作家社百万数字出版版税付作家

商报讯 近日，天下霸唱、张者、尹建莉、王晓方等一批作家从作家出版社收到了2010年度的数字出版分账收益。据统计，共有80多位将作品授权给作家社进行数字化运营的作家获得了丰厚收益，其中天下霸唱、王晓方、张者、铁凝、胡佳、张炜、武和平、周梅森、孙浩、艾伟等一批作家授权作品的数字版权年度收益已经接近或超过其纸质作品带来的收益。其中，受益最高的天下霸唱获得十多万元稿酬。作家社成为第一家规模性给作者支付数字出版版税分成的传统出版机构。

经过近2年与中国移动手机阅读基地的合作，作家社初步摸索出一些数字出版的规律，与电信运营商、国内外数字发行平台、渠道建立了良好的合作关系，在数字出版领域取得了一些初步进展。该社社长何建明说：“几十年来作家社出版了大量优秀文学图书，培养了大批知名作家；在数字出版时代，我们一样有能力引领文学数字出版潮流，为广大作家及其作品提供更加全面的出版服务和增值服务。”据中作华文数字传媒公司总经理刘方介绍，公司成立后，已经与大批中国作协会员作家签约，全面代理他们的作品数字化版权经营及其他多种形式的版权服务。“让作家的收益最大化是我们的首要目标，如何让优秀文学作品在数字时代广泛传播是我们努力的方向。”刘方表示公司的规模经营将会使广大作家受益。 **（孙）**

青春文学偶像品牌谁主市场

■商报记者 孙 珏

2005～2007年，青春文学以井喷之势出现，2008年出现了颓势，2009年上半年依然处于颓势，2009年下半年青春文学保持平静，2010年初，青春文学市场开始好转，富有竞争力和资本的出版机构开始加大对青春文学的投资。今年已经过去大半，青春文学市场又呈现出一个怎样的格局？

商报·东方数据2011年1～6月的数据显示，文学书畅销排行榜前50名，青春文学占据8席。除了十月文艺出版社的《大方No.1》，其他7部作品几乎被长江文艺出版社全部收入囊中。排名第一、三、五位的分别是《临界·爵迹(下)》、《临界·爵迹(上)》、《爵迹·燃魂书》。《小时代2.0——虚铜时代》、《悲伤逆流成河》、《小时代1.0——折纸时代》等虽未进前十，但其市场号召力强大到不少经销商已经对《小时代3.0》翘首以待。

正如博集天卷文化传媒有限公司文学编辑中心总监一草所说，今年青春文学的市场竞争格局最大的变化在于从“百花争鸣”到“一枝独秀”。三四年前，郭敬明团队是当时的“主力部队”，市场份额已经稳居第一，但占有率不及三成，以饶雪漫、明晓溪等为首的“诸侯”则紧追不舍，顾漫、夏茗悠、郭妮、小妮子等地方军也都风生水起，加上一些网络作家后起之秀，每个人都能找到自己的一亩三分地。2009年后，这些“诸侯”也都逐渐式微，“郭氏王朝”继续膨胀，一统江湖，推出的很多新作者以及老牌作者表现都不错，风格多样，占据青春文学市场近70%的份额，完美实现“垄断”。

毫无疑问，今年的青春文学市场最重要的特征是偶像化+品牌化。虽然2010年开始，青春文学有好转，但让大多数出版人都望尘莫及的是少数几个“偶像”在青春文学领域大放异彩。郭敬明、明晓溪、笛安、落落、顾漫、匪我思存等，他们拥有属于自己的庞大粉丝群，有超强的市场号召力。品牌化则表现在青春文学比成人和儿童文学更注重其平台建设，如郭敬明团队的《最小说》、《最漫画》、《最映刻》等都是一流的“造星”平台，而如《仙度瑞拉》、《花火》、《知音漫客》等青春文学杂志，对明晓溪、独木舟、江南等作家的市场推动也起到了非常显著的作用。

不容否认的是，青春文学市场经过几年的迅速发展，达到一个高峰期后，逐渐成熟并开始平稳发展。一方面市场领先者受资本青睐地位稳固，但也因缺乏新鲜血液补充成长不足，趋于保守；新进入者受限于前者强大的市场壁垒难以发展，所以近两年来难以看到新面孔。郭敬明的最世文化得长江文艺社长期支持，饶雪漫的雪漫文化也被凤凰出版传媒集团收购，有相应的资本和市场的支持，平稳运营，但是也难以复制当年风光。市场上的其他出版力量大多在努力“维持”并寻找新的市场增长点。从目前的情况看，亮点不是没有，但威力尚小。

截止到今年8月份，悦读纪公司青春文学图书的品种数达75个，其中销量比较突出的包括辛夷坞的《浮世浮城》销量约36万册，飞烟的《绝色倾城》销量约20万册，顾漫的《杉杉来吃》8月份上市，截止到现在销售50万册。知音动漫公司今年共推出青春文学类产品50余种。其中《龙族Ⅱ悼亡者之瞳》(江南作品)销量已达90万册，连续几月居当当新书榜首；裟椤双树的《浮生物语》销量也有22万册左右，玄色的《哑舍》也已加印到20万册。公司的主要模式是以杂志带动图书。旗下的8本杂志涉及漫画、绘本、小说、童话、幻想、悬疑等多个领域，总发行量近每月700万，其中一本《知音漫客》周刊月量就有400万。博集天卷自2007年拥有了自己的青春文学品牌“纸上偶像剧”后，每年青春文学的品种保持在10本左右。今年表现突出的有桐华、舒仪、Pluto的作品。桐华作品的销量在30万册左右，舒仪和pluto的书则分别在15万册和10万册上下。前不久，依家书院与光明日报出版社合作推出了以“红颜悦”女性品牌为主的第一季主打图书《冥界红娘》、《你是我，不能言说的伤》、《鸾凰欲鸣》等，在市场上也取得了不错的成绩，其中《鸾凰欲鸣》仅在当当网上架不到两个月的情况下就突破了近3000册。同样关注青少市场的接力出版社今年推出了十几多种青春文学书，仍以引进版为主。每年保持引进类3～5万套的销量，原创青春文学单本2万册左右的销量。春风文艺出版社今年的规模虽不可与往年相比，但也稳定在百种左右。其中，以明晓溪的“旋风百草”系列在市场上表现最为突出。即将推出的大结局据经销商要求，首印20万册。

深圳市扬帆书海文化发展有限公司老板刘世栋经营青春文学、动漫、社科畅销书的零售批发业务多年。他感觉，青春文学仍是近年销售较稳的板块。单本销量虽没有以前高，但品种增幅较大，总体市场并没有太大下滑。往年大放光彩的穿越类图书今年总体来说比较平稳，没有出现像当年《梦回大清》那样的畅销书。“谁知道随着湖南卫视《步步惊心》等电视剧的播出会不会再现《梦回大清》式的图书呢?”

无论如何，青春文学的翘楚团队并没有百分百占据市场，始终有优质产品被不同的策划人发掘，虽未成大气候，但最起码说明了青春文学的路在何方。

●声 音

青春文学是“做人”更要“做书”

一 草(博集天卷文化传媒有限公司文学编辑中心总监)：事实上，近年饶雪漫市场份额有所下滑，证明“做人”的路并不坦荡。最大的问题是大家在创新上的保守，在挖掘作品上缺乏思路，在培养作者上缺乏动力，都想收现成的，殊不知，青春文学作为文学的源头，是最应该扶持新作品和新人的，而不是简单的“做人”。从另一个角度看郭敬明会发现，表面他在“做人”，塑造了很多文学新星，但更多还是在发掘文章之上发力，比如《西决》，这样的作品非常优质，但郭敬明启用之前，有几个人叫好?“做人”是理所当然，但源头还是对作品的挖掘。

王 平(春风文艺出版社青春文学编辑室主任)：因为作家的偶像化，读者的粉丝化，读者更注重作品的时尚感、娱乐性。如不借助强大的宣传平台，像2005年前后涌现出的一些偏严肃文艺的青春文学作家如蒋峰、李傻傻和鲍尔金娜，获得读者市场认可会更为艰难。

读者口味巨变

杨小邪(知音动漫公司副总经理、青春文学图书资深策划人)：我在十年前做青春类杂志的时候，大家流行用“80后”、“90后”来划分阅读人群。但如今，用“85后”、“88后”、“90后”、“95后”来划分似乎更为合理。在整体阅读习惯上，如今的12～18岁的青少年人群对阅读节奏的要求更快，对人物的形象感觉更为复杂化。10年前开读者座谈会，大家都聊金庸聊《指环王》，把金庸小说奉为经典；而如今和读者们聊天，就算自称是武侠迷的，很多连金庸小说都没看过。他们并不特别地信奉经典，比较容易接受新事物，但口味要求更高。

李真真(四川文艺出版社市场营销部主任)：小学生在看郭敬明的《爵迹》，在网上跟人合写穿越小说，公车上遇见的初中生在看世界名著《伊索寓言》……青春文学的读者群年龄越来越小，口味越来越重，这是不争的事实。如何把握好出版尺度，更新已有产品，需要好好研究。

跟青春文学“死磕”到底

郭琳媛(新世界出版社文学编辑室主任)：对这个市场我仍有信心，并且看好细分后的低龄化市场。往年杜拉拉类型的“高龄”青春读物比较火，而今年明显的变化是，从低龄或者其他领域切入会找到更多机会。

周 锦(接力出版社青春读物编辑部副主任)：青春文学的杂志平台会越来越多，越来越多元化、个性化。需要注意的是，做杂志者甚多，真正能将内容做好同时投资者有眼光不会擅自干预内容的不多，因此，大部分杂志感觉都是游戏人间。建议有志办青春文学杂志的人，扎实地做出来，注重文本，形成强力的作者群，并独立于别的杂志，不要雷同。

陈禹舟(华文天下营销总监)：如果是纯粹从纸质出版的角度看青春文学市场，我是相对比较悲观的。但是这个类别所针对的读者群依然存在，只是需要不断地更新形式和把握这个群体的变化和兴趣，发现适合的内容，不固守纸质出版的形式，还是有机会的。甚至从内容延伸到周边产品，形成商业系统也是有可能的，比如郭敬明就有很大机会。饶雪漫的雪漫文化更是整合出版和影视公司，这条路一旦成功，将会成为新的热点。

●企业行动

多方联手力推《洛克王国》大电影同名书

商报讯 经过长达2年的筹备，根据腾讯首款儿童绿色在线社区《洛克王国》改编的动画电影《洛克王国！圣龙骑士》将于今年9月30日正式登陆各大影院。这部作为腾讯联手优扬、炫动卡通推出的首部泛娱乐化发展战略的第一个核心项目，自创意之初就引发了无数关注。近日，记者从腾讯公司获悉，在电影同档期与小洛克们见面的不仅有电影，还有《洛克王国·圣龙骑士电影连环画》等一批大电影同名图书。

据出版方安徽少儿出版社介绍，继今年暑期档陆续推出了“变形金刚”、奥特曼和赛尔号大电影同名图书之后，这已经是今年该社第4次，也将是最后一次推出动画电影同期书。本次与电影同步上市的既有《洛克王国·圣龙骑士电影连环画》、《同名电影小说》、《经典故事》等根据电影改编的故事书，也有依据电影全新创作的《洛克王国大电影人物传记》、《神奇百宝箱》等一系列延伸产品。此次《洛克王国·圣龙骑士》电影的推出，是“洛克王国”向着传统媒体领域迈进的第一步。为此，腾讯、优扬传媒、炫动传播和安少社四方展开了强强联合，由在线互动社区到电影，再由电影到图书，“洛克王国”这个文化品牌不断向着“立体化”、“深层次”趋势发展。 **（孙）**

心喜阅公司打造大型百科系列

商报讯 由心喜阅公司最新引进的一套大型百科图书《探索频道·少儿大百科全书》系列近日推向市场。据悉，心喜阅是由海豚传媒、湖北教育出版社和英国Parragon三家联合组成的出版公司，他们联合打造的这套大型百科图书由于内容扎实、图片清晰美观，一上市就受到家长和孩子们的热捧。探索频道制作的节目是世界上颇为优秀的纪录片，《探索频道·少儿大百科全书》是一套10本的大百科全书，涉及地球、恐龙、发明等许多方面。记者从出版方了解到，这套丛书与通常的百科全书略有不同。例如翻开《海洋生物》，从寒冷的极地到炎热的赤道、从美丽的沿海到浩瀚的远洋、从阳光普照的海面到海平面下11千米深的海底，这本书呈现给读者一个波澜壮阔、绚丽多彩的全景海洋画面。在书的每一页，读者都能看到一个标题为“你知道吗?”的小贴士，它讲述的也许是个有趣的故事，也许是读者不知道的知识，令人感受到海洋生物的神奇魅力。

另外，这本书也没有像通常的生物百科那样，按照门纲目科属种的生物学分类来讲述海洋生物，书中也没有难懂的拉丁文生物学名。可以说，该书不太像是一本工具书，倒更像一本海洋生物图画书，带给孩子们阅读的快乐。 **（小 白）**

●图片新闻

新书首发杨振宁现场指导学子前途

商报讯 物理学家杨振宁的最新传记《杨振宁传》由生活·读书·新知三联书店出版。该书自1922年杨振宁出生起一直写到2010年，记录了他的家世背景、学术生涯、科学成就、社会活动以及其私人生活，是迄今为止最厚实、最全面的杨振宁传记。杨振宁对这本传记亲自审校认可，并提供了百余幅配图。该书2003年首次出版，此次出版的“增订版”增加约10万字内容，作者杨建邺(武汉华中科技大学物理学院退休教授)从2004~2010年3次采访杨振宁，对其1999年退休以后的研究、生活，尤其是与翁帆的结合，有较多了解，因此弥补了此前出版的杨振宁传记只写到其退休为止的缺憾。近日，北京华侨大厦新书发布会现场，不少高校物理系的学生赶来一睹杨振宁的风采。一位北京科技大学物理系学生向杨振宁询问“如果没有机会出国深造，自己的专业前景会怎样?”杨提醒学生，美国的经济不景气，未来5~10年将会有大批学子回国，会迎来更加激烈的竞争。 **（珏）**

“我还记得潘社长刚到人民文学出版社时来武汉的那次出差。我说了我在写什么样的作品，大概一百万字。他当时没有说话。完稿之后大约半年左右，有一家出版社说，你干嘛写那么长，一百万字分三部多好做。2004年12月份的一天夜里，我突然接到潘社的电话，他说：‘一百万字的东西给我吧。人民文学出版社还是要沉甸甸的东西’……”这是9月18日第八届茅盾文学奖获奖作家刘醒龙在“人民文学出版社与茅盾文学奖”媒体恳谈会上的开场白。

人文社垒就“茅奖”半壁江山

■商报记者 张 伊

刘醒龙至今创作的几部小说均是由人文社策划出版的。不久前，他凭借描写乡村教师生活的现实之作《天行者》荣获第八届茅盾文学奖。《天行者》与毕飞宇《推拿》的获奖，使人文社的作品在“茅奖”30年来评出的36部正奖作品中累计获奖数量达17部，几乎占据了获奖作品的半壁江山。

“茅奖”作品的殊荣固然得益于作家杰出的创造力，但也与慧眼识珠、默默耕耘的编辑们密不可分。《天行者》的编辑杨柳对这部作品显然有着深刻的理解，“《天行者》写的是民办教师，但是它的意义远不止如此。刘醒龙用非常饱满的细节、情感写作，在写满了这些艰难、痛苦、眼泪和悲伤以后，你感觉到的是一种很向上的东西。”而与毕飞宇相识十几年、已经退休的胡玉萍为《推拿》倾注了大量心血：“我们过去写残疾人作品，都是写苦难、写他们在社会当中的不易，而《推拿》让我们看到盲人全面真实的生活。毕飞宇还写到盲人对于美的追求，这个领域过去很少人涉及。”

作为此次“茅奖”唯一有两部作品获奖的出版社，人文社显示了其国家级专业文学出版机构所应该承担的文化担当。本届“茅奖”人文社共有19部作品进入评委视野，6部作品入围前20名，《天行者》、《推拿》、《农民帝国》3部作品进入前10名，参加决选，《天行者》和《推拿》最终摘得桂冠。两部作品在市场上也有不俗表现，累计发行量均已近10万册，“茅奖”结果公布后，更是呈现出爆发式的加印需求。

为什么人文社能占据“茅奖”作品的半壁江山?“坦率说这个问题我们本来没有认真想过，”人文社社长潘凯雄说，“茅盾文学奖设立以来，人文社成为获茅盾文学奖最多的出版社，同时也是出版茅盾文学奖获奖作品最多的出版社。”上世纪80年代到90年代初，从事文学出版的机构并不多，人文社作为1951年成立的老牌社有得天独厚的先天条件，但随着从事文学出版的机构越来越多，所谓历史的先天优越性相对淡化了。“茅奖”稳留人文社，更多的原因在于“内在的契合”。潘凯雄将其概括成茅盾文学奖的设立初衷与人文社60年来所坚持的出版理念的不谋而合，即关注现实、注重作品整体的品质。“60年来，长篇小说出版一直是人文社高度重视的一个门类。优质原创长篇小说的推出是人文社工作的重中之重。我们对长篇小说的关注视野是多元、开放、多样和包容的。在这样的视野当中，我们比较关注现实的作品，比较重视整体的艺术品质。当然，关注现实只是长篇小说的一个方面，它首先要是一个好小说。”潘凯雄说。

在文化追求与市场经济之间，人文社始终高度重视本土原创作品的遴选和出版，坚持图书出版的高品质。面对严峻的市场形势，潘凯雄倡导“畅销书”与“常销书”两手抓。事实证明，人文社长期坚持的文学出版理念，其结果是双赢的，经典优质作品既带来了良好的社会效应，同时又为出版社带来了可观的经济利益。据不完全统计，人文社获得茅盾文学奖的17部作品，各种版别共计销售近650万册，业已成为经久不衰的常销书。

另据了解，人文社与本届“茅奖”作家刘醒龙、毕飞宇共同为“北京慈弘慈善基金会慈弘图书角”捐款。两位作者在人文社出版的《天行者》及《推拿》本次加印每售出一本，三方将各自为图书角捐款0.1元用于西部贫困地区中小学图书角的设立。本次签约捐献的首批善款将用于在青海省设立16个小学低龄段图书角，每个图书角将包括99册图书和一个书柜。基金会代表表示，此次捐赠善款支持项目将于今年10月落实。

●谁在说

李荣胜：每个人都要懂点国学知识

商报讯 近日，中国现代文学馆前常务副馆长李荣胜撰写的《国学是什么——每一个中国人都应该知道的国学基本知识》面世。该书由华夏出版社出版、北京浩典图书有限公司策划。该书是一本系统阐述国学是什么的综合之书，也是一本全面告诉中国人应该知道哪些国学基本知识的普及之书。据悉，该书最初作为中国现代文学馆向中外参观者普及国学知识而起草的一份讲稿，后经整理、充实和凝练，遂成专著付梓出版。 **（晓 茜）**

肖云峰：写作文很轻松

商报讯 属于实力派的青春作家肖云峰帅气时尚，举手投足颇有偶像派风范，对孩子们有神奇的号召力。作为沈阳本土新锐作家的他于近日受邀在沈阳市新华书店举办主题为“文字魔法师教你玩转文字与梦想”的读者见面会，给孩子们做“开学收心操”。除了众多《麻瓜小魔女》(四川少年儿童出版社出版)图书的“粉丝”参加外，一大批家长带着需要“收心”的孩子踊跃报名参加。此外，北方图书城也于近日邀请肖云峰在诚大店举办了主题为“开启小学生写作世界的魔法钥匙——小学生如何轻松写作文讲座”的专题讲座。据悉，“麻瓜小魔女”系列自出版以来，持续热销，现已再版15次，销量突破30万册，并且提名入围2010年中国童书金奖，在全国小学生中间有大批狂热的“麻粉”和“蜂蜜”。 **（宇 澜）**