

英国出版商组合拳拯救“阅读危机”

中国出版传媒商报记者 渠竞帆

编者按 英国国家读写素养基金会(National Literacy Trust)前不久调研发现,2024年,8~18岁儿童和青少年中有34.6%喜欢在空闲时间阅读,这一比例较2023年下降了8.8个百分点,系该机构自2005年开展调研以来的最低纪录。为应对日益严峻的阅读危机,英国多家大型出版商积极行动,采取多种方式让儿童和青少年从阅读中获得快乐。



企鹅设立的图书交换箱。



麦克米伦为英国黑人族裔图书节提供支持。

方式一 设立图书交换箱

企鹅出版社将在英国各地的社区内推进名为“90个图书交换箱”(90 Little Book Stops)的项目,通过设立换书箱推广由社区引领的图书分享理念,呼吁社区居民“给换书箱捐出一本书、拿走一本书”。

作为企鹅出版社90周年庆生活动的一部分,“90个图书交换箱”项目旨在倡导阅读,使图书更容易获得并帮助爱书人找到下一本读物。企鹅出版社将与美国非营利机构“小小免费图书馆”(Little Free Library)共同创建及运营换书箱,该机构从2009年在美国威斯康星州监督设立首个图书交换箱开始,至今数量已达20万。

企鹅出版社将设立图书交换箱作为拓宽图书获取渠道的重要方式,这沿袭了其一贯以来的传统。早在1950年代,企鹅出版社就以出版“口袋本”图书迅速崛起,将图书发行拓展到超市、便利店、机场、车站、地铁等非书店营业场所。为设立图书交换箱,企鹅向公众征求选址建议,同时寻找每个图书交换箱的管理员。

企鹅出版社首席品牌官瑞贝卡·辛克莱尔(Rebecca Sinclair)表示:“拓宽图书的获取渠道在企鹅出版社的历史上一直处于核心地位。图书和阅读是建立联系和创建社群的绝佳方式。希望能够将‘90个图书交换箱’设立在幸运的地方。很高兴将与换书箱管理员一起,在图书与读者之间架起桥梁,共同捍卫阅读一直以来所具有的力量。”

设立图书交换箱的做法在地铁站内曾遭遇波折。考虑到(易引起火灾的)安全隐患,设在40个地铁站内的换书箱均被拆除。而近日,在广大通勤者的强烈呼吁下,伦敦交通局(Transport for London)将与伦敦消防局(London Fire Brigade)合作,重新在地铁站内设立换书箱,让通勤者利用每天枯燥的通勤时间享受丰富多彩的阅读时光。

方式二 参与阅读机构公益活动

英国国家读写素养基金会(National Literacy Trust)于今年3月20日在伦敦举办的年度盛典晚宴上,企鵝兰登、麦克米伦和西蒙与舒斯特等出版社积极参与,邀请阅读大使茱莉亚·唐纳森(Julia Donaldson)、克雷西达·考威尔(Cressida Cowell)和亚历山大·阿姆斯特朗(Alexander Armstrong)出席,通过拍卖会筹集到21.8万英镑,来帮助英国贫困地区的居民,提升儿童和青少年的阅读水平。拍卖品包括马洛里·布莱克曼(Malorie Blackman)的《圈与

叉》(Noughts and Crosses)签名版,阿克塞尔·舍夫勒(Axel Scheffler)的带框艺术画和英国国王查尔斯妻子卡米拉创建的慈善机构“女王阅读室”(Queen's Reading Room)3月颁奖会的VIP门票。3月25日,卡米拉在其官邸克拉伦斯宫举办了颁奖会,表彰英国各地社区举办阅读活动的策划人。

麦克米伦旗下作者弗里克·科特雷尔-博伊斯(Frank Cottrell-Boyce)也是阅读公益活动的拥趸。科特雷尔-博伊斯20年来通过走访各地学校积极推动儿童和青少年阅读,当选2025年水石书店童书桂冠作家。得知当选童书桂冠作家后,他花了半年时间到各地调研,了解如何通过早期阅读帮助儿童发现阅读的魅力。他了解到,东伦敦大学婴儿发育实验室首席科学家萨姆·瓦斯(Sam Wass)研究发现,刚出生的1000天是孩子的阅读敏感期,在此期间给新生儿阅读绘本是非常好的方式。而实际上,仍有很多孩子在入学前没有家长陪他们读过书。为此,他近日发起阅读权(Reading Rights)活动,他提出,婴儿保健医生的培训手册中要建议家长陪伴孩子阅读,或有更多保健医生到访新生儿家庭。今年早些时候,他还组织阅读权论坛(Reading Rights Summit),邀请政界、教育和文化机构专家共同探讨早期阅读的重要性,呼吁政府把阅读放在首位,解决儿童不快乐的问题。论坛的经验总结和政策建议很快将由英国图书信托基金会(Book Trust)发布。

此外,科特雷尔-博伊斯参加了今年的伦敦书展和博洛尼亚童书展,与全球各地读者分享阅读的乐趣。他还与教育大臣布里奇特·菲利普森(Bridget Phillipson)和卫生大臣韦斯·斯特里廷(Wes Streeting)接触,表达自己的主张。

他认为,虽然未来18个月想改变世界的想法过于乐观,如请求恢复已关闭的1000家图书馆就不太现实,但是可以作出政策上的调整,将阅读的视角从注重学生成绩转向注重培养能力,资金支持也应向帮助儿童及其照料者身心健康的方向倾斜,让阅读在儿童生活中产生巨大影响。出版商还要与合作伙伴共同提高面向弱势群体的图书触达率。

此外,麦克米伦童书部还与英国读写素养基金会和W.H.史密斯共同开展活动,向弱势群体家庭发放茱莉亚·唐纳德的《咕噜牛》(The Gruffalo)。今年世界读书日期间麦克米伦童书部还为“首届英国黑人族裔图书节”提供支持,邀请多位作者出席活动并做阅读分享,鼓励孩子开启阅读之旅。

方式三 业务重组 创新品牌

麦克米伦去年上任的执行总监艾莉森·鲁恩(Alison Ruane)自幼喜爱阅读,曾任柯林斯教育出版公司营销总监、企鹅出版社营销经理及麦克米伦童书部公关总监。担任麦克米伦执行总监后,她如何将吸引儿童、家长和教师阅读作为关注重点,尤其关注如何让孩子对麦克米伦的图书感兴趣。

年轻人始终处于世界发生变化的最前沿,出版商要领先于他们了解阅读趋势。这也是让她激动的地方。鲁恩表示,她每天都与作者、经纪人、绘者和家长等不同的人见面,为出版提供新思路。她将重组童书部,来为业务增长提供支撑并使书目更加清晰。

鲁恩介绍,麦克米伦童书部有3个部门:彩版出版、茱莉亚·唐纳德(Julia Donaldson)业务部和虚构及非虚构出版部,她希望每个业务部门都能实现增长,尤其是对虚构和商业非虚构类图书市场增长有很高的预期。

去年麦克米伦童书部推出了青少品牌Fist Ink,目前发展非常好。鲁恩认为,青少交叉板块(YA crossover)是当下热点,但是青少小说是助力一个人在孩童时形成阅读口味和兴趣并进入独立阅读的最佳方式。鲁恩表示:“最近我们推出了新的商业非虚构类图书品牌,因为在马库斯·拉什福德(Marcus Rashford)大获成功后,这将是一个增长领域。”此外,鲁恩认为,有声书将是另一个增长领域。“英国国家读写素养基金会发布的数据显示,42.3%的年轻人喜欢在空闲时间听书。这说明年轻读者对有声书有兴趣,这为出版商开拓了更多的方式和路径。在此方面,麦克米伦需要奋勇直追。”

面对阅读危机,鲁恩的应对策略是,以用户为

中心,确保出版的图书是孩子想读的。“现在是注意力经济时代,儿童比以前更易于被其他媒介所吸引。”如果儿童愿意在休闲时间阅读,这就会让他们放松并带来愉悦。

麦克米伦还与一些学校合作,让儿童了解创意产业的工作情形。鲁恩及其团队走入学校与不同的学生群体交谈,倾听他们认为重要的以及感兴趣的事。鲁恩表示:“图书对很多英国人来说都是奢侈品,因此要确保在不同场所很多不同的图书以差异化价格销售。我们与大量零售渠道合作,以确保触达市场的各个网点。此外,我们采取可持续的一致性策略,让我们出版的童书更具多样性,并实现更大的社会影响力。”

方式四 聚焦青少板块 取经其他媒介品牌

曾任职于哈珀·柯林斯童书部的露丝·阿勒特姆斯(Ruth Alltimes),今年3月上任阿歇特童书出版公司执行总监。她表示,现在图书市场非常关注青少年板块,阿歇特一直在购买和出版此类读物,但与此同时,她也非常关注年龄较小的读者,购买此类书稿的版权。“如果不能吸引这个读者群,未来就没有读者,”阿勒特姆斯表示,“我们的绘本有很好的市场表现,未来将保持并扩大这一优势板块。”她认为,读者渴望新的触达方式,他们往往很难找到想看的内容,这是帮助他们开启阅读之旅的一个重要部分。“如果我们不能让图书准确触达孩子,就是个很大的问题。我们一直在考虑如何有不同的触达方式。”据悉,阿勒特姆斯正在向优秀的儿童媒介品牌学习,学习它们如何能真正给读者带来快乐。“图书不仅可以给小读者带来情绪学习的机会,也可以带来愉悦感。可能我们书业一直以来没有关注于此,未来几年阿歇特将出版更多让孩子快乐阅读的图书。”

阿勒特姆斯表示,阿歇特童书出版公司非常关注发展趋势,以及非书领域带来的影响。“有很多业外事件快速引爆图书出版契机。这可以提高图书的关联性。出版要与读者有相关性,这可以让我们与读者建立连接,也能够与其他媒介竞争孩子的时间和注意力。”她相信,童书出版要在包容性方面与更多种族的儿童产生关联度,近年来童书覆盖的种族在减少。“如果童书不能面向尽可能多的种族人群,就做不出好的童书。”

阿勒特姆斯表示,阿歇特还深挖老书市场潜力开发新业务,如在伊妮德·布莱顿(Enid Blyton)半个世纪前创作的《《五伙伴历险记》(The Famous Five)的基础上,推出克里斯·史密斯(Chris Smith)的《五伙伴新历险记》(The New Famous Five),重塑布莱顿作品中的人物,以相关联的、有趣的方式吸引新读者。“现在童书出版比以往更加重要,我们要鼓励作者不同的叙事方式,同时也要采取与以往不同的触达读者的方式和出版模式。”

方式五 汇聚专业人才 打通全球市场

中国后浪出版公司(Post Wave)去年在英国创建分公司,以插图本童书出版为主,覆盖纸板书、绘本和非虚构类图书等不同版本和类型,目标读者跨越从学龄前到12岁的不同年龄段。

曾任布鲁姆斯伯里大众出版业务执行总监的艾玛·霍普金斯(Emma Hopkin)担任后浪英国公司负责人,霍普金斯之前曾在麦克米伦童书部、布鲁姆斯伯里童书部工作。该公司汇聚了一批专业出版人,如阿歇特学龄前及绘本业务前出版人艾玛·布莱克伯恩(Emma Blackburn)、Big Picture Press前出版业务负责人乔安娜·麦金纳尼(Joanna McInerney)、Thames & Hudson公司前童书艺术总监阿夫尼·帕特尔(Avni Patel)、阿歇特童书部前销售总监尼古拉·古德(Nicola Goode),以及Hasbro前版权业务负责人瓦伦丁·勒切瓦利埃(Valentine Lechevallier)。

据悉,后浪英国公司正在购买大批作品版权,去年购买8部书稿,今年将购买25部书稿,明后年将分别增至50部和80部,同时签约一批优秀作者和绘者。该公司希望通过图书与年轻读者连接起来,帮助他们健康成长并激发创作能力。后浪公司还在美国和德国设立分公司,并与北美的编年史出版社(Chronicle Books)达成销售合作协议,为其童书出版发行拓宽渠道。

市场焦点



刘震云参加中法文学交流活动。

4月13日,2025年巴黎图书节落幕,中国出版代表团在此次国际文化盛会上大放异彩。环球新闻出版发展有限公司组织国内多家出版单位参展,中国出版代表团通过丰富多元的展示与交流活动,向世界展现了中国出版业的蓬勃活力,促进了中法文化的深度交融。

中国联合展区面积达80平方米,集展览展示、版权洽谈、活动举办和接待等功能于一体。该展区共展出1000余种图书,全面展示了中国出版的丰富内涵与卓越品质。其中,中国主题精品图书展区重点呈现习近平总书记著作及相关学习读物中外文版,重大精品出版工程优秀成果、中华优秀传统文化精品丛书以及荣获重要奖项的图书。在纪念反法西斯战争胜利80周年主题图书展区,《铁证如山》《在同一面旗帜下》《抗日战争史话》等中外文版图书深刻阐释了中国人民抗日战争在世界反法西斯战争中的重要地位。出版单位参展图书展区集中展示了国内出版的主题类、社科类、传统文化类、文艺类等精品图书与重点版权输出样书。摄影及动漫影视出版物展区设立“中国世界遗产影像系列画册”展示专区,将中国列入《世界遗产名录》的59项遗产生动呈现,同时展示“刘慈欣科幻漫画”系列丛书和“哪吒”“长安三万里”等优秀原创影视动漫图书及中国地方特色文创产品。

4月11日,在中国联合展区,刘震云、麦家、赵丽宏等中国知名作家与法国作家高醇芳、索尼娅·布雷斯科勒、李蓓珂以“新朋友·新视角·新对话”为主题,深入讨论中法文学作品的异同,交流两国文化在全球化背景下的交融与碰撞,让中法文学思想在交流中绽放新光芒。活动现场,刘震云分享了创作中对生活细节的独特捕捉,其幽默风趣的讲述方式引发阵阵笑声;麦家则谈及谍战题材创作背后对人性的深度挖掘,与法国作家就悬疑叙事手法展开热烈探讨,思维碰撞出的火花照亮了中法文学交流之路。

同日,中国出版代表团走进法国语言与文明大学图书馆,举办中国电子图书及AI推介活动。法国语言与文明大学图书馆副馆长本杰明·吉夏尔介绍了图书馆的历史、服务与发展理念。中国出版代表团团长曹振亚在致辞中强调了书籍与信息在中法文化链接上的重要作用。知网代表展示了CNKI AI的功能、资源优势,以及应用于学术研究的多个使用场景,还介绍了集众多出版社经典图书于一体的CNKI电子书平台(海外版)。当代中国出版社副社长周进分享了中国电子图书出版产业的现状与发展趋势。会后,法国当地学者对中国电子图书丰富的学术资源表达出浓厚兴趣,部分学者现场咨询合作事宜,期望引入更多中国学术成果,助力法国学术研究的多元发展。

4月13日,在中国联合展区,孙艺萌、瞿澜等中国插画家与法国拉帕出版社总编辑贝阿特丽斯·文森、法国鸿飞出版社创始人叶俊良等外国插画家、出版家围绕“文化交融与共生”主题展开交流,提升了中国插画家及其作品的国际影响力。交流过程中,孙艺萌展示了融合中国传统工笔画与现代插画风格的作品,细腻笔触下的东方意境令法国同行赞叹;瞿澜分享中表示,其创作灵感源自中国民间故事,经现代视角改编后呈现出独特视觉语言,为中法插画艺术融合提供新思路。

在巴黎图书节展会期间,中国出版代表团面向法国参展观众及全球业界代表展示体现中国优秀学术成果的数字出版物。展区特别设置互动体验区,活动吸引了众多法国当地观众驻足参与。一位参与体验的法国观众表示,这种新颖的文化碰撞体验十分奇妙,使他对中国科技文化产生浓厚兴趣。体验区内,观众不仅能通过VR设备沉浸式游览中国古代文化遗址,感受历史氛围,还能借助AI辅助工具进行简单的中国书画创作,在实践中领略中国传统艺术魅力。

中国出版代表团走进法国科学传播出版社、友丰书店,开展版权洽谈,推动中国出版在国际市场的传播与交流。在与法国科学传播出版社的洽谈中,中方多家出版单位就科普读物版权输出进行深入沟通,将中国在航天、生物科技等前沿领域的科普成果推介到法国市场;在友丰书店,各方围绕中国传统文化、文学作品的版权合作展开交流,《论语译注》《平凡的世界》等经典作品吸引书店采购负责人关注,为后续引入法国零售市场奠定基础。

4月12日还举办了“人类的记忆——中国世界遗产”摄影展巴黎巡展。展览主题单元展出的世界遗产包括历史古迹、寺庙和石窟、历史名城、考古遗址、文化景观、文化线路等,不仅体现了中国人民卓越的创造力、智慧和集体记忆,也在人类文明的星空中闪耀。

本届巴黎图书节上,中国出版代表团沿用“中国印”标识与“阅读中国”主题语,强化品牌形象。通过传统媒体和新媒体多视角、多维度、多层次开展宣传报道,以优质内容的传播吸引了国际流量;志愿者身着汉服参与宣传工作,提升了活动的话题度。社交媒体平台上,关于中国出版代表团的话题阅读量持续攀升,成为文化领域热议焦点,进一步提升了中国出版业在国际上的知名度与美誉度。(陆云)

中国出版代表团精彩亮相巴黎图书节

中国出版传媒商报讯 英国DK出版社有50多年为青少年出版非虚构图书的历史,近日,DK宣布创立第一个儿童青少部小说品牌DK flip。该品牌将以章回体小说、小学中高年级读物(MG)、青少小说、图像小说为主,以英国为总部,面向全球出版图书。DK flip是DK拓宽图书领域的重要一步。

DK出版社CEO保罗·凯利(Paul Kelly)表示:“看到作者如此热情地想加入这个新项目真的不可思议。我们不仅可以激发年轻读者的想象力,也将作者的故事带给全球读者。”

据悉,DK flip品牌今年将出版14部小说,明年将出版18部小说。DK+部门增加了编辑和设计师岗位,专门负责小说出版。DK的版权、销售、营销和公关部将与DK flip的编辑和设计部密切合作。

DK flip推出的首部作品为《消防》(Fireborne),将于今年5月出版平装本,同系列其他两部《火焰坠落》(Flamefall)和《愤怒之宣》(Furysong)将分别于7月、9月出版。该品牌还宣布购买2部书稿版权,一部是皮帕·邓恩(Pippa Dunn)的《乌鸦的征兆》(The Sign of The Raven),将于明年8月在英国问世,这部冒险小说讲述19世纪伦敦秘密社团的惊险故事,另一部是A.A.威尔森(A.A. Wilson)的处女作《尼福尔海姆》(Nifheim),讲述一起以超自然岛屿为背景的谋杀案,明年11月将在英美同时上市。(乐毅)