现各家涉足这一题材背后都有成熟和准确的市场判断。比如，亨通堂在“日本文化系列”之前还推出过“日本战国物语”系列。公司相关人员表示，这两套书都是用轻松的笔法来介绍日本正史，主要是希望吸引爱好日本游戏、动漫的年轻群体。一些年轻人最初知道德川家康、丰臣秀吉都是在游戏里，他们希望了解得更多。而《史上最强日本史》也是看准了《明朝那些事儿》带热的通俗历史读物市场，在各家专注中国史的时候，以日本史一书率先占领通俗外国史的细分市场。

题材之后，另一个关键问题就是作者。不论是时下热门的日本题材，还是今后可能会热销的“欧美”题材，除去本国人对自家历史、社会、经济、文化的观照，一个大问题就是从哪里找出这么一些“知日”、“知美”、“知欧”的本土作者来对对象国进行符合国人思路和趣味的观察、分析。图书策划们普遍表

《中文系》重温世纪末大学生生活

商报讯 在定位于80后、甚至90后的校园小说层出不穷的时候，较全面地还原1990年代中后期的世纪末校园生活的作品却并不多见。日前，继朱文《弟弟的演奏》之后，又关注这一时期校园生活的优秀小说《中文系》由人民文学出版社出版。《中文系》以上世纪90年代中期的大学生生活为背景，对大学生活到大学体制以及大学生心灵

进行了细致深入的剖析和生动摹写，讲述了主人公师师的成长故事，展现了一个脆弱灵魂寻求温柔庇护的情感旅程。师师苦爱与背叛、疼痛与欣喜交织的心灵生活，也是每个大学生或年轻人曾经感受或正在经历的。该书作者李江曾获“华语文学传媒大奖·2005年度最具潜力新人”奖，被媒体称为“继王朔之后最具叙事魅力的小说怪才”。(张晓)

《马克·吐温自传》中文版权花落法律出版社

商报讯 在马克·吐温去世100年后，美国加州大学出版社于今年11月正式出版他的完整版自传。据了解，《马克·吐温自传》中文版权已由法律出版社引进，预计第1卷将于2011年夏和读者见面。

1910年4月21日，美国作家马克·吐温因心脏病突发辞世。他留下5000页的自传手稿，因有对政治的尖锐批评，而遭“身后100年内不得出版”。在作家去世100年后，这部作品终于有机会

重见天日。马克·吐温自传的管理人、加州大学伯克利分校教授罗伯特·赫斯特称，自传中有将近一半的内容，此前从未披露过。不论是对当年美国海外军事干涉的痛心疾首，还是对华尔街巨头的尖锐指责，在自传中，马克·吐温都表达得很是露骨，但对自己同时代的文学人物，则没有谈及太多。除却辛辣，马克·吐温日常生活中的搞笑天赋也可从自传中觅得。(谢文文)

选题秀

商报讯 国学普及读物持续畅销。

作为大众类读物，学术性与通俗性如何更好结合是国学普及读物吸引读者要解决的重要问题。日前，中州古籍出版社将国学读物定位为“大家”写给大家的国学书，历时3年推出了80种、82册《国学经典》，在学术和大众之间找到了平衡点。《国学经典》筛选了最有代表性的80种典籍，囊括了史子集中的经典著作。该系列在篇目的选择上，同时注重了典范性和普及性，既有《尚书》、《周易》、《周礼》、《礼记》这样的三坟五典之作，同时也有《百家姓》、《了凡四训》、《龙文鞭影》、《幼学琼林》这样的街谈巷言之书。在作者的选择上，中州古籍出版社为每本著作都约请了相关领域的一流学者，对原典进行导读、注释及翻译。导读部分融入了学者对原典内容的全面介绍，对该书的思想性、艺术性及目前学术界的最新研究状况给予了综合评价。(张伊)

中州古籍社推“大家”写给大家“书系