

**编者按** 近年来,在经济疲软、失业率上升、消费者可支配收入减少、技术更新换代的背景下,各国出版业面临数字化冲击带来的影响日益扩大、电子阅读和移动阅读热潮带动消费者阅读习惯发生变化、纸本书销售收入不断下滑等多重压力,这对出版商带来巨大挑战。大众出版市场上,成人小说、非小说、精装本等多个出版领域都出现业绩下滑甚至连年下滑的局面,唯有儿童及青少图书

市场,尤其是纸本书销售依旧坚挺,一直是被广泛看好的、具有长期增长潜力的出版领域。家长对提高儿童读写、阅读能力日益重视,更多的成人选择阅读青少年书,都为儿童及青少年市场的发展提供了庞大的读者群。本报聚焦英美德澳四国的童书出版市场,遴选最具发展潜力的部分儿童出版社,以此提供对国际童书出版多元化特色的一个解读。

# 美国童书市场三大特点

■中国出版传媒商报记者 渠竞帆

美国大众图书出版是最为活跃的出版领域,也是图书市场增长的主要引擎,根据尼尔森的统计数据,2014年大众出版市场的总收入为154.3亿美元,其中儿童及青少年占比约17%(2013年数据),是大众出版领域最大的一个类别。从规模上看,2012年,美国儿童及青少年图书销售收入增长9%至33亿美元,2013年因缺少超级畅销书的拉动,有所下滑。因此,儿童及青少年书为带动美国大众图书甚至整个图书市场增长都作出了重要贡献。

美国的童书市场主要表现出以下三个特点:

一是畅销书的带动作用不可小觑,而且图书与影视相互扶持、带动实现收入增长的现象日益明显。2012年“分歧者”系列给青少年市场带来了增长,“饥饿游戏”在2013年前10个月带动青少年精装本市场增长14.3%,电子书增长34.9%(主要通过在线商店和APP商店)。这些图书都是随着电影的上映,带动该系列图书销售增加的。

二是电子移动设备改变了消费者的购物习惯。到2013年秋季,喜欢阅读电子书的青少年读者比例增至21%。到2014年初,18岁以下的青少年儿童拥有电子阅读设备的比例已接近饱和,37%的青少年有智能手机,23%的青少年有平板电脑。

此时,消费者重燃了阅读纸本书的热情。2013年前9个月,消费者在线和通过APP渠道购书的比例减少了27%,而实体书店销售纸本书的市场占比仅下滑了1%,达到62%。纸本书仍是实体店销售的主要类型,2013年前9个月巴诺的纸本书销量在市场的占比为23%,亚马逊的纸本书销量占20%,其他各零售店占比均不超过7%。尼尔森在今年首次举办的儿童图书高峰论坛上发表的数据显示,2014年青少年纸本书的销售比例仅为35%。而且,10年来,童书市场增长了44%,67%的青少年是为娱乐而阅读,50%的读者仍更喜欢阅读纸本书。

三是成为青少年主要购买者。从类别上看,青少年书和绘本是童书市场两大类图书。2013年前9个月,青少年书销量占比18%,下滑3%,绘本占比15%,增长1%,青少年书、绘本、系列/章回小说、非小说及涂色书成为童书市场上最受欢迎的5大类图书。但是,一个有趣的现象是,青少年书的读者中大多是成人。在2012年12月到2013年11月间,79%的青少年书是被成人购买的。其中最大的一个人群是18~29岁之间的读者(占比34%),为自己买书,30~44岁间的人数占比为26%,13~17岁的人数占比为21%,45~54岁的占比为10%,55~64岁的占比为5%,65岁以上的占比为4%。青少年书在大众市场占有重要位置,2014年的大众畅销书前20榜单上,青少年书占了17个位置。

在一项针对购书者的统计中,42%的购买儿童非小说的消费者自己没有孩子,其中有15%是作为礼品送人,27%是给自己买来阅读。

在青少年书中,探险类是青少年最爱读的一类书,48%的青少年读者对此感兴趣。幻想及科幻小说位居其后,神秘/惊悚/悬疑小说、改编成电影的图书也受到青少年喜爱,但是也不能过高估计电影对拉动图书销量的重要性。喜剧/幽默类、现实主义、恐怖/超自然、非小说是青少年书最热的几大类别。青少年获得某本书的信息主要是通过曾看过根据该书改编的电影或在电影院看过这本书的预告片等方式。

## 澳大利亚童书市场本土社抢眼

■中国出版传媒商报记者 刘亚

澳大利亚的大型出版社多为国际出版集团设在澳大利亚的分社,如企鹅兰登书屋、麦克米伦、阿歇特出版、西蒙与舒斯特等。但仍有一些本土的大型出版社不仅在澳大利亚本土市场发展表现抢眼,还将业务扩展到国际市场。

据Bowker's Books纸质书数据统计,2014年,澳大利亚的大型出版社中,有24家出版单位出版的作品达到100部以上,该数量低于2013年的33家。而中等规模的出版单位中,全年出版作品在20部~99部的有94家,在11部~20部的有81家。而有2290家小型出版单位一年只出版了1部作品,其中许多还是自助出版社。最近几年,澳大利亚的图书销量开始复苏,这一现象要直接归功于童书。在2014年圣诞节期间,童书销售额大量增长,在当时超越小说和非小说,占据了领先地位。而从2014年下半年至2015年中期,澳大利亚的10大畅销书中童书占据两个席位,分别是来自本土作家安迪·格里菲斯和特里·丹顿“树屋”系列之《52层楼高的树屋》(The 52-Storey Treehouse)和美国作家杰夫·金尼“小屁孩日记”系列之《长途运输》。其中,《52层楼高的树屋》就来自澳大利亚本土出版社Pan,该“树屋”系列是澳大利亚的畅销童书品牌。其实,澳大利亚本土出版社在童书出版方面已经有了较大发展,许多发展势头良好的大众图书出版社

也开始涉足童书出版。

Allen & Unwin无疑是澳大利亚发展最好的独立本土独立出版社。该社建于1976年,起初是英国Allen & Unwin有限公司在澳大利亚的附属公司。1990年Allen & Unwin英国公司被哈珀·柯林斯购买,于是Allen & Unwin(澳大利亚)便成为独立的出版社,被人们习惯性成为Allen & Unwin出版社。该社无疑是澳大利亚发展最成功的独立出版社,每年出版图书约250种。自1992年以来,Allen & Unwin先后12次被选为“澳大利亚年度出版社”。Allen & Unwin在童书领域的成绩相当耀眼。2015年,该社在澳大利亚年度童书委员会评选中收获颇丰,如《克利奥的故事:项链与礼物》(The Cleo Stories: The Necklace and the Present)和《简单的事》(The Simple Things)就荣获年轻读者最喜爱的年度图书奖,还在幼儿类和图画类奖项中均有收获。

Text出版社和Scribe出版社是澳大利亚成功小型出版社的代表。近几年,Text出版了格雷姆·幸浦生创作的国际畅销书《罗茜计划》(The Rosie Project)以及其续集《罗茜效应》(The Rosie Effect),获奖作家彼得·坦普尔和海伦·加纳以及一些澳大利亚经典作品。并在2012年~2014年间连续三年获得澳大利亚书业年度小型出版社奖。Text出版社刚刚涉足童书和青少年图书出版不久,但已经取得了不错成绩,截

至目前,该社已经有两部图书入围2015年澳大利亚童书委员会的评选名单中。此外,为了推进澳大利亚的全民阅读活动,Text出版社不定期举办图书俱乐部活动,吸引读者参与。另外,Text出版的图书都能在其官网上购买,并在全澳大利亚地区免邮。为了回馈读者,该社还专门设计了不同面值的Text礼品卡,为读者购书提供便利。

Scribe是一家营业超过35年的独立大众出版社。该社于1976年成立时专业出版“严肃类非小说”,后来逐渐发展成一个荣获多项书业奖项的出版社,并在澳大利亚墨尔本和英国伦敦设有办公室。该社在澳大利亚成功推出了大量国际知名作品,包括诺尔曼·道伊奇的畅销作品《自我改变的大脑》(The Brain that Changes Itself)。该店也是刚刚开始涉足童书和YA出版,并且正在美国和英国市场直接出版旗下部分作品。

澳大利亚有许多畅销经典童书,比如,童书作家梅·福克斯为儿童创作的近30部作品,其中《袋鼠魔法》一书已售出300万册,是澳大利亚最畅销的图画书。此外,还有艾莉森·莱斯特和杰基·弗兰奇,两人分别是两届童书奖获得者,都在自己长期的职业生涯中,为儿童创作了大量图书作品。而青少年图书方面,尽管澳大利亚YA小说在本土大受欢迎,但还是不如约翰·格林的《星运里的错》、“分歧者”系列和“饥饿游戏”系列等美国青少年小说热销。

## 发现美国童书出版的“潜力股”

■中国出版传媒商报记者 渠竞帆

### 迪士尼出版:大力开发品牌衍生品

迪士尼出版公司(DPG)于1992年成立,旗下有亥伯龙图书、亥伯龙童书、迪士尼出版等业务部门。1994年该公司成立Mouse Works和Fun Works业务部,DPG旗下的杂志公司与Ziff-Davis出版公司共同成立Family PC合资公司,出版互动图书。

1995年,DPG将亥伯龙童书业务与迪士尼出版合并,迪士尼杂志出版也分割成3个板块。

1998年DPG更名为Buena Vista出版公司,1999年再次更名为迪士尼出版全球公司(DPW),亥伯龙图书被移至迪士尼旗下的ABC电视公司。2013年亥伯龙出版社的大众出版业务——亥伯龙图书被阿歇特收购,而青少年图书业务和Disney-ABC电视公司、迪士尼-亥伯龙都转入DPW旗下。2014年12月,DPW重新组成了核心出版、数字出版和迪士尼学习3个业务部,随后迪士尼学习启动了Disney Imagicademy项目,为孩子们开发移动学习APP产品。

2015年迪士尼公司新成立了迪士尼消费者产品与互动媒体部,将DPW纳入麾下,旗下汇聚了Disney Editions、亥伯龙童书和迪士尼出版等品牌。

2001年DPW推出漫画作品W.I.T.C.H.,随后被改编成系列,到2004年该系列每月销量超过100万册。2001年,DPW与跨媒体公司Baby Einstein共同推出婴幼儿图书系列,介绍艺术、外语、诗歌和经典音乐。

DPW注重从其他产品获得授权开发图书产品,在2014年,DPW配合同名音乐和歌曲发布,推出了“Waterfire Saga”美人鱼系列的第一部,迪士尼还与漫威漫画公司前编辑兼出版人斯坦·李创办的POW! Entertainment公司合作,推出了“The Zodiac Legacy”图书系列,2015年1月推出第一部小说。出版的“无忧岛上的女孩”(The Never Girls)章回小说系列登上《纽约时报》童书榜单。

### 阿布拉姆斯:五大品牌多维发展

1949年创立的阿布拉姆斯出版社(Abrams Books),是美国第一家从事艺术图书出版及发行的公司。1966年被Times Mirror收购,1997年被法国马蒂尼埃出版集团(La Martinière Groupe)收购。

阿布拉姆斯出版社原名Harry N. Abrams(HNA),以出版高品质图书和绘本著称,旗下有5个出版品牌:Abrams Books; Stewart,Tabori& Chang; Abrams Books for Young Readers; Amulet; Abrams Image。

阿布拉姆斯出版社每年出版约250种图书,在版图书达2000种。除为自己发行图书外,还为博物馆、艺术高校及小型出版社提供图书发行服务。

该社旗下的第一个品牌——Abrams Books以出版艺术、建筑、摄影、平面设计、家居设计、园艺设计、时尚、音乐、漫画、图画小说、体育等多主题的绘本见长,出版过“365”系列和“Discoveries”等畅销

在美国儿童图书市场,前5大出版社(企鹅兰登书屋、哈珀·柯林斯、西蒙与舒斯特、学乐社和麦克米伦)的童书收入占了66%的份额,排名第6到第10位的出版社占了24%的市场份额。其余大众出版社的童书业务收入仅占儿童图书市场份额的10%。

市场的活跃也激发了出版社的动力和热情,除传统的细分类别外,出版商也大力开发新的适合青少年儿童阅读的涂色书、游戏书、手工书、跨界产品等新市场,如“我的世界”(Minecraft)游戏指南产品和乐高(Lego)配套出版物。因此带动了青少年小说等生活方式类图书和“小小厨神”(MasterChef Junior)电视厨艺大赛的热潮。

蓬勃发展的美国童书市场,离不开处于第一梯队的大型出版社的重要支撑,同时,处于第二梯队的出版社也是童书市场的中坚力量,为童书市场图书品种、新作者创作风格的多样性和创新营销方式贡献了力量。以下介绍几家美国出版儿童及青少年图书的颇具实力和特色的中小型出版社,希望这份不完整名单能够帮助读者完善对美国童书出版版图的认知,也便于发现具有升值和收购潜力的“蓝筹股”。

系列。2009年,Abrams推出了漫画小说子品牌“Abrams ComicArts”。

阿布拉姆斯旗下的Stewart,Tabori & Chang,以出版励志和实用类插画书为主,曾出版的《在此为你准备饭菜》(I'm Just Here for the Food)、《最后一分钟编织礼物》(Last-Minute Knitted Gifts)、《装修你的爱巢》(Affair with a House)、《奶奶记得》(Grandmother Remembers)等作品都有200万的销量。STC出版的10多种图书获得过国际烹饪专业协会大奖,其中3种更是获得了该协会年度最佳图书奖。

另一个品牌——Abrams Books for Young Readers创立于1999年,以出版诗歌、故事书、美术和其他非小说为主,也曾出版过多部获奖图书,如《心心相通》(Heart to Heart: New Poems Inspired by 20th-Century American Art)曾于2002年获得美国图书馆协会专为面向青少年创作的作品设立的Michael J. Printz荣誉奖,《马瑞塔》(Maritcha)则摘得2006年Coretta Scott King荣誉奖,该奖以马丁·路德·金的妻子命名,用以表彰为青少年创作的优秀黑人文学作品。

第4大品牌Amulet Books创立于2004年,以出版青少年书和MG(小学4~6年级)小说和非小说为主,近年来出版的最著名的图书要算是“小屁孩日记”(Diary of a Wimpy Kid)了,此外还出版了“互联

网女孩”(Internet Girls)系列、“格林姆姐妹”(Sisters Grimm)系列、《科迪莉亚的枕边书》(This Is All: The Pillow Book of Cordelia Kenn)等。

Abrams Image创立于2006年,出版音乐、幽默、摄影、设计、大众文化、参考书等类图书,其中包括畅销书《柏拉图与鸭嘴兽一起上酒吧》(Plato and a Platypus Walk Into a Bar)、《蒂姆·冈恩讲述高品质生活的奥秘》(Tim Gunn: A Guide to Quality, Taste & Style)等。

### 烛芯:绘本出版翘楚

创建于1991年的烛芯出版社(Candlewick Press),隶属于独立出版公司Walker Books group。该社有签约作者及插画家超过155人。最初以出版绘本成名,之后拓展了硬板书、游戏书、电子书、MG(小学4~6年级)小说、青少年小说和非小说等图书领域。

该社出版的畅销书包括:《史前恐龙百科全书》(Encyclopedia Prehistorica Dinosaurs: The Definitive Pop-Up)立体书、《猜猜我有多爱你》(Guess How Much I Love You)、获得美国国家图书奖的《奥克塔维娅的精彩生涯之1:天花宴会》(The Astonishing Life of Octavian Nothing, Volume 1: The Pox Party)。《我想拿回帽子》(I Want My Hat Back)和《这不是我的帽子》(This is Not My Hat)均获得2012年凯迪克奖。

该社有多位获奖或进入决赛的签约作者,如凭《浪漫鼠德佩罗》(The Tale of Despereaux)和《弗洛拉和尤利西斯:图画冒险故事》(Flora & Ulysses)获得2014纽伯瑞金奖的畅销作家凯特·迪卡米洛,她创作的《魔法师的小象》(The Magician's Elephant)、《爱德华的奇妙之旅》(The Miraculous Journey of Edward Tulane)一书还曾荣获波士顿全年球号角书金奖。

### 银海豚:游戏、手工、互动立体化开发

银海豚出版社(Silver Dolphin Books)隶属于Printers Row出版集团,该集团已出版500多种图书,销往全球市场。除了银海豚,该集团还有Thunder Bay Press和Portable Press两家出版社。在相继收购Thunder Bay和银海豚出版社后,2000年,Printers Row收购了红极一时的“Uncle John's Bathroom Reader”系列,并为该系列创建了Portable Press出版社。

(下转第7版)

### 附1:2014年美国童书出版商市场份额排行榜

排名	出版社
1	企鹅兰登书屋(Penguin Random House)
2	哈珀·柯林斯(HarperCollins)
3	西蒙与舒斯特(Simon & Schuster)
4	学乐社(Scholastic)
5	麦克米伦(Macmillan)
6	霍顿·米夫林·哈考特(Houghton Mifflin Harcourt)
7	阿歇特图书公司(Hachette Book Group)
8	迪士尼(Disney)
9	阿布拉姆斯(Abrams)
10	烛芯(Candlewick)

### 附2:美国2014年童书细分市场畅销榜

重点新小说:	出版社	市场份额
	企鹅兰登书屋	24.8%
	西蒙与舒斯特	13.3%
	哈珀·柯林斯	12.9%
	学乐社	11.4%
	阿歇特图书公司	9.3%
	迪士尼	7.0%
	阿布拉姆斯	5.2%
	Quirk	4.3%
	霍顿·米夫林·哈考特	3.5%
	麦克米伦	2.5%
	Skyhorse	2.0%
	烛芯	1.4%

### 图画书:

出版社	市场份额
企鹅兰登书屋	41.5%
哈珀·柯林斯	13.9%
麦克米伦	9.5%
霍顿·米夫林·哈考特	7.5%
西蒙与舒斯特	7.4%
学乐社	5.5%
烛芯	3.1%
迪士尼	2.1%
GuidePosts	1.1%
阿歇特图书公司	1.1%