

美国作者走进直播间推介新书

美国作者为宣传新书,正在寻找新的宣传方式。梅兰妮·康洛伊·戈德曼(Melanie Conroy-Goldman)为宣传她的处女作《可能的世界》(《The Likely World, Red Hen出版》),邀请读者参加8月4日在纽约州奥本市的Finger Lakes Drive-In影院的线下活动,作者将与作家鲍勃·普罗尔(Bob Proehl)对话,参会者将获得购物袋、爆米花,并观看1989年的电影《情到深处》(《Say Anything》)。戈德曼还将在社交媒体上举办以“#ParkAndRead”为主题的10场线上活动及线上签售会,为参会者提供签名版图书。

惊悚小说家丹尼尔·席尔瓦(Daniel Silva)为宣传新书《密令》(《The Order, 哈珀·科林斯7月出版》),与18家独

立书店合作,在Crowdcast平台上做了新书发布直播。直播中,席尔瓦带观众参观了他的书房,并接受了CNN电视台主持人杰米·甘格尔(Jamie Gangel)的采访。想参加直播活动的读者,必须到这18家书店购买新书,换取登录后才能登录观看。Poisoned Pen独立书店也参与了直播活动,从7月初至今,该书店共举办了40多场线上活动。店主芭芭拉·彼得斯(Barbara Peters)表示,她做直播活动有几年了,成为主播有一个学习过程。他们书店安装了多相机图像信号处理装置,常常一天内有几场直播。录制的视频会上传到IGTV和脸书等社交网站,有些视频的浏览量高达5万。书店举办的特蕾莎·卡尔·桑德斯(Theresa Carle-Sanders)的新书《户外厨房》(《The Outlander Kitchen, Delacorte出版》)的直播活动在全网络有14万次浏览和下载量。彼得斯表示,书店要走出舒适区,当更多传统活动回归的时候,希望能够继续使用新工具并抓住这些线上机会。

(陆云)

一带一路

成为中国书架海外落地新热点

中国出版传媒商报记者 陆云

据记者了解,长江出版传媒集团旗下的长江传媒英爵意文化发展公司2019年在肯尼亚国家图书馆、内罗毕大学孔子学院和华韵学堂开设了3个中国书架,书架取名为“ENJOY BOOK”,专门展销中国图书。中国人民大学出版社也在加快布局“一带一路”沿线国家和地区的中国书架建设,目前正在筹备罗马尼亚、波兰的中国书架,部分图书已完成选购并运抵当地。

英爵意从书展发力开设书架

英爵意公司是中国第一家在非洲落地的国有出版单位,该公司总经理兼湖北科学技术出版社副社长杨云鹏说,为响应习总书记“一带一路”倡议,并配合2015年底中肯国家间大型出版项目《肯尼亚植物志》的编研工作,2016年,长江出版传媒集团旗下的湖北科学技术出版社先后在肯尼亚首都内罗毕和中国武汉注册成立了英爵意公司。他们立足出版主业,与中国科学院、中-非联合研究中心开展战略合作,不断开拓中国文化的海外传播路径。

杨云鹏在受访时说,英爵意公司意识到国内出版业对南部非洲地区有出版合作的需求,2016年以来,连续组织湖北出版代表团参展内罗毕国际书展。2019年,该公司所在的长江出版传媒集团首次组织国内出版单位参加内罗毕书展,展出了国内30多家出版机构的479种精品图书及10余种中国文创及传统文化产品,他们还在书展上推出了中国书架、荆楚书架落地项目,为中国图书走进非洲地区搭建了更广阔、更便捷的平台。此外,他们还通过配送合作伙伴向肯尼亚多家书店提供中国图书,促进了在书店的销售。通过这些方式,英爵意公司逐步在东部非洲形成了口碑和品牌影响力,与此同时,他们也在思考逐步实现出版本土化。

杨云鹏介绍,在肯尼亚的中国书架主要针对读者群配送相应图书,如国家图书馆以主题图书和专业图书为主;内罗毕大学孔子学院则以语言类、文学类图书为主;与当地书店刚刚开



中国图书在内罗毕国际书展上颇受非洲读者关注

启合作,在书目选择方面他们采取由英爵意公司主配与书店自选相结合的方式,满足当地读者阅读需求。

“今年受疫情影响,当前的主要工作是稳定现有渠道。”杨云鹏表示,待疫情结束后,他们将逐步加大推进力度,将中国书架延伸至开罗国际书展、摩洛哥国际书展、开普敦国际书展这三大非洲地区书展,并通过版权贸易、举办文化主题活动等方式,与非洲当地媒体、出版发行机构建立稳定的合作关系,开拓中国出版物在非洲当地的发行、营销体系,扩大中国图书在海外的影响力。他还透露了公司未来5年的发展规划:重点开拓南非、摩洛哥等地区市场,充分利用海外书店、图书馆、高校、中资机构等渠道,联络当地华人华侨及中资机构人员,与当地知名出版机构合作建设独立书店或在现有书店建店中店,力争每年建设1~2个新渠道,3~5年内在海外建设8~10个中国书架。

人大社海外布局聚焦学术板块

人大社从2018年开始筹备在海外开设中国书架项目。2019年,在波兰哥白尼大学设立中国文库,同年在罗马尼亚进行市场调研,与罗马尼亚合作伙伴达成初步合作意向,由此确定了在罗马尼亚和波兰的高校和附近书店设

立中国书架的项目方案。该社副社长郭晓明表示,这是因为人大社与这两国的出版社和科研机构有良好的合作基础,便于进一步开展业务,选在高校和附近书店设立中国书架,也与人大社专注学术出版的定位相吻合。

郭晓明介绍,人大社多年来与罗马尼亚和波兰的几家出版社有良好的出版合作,中外共同策划并出版了适合当地读者阅读的中国内容,同时也输出了图书版权。为考察中国书架项目,人大社对“一带一路”沿线国家和地区进行了专项调研,2019年先后3次派出团组,对罗马尼亚和波兰当地书店及读者需求进行实地调研,又与两国有关教育部门、大学、学术机构和书店进行了深入交流,最终确定罗马尼亚文化院和波兰马尔沙维克出版社作为中国书架项目的主要合作方。郭晓明介绍,选择与罗马尼亚文化院合作,是因为该机构与罗马尼亚大部分出版机构、学术机构都有项目合作,是销售中国图书的良好平台。2019年5月,人大社与罗马尼亚文化院合作建立了中国-罗马尼亚学术出版合作中心,积极开展中罗图书互译工作,其中《一个人的聚会》《幸福百分百》罗马尼亚文版图书获得罗马尼亚作家协会颁发的“杰出散文奖”,扩大了中国图书在罗马尼亚图书市场的影响力。波兰

马尔沙维克出版社是波兰知名出版机构,专门从事科学和科普性书籍的出版,与人大社专注学术出版相吻合。该社翻译出版了许多中国学术领域的杰出著作,如《中国经济体制改革基本理论》《中国经济体制改革重大事件》《中国经济体制改革重大事件(上下)》《中国的抉择:和平发展与构建和谐世界》《中国的未来》等,这些图书在波兰市场上反响热烈。

郭晓明表示,他们根据自身专注学术图书的特点,初步圈定了高校及附近书店等一批设立中国书架的场地,目前仍在确定最终选址地点。他们精选了习近平总书记重要著作、中国学术、经典文学类图书,汉语学习教材教辅和优秀儿童读物等百余种图书上架,在选书时,他们注重兼顾社会效益和经济效益。

郭晓明表示,为进一步推动中国主题图书进入当地图书市场,今后人大社将继续寻找适合设立“中国书架”的书店、大学,有效促进中国图书进入“一带一路”沿线国家的高等院校,培养中国图书的读者群,使之成为中国图书推广的常设窗口。人大社还将有计划地开展波兰、罗马尼亚周边国家的读者调研,深入了解读者需求,为中国书架在其他国家的落地积累经验与产品。此外,人大社还将以“一带一路”学术出版联盟为依托,继续与目标国当地各大出版机构、学术机构举办座谈会等活动,使之成为一个可以推广中国文化的高效、专业、优质的平台。

“出版行业有其独特性,我们既要大刀阔斧更要细水长流,做任何事情都是摸着石头过河。”杨云鹏这样形容海外拓展业务的艰难程度。由于图书利润有限,因此需要较大的资金投入,并按照图书运营周期和不同地区的不同模式去建设,除了资金,还需要解决专业化人才紧缺的问题。为此,他为进一步开展海外中国书架项目提出了两点建议,一是由相关协会牵头搭建海外书架、书店建设合作共享基金,引入市场化募集模式,以基金化方式运行;二是加强人才库建设,培养专业化人才,为出版行业提供更多选择。

7月8日,德国书商与出版商协会发布2020年上半年德国书业数据。数据显示,实体书店上半年的营业收入比去年同期减少13.9%,少儿书实现盈利,销售收入增长3.6%。在疫情肆虐期间,德国的书店和出版社发挥各自优势,通过密切与顾客联系,发挥自身强大的创造力并进行数字化创新。在停业的几周,实体书店收入持续下滑,4月中旬降至全年最低点,1~4月中旬收入同比减少21.1%,从4月中旬书店恢复营业到6月底,图书零售收入亏损比例从14.9%降至8.3%。

德国书商与出版商协会主席卡琳·施密特-弗里德里希斯(Karin Schmidt-Friderichs)说:“虽然新冠疫情在经济上对书业造成重创,但也激发出了行业的巨大能量。书店和出版社的工作人员想尽办法维持整体运转,例如开展递送服务,并举办了不少线上活动。图书行业早就搭建好的网上书店也发挥了积极作用。总的来说,德国的书店和出版社作为书籍的提供者表现得十分值得信赖。与此同时,由于失去了很多市场推广机会,很多出版社被迫推迟新书出版,有些甚至不得不放弃了出版计划,其中大部分是不知名的作者作品和冷门题材。这为我们敲响了警钟,因为这种趋势正伤害着社会中文学和文化的多样性。”该协会总经理亚历山大·斯基普斯(Alexander Skipis)表示:“过去几个月,市场对少儿书的大量需求表明,在危机时期,书籍在少儿成长中的作用至关重要;阅读不止是一种消遣,也使孩子们得以继续接受教育,并为之提供支撑。在这场危机中,图书行业得到了政策上的巨大支持,包括有效的紧急援助,快速恢复商店营业,以及大量的文化促进项目。为了能够在将来继续为社会做出贡献,书业需要做到两点:在公众视野中增加活跃度,以及加强完善法律法规。具体来说,就是关于图书的讨论必须更广泛,更热烈——在媒体,尤其是在公共广播电视上。此外,我们还需要更严格的著作权保护法,出版社必须尽快重新参与到德国文字著作权协会的工作中去——我们也呼吁联邦政府履行承诺,迅速完善相关法规。”

持续几周的店铺停业规定让书店蒙受了巨大的经济损失。在2020年的第13周到16周期间(3月23日~4月19日),除了柏林和萨克森-安哈特州之外的所有联邦州的书店全部停业,营业额比去年同期下降了65.7%。算上所有销售渠道(包括火车站书店、百货商场、电子产品和日化用品商场以及电商平台),营业额同比下降46%。4月中旬恢复营业的时候,实体书店1~4月中旬的亏损为21.1%,所有渠道包括在内的话,亏损为14.9%。4月中旬恢复营业以来,亏损持续减少。

书店停业和朗读会、书展等活动的取消,也令出版社经历了明显的亏损。许多出版社不得不调整原定的出版计划。据书业协会的一项问卷调查显示,德国出版社在书店停业期间的销售额下降了30.9%,1~5月共下降了14.5%。在参与调查的出版社中,有一多半表示,他们已经将部分出版计划延至明年。有将近36%的受访者表示,某些出版计划已经完全取消,其中大部分出自不知名的或首次发表作品的作者。

2019年,德国书业营业额比2018年增长1.7%至92.9亿欧元,实体书店营业额同比增长0.4%至42.9亿欧元,在整个市场份额中占46.2%,是最大的图书销售渠道。网上书店的营业额增长强劲,其中包括实体书店开展的网上销售业务。通过网络销售,书业销售收入增长4.2%至18.6亿欧元,占整个市场的20%。大众图书市场的购书人数在2018年增加30万人后,2019年有所回落,2880万人在过去一年至少买过一本书,比2018年的2990万人减少了3.5%。在购书人群中,人均购书数量有所增加,平均每位购书者的年购书数量从2018年的12本增至12.3本。从类别上看,非虚构类图书销售额增长4.9%,依然是增长最强劲的图书种类;少儿书销售额增长4.6%;指南类销售额增长3.0%,也在保持增长;小说销售额下降0.8%,略低于上年水平。2019年出版新书数量从71548种降至70395种,其中从其它语言翻译成德语的图书为9802种(2018年为9803种),占比从13.7%增至13.9%。输出版权从7844种降至7747种。大众图书市场(不含教材和专业书)的电子书销售额增长0.6%,在大众市场的销售占比为5.0%,基本与2018年持平。

德国书业止跌回升 少儿书保持常青

中国出版传媒商报记者 陆云

● 环球资讯

美国上半年纸书销售增长

根据NPD BookScan的统计,今年上半年,美国纸书销量同比增长2.8%至3.221亿册。儿童非虚构类图书和种族关系/社会正义类图书(因5月底民阿波利斯警察枪杀黑人George Floyd事件带动该板块上升)的销量增长带动了整个图书市场的增长。其中,少年非虚构类图书(juvenile nonfiction)销量同比增长25.5%至3459万册,是增长最大的领域。最畅销的是克里斯托·雷德尔(Crystal Radke)的《我的第一本写字本》(《My First Learn-to-Write Workbook》),8.99美元的定价,共卖出37.9万册,在总榜单上位居第九。该领域表现最耀眼的是教育/参考/语言板块,有64.6%的增长,游戏/手工/爱好类图书增长41.2%。

少年小说(juvenile fiction)销量增长7.1%至7628万册,该领域的经典图书和社会情境/家庭/健康板块增长11%。“神探狗狗”系列第8本《合作的博弈》(《Fetch-22》)销量40多万册。青年小说(YA fiction)销量增长5.9%至990万册,其中,苏珊娜·科林斯(Suzanne Collins)的“饥饿游戏”(《Hunger Games》)系列前传《鸣鸟与蛇之歌》(《The Ballad of Songbirds and Snakes》)卖出88.7万册,成为上半年总榜单冠军。青年非虚构类图书销量

增长31.2%至153万册。

上半年,成人小说销量增长2.9%至6247万册,更多的读者寻求在虚构世界获得慰藉。上半年销量最高的是迪莉娅·欧文斯(Delia Owens)2018年的作品《小龙虾唱歌的地方》(《Where the Crawdads Sing》),卖出71.4万册,让尼娜·卡明斯(Jeanine Cummins)的《美国污垢》(《American Dirt》)卖出36.2万册,图画小说和一般小说表现突出,分别增长10.3%和8.2%。

成人非虚构类图书销量下滑3.4%至1.333亿册,其中,旅游类下滑42%,商管/经济类、健康/瘦身/医药/体育类、计算机类以及宗教类均有两位数下滑,手工/爱好/珍本书/游戏则增长30.8%,烹饪/娱乐类图书增长11.9%,一般非虚构图书增长9.9%。成人非虚构领域有两本畅销书,乔安娜·盖恩斯(Joanna Gaines)的“木兰桌”(《Magnolia Table》)系列第2本和美国前国家安全顾问约翰·博尔顿(John Bolton)的新书《事件发生的房间:白宫回忆录》(《The Room Where It Happened》),分别卖出53万册和51.6万册,罗宾·迪安吉洛(Robin DiAngelo)的2018年作品《白色的脆弱》(《White Fragility》)卖出48.7万册。

(陆云)

五洲社海外举办网文创作翻译大赛 33万人投票评选



埃及《金字塔报》对2020年创作大赛的报道,《金字塔报》日发行110万份,是阿拉伯国家中创办最早的报纸,也是世界上最早出现的报纸之一。

中国出版传媒商报讯 五洲传播出版社和约旦空间出版社联合举办的that's books阿拉伯网络小说创作大赛将于11月举办线上颁奖活动,今年是该大赛举办的第3个年头。该网文创作大赛面向35岁以下的阿拉伯文学创作爱好者征集作品,每年11月在阿拉伯地区书展上举办颁奖典礼,是阿拉伯地区唯一一个通过网络征稿、网友参与评选与专家评选相结合的文学创作比赛。今年受到新冠疫情影响,原定颁奖仪式将改为线上形式,但依然受到阿拉伯文学爱好者和当地媒体的关注。

前两届创作大赛的获奖者大多数是大学老师、文学博士或者硕士。入围短名单的作品已经在约旦空间出版社出版纸质图书,并在颁奖仪式现场举办首发式,获奖者还录制了获奖作品的有声书,在阿语数字阅读平台that's books

上出版。部分获奖者也由此走上了文学创作的职业道路。

据五洲社图书出版中心数字部主任董宇介绍,2020年大赛共收到来自沙特、埃及、摩洛哥、阿尔及利亚、科威特、加拿大等21个国家2014名母语为阿拉伯语的参赛者投稿,共有超过350万人参与网络投票,覆盖的国家数量创新高。

董宇介绍,通过7名中外文学专家组成的专家评审团和33万名网友网络投票进行评选,最终有50部参赛作品入围,20部进入长名单,10部进入短名单。每年7月1日公布短名单的同时,五洲社都会与中国外国文学学会阿拉伯文学研究分会联合启动that's books阿拉伯网络小说翻译大赛。翻译大赛以入围短名单的作品为翻译对象,面向中国的阿拉伯语学习者征集翻译作品。这两大赛事为中阿青年之间提供了相互了解和文化交流的平台。2020年翻译大赛正在进行中,至今主办方已收到来自国内外12所高校的176篇翻译作品,2019年共收到国内外31所高校的293篇翻译作品。

今年的小说创作比赛受到众多阿拉伯主流媒体的广泛关注。先后有包括埃及《金字塔报》、约旦《宪法报》、埃及Vetogate新闻网、阿尔及利亚文化杂志在内的300多家阿拉伯知名网站、报纸和杂志对小说创作大赛进行了报道。(乐毅)

● 中外交流