

### 亚马逊支持中国卖家“全球开店”

中国出版传媒商报 12月3日,在广州举办的亚马逊中国“全球开店”卖家峰会上,亚马逊中国宣布推出一系列重磅升级举措,支持中国卖家通过“全球开店”业务轻松拓展并高效运营全球业务,打造国际品牌,助力中国企业由“中国制造”升级为“中国品牌”。

这些举措包括推出面向欧洲市场的业务快速发展计划,助力中国卖家业务快速成长并有效拓展多国市场;为中国卖家提供亚马逊10大站点上的品牌注册服务,加强卖家品牌及版权保护;全球8大站点“秒杀”专区已陆续向中国卖家开放;即将在亚马逊德国和日

本站点推出全中文操作平台,包括注册、卖家管理中心和卖家支持服务。亚马逊美国和英国站点的全中文操作平台已在2015年7月发布。2016年将大幅扩充中国团队,投入更多资源优化卖家上线、卖家人驻和卖家支持等方面的流程及管理,为中国卖家提供更为优质的服务。

亚马逊“全球开店”业务于2012年在中国发布。目前,包括亚马逊美国、加拿大、法国、英国、西班牙、意大利、德国、日本、中国以及墨西哥在内的全球10大站点全面对中国卖家开放。2015年中国卖家数量较2012年增长了13倍。在刚刚结束的2015亚马逊“黑色星期五”促销季,中国卖家在北美市场及日本市场的销售额是去年同期的2.5倍。(穆)

(上接第1版)

## “图画书大国时代”呼唤“导演”

### 图画书自有规律,目前最缺“导演”

原创图画书作品市场反映平淡,最主要是因为创作意识没跟上。图画书与漫画、连环画、艺术绘画、儿童文学等有本质的差异,有其独特的艺术规律,往往是编辑、作者和插画家共同创作的结晶。优秀的插画家不缺,缺的是懂图画书创作规律的插画家,而优秀编辑作为整本书的“导演”,人才尤为稀缺。

作为日本图画书界从业32年的领军人物,日本福音馆执行总编辑唐亚明认为中国图画书创作存在诸多误区:“一是图画书≠动漫,两者不是一种艺术形式,画法和篇幅差别巨大。图画书页数的限制是长期科学实验计算的结果,为了孩子们能在有限的时间内集中精神听故事;二是图画书≠儿童文学,有些人以为将经典文学作品切成小段就是图画书,殊不知图画书有自己的语言、动感和节奏;三是图画书≠插画,插图的构图与配色基本是静态的,好的图画书会在孩子的脑海中动;四是好图画书≠得奖作品,市场不成熟时,人们会按照得奖、名气来挑选作品,但很多得奖作品孩子们并不喜欢,因为评奖的是大人;五是原创图画书≠翻译图画书。国内最需要的是中国自己的原创图画书。图书好坏的标准,主要是看孩子们是否喜欢。”

正如接力出版社总编辑白冰所说:“一定要按照图画书的艺术规律来进行创作。”国内不乏优秀的画家、插画家,他们创作的都是精品大作,质量上乘,但是因为没有掌握图画书创作规律,没有按照图画书思维创作,所以画起图画书来就不尽如人意了。如果他们掌握了图画书创作规律,按照图画书思维来创作,他们会成为图画书艺术创作的主要力量,原创图画书质量也会有大幅度提升。

而图画书思维的培养,重点不仅在插画家,更重要的是编辑。白冰认为编辑作为沟通作者与画家的桥梁,其培养需要优先重视。“有人觉得有画

家和作者就有书?其实不然!”唐亚明指出:“中国绘画、文学都有悠久的历史和深厚的功底,图画书为什么没有发展起来?除了引进时间短,最关键的是缺乏好编辑,就像一个电影没有导演,即使再有好的演员、摄影师也不可能拍出一部好电影。好的图画书编辑就是一个小型电影的导演,你需要跟插画家‘讲戏’,插画家要让读者感动、惊喜或悲伤。”“编辑的作用不光是策划,编辑是马拉松长跑的人,陪着作者,告诉他在哪儿喝水、休息。编辑不光是出题目、想点子,还要激发作者的灵感,发现思想中的金矿,去芜存精。”

除了人才,印刷对图画书的影响也不可忽视。知名插画家《跟我去香港》作者虫虫认为,从印刷技术、设备和纸张上来说,国内与国外并没有什么差别,但是用料和管理细节差别较大,这就影响了国内图画书印刷质量。为了降低成本,纸张、颜料的选择标准就要降下来,如果印刷工人没有经验,调出来的颜色可能根本就不是想要的颜色。

### 如何建立人才培养长效机制?

提供更多出版机会、交流平台、利益保障、宣传评奖等,对于吸引优秀图画书人才,培养有图画书思维的作者、插画家和编辑具有重要作用。

中国少年儿童新闻出版总社社长李学谦认为,除了中国画家自身需要成长,插画家在我国的受重视程度不够,缺少发现机制,需要出版社提供各种保障。“提供机会、利益保障和扩大影响,是中少总社吸引和培养优秀图画书插画家的方式。一是提供更多的机会,出版社要对图画书更加重视,在选题等方面让插画家有更多机会;二是利益上保障,用预付稿酬资助他们创作,给予相对舒适的创作环境。中少总社每年提供200万元的创作基金——原创图书出版基金,重点资助方向就是图画书;三是帮助他们扩大影响,例如参加布拉迪斯拉夫国际插画双年展、博洛尼亚书展,每年在

BIBF上举办插画展等。”李学谦呼吁政府和有关部门要更加重视评奖。

“一些出版社‘去美化’,有些出版社没有美术编辑部、设计部,完全外包给公司,这种现象亟需改变。”白冰指出,出版机构尤其是少儿类专业出版社的美术工作至关重要,“首先要从观念上改变。少儿图书中图片比例非常大,如果插画跟不上,图画书的质量难以保证。不光是图画书,童话、插图小说中的插图也很重要。”

图画书的收入方式也制约着插画家的专业化与专业化,知名图画书插画家《祭端午》作者薛志亮向记者透露,国内的图画书基本都是出版社事先定好主题和文字,然后找插画家。插画家根据主题,把一段段的文字内容做分镜,收入是根据单页插图计价,从一百到几百元不等。但白冰认为原创图画书最好实行版税制,有利于提高品质、培养画家。据李学谦介绍,目前中少总社已经开始采取版税制,签约作家与插画家的版税在10%左右。

作家、画家和编辑之间的沟通需要常态化,原创图画书需要交流的平台以及长效化的机制。除了出版社,政府或者有关部门也应该来帮助推动。作家要“走出去”,画家也要“走出去”。要给他们参加国外书展与同国外艺术家交流的机会。中国作家和国外插画家合作,对于提高原创图画书的水平,也是一个新思路。

白冰希望要像宣传作家一样宣传插画家。他还希望相关机构能够设立中国原创图画书艺术扶持基金,扶持年轻作家及其作品,让其潜心深入生活、体验生活,而不浮躁。

图画书正处于乱战当中,但这也给了优秀作品和作者脱颖而出的机会。少儿阅读推广人王林指出,“我们强调原创图画书,这和引进并不矛盾,不是要求和国外图画书一争高下,关键是让孩子们喜欢和享受阅读。我们生长在中国独特的艺术环境中,为图画书的多元发展提供了新解释、新思考和新形式,是为了繁荣,而不是为了竞争。”

### 商报快递

### 第十四届输出版引进版优秀图书揭晓

中国出版传媒商报 12月5日,第十四届输出版引进版优秀图书推介活动颁奖典礼暨“一带一路”下的版权贸易研讨会在京举行。国家新闻出版广电总局出版管理司司长周慧琳,进口管理司副司长赵海云,中国出版协会常务副理事长、秘书长刘建国,中国出版协会国际合作出版工作委员会主任常振国,中国新闻出版研究院副院长范军等出席会议。会议由中国新闻出版研究院院长魏玉山主持。该活动由中国出版协会国际合作出版工作委员会、中国新闻出版研究院、出版参考杂志社联合主办。

活动最终推介输出优秀图书100种,引进版优秀图书社科类50种、科技类30种,推介输出引进的典型人物6名、版权经纪人10名。与上届相比,参评的出版单位数量和报送图书种数均有所增加。

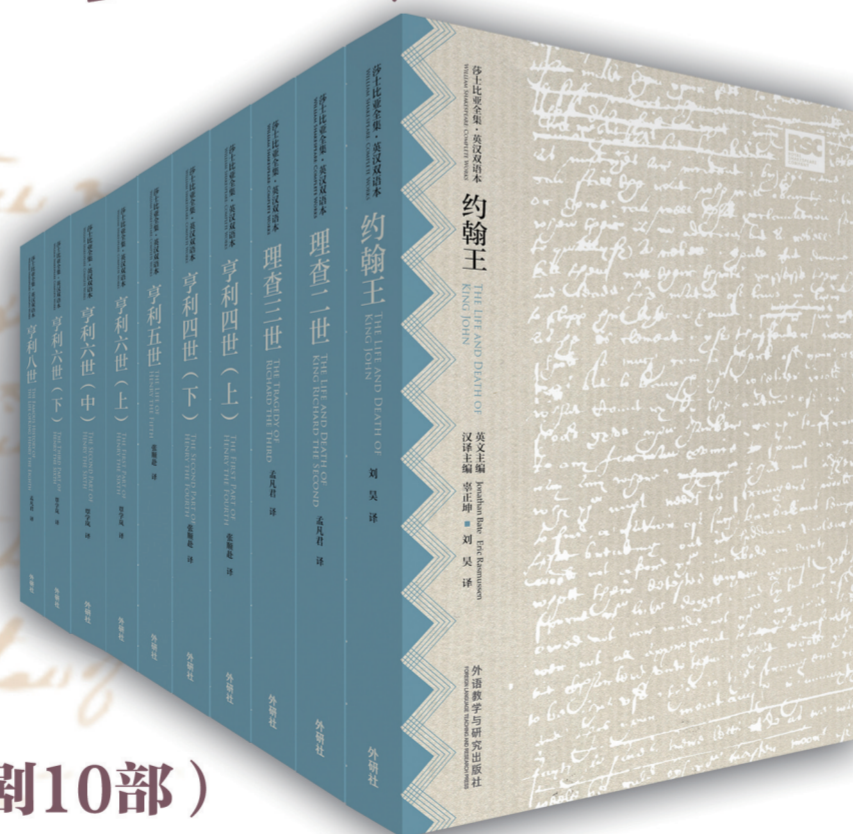
在“一带一路”下的版权贸易研讨会环节,五洲传播出版社社长荆孝敏、中国人民大学出版社国际出版中心主任刘叶华、爱思唯尔科技出版总监田慎鹏、《青铜葵花》(英国版)代理人姜汉忠等嘉宾围绕“一带一路”背景下的版权贸易话题进行经验交流和分享。(梅园)

### 国内首次发布互联网与国家治理报告

中国出版传媒商报 12月6日,第二届互联网与国家治理智库论坛暨《互联网与国家治理年度报告(2015)》新书发布会在京举行。这是国内首次向社会发布互联网与国家治理方面的年度报告。论坛由中山大学国家治理研究院、商务印书馆和《网络传播》杂志社共同主办,中山大学互联网与治理研究中心承办。国家互联网信息办公室网络新闻信息传播局局长姜军、商务印书馆总经理于殿利、中山大学副校长马骏等出席发布会,来自中国社会科学院、中国科学院、中山大学、复旦大学、安徽大学、人民网舆情监测室等20多家高校和研究机构的50余位智库专家出席会议。互联网与国家治理智库论坛从2014年起每年举办一届,致力于促进互联网与国家治理领域跨学科、跨界的交流、互动与合作。

《互联网与国家治理年度报告(2015)》以“网络空间法治化”为主题,系统分析了互联网平台中国、社会、公民的互动机制,初步构建了一幅互联网与国家治理的理论版图。互联网治理智库联盟也同时成立。(梅园)

## 全新“莎士比亚全集”重译本



- 2015年7月 推出12部悲剧
- 2015年12月 推出10部历史剧
- 2016年2月 推出14部喜剧
- 2016年4月 推出全集共39部

(历史剧10部)

### 真实的文本 权威的辑注 诗体的译本

依据莎士比亚作品集的全新修订版翻译而成  
世界著名莎学专家辑注,中国权威译者团队翻译

