

## 英国MJ出版社:将出版悬疑小说《8个侦探》

英国 Michael Joseph 出版社 8月20日出版了亚历克斯·佩维西(Alex Pavesi)的处女作《8个侦探》(Eight Detectives)。小说讲述30年前,数学教授格兰特·麦卡利斯特在侦探小说中运用数学法则,总结出7个案件情

节。他据此撰写了包含7个案件故事的作品《白色谋杀案》(The White Murders),之后一直隐居在一个偏僻的地中海小岛上。直到编辑朱莉亚·哈特登门拜访,提出想重新出版他的《白色谋杀案》。两人必须一起重新审视那些古老的故事。在这个过程中,朱莉亚逐渐开始怀疑,这些故事可能是线索,引导她去发现一个更大的谜团。(乐毅)

# “不要追随市场,而要去创造市场”

■受访人:安德烈亚斯·罗策(Andreas Rötzer,德国马蒂斯及塞茨出版社社长) □采访人:陆云(中国出版传媒商报记者)

□马蒂斯及塞茨出版社近年来出版了许多获奖作品,如《有趣的智慧》(The Joyful Wisdom)、“自然客”(Naturkunden)系列,旗下多位作者连获大奖,包括作者弗兰克·威策尔(Frank Witzel)2015年赢得了德国图书奖,您本人被德国书业杂志《书市》(Buchmarkt)评为“2017年度最佳出版人”,出版社近两年连续获得“最佳出版社”荣誉,请您谈谈怎样成为一名优秀的出版人?

■出版人是什么?出版人是让美好事情发生的人。一名优秀的出版人一定是一名弄潮儿,他要敬畏市场,但又必须一直与自己的恐惧作斗争。我相信真实性是通过产品来传达的。当一本书是通过计算数据做出来的,读者可以感觉到,就不会再买了。因此一名好的出版人必须真诚,如果这种真诚没有与时代精神同步,因而未能在商业上取得成功,那么至少在表达自我以及做自己相信的事情上是成功的。对我而言,做一名出版人无异于做一个学生,我通过每本书学习,仿佛每做一本书就是上一次课,我从每位作者那里获得滋养,因此我面对他们就像面对学生时代的教授一般充满敬意。

□您是如何发起一个新的出版项目的?如何在获得评论家认可与商业收益之间取得平衡?

安德烈亚斯·罗策(Andreas Rötzer),哲学博士。2004年接手柏林马蒂斯及塞茨(Matthes&Seitz)出版社,策划出版了大量非虚构类文学及当代文学作品。近几年他将中国文化作为工作重心之一,推出了亚洲出版项目。该社因出版丰富的非虚构类图书、多部获奖的当代文学,以及开拓自然写作系列“自然客”,被列为德语图书市场上顶尖的文学出版商之一。



■我们第一次取得成功是出版俄罗斯作家瓦尔拉姆·色拉莫夫(Warlam Schalamow)全集。他是我学生时代发现的一位非常独特的俄罗斯作家。德国只翻译出版了他的少量作品,这些译本根本不能满足我的想象。所以我利用作为出版人的身份,发掘他的其他没有被翻译的作品,并启动了一个大型出版项目。在今天看来,这种做法很幼稚,但是它却成功了,我们后续出版的他的作品都非常成功,书商和媒体记者像我一样喜爱他的作品,作品的高品质当然带来了很好的销售。这个成功也让我意识到,不要追随市场,而要去创造市场。我相信,这是小型出版社取得成功或至少继续生存下去的唯一办法。

我还会跟随个人兴趣开展新项目。因为这些年我的兴趣在变化,所以出版重点也在发生变化。至今非常幸运的是,我的兴趣和我们的广大读者的兴趣达到了同步。

□马蒂斯出版社近年来关注亚洲文学,中国文化也是你们的一个关注点。请谈谈你们出版了哪些关于中国的图书?您从哪里获得中国的相关信息?

■很遗憾我不会说中文。我非常欣赏中国文化,因为在文学和哲学里我与中国文化相遇。因此我也愿意阅读尽可能多的此类图书,而且让其他人也读到它们。我们2018年出版了《孟子》《庄子》,2019年出版了沈复的《浮生六记》,今年出版了《我们》《围城》,还出版了让-弗朗索瓦·比勒特(Jean-Francois Billeter)、凯·马歇尔(Kai Marchal)、亨里克·雅格(Henrik Jäger)、辛里奇·施密特·格林泽(Hinrich Schmidt-Glinterz)、弗朗索瓦·朱利安(Francois Jullien)等汉学家的译作。我们还将出版三国时期的阮籍、唐代诗僧寒山、清代小说家文康等中国古代作家及牟宗三、钱宾四、吴明益等中国现当代作家的作品。

在选择中国图书时,我最重要的对话者是译者。他们中大多数人热爱翻译这项工作,对中国文学有广泛涉猎。我与汉学家以及法国、美国的出版人有密切接触,他们在翻译中国文学和思想方面比德国出版社有更好的传统。

□中国图书在德国卖得怎么样?您的目标读者是哪些人群?亚洲出版项目有何规划?

■除了《三体》取得了巨大成功,德国市场目前还没有为迎接中国文学做好准备。但是一些德国读者对中国文化持怀疑和担忧态度,他们担心中国这个新的世

界力量的崛起,这种担心会导致排斥和偏见心理。对我来说,这就更有足够的理由去了解中国文化了。我们的出版项目就是想与这些偏见做抗争并给人以启迪,但是从商业角度看我们还需要做很多事才能取得成功。

我们的目标读者是受过良好教育的大众读者,亚洲出版项目计划每年出版6部译自中国或与中国相关的作品。

□您能否为中国出版社与德国出版商开展版权贸易提一些建议?

■我最重要的工作是建立起值得信任的联系并开展合作。出版是一项人与人之间的业务,要花一些时间建立起信任的氛围,这是购买你不了解的语言的作品版权的前提。因此很重要,把国外编辑或出版人作为合作伙伴,双方以出版权为共同目标。不要以为卖出版权就万事大吉了,如果作品在市场上卖得不错,国外出版人还会再买版权,因此向你的合作伙伴提出建议,而不是说服他这一点很重要。为了做到这一点,你就必须通过自己亲身体验或与国外编辑交谈来了解国外市场,而且不只是了解当地市场,还要了解市场发展趋势和存在的风险。

□你们社针对疫情做了哪些调整?德国书店重新开业后,图书销售是否有所好转?是否开辟了一些新的营销渠道?

■疫情在德国暴发后,我们立即缩减成本,大多数员工居家办公,都进入了休眠模式。我们推迟了大多数春季新书的出版时间,秋季新书品种也有所减少。在隔离期间,德国的书店都非常活跃而且很有创意,他们通过贴心的服务增强了消费者的忠诚度。为促进图书的直接销售,我们还在社交平台和互联网上开展了深度的宣传活动。这些举措非常有效,实现的直接销售弥补了书店销售下滑带来的损失。在恢复营业后,我们仍推行居家办公模式。未来在图书发行领域我们希望增加直销收入,这样能有更大的独立性。

□今年你们社是否会参加法兰克福实体书展?参展计划会因疫情有什么调整吗?在现在的情形下,如何与国际同行保持联系开展合作?

■这是一个很难的问题,因为法兰克福书展对德国出版社来说有很多功能,它是图书获得全国的电视、纸媒等媒体深度报道的最佳时机。如果法兰克福线下书展今年完全取消了,我们就将失去这一年中最重要的营销契机。书展是我们与书商和重要客户见面的地方,我们还可以与世界各地的同行见面交流。目前我们计划在书展上举办多场阅读活动,我将陪同作者参加文学节活动,文学节上主要是从各地赶来的读者。我们将与国外出版社通过Zoom、电邮和电话保持联系。如果只是今年这样还可以,但是如果这种情况持续下去,我认为国家间的联系将有中断的危险,这与“去全球化”一起带来最坏的后果,这是我们最需要关注的。

## 欧洲电子书有声书实现双增长

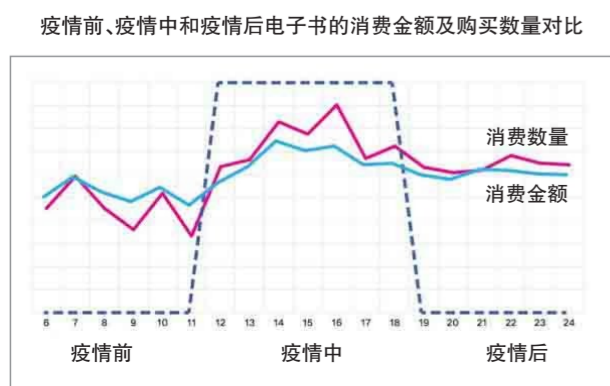
根据德国数字发行商Bookwire及奥地利书业咨询顾问鲁迪格·威辛巴特(Rüdiger Wischenbart)的统计,疫情期间及疫情后欧洲地区的电子书和有声书销售都比疫情前有所增长。

该数据覆盖了德国、奥地利和瑞士3国在2020年第11周至第19周疫情期间的200万次数字交易。该数据显示,电子书销售与疫情前10周相比增长了26%,有声书下载量增长109%,3国的出版社开展目标营销活动及促销活动对增长贡献最大。疫情隔离期结束后,欧洲各国实体店销售回暖,电子书和有声书销售又出现疲软,但仍高于疫情前的水平。

Bookwire公司CEO詹斯·克林格勒霍夫(Jens Klingelhöfer)表示,疫情期间的热销类别不只是爱情、侦探和惊悚小说,儿童青少年以及非虚构类电子书都非常热销。有声书的销售和订阅数量都在增长。

威辛巴特表示,比销量增长更重要的是,有声书的新增订户数量比疫情前增长37%。对订阅感兴趣的订户数量也在增长。消费者的习惯已发生变化,而且多个类别的电子书销售都有增长。营销是带动销售的重要因素,出版商和零售商会在适当的时候面向适合的读者推销适合的书籍,而且出版商和零售商协同合作带动了销售。

瑞典电子书及有声书订阅平台Storytel表示,今年上半年流媒体销售同比增长43%,订阅销售增长42%。该公司的业务遍及20个国家,有120万付费用户,是北欧最大的数字图书发行商。该公司表示,下半年将看到销售缓慢增长,预计付费用户数量将达150万。Storytel将通过在圣诞节前并购阿语有声书零售商Kitab Sawti及在泰国和印度尼西亚开展新的服务继续扩大业务。但由于快速扩张,Storytel仍处于亏损状态。(陆云)



## 英国调查发现 游戏有利于青少年提升读写能力

英国独立慈善机构国家扫盲基金会联合企鹅兰登童书公司与英国互动娱乐协会调查了4626名11~16岁青少年后发现,玩游戏可以提升男孩及不愿阅读的孩子的读写能力,还可以提高他们阅读能力的自信心。

该数据显示,有79%的年轻游戏玩家会阅读与游戏相关的内容,其中40%的年轻人在游戏里相互聊天,31%的年轻人会阅读评论和博客文章,22%的人阅读相关图书,19%的人阅读同人小说。35%的玩家认为,电子游戏可以让他们成为更好的读者。

有73%的受访者表示,玩游戏比读纸质书更容易让他们觉得自己是故事的一部分,从而增加了阅读或写作的兴趣。有65%的受访者表示,玩游戏会帮助他们想象自己是游戏中的人物,可以增加他们的同理心。

在性别分布上,96%的男生喜欢玩游戏,而女生的这一比例为65%,71%的男生在疫情期间会借助玩游戏与家人交流,女生的这一比例为40%。

调查发现,玩游戏更易于鼓励年轻人在写作中创新,63%的青少年表示,会撰写与游戏相关的材料,包括撰写游戏脚本和对其他玩家的建议、同人小说或博客文章。有58%的受访者对写作和设计游戏感兴趣,31%的人表示希望在学校也有这样的机会。

疫情极大地破坏了青少年儿童的阅读与学习氛围,该基金会CEO乔纳森·道格拉斯(Jonathan Douglas)表示,希望发掘一切新颖的方式来提升孩子们的读写能力,让他们在9月开学后顺利进入下一学期的学习。

企鹅兰登品牌总监亚历克斯·莫耶特(Alex Moyet)表示,许多作者都表示,游戏给他们的创作带来了灵感并激励了他们的写作。为支持年轻人通过游戏提升读写能力,企鹅兰登还制作了一份8~13岁青少年推荐游戏单。(陆云)

## 挪威侦探小说作家尤·奈斯博 2019年图书版税收入510万美元

北欧文学的热潮在几年前达到高峰后似乎在逐渐退去,但是侦探小说作家尤·奈斯博(Jo Nesbo)如今仍备受瞩目,依然是挪威目前最畅销的作者。据税务部门统计的信息,奈斯博旗下的两家公司2019年共进账5800万挪威克朗(约合650万美元),其中4550万挪威克朗(约合510万美元)是图书版税。

这两家公司名下的奈斯博的资产为1.9亿挪威克朗(约合2150万美元),此外,他在其他投资公司也有股份。2018年他的个人资产为2.7亿挪威克朗(约合3110万美元)。

奈斯博曾加入过挪威甲级联赛的意志球队(Molde),后来膝盖韧带撕裂使他不得不开刀。随后他组建了Di Derre乐队,歌曲横扫挪威音乐排行榜,他还做过金融分析师、写过童书,但侦探小说家的身份为他迅速在全球建立了庞大的粉丝群。他的“哈利·霍勒警探”系列中的主人公霍勒亦正亦邪的形象深入人心,作品被译成50多种语言。2019年推出的该系列第12部《刀》(Knife),迅速成为挪威和英国的第一畅销书。

文学评论家认为,奈斯博是继马伊·舍瓦尔(Maj Sjöwall)与佩尔·瓦勒(Per Wahlöö)之后北欧新

## ● 环球资讯

涌现的侦探小说家,舍瓦尔与瓦勒是著名瑞典推理小说作家伉俪,二人共同创作了侦探小说史上著名的警察小说——“马丁·贝克探案系列”。奈斯博的写作为侦探小说拓展了人物心理分析的层面而且他的作品有全球视野,使侦探小说的读者群扩大到全球更多到大众读者中。(乐毅)

## 企鹅兰登 买下美国物理学家科幻新作

企鹅兰登童书公司经过15轮竞标,买下费米·法杜巴(Femi Fadugba)的青少年惊悚科幻小说《上层世界》(The Upper World),将于2021年作为该系列第一部在英国出版,美国将于2022年出版。故事背景设定在伦敦,描述一名年轻男子埃索发现自己拥有意外的天赋,也就是可以一窥过去和未来的世界,但也因此陷入了致命的世代仇恨当中。原来他可以进入一个世界,并看到过去和未来。一代人之后的2035年,瑞亚走在去足球训练的路上,却不知道她要见到的那位神秘陌生人急需自己的帮助来避免15年前的一颗子弹。

据悉,作者法杜巴曾在牛津大学学习物理学,并获得过国家奖项,是一位物理学家,这是他的处女作,网飞公司将把作品拍摄成电影。法杜巴将在电影中扮演书中主人公艾索,并将担任电影的执行制片人。曾以《逃出绝命镇》(Get Out)提名奥斯卡最佳男主角的丹尼尔·卡卢亚(Daniel Kaluuya)将出演剧中人物。法杜巴接下来还将再度与拉基思·史坦菲尔德(Lakeith Stanfield)同台参演电影《犹太和黑色弥赛亚》(Judas and the Black Messiah),预计2021年上映。(乐毅)

## 美国大行业协会联名反对亚马逊垄断市场行为

近日,美国出版商协会、作家协会和书商协会致函美国众议院反托拉斯小组委员会主席戴维·西西林(David Cicilline),反对亚马逊在数字图书市场采取反竞争策略获取市场垄断地位。

信中指出,亚马逊在图书出版和零售领域日益强大的垄断地位改变了书业的竞争格局。如果不对亚马逊加以约束,出版业的竞争环境将进一步削弱。

信中称,美国这3大协会的会员长期依赖于公平的竞争环境出版和销售图书,但是现在亚马逊导致图书发行领域的不公平竞争,而且凭借垄断地位操控市场。亚马逊运用掠夺性定价和市场垄断地位进行低于成本价的定价策略,逼退竞争者;而且与供货商谈判时掌握话语权,迫使供货商每年向亚马逊支付的发行和广告费用越来越高,但收益却越来越少。

为此,3大协会联名提出4点建议:一是禁止亚马逊利用在线平台的业务数据与供货商竞争并使他们处于不利地位。二是禁止亚马逊将发行业务与广告服务进行捆绑。三是禁止亚马逊推行最惠国待遇条款及其它定价规定。据悉,亚马逊要求出版商向其提供与其他发行商类似或更优的贸易条款,如要给他们发行商提供更优惠的条款,必须告知亚马逊,并限制其给消费者提供更多折扣。四是禁止亚马逊使用招徕定价(或称特殊商品定价)策略破坏竞争环境。

20多年来,亚马逊一直以低价策略销售部分图书,借此获取消费者数据,扩大市场份额。去年12月,美国分析师本尼迪克特·埃文斯(Benedict Evans)发布数据显示,亚马逊在美国电子商务中占35%份额,在实体零售领域占6%份额,在美国纸书市场的占比超过50%,在出版社的电子书收入中占比为3/4。一些供货商甚至表示有70%~80%的销售是通过亚马逊实现的。

迫于亚马逊的一些条款,书商表示他们不得不要求出版社首选亚马逊,自己也不得不在亚马逊上卖书。即使不在亚马逊售书的书商也难以逃脱亚马逊统治市场对他们的影响。今年的新冠疫情使书业情况进一步恶化,数字阅读大幅增长,亚马逊的业务更广,数据更丰富,今年第2季度亚马逊取得了有史以来最高的赢利。这些都令传统出版业感到市场已经失衡,亟需政府出面进行调控。(乐毅)