

中国“阅读力”正被唤醒

——来自北京图书订货会的现场观察



1 好书能不能找到“好读者” “全民阅读”在路上

中国国际展览中心展厅内,人潮涌动,慕“书”而来,汇聚成冬日动人的暖流。

近 50 万种新书和精品图书集体亮相,让人们过足眼瘾的同时,也不禁担心它们是否能各得其所。

近年来的多次调查显示,中国人的阅读率整体呈全面上升态势,但仍普遍低于西方发达国家水平。

阅读率为何低下?“没有时间”似乎是很多人不读书的原因。

正在参观的市民陈先生说,自己曾经很爱读书,但随着互联网对生活的全面渗透,自己看手机和上网的时间远多于看书,习惯了“碎片化”“快餐式”阅读。

日前,《全民阅读“十三五”时期发展规划》出台,如何让“全民阅读”从“纸面”落到“地面”不仅仅是一个愿景?专家表示,图书出版应与时俱进,多一些质量上乘的经典作品。

订货会上,四川新华文轩旗下的天地出版社发布了“当代华语文学名家自选集丛书”出版计划。天地出版社社长杨政表示,在碎片化阅读风行的当下,希望这套经典佳作,能给年轻人更多成长的“养分”。

湖南文艺出版社“原创之春”新书发布会成为开幕式当天的重头戏,一系列原创文学作品借助这一平台脱颖而出,畅销不衰。中南出版传媒集团总编辑刘清华说,吸引民众参与、助力全民阅读已经成为图书订货会的重要目的,希望这一活动不仅是出版人的聚会,也是阅读的盛宴。

2

好书有没有“好市场” 阅读需求依然旺盛

11 部精心装帧的莫言长篇小说新版图书,在订货会现场一经发布就吸引了无数关注的目光。历年来的北京图书订货会上,名家新作或新版都是一道亮丽的风景线。

推出这套作品的浙江文艺出版社社长郑重表说:“莫言笔下的‘高密东北乡’,不但吸引了大批中国读者,也在世界文学版图上拥有了自己的疆域。好作品自然有市场,经典永远不过时。”

记者观察发现,图书订货会上儿童图书市场的竞争尤为激烈,各出版社将展台布置得独具匠心,书籍的创新创意层出不穷。接力出版社带来了近 60 种原创新品图书;天天出版社推出了杨志军的首部儿童文学作品《海底隧道》和曹文轩的《穿堂风》;浙江少儿出版社推出了“动物小说大王”沈石溪的最新力作《五只小狼》;张炜、赵丽宏、虹影等知名作家也纷纷转型写作儿童文学。

订货会开幕当天发布的一项报告显示,少儿成为市场增长的最主要推动力。在细分市场方面,细分市场码洋比重少儿

(23.51%)超过社科(23.09%),成为图书零售市场中最大的细分类型。少儿类也是细分市场中增速最快的,同比增长 28.84%,整体市场的增长几乎有一半是来自于少儿类图书市场。此外,文学、语言、教辅等类别也保持了较快速度的增长,同比增长率在 10% 以上。

火热的中国市场也让不少外国作家慕名而来。澳大利亚童书作家葛瑞米·贝斯带着他的新作《魔法失窃之谜》来到北京图书订货会。“中国图书市场十分巨大。我会构思创作具有中国元素的绘本,相信中国故事的魅力会打动世界读者。”他说。

随着阅读需求的持续旺盛,传统阅读回暖,此前式微的实体书店也得以借势“重生”。

“出版业目前是传媒业中非常坚挺的板块,中国大众出版持续拓展与提升的空间依然巨大。”中国出版协会常务副会长邬书林说。

3

出版业的“风”吹向哪里 阅读形态不断拓展

“大家好!欢迎来参加《中国机器人》新书首发仪式。”辽宁人民出版社新书发布活动的主持人,正是沈阳新松公司提供的一款服务性机器人。

互联网时代,阅读形态发生着巨大变化,北京图书订货会也在与时俱进,把“风”吹向了“融合发展”。

本届订货会以“面向大出版转型升级,走融合发展新路”为主题,展示了一批 VR 和 AR 等新技术应用产品,一系列以增强现实技术和虚拟现实技术为卖点的图书成为焦点。

而订货会上发布的报告显示,我国网上书店在 2016 年依然保持 30% 左右的增长,超过实体书店的总码洋;2016 年网店增长的主要推动力来自于第三方平台,第三方图书业务同比增速能达到 60% 左右。

自 2010 年首设数字出版专区以来,数字出版一直是北京图书订货会的一大亮点。越来越多的出版商选择“先电子书后纸质书”的出版模式。亚马逊中国副总裁艾博儒表示,这种方式可以帮助图书接触到更多读者,电子书会促进纸质图书的销售。

业内人士指出,随着数字出版的推进,图书内容创作和阅读形式也发生了改变。以网络文学为代表的数字出版,读者与作者可以形成互动。

《半月传》的作者、网络作家蒋胜男认为,数字化载体的改变,只是改变了读者的阅读习惯,并没有降低他们对优质内容的追求和思考。“读书不再是一个人的安静活动,不再只是读者与书的作者之间的对话交流,更可以是读者与读者之间的另一种‘视域融合’。”

(新华社电)