



大家来围观

主持 韦嘉蓉



会玩！像刮刮乐一样读书

最近,纽约的创意图表实验室(Pop Chart Lab)印制了一张刮刮乐海报,上面绘有100本世界经典小说的封面。你每读完一本,就可以刮去封面上的金箔。这个完成书单的过程就像闯关游戏,每本书都是等你打败的小怪兽。

这些小说包括《一九八四》《了不起的盖茨比》《杀死一只知更鸟》《第二十二条军规》《一个青年艺术家的画像》等,图书封面均由实验室的成员手绘而成。值得一提的是,这些金箔封面并不是完全遮住,而是经过特意的设计。比如《美国的悲剧》金箔封面是一只鸟,经常在主角的脑中浮现,刮去后就变成了一艘小船,正是小说结尾谋杀的发生地。

这款海报可在流行图表实验室的官网上买到,售价35美元(约合人民币233元)。

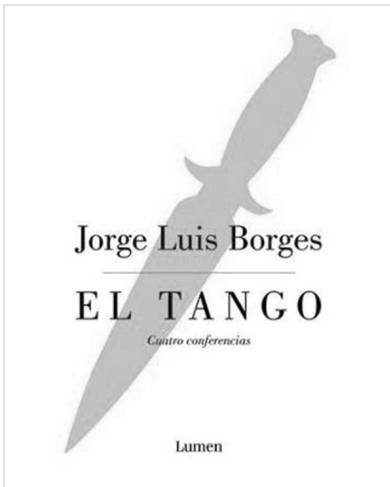
9.9元一斤

10斤以上包邮

北京邮政开始称重卖书

上书房,一家称重售书的仓储式图书超市上月在北京开始营业了。所有图书均以每斤9.9元的价格出售,超过10斤免邮费,未到10斤,每张订单北京地区邮费10元,国内其他地区邮费20元。不在北京的读者则可以通过微信和网上商城选购。

这家超市,正是北京邮政电子商务局开的,里面有近80个书架,3万多册图书,共计15吨,目前已售出超过3吨的图书。不过,读者需要先注册会员后才能在实体超市淘书。



这个秋天 听听博尔赫斯的声音

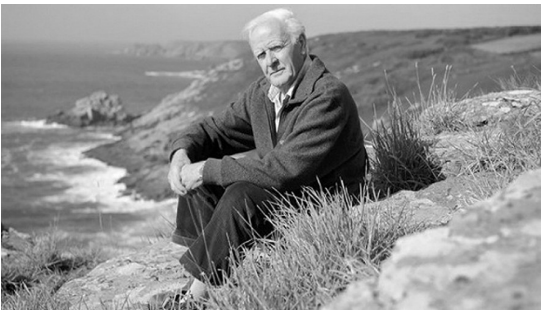
最近,不少已去世的作家都有遗作要出版,包括博尔赫斯、罗贝托·波拉尼奥、大卫·福斯特·华莱士等。其中,博尔赫斯的遗作《博尔赫斯论探戈》(El tango: Cuatro conferencias)已经让人等待了4年之久。这是一本由声音记录下来的书,将于今年秋天由Lumen出版,除了能让读者通过文字领略博尔赫斯的智慧,还可以听到他本人的声音。作为阿根廷文学巨匠,博尔赫斯与自己国家的音乐——探戈有着千丝万缕的关系,他以此为引,探讨探戈和阿根廷的历史。



《直立行走革命》 这是现在非洲最流行的短篇小说

最近,肯尼亚作家恩古吉·瓦·提安哥写的《直立行走革命》(The Upright Revolution: Or Why Humans Walk Upright)《成了非洲最流行的短篇小说。这也是非洲历史上翻译版本最多的短故事,已经至少被翻译成54种语言。这些语言主要是非洲大陆上纷繁复杂的语言,包括阿姆哈拉语、卡姆巴语、卢旺达语、班巴拉语、祖鲁语、英语、法语、意大利语和阿拉伯语等。

据英国《卫报》报道,《直立行走革命》讲述了一个人类如何学会直立行走的故事。从最初用四肢行走到来直立行走,人类行走的节奏和协调引起了身体其他部分的嫉妒,这些部分随之开始了密谋反对的计划,恩古吉把这写成了一场“直立行走革命”。



那个写间谍的小说家要出自传了

“我是一名偶然间成为特工的作家,而不是一位变成作家的特工。”——约翰·勒卡雷这个写了很多间谍小说的作家,在年过八旬以后决定讲讲自己的故事了。这本名为《The Pigeon Tunnel》的自传,现在正在英国《卫报》上连载,中文版权已经被世纪文景出版公司拿下,译名暂定为《鸽子洞》。

在这本自传中,勒卡雷描述了从小受父亲家暴、5岁被母亲遗弃的悲惨童年,详细记录自己的写作经历,还着重回忆了撒切尔夫人、鲁伯特·默多克、亚西尔·阿拉法特等知名人物。



榜单过眼

主持 陈淑芝



本周榜单迎来“开学潮” 看看上半年实体书店 和网络平台的畅销榜有啥区别

暑期结束,开学的紧张气氛已经可以从各大图书销售网站的榜单看出来了。无论是当当、亚马逊还是京东,本周的畅销榜单前十名中都挤进了几本“学生必备”——《现代汉语词典》《新华字典》《牛津英汉双语辞典》等。同样受到“开学潮”影响,一些经典名著也跟着出现在畅销榜中。鲁迅的《朝花夕拾》、奥斯特洛夫斯基的《钢铁是怎样炼成的》,连同余华、杨绛、贾平凹等作家的代表作,都再次成为销售重点——怎么样,看着熟悉的人名和书名,是不是让你想起了自己的学生时代?

除此之外,郝景芳的《孤独深处》在网络销售渠道的势头相当强劲,一举成为本周亚马逊畅销榜第一名和京东畅销榜第六名。这本小说集收录了郝景芳在2010年至2016年间发表的一些科幻小说,不仅是首次结集成册,还包含了今天“雨果奖”的获奖作品《北京折叠》。

至于杭城实体书店方面,晓风书屋的畅销榜似乎并不受“开学潮”的影响,销售排名前三的书籍分别是《解忧杂货店》《嫌疑人X的献身》和《好物100》。——没错,都是日本作家的作品,都出版于2015年以前,内容偏向日本作家擅长描写的人性主题以及生活美学主题。

日前,开卷全国图书零售市场观测系统公布了2016年上半年全国实体书店和网络平台的畅销榜单,分为虚构、非虚构和少儿三个大类。

其中,有趣的现象是:虚构类图书榜单在两个渠道显示出高度的重合性——实体书店的虚构类作品前三名是《追风筝的人》《解忧杂货店》和《三体》;网络平台则是《摆渡人》《追风筝的人》和《解忧杂货店》,有两本重合。

但是,在非虚构类图书榜单上,实体书店和网店有些“意见相左”——实体店销量前三位是《白说》《目送》《天才在左,疯子在右》,网店则是《我们仨》《秘密花园》和《将来的你,一定会感谢现在拼命的自己》。还有分析指出:知名媒体人新出版的随笔集在实体书店都颇受欢迎,像白岩松的《白说》和杨澜的《世界很大,幸好有你》,分别排名第一和第五,但在网店的排名并不靠前,“这与作者在各大实体书店举行的签售、访谈沙龙活动不无关系”。

相较之下,少儿类图书在两大渠道的销售呈现出的差异最大。实体店少儿类图书销量前三名分别是《查理九世-雪山巨魔》《笑猫日记-转动时光的伞》《查理九世-稻草人之乡》,网站则是《培养孩子强大内心》《做最好的自己》《窗边的小豆豆》。此外,实体书店少儿图书榜前30名中,有29本都是儿童文学,卡通绘本仅有一本上榜。网上书店则是完全相反的情形,卡通绘本在前30名中占了23本,儿童文学只占7本。分析认为:卡通绘本一般定价较高,许多家长会选择在网店用折扣价购买,而儿童文学在两个渠道的价格差并不大,更多人喜欢让孩子在实体店翻阅后选定购买。

从数据看,我们还可以发现,实体书店的畅销榜更体现了读者传统的购书方式——慢节奏、喜欢与图书无目的“偶遇”,而网络平台对于实时热点的反馈更为迅速。例如杨绛去世后,天猫图书网站的数千本《我们仨》在两天内销售一空。另外,影视热点也明显体现在网站销售数字中,电视剧《欢乐颂》的走红就帮助这本同名原著成功打入网店虚构类图书榜前30名。