



2014 全国少儿图书交易会 专刊

2013年,中国少年儿童新闻出版总社独立成团参加第50届博洛尼亚童书展,输出版权57项。一年之后,第51届博洛尼亚童书展上,中国出版协会少儿读物工作委员会率23家专业少儿社集体亮相,以强势阵容向世界展示中国少儿出版。随着国内少儿出版的日益繁盛,越来越多的中国童书和出版人出现在国际视野中,国际的合作、交流也愈发紧密。特别是一些出版发达国家,其策划之道和经营策略仍有不少值得业内学习借鉴的地方。特此,中国出版传媒商报记者撷取了近段时间一些海外少儿出版的大事件和小细节,梳理了多个趋势、动态与方向,以期给国内的少儿同仁更多的启发和思考。

趋向1 业外公司布局少儿市场

少儿板块近些年来一直充当着拉动中国图书市场上行的主力军角色。而在海外,童书市场同样有着不错的发展势头,根据美国出版者协会的数据,去年前10个月出版商从儿童和青少年图书中获得的纯利润比上一年同期增长了近6.9%。这表明少儿板块是一个正在发展的产业,因而也吸引了许多业外的公司涉足到这一行业中。

梦工厂是美国排名前十位的一家电影洗印、制作和发行公司,同时也是一家电视游戏兼电视节目制作公司,制作发行的电影有超过10部票房收入超过1亿美元。在2014年3月,其对外宣称将成立以出版纸质版和电子版儿童书籍为主业的梦工厂出版公司,并认为带有交互式元素的电子图书将会成为新兴的商业模式。

在成立自己的出版公司之前,梦工厂已经将旗下的动画形象授权给多家出版社。为避免与热门童话书正面竞争,其还希望寄托于一些未来即将上映的电影中的角色。同时,出版公司还会开发一些较为冷门的动画形象的图书。相似的,梦工厂的主要竞争者迪斯尼公司早在此前已经展开了相关的童书业务,处于领先地位。在近期的亚马逊畅销书单中,有多本图书是来自2013年迪斯尼的大热电影《冰雪奇缘》。

也有公司选择利用图书做为营销媒介,如英国的麦当劳公司开展儿童图书派送活动,即每销售一份“儿童乐园餐”就送出一本儿童图书。据麦当劳预计,到2014年年底,他们将送出1500万本图书,并成为英国最大的儿童图书经销商。该活动由英国国家文化基金提供支持,旨在鼓励家庭成员培养共同读书的习惯。该基金会负责人约翰森·道格拉斯表示:“阅读图书与儿童未来生活的成功有着明显的联系,所以英国1/3的孩子没有书读,一半的孩子不爱读书,是一件让人担心的事情。因此麦当劳的图书赠送活动,让更多的书到达孩子手中,意义非凡。”麦当劳自2012年1月起在英国试行这一促销活动,通过与哈珀·柯林斯出版集团合作,当年共送出900万本英国著名儿童作家麦克·莫波格的《热闹农场》等儿童读物。

趋向2 童书业务整合再掀波澜

2013年,美国两大出版集团——企鹅、兰登书屋完成合并,最终诞生了企鹅兰登书屋,合并之后带来的一系列问题随之摆在新的董事会和管理团队面前,例如合作模式、经营战略等。2014年伊始,企鹅兰登书屋英国公司便宣布整合旗下童书业务。相似的,一些国内的出版集团也加快实施国际化战略,争取大项目突破,寻求海外大型童书出版公司的并购等,并已经形成初步成果。

2014年1月,企鹅兰登书屋英国公司



接力出版社 “酷虫学校”系列漫画版

编辑推荐:该书由国内青年作家吴祥敏和漫画家夏吉安、庄建宇耗时八年精心创作而成,是国内首套关于昆虫的知识类系列漫画,共6种,文字版“酷虫学校”系列销量突破了百万册,“酷虫学校”系列漫画版也特色鲜明。书中介绍了形形色色的昆虫外表特征、生活习性,还

将其生存环境、天敌关系等予以集中展示,知识含量大,讲述方式深入浅出,这实质上是一套有关昆虫的“百科全书”。图书巧妙引入校园元素,将科普文学和幽默漫画完美结合。2014年10月~11月,接力出版社还将联手新华书店走进校园,举办“百社千校书童童年·‘酷虫学校’科普知识100问”活动,接力出版社将提前组织学生提出科普知识问题,并邀请作家和著名的昆虫学家来到学校里,在活动现场解答学生关于昆虫的种种问题。

2014 中外童书新趋势

■中国出版传媒商报记者 刘志伟

趋向4 同人创作或值众筹瞩目

同人小说(Fan fiction),指的是利用原有的漫画、动画、小说、影视作品中的角色、故事情节或背景设定等元素进行的二次创作。《哈利·波特》、《魔戒》都有大量的同人小说,创作同人小说已经成为一种别致的写作方式。打开世界最大的同人论坛fanfiction.net,仅《哈利·波特》的衍生同人作品就有超过53万篇之多。这些作品鱼龙混杂,作者形形色色,但有一点是肯定的:为避免陷入复杂的版权纠纷,这些文章的发表完全是免费的共享行为。而同人小说能否突破传统的自助出版的泥潭进入主流出版圈一直受到人们的关注。

2013年5月,亚马逊的Kindle Worlds上线。Kindle Worlds是首个同人小说商业化出版平台,允许任何作者基于原创故事或人物创作同人小说,并赚取版税。为解决版权问题,亚马逊事先已获得授权。不仅同人小说作者,原作者也将获得版税收入。这一平台的发布,看准的是同人作品里蕴含的商业机会。

平台发布当日即有《绯闻女孩》、《美少女的谎言》和《吸血鬼日记》等著名作品的同人小说。亚马逊表示,任何人都可以根据这三部作品撰写同人小说,然后在Kindle商店内进行出售。亚马逊将来还会获取包括图书、游戏、电视、电影和音乐在内的更多授权。

相似的,众筹出版的模式也有望改变同人小说创作的现状。2013年,众多设计师、开发者、创业者们纷纷投奔众筹平台Kickstarter,为各种项目——电子书、独立出版等——筹集资金。据统计,2013年共有6000多个出版项目登陆Kickstarter,包括1600个虚构作品出版和1000个儿童图书出版项目。所有众筹出版项目加起来一共筹得2100万美元(比2012年增加了600万美元),每位赞助人平均赞助资金为3540美元。总的来说,出版项目的成功率为32%。Kickstarter的漫画项目被看作是一类单独的项目。2013年有1401个漫画项目,承诺收益1250万美元。而2012年有1170个,承诺收益为920万美元。Kickstarter漫画项目的成功率将近50%。

趋向5 中外作者联手打造童书

2014年3月,国际儿童读物联盟在第51届博洛尼亚童书展上宣布,《羽毛》的插画者、巴西插画家罗杰·米罗获得2014年国际安徒生奖插画家大奖。《羽毛》由中国少年儿童新闻出版总社出版,是巴西插画家罗杰·米罗与中国儿童文学作家曹文轩跨国联袂创作的绘本,该书对角色的选择、循环往复的结构都是为儿童设计的。罗杰·米罗通过精炼优美的插画与曹文轩充满哲学感的文字一同将这种人类寻找自我归属感的哲思与忧伤完美地传达出来。中外作者合作创作童书的案例已经越来越多见。

据中国少年儿童新闻出版总社低幼中心介绍,除却《羽毛》,像曹文轩的《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

种基于资源分享、环保、教育为主轴所吹起的一股风潮,各儿童玩具图书馆设置反应极佳,并促使相对于家庭经济不甚宽裕的孩子或偏远地区而言,多了一个孩童游戏学习的地方。或许值得业内同仁的关注。譬如,香港公共图书馆,其提供上千件不同类型玩具,玩具可以玩但不借出;香港基督教女青年会沙田综合社会服务处则施行会员制,玩具提供外借服务;高雄市立图书馆,以服务发展迟缓及身心障碍儿童及其家长为该儿童玩具图书馆主题,提供玩具外借服务;新北市则由地方政府推动在各乡镇市设置,并逐步推动“主题式玩具图书馆”,如“乡土玩具图书馆”、“科技玩具图书馆”、“动漫玩具图书馆”、“益智玩具图书馆”、“国际玩具图书馆”等。

趋向7 YA小说引发业界关注

《The Giver》由路易斯·劳瑞(Lois Lowry)所著,是一部跨世纪人文科幻、适合8~9岁的少年读物,1993年初版立即成为英语儿童文学的重要作品。其情节包含有自杀、暴力等剧情,被选为1990年代最受争议书籍之一,也是YA小说的经典。20年后该书将改编成电影,预计在2014年11月上映。YA小说也有望再次引发人们的关注。

《哈利·波特》、《暮光之城》全球热卖,成功征服12~18岁青少年后,欧美文坛掀起一股青少年小说风潮,也称为YA(Young Adult)小说,不少国外知名作家转战改写YA小说,如写过《黑色豪门企业》、《失控的陪审团》的法律惊悚作家约翰·葛里逊(John Grisham),便决定要写以青少年读者为目标的作品,他的首本YA小说《西奥律师事务所》在美国上市引起话题。愈来愈多成人奇幻、科幻作家投入YA小说,一是因为青少年奇幻、科幻文学远比成人作品好卖,二是作者能从青少年时期就开始培养读者群,像科幻作家达克托洛,首部YA小说《小老弟》就登上《纽约时报》排行榜,卖出20余国版权,创下个人生涯高峰。

2014年的第51届博洛尼亚童书展前夕,禾林青少出版公司以六位数高价买下的成人小说作者埃莉诺·赫曼的新YA小说“传奇”(Legacy,为暂定名)四部曲、迪斯尼亥伯龙公司以六位数买下的艾米丽·凯特·约翰斯顿的YA两部曲“一千个夜晚”(A Thousand Nights,明年秋季推出),也可以看出YA小说潜力。此外,成人作家詹妮弗·尼文的首部YA小说《所有光明的地方》(All the Bright Places),明年1月将由兰登美国公司推出;Chudney经纪公司的一本现实主义YA小说《Moriah McGay创作的《让你感觉良好的事情》(Everything That Makes You)将在明年由哈珀·柯林斯出版;乔迪·林恩·安德森的《消失的季节》(The Vanishing Season, Harper Teen推出)、卢·赫西的YA惊悚小说《深水》(DeepWater,将由Usborne出版社出版)、玛丽·皮尔森的《遗迹编年史》(Remnant Chronicles, Holt将于7月推出)、安娜·麦克罗的成长故事《乌鸦月亮》(CrowMoon, Quercus童书公司)也受到关注。

值得一提的是,麦克米伦童书出版公司于2012年12月宣布推YA小说品牌“Swoon Reads”,将创建一个在线社区网站,作家可以上传手稿,读者参与阅读、评价和打分,提交对书稿封面设计的意见和营销策划,获得读者及编辑团队评分最高的作者书稿,出版公司将同时出版平装本和电子书,第一批Swoon Reads小说将于2014年出炉。

值得注意的是,青少年小说市场有望进一步细化,除却YA之外,还细分出NA和MG等新市场,其中YA小说最初的目标读者为14~21岁,后来界定为12~18岁,NA(新成人小说)为18~23岁,MG(小学中高年级小说)为8~12岁。细分化的背后,也显示出市场运作的日臻成熟。

趋向6 书商转型扩展玩具领域

近两年,国内的图博会、文博会以及上海书展上,都能看到玩具厂商活跃的身影。不少国内的出版机构都看好玩具市场前景。相似的,许多海外出版商也在进行玩具与童书的关联设计,频繁出入玩具展进行接洽,意欲展开传统的产品线和渠道。

纽约玩具博览会是美洲最大、世界三大玩具博览会之一。该展历史悠久,仅对专业观众开放,成交效果显著。2014年2月,纽约玩具展如期进行,有不少海外出版商选择参展。一方面希望开拓更多零售渠道,同时向新产品领域拓展。例如,Bendon出版社已经为它的彩色立体活动儿童书和其他图书产品线增加了许多非图书类项目。其业务逐渐转型,已经变得更像一家儿童消费类产品公司,聚焦于教育类产品,动手操控性产品、活动性图书,以及早教开发类的游戏。相似的,今年首次参加玩具展的Parragon出版公司,也在做类似的转型,其新产品线归属于手工艺和玩具类产品。

除却参加玩具展,企鹅集团、兰登书屋、西蒙舒斯特、LB Kids等大型出版商或者儿童玩具品牌都有相关的图书产品,具有玩具的卖点。譬如,欧美和日本市场流行的一种专门为宝宝提供的“洗澡书”则创意十足——它的定位,正是为宝宝们洗澡时能够玩耍设计的。洗澡书一般采用EVA(乙烯-醋酸乙烯共聚物)材料制作,安全无毒,不会伤害宝宝的皮肤,而且质地爽滑细腻,柔韧性极强,宝宝再怎么撕咬、抓握都不会轻易坏掉。至于内容多为“米菲兔”、“波里斯熊”一类的可爱动物造型,讲述简单的童趣故事,宝宝边洗澡边“读”书,无形消除了对水的恐惧,又会渐渐爱上洗澡。

此外,法国还有一种“带味道的童书”——翻开书,香味扑鼻而来,孩子可以根据气味的不同辨识物品,比如洋葱是刺鼻的,薄荷是清凉的,通过嗅觉认知建立对物品的记忆。宝宝打开第一页,用手指搓一搓,清新诱人的草莓味扑鼻而来,不止这些,还有23种花卉香料、21种水果蔬菜、11种绿植树木,让宝宝知道的更多。

不仅如此,儿童玩具图书馆近年来在港台地区由社会各界纷纷设置。作为一