

青春文学市场重燃新活力?

中国出版传媒商报记者 渠竞帆

在欧美国家,青春文学(New Adult)作为介于青少年(Young Adult)和成人小说之间的读物,受到大批年轻人的追捧。此类读物以18~30岁人群为主要受众,常常先以自出版方式线上发布,获得大批粉丝后出版纸质书。它们较青少年读物更成熟,人物性格更沉稳,情节更紧凑,以爱情、奇幻、悬疑惊悚等题材为主,陪伴读者随着书中人物一起成长,帮助读者发现自我或逃离现实。今年以来青春文学进入新一波热潮,青春文学馆在德国法兰克福书展上首次亮相,馆内展销图书迅速售罄,在英国,青春文学读物被装入礼盒,上市第一周即迎来热销,精装本推出后开发出平装本,在粉丝中持续产生影响力。



德国柏林市中心的杜斯曼文化商城设立青春文学专区。



吕贝出版社旗下LYX出版品牌举办LYX文学节盛况。



法兰克福书展的青春文学馆人流如潮。



英国青春文学热门作家丽卡·罗斯(Rebecca Ross)的《神圣的竞争对手》上市第一周即售出1万余册。

今年8月,德国吕贝出版社(Bastei Lübbe)旗下的LYX出版品牌在科隆举办LYX文学节,文学节上的工作坊、作家讲座、朗诵会等活动吸引4000名粉丝从德国各地赶来。除了图书,与之相关的纽扣、书签、手链等文创商品均在文学节上大受欢迎。活动现场不仅有摆满青春小说的黑色书架,还特设一间暗黑学院风的办公室,粉丝可以在此与有相同爱好的年轻人相遇,探讨共同的兴趣。

今年10月法兰克福书展首设的占地8000平方英尺的青春文学馆(1.2号馆)内,邦尼传媒集团(Bonnier Media)、玉婷歌尔(Oetinger)、德国口袋书出版社(DTV)、吕贝等出版社均设立展位,书展期间,尤其是书展最后2天(周末)迎来接踵而至的客流,各社参展图书被抢购一空,不得不临时补货。

卡尔森出版社有多部青春文学进入德国畅销书榜单。该社项目经理安妮·本德(Anne Bender)表示,青春文学要获得读者喜爱,必须从情感上吸引读者,读者愿意与主人公一起经历人生坎坷感受情绪起伏,并有一个圆满结局。此类作品通常以坚强的自由女性为主人公,能吸引读者沉浸式体验毫无保留的情感。

不止卡尔森,吕贝出版社也因出版青春文学而收入攀升。该社前不久发布的半年报显示,截至2024年9月的2024/2025财年上半年,其销售收入同比增长10.9%至5660万欧元,息税前利润同比增长48.1%至900万欧元。LYX品牌青春文学销售收入在此期间同比增长46%,有声业务销售收入同比增长13%,息税前利润同比增长25%至50万欧元。在青春文学和有声业务增长的强势带动下,吕贝将2024/2025财年收入预期上调6%至1.17亿欧元。

法国也出现新爱情小说(New Romance)这一新类型,年轻女作者向 Wattpad、Fyctia(雨果出版社创建的线上平台)上传自己写的故事,吸引大批读者为之着迷,传统出版社随后与作者签约推出纸质书。阿尔班·米歇尔出版社明年1月将推出名为“Nox”的青春文学小说集,题材融现代爱情、奇幻和浪漫悬疑于一体,每年将出版10多种作品。据GfK和尼尔森IQ共同统计,2023年法国新爱情小说销量增长124%至650万册。

在英国,青春文学也在图书市场刮起一阵旋风。不少出版商纷纷招兵买马,积极寻找青春小说新作,不惜花费7位数高价版权购入版权。有出版人表示,未来国际出版商几乎都会布局爱情奇幻领域。

《书商》杂志近日发布了尼尔森图书监测机构对2023年1月~2024年10月订阅图书礼盒的销售榜单数据。该榜单被青春文学垄断,上榜的青春小说采用签名版精装书形式,图书礼盒中配有与图书内容相关的书签、茶叶或蜡烛等商品。大多数订阅图书礼盒在上市一周内销量最高。其中的成功案例是丽贝卡·罗斯(Rebecca Ross)的《神圣的竞争对手》(Divine Rivals),从2023年5月上市到今年10月共售出近3.6万册,其中上市第一周即售出1.1万册,第二周仅售出105册。

不少奇幻文学的出品方也是青春文学的推手。如图书开发服务商“点亮”公司(Illumicrate)和“仙女乐园”(FairyLoot)每月会开发3~4款独家图书礼盒。尼尔森对2023年1月~2024年10月的销售统计显示,这两家公司共推出91款图书礼盒。其中,2023年12月图书礼盒销量最高的是萨拉·埃尔-阿里菲(Saara El-Arifi)的《异界》(Faebound),上市第一周即售出1.45万册,占其精装本总销量的64%,精装本上市后开发的平装本售出2.4万册。通常平装本销量较精装本会下降73%,但也有例外。汉娜·肯纳(Hannah Kaner)的《上帝杀手》(Godkiller)2023年推出精装本,之后开发的平装本售出5.78万册,销量较精装本增长176%。

海德兰永恒品牌(Headline Eternal)高级策划编辑索拉娅·布瓦扎维(Soraya Bouazzaoui)表示,他们将青春文学看作第二次增长机会。“读者非常希望重

新定义自己是谁、明晰自己的边界以及入职后想要成为什么样的人。自出版推动这一板块增长,作者创作了不少以大学为背景的爱情小说,深受读者欢迎。Fanfic.net、ao3和 Wattpad等平台成为培育青春文学和同人文的沃土。BookTok等社交平台则放大读者声音,推动青春文学成为焦点。”

版代公司 Zeno Agency 文学代理史蒂维·费根(Stevie Finegan)承认,向出版商推荐时她通常不使用“青春文学”一词,而是用“跨领域图书”,或使用有特色的“暗黑题材”等词汇描述。实际上,青春文学在英国市场一直被划入青少年小说类别,而没有成为一个单独的门类,这与大部分青春小说品质不高有关。但水石书店童书线上销售员萨拉·阿布·埃拉(Sara Abou El Ella)表示,青春文学涉及心理健康、性等复杂多元的题材,大多数书店没有专设青春文学书架,热销的奇幻、爱情小说成为青春文学的主要内容。目前,萨拉·马斯(Sarah J Maas)的《四旋翼》(Fourth Wing)和《月亮孵化时》(When the Moon Hatched)都深受英国读者喜欢。

去年底《饥饿游戏前传:鸣鸟与蛇之歌》在影院热映,为反乌托邦题材热度添柴加火。艾拉认为,暗黑爱情题材将成为下一个热门类别。费根提醒到,出版商在寻找暗黑爱情小说及更具实验性的恐怖小说,但是青春文学的某些细分领域已趋饱和,今年很难售出版权,与之相比,恐怖小说、图像小说和历史小说仍有空间。布瓦扎维则表示,用新的叙事方式讲好故事,只要故事吸引人,采用独特声音

和有亲切感的新叙事方式,仍然可以推升这个板块更加繁荣。

此外,书边烫印、复杂烫金、镀金封底等精美设计的图书,对消费者的吸引力增强。尼尔森图书监测发现,过去一年,13%的英国消费者买书受到封面的影响。每年印制1.6亿册图书的 CPI Books 公司定制业务总监詹姆斯·朗曼(James Longman)表示:“从2016年以来,书边烫印的图书数量飞速增长,今年BookTok和Bookstagram平台上更多新作者采用书边烫印的设计方式。文学代理凯瑟琳·萨默海斯(Cathryn Summerhayes)注意到,今年约50%的新作者都采用书边烫印设计精装书,往年每年只有一两本。哈珀旅行者(HarperVoyager)品牌出版人娜塔莎·巴顿(Natasha Bardon)表示,书边烫印的图书开始收获成功果实。哈珀旅行者从2023年开始创建科幻奇幻订阅业务 The Locked Library,还在TikTok开设店铺来服务喜爱设计精美且叙事巧妙图书的读者。在企鵝兰登担任创意总监25年的苏珊娜·迪恩(Suzanne Dean)表示,书边和封底烫印的图书数量在增加。TikTok用户喜欢书籍上的这些细节,在市场加剧的环境下,“这应成为设计的一部分”。自由设计师米塞拉·阿尔卡诺(Micaela Alcaino)表示,10年来技术发生极大改变,几年前我们还在担心电子书会取代这个职业,现在人们都希望购买精美的精装书,而且会买多个版本来收藏。精美设计的青春文学书正成为越来越多出版商的选择。

市场焦点

哈珀·柯林斯向微软出售非虚构老书AI训练权

陆云

11月18日,美国哈珀·柯林斯宣布与某技术公司达成协议,后者将可以使用哈珀·柯林斯的图书来训练人工智能大语言模型,以提高模型的质量和性能。哈珀·柯林斯因此成为五大出版社中第一家允许技术公司使用其内容训练大模型的出版商。据媒体报道,与哈珀·柯林斯合作的技术公司是微软公司。

哈珀·柯林斯将为作者提供“选择加入”(opt-in)的补充条款,供作者选择是否同意参与哈珀·柯林斯与技术公司的授权协议,但是仅授权非虚构类老书用于大模型训练。根据协议,技术公司为每本书支付5000美元,哈珀·柯林斯与图书作者对半分,授权期3年,为非独家授权,即哈珀·柯林斯和作者也可将图书的AI训练权出售给其他技术公司。每授权一本书的训练权,哈珀·柯林斯将向作者一次性支付2500美元,不会将这笔钱用于抵消作者的预付金或版权。

据报道,已有数百名作者同意加入该补充条款。这个授权协议只允许“输入”图书对大模型进行训练,不允许大模型“输出”大量的图书内容。哈珀·柯林斯对大模型“输出”提出几点限制。首先,

TikTok母公司字节跳动将于2025年在美出版销售纸书

中国出版传媒商报讯 近日,字节跳动公司宣布,将从2025年初开始在实体书店销售第八音符出版社(8th Note Press)出版的纸质图书。第八音符出版社由字节跳动公司于去年7月创立,将与美国出版名人图书的Zando出版社合作,出版纸质图书并在实体书店销售。

第八音符出版社编辑兼营销业务负责人雅各布·布朗斯坦(Jacob Bronstein)表示:“纸书仍是最受欢迎的图书形式,我们必须进入这一领域。通过监测BookTok等线上社区的内容趋势,找到并签约可能会流行的作者作品。我们要先了解读者想读什么内容,谁在读这些内容,以及围绕图书展

开哪些讨论。”

据悉,第八音符出版社的出版范围包括爱情类、奇幻类、当代小说及青少年小说,将以千禧一代和Z世代喜爱的图书类型为主,2025年2月~5月陆续推出第一批书目中的6种新书。

去年7月,字节跳动在向美国专利及商标局注册“第八音符”商标后开始与作者接触寻找书稿,该出版社将提供包括纸质书、电子书和有声书在内的一系列出版服务,旨在创建一个生态圈,便于线上社区用户参与讨论、发表消费者评论以及进行社交。(金帆)

中外交流

中国出版传媒商报讯 11月18日,2024年中法科技传播对话会在法国巴黎化学之家基金会举行。本次对话会由中国科学技术协会和法国科学促进会指导,中国科协科技传播中心与科学出版社旗下的EDP Sciences共同主办,10余位中法两国天体物理、人工智能、生物化学、流行病学、科技传播等领域专家学者参加对话。

中国科协党组成员兼国际合作部部长罗晖在视频致辞中表示,要从科技传播视角,推动两国科学界交流互鉴,共同塑造科学家增进人类福祉的鲜明形象,共同探索智能化时代负责的科技传播,共同促进开放包容信任的科技人文交流。法国科学促进会副主席帕特里克斯·德布雷在致辞中追溯了法国科学促进会的历史和立会宗旨,介绍了推进科技传播的各项举措。

对话会上,中国新一代人工智能发展战略研究院执行院长、世界工程组织联合会前主席龚克,法国国家科学研究中心主任巴特·范·蒂格伦,IF Steelman首席执行官、瑞典皇家工程院外籍院士让-皮埃尔·比拉和中国科协科技传播中心主任、中国科学家博物馆执行馆长阮卓作主旨报告。

圆桌对话会由EDP Sciences总经理安妮丝·恒理主持。法国科学促进会副主席劳伦斯·佩耶-让内,全法中国科技工作者协会会长丁力,法国贡比涅技术大学教授卡里姆·埃尔·基拉特,法国国立工艺学院中国总代表张明军,法国国立科学与技术与管理学院教授让-弗朗索瓦·杜针对AI背景下的科技传播模式展开讨论。中国驻法大使馆、科技日报社驻法记者站、中央广播电视台驻巴黎记者站、欧洲时报、勒芒大学、巴黎第十大学、浙大校友会等相关机构代表参加对话会,对话会为中法两国科技传播领域交流合作起到推动作用。(陆云)

中国出版传媒商报讯

11月27日,由中国外文局、巴西驻华大使馆指导,外文出版社主办的“读懂中华经典”系列葡文版新书首发式在北京举行。该系列包括《道德经》《论语》《庄子·内篇》三部著作,是由巴西籍汉学家沈友友精心整理与翻译的葡语译著,详尽诠释了《道德经》《论语》《庄子·内篇》等中国国学经典。本次活动被列为庆祝中巴建交50周年的活动之一。

中国外文局总编辑高岸明,中国外交部拉丁美洲和加勒比司参赞张文伟,巴西驻华使馆文化处主管裴若涵(Bárbara Policeno),驻莫桑比克、葡萄牙前大使黄松甫,外文社党委书记、社长胡开敏,中国外文局国际合作部副主任林希鹤,中央广播电视台总台葡萄牙语退休定稿专家、外文出版社特聘专家蔚玲,上海外国语大学葡萄牙语教授张敏芬,“读懂中华经典”系列葡文版图书作者、巴西籍汉学家沈友友(Giorgio Sinedino)等嘉宾出席了首发式。来自中国社科院拉丁美洲研究所、北京外国语大学、上海外国语大学、中国传媒大学、北京第二外国语学院代表出席活动。

高岸明向巴西驻华使馆、中国社会科学院拉丁美洲研究所、北京外国语大学、上海外国语大学、中国传媒大学、北京第二外国语学院等受赠单位代表赠送新书,胡开敏、张文伟陪同赠书。(乐毅)

中国出版传媒商报讯

11月21日,大英图书馆举行10部中国网文的藏书仪式。这是继2022年该馆首次收录16部中国网络文学作品之后,中国网文再度入藏这一全球最大学术图书馆之一。

活动现场,阅文集团和大英图书馆宣布启动为期3年的合作项目“数字时代下的文学”。合作内容包括定期组织中英文化交流活动,积极探索IP文化共创与创新联动。中国驻英国大使馆公使衔参赞李立言,大英图书馆首席运营官杰丝·雷,阅文集团首席执行官兼总裁侯晓楠,英国商业贸易部创意、消费者、体育与教育司司长戴晋俊出席活动并致辞。中国网文作家和中英两国文化产业代表参与了圆桌论坛。

侯晓楠表示,网络文学日益受到全球年轻人的喜爱,今年以来欧洲读者增长迅猛。在阅文海外门户WebNovel上,英国读者数累计超过680万,同比增长近30%。2024年,英国、希腊、西班牙、法国、德国等国家均位列阅文海外增速前十,尤其希腊增幅超80%。

在随后的圆桌讨论环节,中英两国文化产业人士围绕“数字时代下的文学”展开讨论。“福尔摩斯”IP持有人、柯南·道尔产权会董事理查德·普利,大英图书馆英国与爱尔兰当代出版物藏品部主任伊恩·库克,阅文集团大神作家阎ZK,阅文集团市场公关总经理李苏晋共同参与,深入交流中英文学创作与IP运营经验。

此次合作中,《诡秘之主》与《莎士比亚十四行诗》《仲夏夜之梦》《傲慢与偏见》《爱丽丝漫游奇境记》等一系列大英图书馆馆藏展开创新联动。《诡秘之主》值夜者们主题画展首次在大英图书馆线下落地,现场还展示了《诡秘之主》卡牌等周边衍生品,吸引不少海外IP粉丝前往大英图书馆打卡。(乐毅)

2024年中法科技传播对话会在法国举行

献礼中巴建交50周年 “读懂中华经典”系列葡文版新书首发

阅文集团10部网文入藏大英图书馆 合作推动中英文化交流与IP共创