



如今,不少优秀出版社对于文艺出版保有理想并且仍在努力坚守。包括人民文学出版社、生活·读书·新知三联书店、上海译文出版社、译林出版社、长江文艺出版社、湖南文艺出版社、漓江出版社、作家出版社等老牌文艺社均在文艺图书品牌建设上表现出强大的图书研发实力,这些出版社近年来不少作品均有上佳表现。例如长江文艺社的《狼图腾》、作家社的“余华系列”、人民文学社的《围城》等作品长期在畅销书排行榜上占据一席之地。其中人民文学社自1990年代小说出版的两部小说《白鹿原》、《尘埃落定》后,《战争和人》、《推拿》等作品相继出版,有着十分良好的社会影响。截至第五届茅盾文学奖,该社已经形成了一个品牌——“茅盾文学奖获奖书系”。有资料显示,该社目前已出版图书8000多种,发行近7亿册。其中翻译出版了80多个国家和地区的重要作家的作品近3000种。系统地整理出版了30多位中外文学大师的全集、文集,出版汇集世界一流作家一流作品的“世界文学名著文库”(200种,250卷)”。三联书店早年出版了诸如《陈寅恪的最后20年》、“黄仁宇作品系列”等大量优秀的人文书籍,如今发展已越来越多元化,在文艺书领域,“巴金百岁华诞纪念文丛”、“林达作品系列”、“龙应台作品”等多部文丛均广受好评,三联书店版的《巨流河》,以时间为序叙述齐先生一生所经历之事,扣人心弦,而每章又相对独立,获得了读者与书评人的一致认可。上海译文社凭借其强大的翻译优势引进出版的“外国文学名著丛书”、“二十世纪外国文学丛书”为代表的,一批经典名著译丛获全国优秀外国文学图书特别奖,在国内享有很高声誉。此外,该社“现当代世界文学丛书”、“世界文学名著普及本”、“译文名著文库”等品牌丛书,至今仍在源源不断地推陈出新,深受广大读者的喜爱。译林社出版的如《第二十二条军规》、《麦田里的守望者》、《洛丽塔》等是市场常青产品。在外国文学板块,该社“当代外国流行小说名篇丛书”是一套大规模系统译介外国通俗文学作品的丛书,拥有相当稳定的读者群。此外,“经典译林”、“译林名著精选”、“传记译林”、“双语译林”、“牛津识读本”等图书产品线也颇具市场号召力并形成品牌。其中,“文学新读馆”精心遴选国外文学获奖作品、经典作家新作,“百读文库”收集历经市场和读者考验的现当代外国文学经典,进一步提升了译林社的外国文学品牌价值。长江文艺社始终坚持两个效益并重,有数据显示,该社共计有600余种图书分别获得国家级、省级大奖。其中,《雍正皇帝》获全国优秀长篇小说奖、全国第十批优秀畅销书奖,并被纽约华人书展评为最受欢迎的海外华人作家作品,还和该社出版的大篇小说《活着》一道被香港《亚洲周刊》评为“20世纪中文小说一百强”。“中国新诗库”获“国家图书奖”提名奖,《远去的驿站》、《你是一座桥》获中宣部“五个一工程”奖。诗集《羞涩》获第二届鲁迅文学奖。《张居正》、《银城故事》共同入围第六届茅盾文学奖。此外,《坚硬如水》、《上官婉儿》、《我把青春献给你》、《心相约》、《决战朝鲜》等作品均是全国优秀畅销书。2013年,长江文艺社的《感动的力量》、《莫言作品精选》、《宝贝》获“2013大众喜爱的50种图书”;“莫言作品精选”入选“教育部2013年向全国青少年推荐百种优秀图书”等。这些老牌社在坚持编辑与内容质量,加强原创出版,结合引进畅销作品打造精品力作,培育自身品牌产品及形象的同时,积极探索网络



散文、诗歌品牌回暖

诗歌作为文学的一种特殊表现形式,近年来在出版领域并未引起大的涟漪,因为想要出一本畅销诗集,难度非常大。但从去年开始,这种情况似乎有了变化。上海译文社出版了5卷本的《艾略特文集》,湖南文艺社的“诗苑译林”丛书20年后再面世,楚尘文化策划推出了“新陆诗丛”12种诗集,长江文艺社成立诗歌出版中心,多本诗集上市不久就已热销。近两年,诗歌出版正逐渐走出沉寂,诗集也慢慢地走进大众的视野。出版人的视野逐渐关注了诗歌领域,诗歌出版也有了逐渐回暖的迹象。值得一提的是,2014年4月23日,不仅是读书人的盛会——“世界阅读日”,同时也是英国剧作家威廉·莎士比亚(1564年4月23日~1616年4月23日)诞辰450周年纪念日。相映成趣的是,进入2014年以来,人民文学出版社、外语教学与研究出版社、高等教育出版社、上海译文出版社、译林出版社、长江文艺出版社、湖南文艺出版社、江苏文艺出版社、北京联合出版公司、北京凤凰壹力文化发展有限公司等等出版机构和译者共同合作,再版或修订莎士比亚的相关作品,试图以优秀的精品作品向莎士比亚和经典致敬。其中,上海译文社于2014年3月推出了由已故莎学家、著名翻译家方平主编,8位翻译家采用全诗体

林妮娜(青马文化有限公司总编辑):在阅读多元化而信息日趋碎片化的今天,阅读《中国出版传媒商报》是了解当下图书出版业态最快捷的方式。谢谢商报为编辑人提供了一个展示新书、好书的平台,相信一定会有更多的爱书人,通过商报这样的专业渠道来多读书、读好书!

张军(人民邮电出版社社科人文分社社长):阅读和旅游都是生活中不可或缺的元素,我们致力于出版旅游图书,我们致力于为生活加油。

侯俊林(科学出版社科学人文分社社长):世界太辽阔,生命太匆忙,

读者
期许

@

■中国出版传媒商报记者 张岱

文艺实力读品品牌读品巡览

随着市场环境的变化以及各类新技术的涌现,如今图书出版环境发生了翻天覆地的变化,其中既面临着诸多挑战,也隐含着发展的机遇与未来。通过近年来商报·东方数据全国图书零售市场分析显示,整体和细分图书市场的成长性指数,文学类图书表现均不如以往。排除各种节假日因素,不可否认的是,除了部分大家作品以及引进版小说,占文学读物最大比重的原创小说市场近年一直低迷不前,已经成为文艺社出版人普遍共识。事实上,从上世纪90年代开始,地方文艺社在纯文学上的专业优势面临极大挑战。时至今日,单就纯文学领域来说,不管是中央级社还是地方文艺社都普遍陷入一种僵局。特别是转企改制以后,不少文艺社在市场占有率、动销品种、渠道回款、退货等指标环节压力倍增。但压力也带来了挑战与机遇,有着五千年古老文明的中国,文学、艺术是不会死的。文艺出版社经过数年的市场洗礼,大浪淘沙后留下的将是“真金白银”。

化时代的内容营销、效益回笼,在互联网上延伸更广阔的出版产业链。

此外,一些地方文艺社也正在通过一系列的资源积累及市场运作,取得了不错的市场地位。如江苏文艺出版社、四川文艺出版社、漓江出版社、湖南文艺出版社、安徽文艺出版社、浙江文艺出版社、春风文艺出版社、百花洲文艺出版社、河南文艺出版社都在各自领域谋求发展与进步。江苏文艺社以出版当代中、青年作家的精品力作而享誉书业,主要有“苏童文集”、“池莉文集”、“叶兆言文集”、“毕飞宇文集”、“格非文集”、“汪曾祺文集”、“冯骥才文集”、“刘震云文集”等名家文集。近两年推出的还有“20世纪作家文库”(30种)、“大家散文文存”(20种)等。近几年出版的还有列入国家“十五”重点图书出版规划的“扬子鳄”丛书4种、“男生女生”丛书4种,此外还有《美丽中国结》、《太阳鸟》、《郑和》等,这些文艺作品中既有弘扬主旋律的佳作,又有反映多彩人生的力作,满足了不同读者的需求。百花洲文艺社实施图书精品化战略,先后策划和组织实施了“中国近代小说大系”(80卷)、“国学大师丛书”(28卷)、“20世纪欧美文论丛书”(10卷)等3种“八五”国家重点出版规划项目,其中“国学大师丛书”获第三届国家图书奖、“中国近代小说大系”荣获首届全国古籍整理奖。四川文艺社的“中外文学名著袖珍文库”,融进了中国书业界掀起的“口袋书”浪潮。凸现地域文化特色的“名家说名城”系列、“玛尼石藏地文丛”、“99文化丛书”、“阳光成长丛书”,显示了该社的品牌创新能力。此外,该社近年来还加强了与国外出版机构的交流与合作,引进图书百余种,与法国、日本等国家的出版机构建立了较稳定的合作关系。湖南文艺社年均出版新书400多种,年销售码洋达3亿,综合出版能力在全国文艺类出版社中排名靠前。同时该社是目前国内主要的音乐出版机构,年出版音乐类新书200多种,在销图书1000多种,涉及音乐图书的各个门类。出版的文艺品种接连获得中宣部“五个一工程”奖、“中国出版政府奖”等图书大奖,几十种图书被列入“走出去”、“农家书屋”、“向青少年推荐的100种优秀图书”等国家级工程,出版了《一个女人的史诗》、《曾国藩》、《丑陋的中国人》等畅销书。安徽文艺社出版的15卷本、500余万字的国内第一部翻译家文集“傅雷译文集”,被誉为“出版界一项伟大工程”,荣获首届国家图书奖提名奖;一系列现当代文学作品如张爱玲、张恨水等人的文集、选集,在读者中产生了较大影响,特别是“张爱玲文集”得到读者的赞誉。浙江文艺社近年来实施品牌书系工程、主题出版工程、产品升级工程、精细化营销工程和队伍建设工程五大工程,2013年实现销售和利润同比增长30%以上。其中《后宫·甄嬛传》

翻译的10卷本《莎士比亚全集》。此次收入莎士比亚迄今所有被学界认定的39个剧本及其他作品,是整个华语世界最新、最全的诗体译本。据悉,该译本印数5000套,而880元的定价,也使其成为了“史上最贵”的《莎士比亚全集》。

此外,传统的散文一直有着固定的读者群体,湖南文艺社出版的张小娴散文集《谢谢你离开我》、《我这辈子有过你》,长江文艺社出版的《林清玄散文精选》,江苏文艺社出版的全彩印诗选《我的心只悲伤七次:纪伯伦经典散文诗选》在销量上均有上佳表现。而近来传记散文、散文传记化的文体合流,打破文体影域之限,彰显了传记散文在当代出版的独特意义。因为其结合了传记和散文交互影响的特点,传记散文成为一种具有较高文学品位的文体;传记散文将文化性和历史性有机地融合在一起,也是当今传记写作和出版的新动向。《左传》、《史记》(中华书局),鲁迅的《朝花夕拾》(人民文学出版社)都是其中的典型作品。而在传记散文中,最见思想光彩与艺术功力,同时也最能反映这类创作的新探索与新成就的,则是几位实力作家经过较长时间的辛勤笔耕,最终推出的散文专著。它们是王充闾的《张学良:人格图谱》、李国文的《走近苏东坡》(东方出版中心)、阎连科的《我与父辈》(江苏人民出版社)以及白落梅的《你若安好便是晴天:林徽因传》(中国华侨出版社)等。

共实现利润400万元以上,并与日本竹书房签订了小说日语版权输出合同,该社主推的五大产品线,包括外国文学名著产品线、散文产品线、网络小说产品线、文化名家产品线、青少年产品线已基本成型。除推出“易中天·中华史系列”外,浙江文艺社还推出了《百家讲坛》钱文忠“江南”系列、“商传明太祖朱元璋”系列和“王小波文集”、“诺贝尔文学奖作家库切作品集”、“日本作家村上龙的作品集”。

漓江社是老牌文艺出版社,其外国文学图书的出版,特别是“获诺贝尔文学奖作家丛书”、“外国文学名著系列”、“20世纪法国文学丛书”,均为国内大规模翻译出版工程。还出版了冰心、朱光潜、汪曾祺、王蒙、刘心武、贾平凹等一批当代名家力作。

不得不提的一个现象是,2012年莫言成中国诺贝尔奖第一人后,文艺范儿开始席卷全国。各大出版社争先出版作家莫言的作品。上海文艺出版社早在莫言获奖信息公开前的10月9日,就集中出版了11部莫言的作品。而在获悉莫言获奖后,作为中国大陆莫言作品的授权出版方北京精典博维公司也推出最全的莫言文集。老作家的持续发力,以莫言为标志,成为当今文坛的中坚力量。这些因素正在中国文学的版图,提升文艺创作的标高。

我们也可以看到民营书商的版权运作实力。门罗的获奖也带动了短篇小说热,诺奖作家作品成为大众读者新鲜阅读点。2013年是超级畅销小说《追风筝的人》出版十周年,世纪文景公司推出的该书多年以来都是国内最畅销文艺书之一。因影视互动走红的《霍比特人》、《魔戒》等畅销作品也来自该公司。非文艺社策划出版的畅销文艺书也并不在少数,例如清华大学出版社采取板块创新战略,出版的职场小说《圈子圈套》就引起巨大反响,甚至被读者誉为“职场圣经”。

近年来,这些文艺社积极应对市场挑战,理清发展思路,制定发展规划,在文艺品牌图书出版的道路上越发自信。在数字化、网络化时代,文艺社应该在专注把内容做好的同时,如何让内容的效益最大化,以及有效地做好内容营销,是这些出版社必须思考和解决的现实课题。



潮流文艺品牌走俏

说到文艺潮流,网络作家的畅销作品不得不提,现代出版社近来出版的在我国台湾被誉为“网络经典文学制造机”九把刀的多部作品,均取得不错的市场反响。从《那些年,我们一起度过的女孩》创造销售奇迹,到《上课不要看小说》、《上课不要烤香肠》玄幻上市,再到《妈,亲一下》温暖催泪,以及《等一个人咖啡》的青春浪漫,《猎命师传奇》的热血战斗,一波又一波不同题材、同样精彩的作品在现代社的精心打造下,先后在大陆推出。

文艺潮人郭敬明如今正处在舆论浪尖,2013年,郭敬明凭借一部《小时代》电影与图书的综合影响,搅动了整个社会文化群体,一时间,“小时代效应”是许多出版人的谈资。2003年,《幻城》热卖,郭敬明逐渐为人熟知。之后,他陆续推出《梦里花落知多少》、《悲伤逆流成河》、《爵迹》、《小时代》“三部曲”等作品,大都受到追捧。凭借畅销的作品与策划能力,长江文艺社甚至将其招致麾下,为其策划一系列文艺图书,近日,由郭敬明领衔撰写、作家落落担任文字监制的独立摄影文集《故乡,或者城市》也已上市,许多读者表示关注。

2013年,网文甚至已经从自身的“跨界”全版权或全产业链的布局,变成了整个社会对网文生态商业环境的重构与重塑,并迅速成为新的重要文学现象以及经济增长点。中国互联网络信息中心最新发布的第33次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至2013年12月,我国网络文学用户数为2.74亿,年增长率为17.6%。网民网络文学使用率为44.4%,较2012年年底增长了3个百分点。网络文学面临空前的发展机遇,这也反映到近期出版现象上,知名作家痞子蔡的

来不及把所有风景都看透,于是,我们读书。

刘汀(青年作家、中国人民大学出版社编辑):阅读是一种灵魂的自我修炼,也是同世界之间最好的沟通,它能替沉默者发声,给孤独者暖意。

林苏坡(浙江少儿出版社编辑):阅读不能改变人生的长度,但可以改变人生厚度,让阅读和面包一样尽早进入孩子的世界,是关系着人生成长的问题。让孩子尽早养成阅读的习惯是给予孩子的最好营养。



文学小说品牌热度不减

毫无疑问,小说仍是图书市场文学品类最重要,也是占比最大的板块。小说在细分图书市场之中,无论码洋比重还是动销品种比重,始终有50%左右的份额。文学小说也是文艺社的必争之地。长江文艺社社长刘学明曾表示,“若不是有很好的市场潜质,一般书不做。而名家之作则因为关注度太高,经常出现远超市场预期的报价。”但一部好的作品所能产生的价值不可估量,人文社引进的《达·芬奇密码》、“哈利·波特”系列等品种依旧是目前畅销书市场的常青树,《当代》长篇小说年度论坛评选出的2013年“《当代》长篇小说年度奖”,人文社《带灯》被选为年度最佳小说。人文社《推拿》则摘得年度“茅盾文学奖”桂冠。译林社的《麦田里的守望者》已出版多年,目前在各大畅销小说榜单上仍占据前列。此外,译文社近几年不断搜集“当代外国文学经典”系列的版权资源,如今,这个系列常年畅销的有《挪威的森林》、《老人与海》、《不能承受生命之轻》、《情人》等,此外《夏洛的网》和《洛丽塔》等更多的产品也深受读者喜爱,这些常销书每年均为译文社提供了可观的利润。春风文艺社反映当代都市生活的长篇小说系列——“布老虎丛书”如今已成为国内图书著名品牌,其衍生品品牌“小布老虎丛书”得到全国青少年读者的认可,发行量在几十万册,再版率达到90%以上。除了“布老虎”这个老品牌,春风文艺社也努力打造新的品牌。比如该社推出的“红月亮丛书”影响就不小,该丛书是符合现代读者阅读习惯的小长篇系列,作者大都在40岁以下。

值得一提的是,近期多家文艺社出版的小说新作颇具生命力。2013年度全球最火政治剧《纸牌屋》(百花洲文艺社出版)原著小说受到王岐山、奥巴马等中外政要多次推荐,畅销潜力十足。湖南文艺社近期有两部小说也成为畅销榜单新宠,《从你的全世界路过:让所有人心动的故事》是微博上最会写故事的人张嘉佳的一部短篇小说集,上市一个多月已经横冲一百万销量;《偷影子的人》是一部温情疗愈小说,曾是法国年度图书销售总榜冠军,目前该书在当当小说榜排名第3位。河南文艺社的长篇历史小说在小说市场成为一抹亮色,该社重点图书《大秦帝国》已重印十多次,发行20余万套。据该社总编辑陈杰透露,该社还将延续长篇历史小说的优势品牌,打造“中国长篇历史小说文库”等项目。百花洲文艺社也在加大原创小说的出版力度,旗下期刊《百花洲》改版后,增加了长篇小说的刊登力度。而书刊互动也为百花洲文艺社发现了一批新锐作家。

虽然目前文艺小说市场鱼龙混杂,但是近年来的畅销、常销精品大多出自该细分品类,甚至某一个品种的成功就能为出版社带来极为可观的收益。在刘学明眼里,小说会不时出现影响很大的新人新作,不过相对于其他品类的图书,小说受网络阅读的冲击大,作为一种侧重消遣性的文学品类,操作网络原创小说时也应该更加谨慎。

新作《阿尼玛》也由北京磨铁图书策划推出。长期被定位为“非主流”的网络文学与主流文学之间的界限正在消弭。不久前,历时10个月的中国第二届网络文学大奖赛日前落下帷幕,27部网络小说、散文、诗歌从近5万篇参赛作品中脱颖而出,摘得大奖。为了吸引更多的作者,腾讯也推出了千万写作基金和500万文学大赛基金的机制,号称“十年年薪普及化,争取出现更多百万、千万年薪作家”。

主打明星粉丝盈利模式,也成为潮流文艺书的一大特色,超级畅销书刘同的《谁的青春不迷茫》(中信出版社)、郭敬明的《小时代》(长江文艺出版社)因为作者强大的粉丝人脉,甚至引领了社会主流文化走向。

在网络文学实体书制作方面,精典博维公司采用的是主题化系列书的推出方式。将一批题材接近、读者群相似的作品作为一个系列书推出,设计统一标识和统一系列概念。如《我们的战国》、《南朝凶猛》就是为现代社会志存高远的‘裸读者’量身定做的一个系列,获得不少读者关注。另一个例子是,起点中文网旗下白金作家天蚕土豆力作《斗破苍穹》,网络连载过程中取得骄人成绩,《斗破苍穹》以明快的节奏,全新的斗气体系吸引了众多读者。有读者表示:“这是一本让人热血沸腾的书。”凭借其强大的网络人气,《斗破苍穹》进入传统出版界。据了解,该书由湖北少年儿童出版社出版,在没有任何宣传的情况下,达到60万册的加印数,单行本发行量高达3万册,成绩斐然。

前有《明朝那些事儿》、《盗墓笔记》等人气网络小说一路席卷传统书市,缔造了一个个畅销神话;后有天蚕土豆、八月长安、铁钟三位网络人气作家陆续亮相上海书展,为其网络小说的实体出版新书举行发布会,吸引了大量人气。2014年,“80后”网络作家正在持续崛起,网络文学方兴未艾。(下转第27版)