

十年见证与蜕变,助力“童书大时代”

■受访人:柴成炜(上海融博会展有限公司总经理) Elena Pasoli(意大利博洛尼亚国际童书展(BCBF)项目总监)

□采访人:张聪聪(中国出版传媒商报记者)

2023中国上海国际童书展(CCBF,以下简称“上海童书展”)于11月17日~19日在上海世博展览馆亮相。以“与世界和未来在一起”为主题的上海童书展由中共上海市委宣传部(上海市新闻出版局)指导,上海新华发行集团有限公司、中国教育出版传媒集团有限公司、环球新闻出版发展有限公司共同主办,上海融博会展有限公司承办,博洛尼亚展览集团支持。

作为亚太地区领先的专注于0~16岁童书出版及儿童内容的展览盛会,上海童书展今年迎来10周年。10年来,上海童书展见证了中外童书市场发展,致力于打造中外童书界彼此赋能的“上海样本”。本届童书展参展中外最新童书超3万种,品类涵盖全面;“童书+”特别项目举办“大美世界·新非虚构类图画书”特展,金风车国际青年插画家大赛赛制升级;特别项目“城市联动”让书香溢出展馆……一系列精彩展览与活动展示中外童书市场发展成果、打造国际交流平台。围绕上海童书展的10年历程、未来发展等话题,我们采访了上海融博会展有限公司总经理柴成炜、意大利博洛尼亚国际童书展(BCBF,以下简称“博洛尼亚童书展”)项目总监 Elena Pasoli。

□10年来,上海国际童书展经历了哪些发展阶段?2018年,和意大利博洛尼亚童书展开启合作后,有哪些变化与亮点?双方采取怎样的合作模式?

柴成炜:上海国际童书展创办于2013年,与意大利博洛尼亚展览集团、意大利博洛尼亚童书展的合作始于2018年。因此,回望上海童书展的发展历程,2013年~2017年第一阶段,是创立期与发展期。2013年,上海童书展创立时,其规模、国际化程度就有比较好的成绩。但是到2016~2017年,上海童书展在国际化发展等方面遭遇了一些瓶颈。上海童书展有着面向B端、侧重版权交易等显著特点,国际化发展起着至关重要的作用,这也是促成上海童书展与意大利博洛尼亚展览集团、博洛尼亚童书展进行合作的直接原因。

双方合作以后,2018~2019年,上海童书展迎来了国际化发展的一个重要阶段。这个阶段,我们看到了明显的改变,无论国际展商数量,还是主题论坛、活动、插画类赛事等,都有比较好的表现。2018年以后,童书展的国际化发展得到了较大程度的提升。2017年时,作为上海童书展的重点项目之一,金风车国际青年插画家大赛投稿的国家不到30个。今年,大赛共计收到来自六大洲79个国家和地区的2582位插画师的有效投稿,现场展览将展出国际资深评委评选出的100组入围作品。

新冠疫情发生后,因为差旅等受阻碍,上海童书展的国际化发展也受到了一定程度的影响。比较幸运的是,2020年、2022年,童书展举办了往届,当时也有近30个国家以人不在书在的形式参展。当然,这样的效果,肯定没有面对面交流好。文化出版行业,面对交流很重要。今年,上海童书展迎来10周年,也回归到了比较正常的状态。接下来,我们会按照计划大力推进国际化。

和博洛尼亚童书展合作后,主要的变化和亮点也是国际化发展。双方合作后,无论展商国家数量、活动设置、活动嘉宾阵容,还是插画赛事的投稿国家的数量,都有显著提升。另外,博洛尼亚国际童书展已经有近60年的历史,积累了一些非常棒的童书方面的活动和内容。通过合作,我们也把这些活动和内容引进到了上海童书展。双方合作愈加紧密,合作模式上,我们组建了合资公司来作为承办方,这样能更好地利用国际资源。

□上海童书展致力于打造中外童书界彼此赋能的“上海样本”,能否详细介绍下在这方面所作的努力?

柴成炜:打造中外童书界彼此赋能的“上海样本”,首先肯定是中外交流。要感谢博洛尼亚童书展这么悠久的历史以及积累的丰富资源,所以双方合作后,我们可以引进很多优秀的项目和内容。当然,打造“上海样本”,就是说我们并不是按部就班“照抄”。引进过程中,我们也加入了很多中国的内容,以及符合上海童书展的特别项目和品牌。举个例子,我们有个“童书+”品牌,就是根据博洛尼亚童书展的一些内容,新创出来的属于上海童书展的品牌。“+”意味着每年童书展我们会选出一个主题来进行,无论展览展示还是专业活动,都会围绕这个主题进行拓展。“童书+”之前做过艺术设计、婴幼儿读物主题,也做可持续发展等类型的主题,今年的主题是非虚构。当然,这些主题内容也都得到了博洛尼亚童书展的支持。因为他们有强大的国际策展团队,会在全球范围去寻找这些主题方面的童书进行展示,让观众们能够看到更多相应品类的作品。我们每年也会根据这些主题和品类,在中国展商里进行征稿,会有中国原创童书一起进行展示。我觉得,这也是我们打造“上海样本”的一个亮点,即运用国际化资源和内容,打造属于我们自己的品牌和中国原创内容。

其次,我们基于“走出去”的方向打造“上海样本”。虽然上海童书展举办地是在上海,但是我们从2018年以来在意大利博洛尼亚童书展等做了很多中国原创“走出去”的活动。比如,我们在博洛尼亚童书展举办宣传推广“中国原创插画师的专场活动,观众全是外国友人。我们之前也邀请过一些国际插画师来到上海进行艺术家驻地项目,项目后他

们创作了一些关于上海的插画作品。我们将这些作品在博洛尼亚童书展进行展览,推广上海和中国文化元素的同时,也展现国际插画师眼中的上海。

□上海童书展见证、助力着中外童书行业的发展。两位分别如何看待当下中外童书行业的发展现状和趋势?

Elena Pasoli:目前,全球童书市场发展情况是比较积极正面的。整个国际图书市场中,童书板块一直有着非常好的状态。疫情期间,线上读书或者说电子类的读书产品需求增多,这一块将来也仍有较大的发展空间。博洛尼亚童书展每年聚集近100个国家的1500多家出版社来参展,从参展国家数量、展商数量等数字上,也可以看到全球童书在数量和质量上的提升。

内容方面,现在国际童书市场上一个非常大的趋势,就是非虚构类童书的发展。也正是因为看到该趋势,今年上海童书展专门针对非虚构类图画书设计漂亮的展览,并举办相应的主题论坛。

国际童书市场另一个发展趋势,是0~3岁婴幼儿读物有较强劲的发展势头。该领域也有很多的设计性强的童书出现。因为看到该趋势,作为全球知名的童书类奖项,博洛尼亚童书展的博洛尼亚最佳童书奖,今年特地新开了一个永久性的评选品类,即“幼儿奖”。

此外,目前在许多国家,面向儿童的漫画、图像小说呈现增长趋势。基于此,今年上海童书展,我们也针对漫画、图像小说设置了主题论坛,从国际领域邀请嘉宾来谈未来趋势。

柴成炜:就中国而言,经过几十年发展,童书市场呈现逐渐壮大的趋势,愈加成熟。但是,也存在一些待提高的空间。比如,内容品类选择上,和国内以教育为主的需求相关,显示在童书领域就是内容创新不足,需要更多满足现代儿童的阅读需求包括娱乐需求的内容。创作童书内容,还是要去挖掘儿童喜欢的题材,这是目前比较重要的一点。另外,要加大优质原创产品的出版力度和数量。

其实,我们中国童书市场是非常紧跟国际出版趋势的。这也是今年上海童书展围绕非虚构童书、漫画、图像小说主题设置展览和论坛的原因。因为这些趋势在国内童书市场也有明显的呈现。这些展览和论坛活动,也有很多中国出版机构参与并提供内容等方面的支持。

□今年上海童书展在展览内容和活动方面有哪些侧重点和亮点设计?有哪些不可错过的打卡点?

柴成炜:今年上海童书展,第一个不可错过的打卡点就是刚才提到的非虚构童书主题展览——“大美世界·新非虚构类图画书”特展。我们是和意大利博洛尼亚童书展、意大利博洛尼亚大学一起合作做的这个项目。我们历经4个月从全世界各地淘到了200多种优质的非虚构图画书。整个展览也有线路设计,分十几个议题和板块来呈现这些非虚构图画书。我们还精选了50多种中国原创的非虚构图画书。我觉得,这是非常大的一个亮点

第二个不可错过的打卡点,是金风车国际青年插画家大赛。童书展今年是10周年,我们也特地为插画家大赛增加了商业插画的品类,设置商业应用类奖项。这也是一大亮点,原来我们这个大赛只有图书出版的品类。同时,从体量上看,原来大赛只针对一个品类选出50幅入围作品,而今年两个品类会有100幅入围作品。

“大美世界·新非虚构类图画书”特展和金风车国际青年插画家大赛入围作品展览,会在场馆入口非常醒目的位置,希望大家不要错过。当然,对于专业观众来说,我们的论坛区以及插画师生存角这两



柴成炜 Elena Pasoli

块也不可错过。本届展会共举办57场官方专业活动,来自17个国家和地区的91位嘉宾参与其中。对于近3年与国外嘉宾面对面交流机会减少的专业观众而言,这两块也是非常重要的打卡点。

□前两年,各类展会难免受到新冠疫情的影响。本届童书展,海外展团的回归是大家关注的焦点之一。情况如何?有哪些值得国内童书出版人关注的话题设置?

柴成炜:今年,我们吸引了25个国家和地区的478家国内外展商参展,展览面积达2.5万平方米。其中,国际展商155家,这个数字基本回到疫情前80%的状态。对于这样的回归,我们还是非常满意的。对于中外交流的活动,我个人特别推荐11月17日专业论坛会议的第一场。本场论坛主题聚焦中外童书市场与趋势。北京开卷公司将公布最新的中国少儿图书零售市场数据并进行解析。而重磅的圆桌讨论环节,将有法国、英国、菲律宾、俄罗斯4个国家的出版社负责人、出版人参与,并由意大利博洛尼亚童书展项目总监来主持。他们会围绕国际童书市场的新趋势展开讨论。

当然,我们还有按照议题划分的多场专业论坛值得关注,比如非虚构图画书、漫画、童话故事等议题,大家可以根据自己兴趣有选择性地参与。这些论坛基本都是中外对话的模式。

□围绕上海童书展10周年将有哪些设计?对于本届童书展效果有何预期?未来,上海童书展在品牌定位、功能服务等方面,有哪些计划?

柴成炜:主题为“讲好中国故事,见证中国童书的10年”的10周年主题论坛会于11月17日下午举办。论坛主要有两个主题板块。一是展示中国童书10年发展历程,设有主旨报告和中外童书出版、儿童阅读推广等经验交流与学术研讨环节,加强中外童书出版、共建儿童友好城市、童书阅读推广的新合作、新提升,深化儿童阅读,助力书香社会建设。

对于本届童书展的效果,我们首先还是希望展商和观众们能够满意。我们策划所有展会,最直接的目的之一就是便于中外新老朋友聚会。所以,希望大家能够见到想见的客户,找到一些新的合作伙伴,能够在专业论坛活动上听到更多关于国际童书市场的趋势。同时,我们也希望帮助国际出版人更多地了解中国童书市场目前的发展现状和趋势。

未来,从品牌定位上,我们会继续增强上海童书展国际化的定位。对于如何吸引更多国际出版商来中国进行交流,我们会下更多功夫,加大力度弥补此前新冠肺炎疫情造成的遗憾。同时,我们会加大“走出去”步伐,借助线上线下国际平台上的亮相更多动作,帮助中国的原创内容“走出去”。

从功能服务上,我们也会更加强化上海童书展在全民阅读推广上起到的社会效应。上海童书展既是To B的专业展会,也是To C的综合展览。今年为期3天的展览,预计会吸引14万多名观众前来参观。我们也希望延展童书展的活动范围和影响力,今年已经开始这方面的规划。例如,我们有一个面向大众的特别项目“城市联动”。该项目以“‘拾’光同行,‘童’享书香”为主题,联动BFC阅外滩书店、上海少年儿童图书馆、阅读越精彩、上海书城、上海插画艺术中心、上海外滩美术馆、震旦博物馆、宝龙美术馆、小不点·大视界儿童剧场等全国60余个阅读空间与儿童生活方式场所举办一系列荐书导读会、作家见面会、互动体验、舞台表演等活动。这些活动将持续到11月底,我们希望借此把3天童书展延展为整个11月的“儿童阅读季”。除了给专业人士提供交流平台和干货内容以外,我们希望带给公众更多优质内容,这也是我们今后需要加强的。我们也希望将“城市联动”发展为全年持续进行的项目。

新书发布

中国出版传媒商报讯 11月7日晚,2023年立冬前夜,人民文学出版社与中央广播电视总台文艺节目中心合作推出的《我的艺术清单》图书在北京红楼公共藏书楼发布。活动现场200余位读者,与人文社、央视网等数十家新媒体的百万线上读者共同见证。

《我的艺术清单》是中央广播电视总台文艺节目中心推出的一档创新艺术分享类节目,由总台著名主持人朱迅担任主持。《我的艺术清单》同名图书由人文社出版。中国作家协会副主席、中国现代文学馆馆长李敬泽,著名作家、茅盾文学奖得主梁晓声,中国舞蹈家协会主席、舞蹈理论家冯双白等嘉宾出席发布会。中国出版集团有限公司党组成员、中国出版传媒股份有限公司副总经理、人文社社长臧永清,中央广播电视总台文艺节目中心召集人张国飞作为主办方代表发表致辞,人文社总编辑李红强,中央广播电视总台文艺节目中心副召集人邹为,人文社副社长王秋玲,以及《我的艺术清单》主创团队代表万钢、丛澍、朱迅等出席发布会,活动由总台主持人宫岩主持。

《我的艺术清单》分2册,由42位活跃在各个领域、具有引领性的时代人物作为艺术清单发布人,在书中讲述给他们自己的人生带来重大影响的艺术作品。图书保留了节目中最为核心的分享内容,将访谈对话依照艺术作品的特点,做了分层的集中梳理,从而使嘉宾的分享更为凝练。另外,图书贴心增加了每个艺术作品的科普介绍,既是对嘉宾分享内容的一个预热功课,也方便读者分类检索。《我的艺术清单》是写给大家的艺术通识课,书中40余位嘉宾谈及的那些曾经陪伴、激励他们的艺术作品,都是经过时间筛选的经典之作。(沈西)

中国出版传媒商报讯 11月8日,罗易成新著《黄河图:黄河流域手艺人和他的家乡》新书发布会暨中国守艺人创新论坛在京举办。活动由生活·读书·新知三联书店与中国商务广告协会非遗推动委员会共同主办,三联书店副总编辑常绍民、中国商务广告协会会长李西沙等出席发布会并分别致辞。常绍民祝贺《黄河图》的出版,并向到场来宾介绍了罗易成“中国守艺人”系列中另外2册《中国守艺人一百零八匠:传统手工艺人的诗意与乡愁》《求同存艺:两岸手工艺人的匠心对话》在业界所取得的荣誉。李西沙提到,《黄河图》作者罗易成另外一个身份,就是中国商务广告协会非遗推动委员会的秘书长。我们应该有更多力量,整合更多资源一起来为传统手艺人注入新生的活力,把传统手艺里的内容进行消化和转化之后成为我们传播中新的创意点。

《黄河图》是罗易成倾注5年心力完成的著作。书中展示了罗易成深度采访的黄河流域27位手艺人。罗易成通过该书的写作,表达了他对传统手艺的一种叙述视角;这些对应人生不同节点的手艺,串起一条中华儿女几千年来形成的情感脉络,这是一条与黄河并行的河,这条河叫人生。手艺为我们呈现的,是在人生这条长河中,每个生命都值得被隆重对待。该书因其结构的巧思和深入、纪实的讲述,入选“中国出版国家文化公园文库”。

借由《黄河图》新书发布的契机,中国商务广告协会主办、罗易成及其中国守艺人团队合力执行组织了首届中国守艺人创新论坛。论坛在《黄河图》的基础上,整合年轻手艺人、设计师、广告机构、商业品牌等资源共同探讨为传统手艺创新打造当下百姓生活中依然需要的消费场景。论坛环节,罗易成在“从黄河图到人生得艺”的开场演讲中,提出“人生得艺”的构想。(沈西)

中国出版传媒商报讯 作家袁博将自己的动物小说称为“自然史动物小说”。他从自然史的宏大视角出发,用细腻准确的笔触描绘出亿万年前充满厮杀的史前动物世界,通过史前动物的坚守、拼搏、温情和群体的良知,展现出生命的尊严所在,用远古的生命感动当代的少年儿童,让孩子们在阅读中了解史前动物的历史、自然的演变,感悟生命的哲理。被誉为“动物小说王子”的袁博用他的努力和作品告诉我们:庞然大物和小豆丁,在生命的天平上也没什么不同,没有谁能超越生命固有的规则和限制,庞大如剑齿虎、巨鬣狗、剑齿象,渺小如蚂蚁、飞蚊、三叶虫,无不为了生存下去而时刻努力着。

由袁博匠心创作,浙江文艺出版社最新出版的“剑齿虎家族”系列正是这样一套作品。该系列以我国甘肃临夏地区和深圳坪山地区为自然背景,以曾经生活在临夏大夏河流域的巴氏剑齿虎族群的生命历程为主要线索,演绎而成了一部远古动物家族史诗。临夏和政三趾马动物群是我国出土规模最大、最具有代表性的史前动物化石遗迹之一,深圳坪山自然世界多样化的地理环境,孕育了不同自然历史时期丰富多样的动植物,为多个物种的栖息共存提供了得天独厚的自然条件。“剑齿虎家族”系列共6册,讲述的是巴氏剑齿虎家族充满传奇与冒险的生存故事。

从甘肃临夏大夏河流域,到深圳坪山的丘陵和河谷,为延续家族的血脉,大夏河剑齿虎家族靠着单纯而生的执着,依循着历代传承下来的经验,不断寻找新的领地和家园,书写新的家族传奇。文学功底深厚的袁博,用他深厚的笔力和卓越的想象力,深情描绘出史前动物的坚守、勇气和群体的良知,展现出生命的力量与尊严所在,带领小读者与闻名已久的史前巨兽相遇,踏上一场发生在中国大地上的史前冒险之旅。(沈西)

新书《我的艺术清单》在京发布

《黄河图》:传统手工艺串起「人生」长河

与史前巨兽相遇:一场非凡的史前冒险之旅

