

500余家出版社中做童书的就有470余家;有的99%都是引进版。然而,儿童图书更好的未来在于提升本土原创力

孩子的钱最好赚,一直以来备受商界信奉的这条金科玉律在图书出版行业也同样适用。在“老国展”刚刚落幕的2018北京图书订货会上,2号馆和3号馆两个馆被用来做专门的童书展馆。订货会上发布的《2017年中国图书零售市场报告》也显示,2017年中国图书零售市场总规模为803.2亿元,其中童书占整个图书零售市场的码洋比达到24.64%,贡献了三分之一以上的销售额。近日,记者就童书市场现状及未来趋势等问题进行调查采访,发现业内人士对此有着大致相同的判断。即随着经济水平不断发展以及国家二胎政策红利的显现,童书增长势头在接下来的几年间仍将持续,不过发展方向将渐渐由高速转向为更注重高质,国内原创力量也将日益崛起。



[成就]

连续17年保持两位数增长

童书市场的迅猛增长已是多年来的一个常态。以童书出版为主业的禹田文化传媒公司董事长安洪民向记者透露,近几年来禹田的销售额一直保持着每年15%到20%左右的增长率。国际儿童读物联盟中国分会(CBBY)主席、著名童书出版人海飞不久前发表的一次主题演讲中提到的数据更为惊人:中国少儿出版已经连续17年保持两位数增长,仅在2014年至2017年的4年间,童书总销售量平均增速就达50%以上,“毫无疑问这是超高速的世界级速度”。一份来自国际出版顾问公司的“全球出版业发展趋势报告”指出,就童书在整个图书市场的比例而言,目前中国已经以12%的市场份额位居世界第二,仅次于美国的13.9%;而47.6万种的童书品种数量则已超过美国,居世界第一。

在作为图书销售主力军的电商平台上,童书的表现同样亮眼。今年年初,当当网公布了近5年当当童书市场的数据报告——在连续5年码洋增速超35%的基础上,去年更是实现了60%的高速增长,总销量达4.1亿册。京东图书文娱部于去年年末公布的2017年度图书盘点报告也显示,2017年最受读者欢迎的图书品类是童书,其次是文教书、文学书、社科书、生活艺术类图书——2015年童书还排名第四,到了2016年跃居第二,2017年更冲上首位。

童书出版为何能取得这样的好成绩?禹田文化传媒董事长安洪民认为国家二胎政策是其中最重要的一个原因,童书市场的目标群体——孩子越来越多,知识水平较高,注重亲子阅读的年轻一代父母也在增多,整个市场自然会跟着水涨船高。

中国作家协会儿童文学委员会委员刘海栖则归结出四条主要原因:国家和社会的推动起了重要的作用,儿童文学作家创作水准日益提高,阅读推广活动不断普及,出版社的市场能力得到了极大提升。“可以说,没有市场就不会有童书出版的今天,随着各方面工作的开展和成熟,童书出版的前景将更加光明,2018年应该是又一个丰收年。”

[困惑] 国内500余家出版社,做童书的470余家

不过刘海栖也指出:由于作品版权流转频繁易得、编辑工作简单化速食化、市场风险小等因素,导致现在童书的准入门槛不高。很多传统出版机构也认为童书更易于操作,投入小产出高。趋利性驱使,童书市场的火爆自然也引得越来越多的出版社投

身其中。据悉,除专业的少儿出版社之外,近年来不少传统出版社也纷纷投身于童书市场,如读库开办小读库、中信出版社设立小中信童书、上海译文出版社成立专门的童书中心等——目前国内现有的500余家出版社中,完全未涉足童书出版的仅有30

余家。这样一个纷繁复杂的大环境必然容易导致泥沙俱下的乱象,有些不法商家跟风、蹭热点,什么好卖做什么,制造出各种劣质盗版图书。据当当童书方面介绍,仅2017年当当童书在选书环节就淘汰掉了近10亿码洋的伪劣童书。

[挑战] 劣质盗版和盲目引进版

但相对而言,劣质盗版图书还是比较容易甄别的,再加上国家主管部门对盗版的打击力度一直在不断加大,售书企业也会主动予以筛选排除,因此其对于整个童书市场的影响并不算大。影响中国童书市场后续发展空间更主要的因素还是引进版权与原创力量的抗衡。

据了解,如今我国引进版图书的版税一般是7%至9%,国内原创作品版税则是10%至12%;另外引进版图书是按销售数结算版税,原创作品则按印数结算,退货风险全由出版社承担。如此,出版社当然更乐于引进利润高、风险小的国外优秀童书。安洪民就忧心忡忡地表示:“中

国童书目前存在的最大问题是原创力不够,整体少儿图书市场除少数几个国内作者的作品畅销外,基本都被引进版垄断。很多出版机构为造码洋、图省事,良莠不分地大量引进国外作品,甚至有出版机构99%都是引进版,长此以往会对中国儿童出版业造成很大伤害。”

[出路] 童书的未来在本土原创

令人欣慰的是,童书出版从业人士对这一问题已经有了足够的认识。正如安徽少年儿童出版社社长张克文所说:“‘十三五’之前,中国少儿出版经历了‘黄金十年’的快速增长期,规模一跃成为世界第一。那么‘十三五’期间中国少儿出版还会保持高速增长吗?答案是肯定的,因为宏观政策环境、人口政策红利都更加有利于文化产业的大发展,只是规模增长的同时还应伴随质量的提升、效益的改善、结构的调整,做大的同时要开始做强。”业内普遍认为,中国童书出版的未来取决于原创空间的拓展。

当当童书频道主编王悦介绍,当当大数据统计发现,近年

“家长对国外童书不再像前几年那么趋之若鹜,越来越多的原创童书作品受到家长和孩子的认可”。比如2017年在当当累计售出的4.1亿册童书中,原创作品的占比就达到了1/3。近5年“畅销TOP1000榜”上的原创与引进作品的比例基本保持在3:7,但2017年原创作品的占比跃升到40%,达到历年最高。尤其是随着《中国诗词大会》《朗读者》等文化类节目的热播,《写给儿童的中国历史》《少年读史记》《我是中国的孩子》《字的童话》《十二生肖童话》等儿童文学类原创作品脱颖而出,其中新世界出版社的《写给儿童的中国历史》至今累计销量已近1000万册。

长期从事童书出版的儿童教

育作家三川玲认为,中国原创童书会走跟中国电影一样的道路,在模仿和学习的过程中,我们的作家一定能渐渐摸索出一条具有中国本土特色的融合发展之路。“如在绘本方面,以前家长和孩子的趣味严重受到引进的欧美日韩绘本影响。如今,中国原创绘本已经产生了一批有国际水准的作品,像熊亮的《二十四节气》、黄丽的《安的种子》,并获得国际大奖的肯定,比如熊亮获安徒生奖提名奖、黑咪获博洛尼亚金苹果奖。估计10年后,中国童书市场就能实现以原创作品为核心力量,呈现出我们现在想象不到的精彩。毕竟母语才能够产生更深厚的文化链接。”

(据《北京青年报》)