

三联书店与雕刻时光签订战略合作框架协议

中国出版传媒商报讯 12月30日下午,生活·读书·新知三联书店有限公司与北京艺丰雕刻时光咖啡文化有限责任公司就战略合作框架协议达成协议,并在韬奋图书馆举办了签约仪式。三联书店总经理樊希安、雕刻时光董事长庄崧冽出席了签约仪式。

据介绍,2010年,雕刻时光开始与三联书店接触,经过双方协商,雕刻时光进驻京城文化地标——三联书店旗下三联韬奋书店二层。数年来,双方借助各自品牌优势,在文化和商业上都取得不俗成绩。2011年起开办的雕刻时光文化讲堂,迄今已举办超过300期。随着合作的逐渐深入,双方感到有必要加

少儿百科图书牛气挺市

2013年,少儿百科图书市场的引爆点无疑是少年儿童出版社7月推出的《十万个为什么》(第六版)(18册),全套售价高达980元。一时间,对于该书定价过高的议论尘嚣尘上,但这些言论丝毫不影响该套书的热销,这套集结了权威编撰阵容,已经成为几代人童年回忆的经典百科套系在新时代仍然焕发出了活力。据该社策划部张顺介绍,这套书目前已经发行5万套。简装版也将于2014年春季上市,定价680元。

不容否认的是,2013年的百科市场依然是外版书占强势地位。诸如,湖南少年儿童出版社从美国不列颠百科全书公司引进《大英儿童百科全书》(全16册)。据该社相关负责人介绍,平装版走网络包销的路子,面市一年来,销量已超48万册。浙江少年儿童出版社今年推出的引自美国国家地理学会的《美国国家地理少儿版百科》销量已经逼近4万册。童趣出版有限公司引进自德国的《环球探索》少年版以及《迪士尼我的第一本大百科全书》,中国大百科全书出版社的《DK儿童艺术创想百科全书:与大师一起创作动物名画+与大师一起创作世界名画》等都是人气超高的产品。此外,二十一世纪出版社引自韩国的“我的第一本科学漫画书”系列今年继续推出新品“科学发明王”、“黄金战士大冒险”、“数学世界历险记”等,加上其他品种,全套总销量已经突破1300万册,业绩十分惊人。

当然,除了“十万”这套重磅原创作品,百科原创力量也在逐步成长中。清华大学出版社的《最奇特的海洋生物》由凤凰科普编委会编著,是一本有关海洋生物的百科全书。与此同时,凤凰科普编委会还出版了多部比较畅销的少儿科普图书,如《最最奇异的植物》、《最最古老的恐龙》、《最有趣的虫子》等。另外,海洋出版社的《海洋动物科普故事》、海燕出版社的《动物王国大揭秘》、电子工业出版社的“故事中的科学”系列等等也是原创少儿科普图书中涉及百科知识的图书。

尤值一提的是,“十二五”国家重点图书出版规划项目,由中国科普作家协会推荐、著名科普作家张冲主编的《中国原创科学童话大系》第一辑(儿童卷10册),由湖北少年儿童出版社出版发行,农家书屋与馆藏渠道相当受欢迎。此外,该社的“少儿科普名人名著”已经销

售过百万册。湖北科学技术出版社推出“小风车儿童成长百科全书”;老牌的大百科社自然每年都有拳头产品,今年推出的《中国儿童百科全书》(超值套装)是《中国儿童百科全书》的最新礼品装,包括地球家园、文化生活、人类社会和科学技术4册。《中国儿童百科全书》出版10年来,累计销量已有800多万册。

在图书的呈现方式上,今年的科普书也打破了以往单纯纸质的形式,加入了声光电元素以及更多的互动模块,让百科知识生动立体起来。比如新世纪出版社的《我的第一本观鸟日记》附赠鸟类野外声音光盘。《DK儿童动物大百科》(中信出版社)专门针对儿童的认知习惯进行了人性化设计,通过分门别类的动物条目以及“信息卡”,展示了动物的分类、族群、栖息地等。此外,该书在每个动物旁绘出人或手掌,让孩子直观地了解到动物的实际大小。

从市场竞争者角度分析,由于少儿百科类图书没有像儿童文学类别被大社强社垄断,也不似图画书需要长久的经营打磨,不少非少儿类出版机构切入童书市场后,都将其作为最先考虑的产品线之一,各类专业社、教育社、大学社等都或多或少有所涉及,竞争也相当激烈。比如,广西科学技术出版社的《HOW&WHY美国经典少儿百科知识全书》一二辑已经销售15万套,算是其中翘楚。此外,英国DK公司的百科产品依然是国内出版商首选的品种。从领头产品看,大百科社不仅在成人百科市场具有相当地位,在儿童百科方面,近年也布局相当严密。该社的“中国儿童百科全书”系列已经基本完备,9~15岁版畅销10年,6~9岁版《上学就看》行销数载,已累计销售逾百万册。针对儿童百科全书竞争激烈的现状,该社还适时推出填补空白的3~6岁的《中国幼儿百科全书》,2013年还推出了2~3岁版的幼儿百科。

总的来说,百科类图书市场从知识内容上看,并没有发生太大的变化,但百科知识需要用何种呈现方式却成为新的课题。由于互联网的发展,大量知识在网络能随意取得,少儿类简单的精美图片浏览型百科书存在价值遭到质疑,工具型百科书如何更适宜青少年读者查阅,在当下更为考验出版人的能力。

强合作的深度和力度,决定以统一的资源整合优势结成长期共同发展之联盟,以获得良好的社会效益和投资回报。此次的战略合作框架包括相互宣传、探讨交流和业务促进以及合作选址办店等诸多方面。

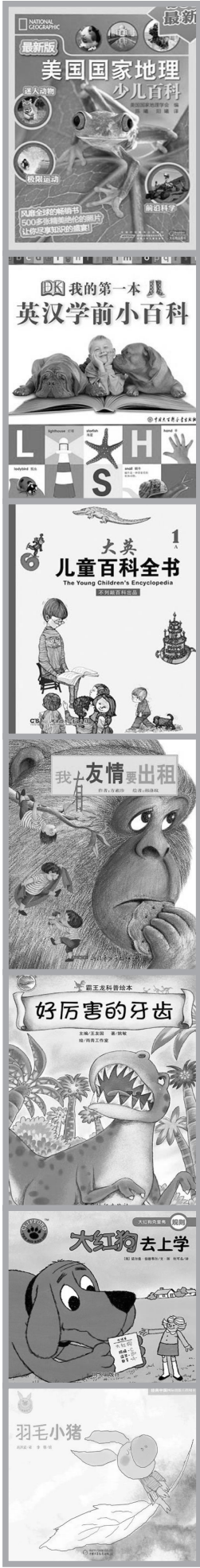
签约仪式上,樊希安表示,这样的合作首先是基于双方对“文化”的共同认同。在他看来,咖啡始终与文化有着不解之缘,同时与雕刻时光的合作也有基于商业的考量,“这是为读者服务的一个重要方面。咖啡馆的主要消费人群都是热爱文化、热爱阅读的,聊天、欣赏音乐和阅读是人们在咖啡馆的最常进行的活动;与雕刻时光合作,把阅读和日常文化休闲相结合,营造人与书亲密接触、人与人面对面的交流机会和人性化的阅读氛围——这是阅读的题中之意和自然延展,这种体验是电子商务和数字阅读所取代不了的。”



原创图画书渐成气候

如果说2012年的原创图画书还要用“方兴未艾”形容,2013年的原创图画书用“渐成气候”来概括丝毫不觉夸张。

2013年,原创图画书不仅成为出版人以及专家学者看好的一个潜力板块,也是付诸实践的一年。从产品体裁看,传统题材不再一统天下。尽管这类产品仍然有不少出版商在关注,比如中国少年儿童新闻出版总社准备上市的“中国红”系列以及2013年问世的北京师范大学出版社推出的“绘本森林——中国民间故事与神话传说”系列、湖北少年儿童出版社的“中国图画书典藏”书系、蒲公英童书馆的“中国民间故事精选”系列等等。以名家名作为突



破口,打造衍生图画书系列的风潮依然在继续。比如明天出版社的“曹文轩纯美绘本”系列、“杨红樱亲子绘本”系列,新蕾出版社的沈石溪“动物绘本”系列,二十一世纪社的“皮皮鲁绘本馆”系列。湖北少年儿童出版社的“中国图画书典藏”书系更是集半世纪中国图画书精粹,同时他们还着力开发了“杨红樱绘本”系列,市场反响也相当不错。湖南少年儿童出版社也推出了“中国儿童文学大家绘本”系列,将王一梅、樊发稼、汤素兰、金波等大家作品改编成新式绘本。接力出版社今年在上海国际童书展首发的由王晓明创作的“花生米图画书”系列(共4册)是一套开启儿童自我发现之旅的图画书,其中主打作品《花生米样的云》曾荣获中国作家协会全国优秀儿童文学奖,深受家长和孩子的喜爱。

除了上述两大门类,图画书的题材开始多样化,儿童认知开发、科普类、品格养成等更为细分的门类开始涌现。比如中少总社推出的24册高洪波著的“小猪波波飞”系列、禹田文化传媒出品的“雪娃娃系列绘本”——《波流上的合奏曲》、《云朵小火车》,化学工业出版社的“比比熊绘本故事集”,中国纺织出版社的“霸王龙系列科普绘本”,新疆青少年出版社的《我有友情要出租》等。另外,像清华大学出版社已经与国内著名老画家、清华美院教授组成的国内绘本制作团队签约,目前已经在策划和出版中的图书有几十种。

从原创图画书的出版格局力量看,明天社依然是其中翘楚。2013年,该社推出的原创图画书新品50多种。其中“大红狗克里弗”共推出三辑,第三辑于2013年圣诞节期间上市。前两辑累计销量达1.8万册。“信谊世界精选图画书”系列的《有些时候,我特别喜欢爸爸》,2013年7月上市以来累计销量600余册。此外,在童书市场占有率多年名列前茅的浙江少年儿童出版社近年在原创绘本上也着力不少。2013年该社继续推出的“中国原创绘本精品系列”第二辑以及“方素珍原创绘本馆”系列,都有不错市场表现。二十一世纪出版社的《天啊!错啦!》入选了2013年

“经典中国国际出版工程”;王若文的“小文系列”(10册)和《爸爸的爸爸的故事》均有加印,销量都在1万册以上。此外,像英童书、蒲公英童书馆等民营公司以及北京师范大学出版社等新力量的原创绘本也都已在图画书市场形成了良好的口碑。并且有些还引领了市场风向。比如北师大社的“印象中国·水墨宝宝”系列,水墨画启蒙宝宝视觉,独创且有新意;记忆童萌并入北京盛雅典书刊发行有限责任公司后出品的“自我保护意识培养”系列引领“实用图画书”风气。

2013年,中国原创图画书数量级上有所增加,且无论图画书创作者的艺术视野还是出版者对于图画书的理解都有极大的进步空间。以当当网为例,精装图画书中国原创354种,相较去年的87种,有大幅度增长,但与此同时欧美2112种、日韩439种,也增长不少,证明图画书市场容量整体扩容。值得注意的是,国内图画书的创作出版发展很快,同时也出现了“大干快上”的苗头,甚至有出版机构一次推出十本原创图画书。事实上,在国外编一本精品图画书需要三五年时间。

从原创图画书的创作模式看,多国合作的趋势在2013年格外明显。中少总社出品的曹文轩的《羽毛》请的是巴西插画师,目前已经问世。此外,像《河对岸》、《挂太阳》、《怎样教大象跳》分别邀请了俄罗斯、美国、马来西亚的画家就国内的脚本进行创作。二十一世纪社近年在原创图画书开发方面,可以说开创了经营国外童书作家的先河。2013年,该社邀请了凭借《月亮的味道》蜚声国际的作者麦克·格雷涅茨来到南昌开始创作具有中国元素的作品。此外,该社还邀请日本著名画家、《阿春奶奶的手》的作者木下晋创作《真正的大熊猫》。北京蒲公英原创绘本的跨国合作项目也有不少,比如《荷花镇的早市》、《北京——中轴线上的城市》都是以中日同步的方式出版;向华和马玉的《悟空,乖》先由蒲公英兰在中国策划出版后,再在日本出版。此外,“祝愿和平绘本”系列的跨国合作是由中日韩三国画家发起的项目。由蒲公英直接策划出版的原创绘本有《迷戏》、《火城》。以此同时,2013年,很多的原创作品都借由合作作品的路径走出了国门。

另外,图画书改编已经成为业界普遍在实行的操作手法。虽然不少出版者都明白,名家名篇、名著改编成图画书本身存在“主题先行”的毛病,要改成好的图画书不是一件容易的事,但又经不起对于名家资源开发的诱惑。事实上,这些书问世后的境遇也不尽相同。此外,纵然近年业界对于图画书赋予太多的“教育意义”批评再三,但仍然有不少出版商在策划选题时不自觉地加入了不少“生硬、教导”性关键词,当然,这些现象要扭转并非朝夕之事。2013年的丰子恺儿童图画书奖“第三届书奖颁奖典礼暨第四届论坛”上,有专家就认为,中国原创图画书的发展呈现出了两个大问题,其一,如何更有儿童性,更有想象力,其二,怎么样更完整、更精致。创作者的想象力不够丰富,胆子不够大,比较拘谨。写民俗的比较多,写实、怀旧的比较多,民间故事也很多,但是,这个年龄阶段孩子最需要的童话类的、充满想象的图画书很少。如果能把握住儿童的奇思妙想、童趣,把握住精雕细琢,中国的原创图画书就有希望。

2013年,原创图画书大赛和评奖已经常规化:11月,丰子恺儿童图画书奖“第三届书奖颁奖典礼暨第四届论坛”在南京大学召开。12月,第四届“信谊图画书奖”颁奖典礼在济南举行。从这两次具有代表性的原创图画书活动看,获奖者多是我国台湾地区的作家和画家,大陆力量中,“90”后学院派的活力不容小觑。

南京大学出版社

重点书推荐

“城市人”丛书

《北京人》
肖复兴 著
定价: 38.00元

《南京人·续》
叶兆言 著
定价: 26.00元

《武汉人》
方方 著
定价: 26.00元

《南昌人》
程维 著
定价: 36.00元

《哈尔滨人》
阿成 著
估价: 28.00元

城市拥挤嘈杂,势不可当,让人充满精力,却又脆弱不堪。城市冷峭坚硬,而又柔软包容。不同的城市,不同的城市人,经历着怎样的历史文化洗礼,孕育着怎样的城市性格?

南大出版社“城市人”丛书,以城市中最具代表性的作家的视角,来展现中国代表性城市及其市民的特色,大到城市变迁、人文历史,小到市民的衣食住行、个性方言、私密往事,笔触深入到城市的文化地理核心,细致地书写一个城市及其城市人的过往和当下。同时,这些出自作家手笔的作品本身,因其独立的文学价值,亦值得流传,殊为可贵。

地址:南京市汉口路22号;邮编:210093;传真:(025)83328362 电话:(025)83594756 83686452
户名:南京大学出版社 开户行:南京市农业银行广州路支行 账号:033441003040002678