

商务印书馆(香港)公布2009年畅销书排行榜

优质次畅销书支撑香港图书市场

本报记者 魏晓薇

近日,商务印书馆(香港)向媒体公布了其22家门市2009年度图书销售排行榜,并分析了2009年各类图书的销售情况,以及读者的购书取向和阅读趋势。据商务印书馆(香港)零售总监尹惠玲介绍,虽然榜单根据该书店的销售数据统计,但与其他书店的销售情况大致相同。因此,这份体现6个变化的榜单基本反映了香港人2009年的阅读状况。

一是潮流话题图书畅销。配合时下话题及社会局势,多本热销话题书涌现,如张爱玲的《小团圆》。2009年,《小团圆》一出版即掀起了抢购潮;2009年香港书展展出张爱玲手稿及遗物,再次掀起热潮。此外,涉及国家民族话题的作品也十分畅销。从2008年开始,不少出版社逐步增加有关国情教育的品种,如中华书局版《中国国情手册》、商务版《当代中国解读》。2009年适逢新中国成立60周年,较多探讨有关60年来中国社会变迁的图书面市,其中不乏畅销的中国专题著作。

二是流行读物销售下降。2009年,商务印书馆(香港)各门市的中英文一般图书销售增长约4%,其中港版图书增长超过4%。虽然2009年有多种超级畅销书,但其销售总额只占商务门市一般图书总额的2%~3%。由此看来,香港图书市场仍依靠大批优质次畅销书支撑,如述说育儿心得的《天农百部》、诺贝尔奖得主高锟的自传《潮平岸阔》和以香港特色建筑为题材的《香港弹起》等。同时,流行小说及读物销售下降。文学类作品销售增长逾10%,一些写作严谨的文学作品亦热卖,如《大江大海》、《1Q84》、《小团圆》等,表明香港读者具有一定的阅读水平。

三是新高中课程带动通识图书销售。香港新高中课程涵盖的通识教育,要求学生通过广泛阅读学习不同范畴的知识。在过去两三年,部分香港出版社已积极出版与通识教育主题有关的图书。2009年,配合新高中课程的正式推行,更多出版社以“通识”为旗号,出版了包括《读新闻学通识》系列、《通识中国历史变迁》、《含英咀华:通识与中国文化》等书。预计今后香港的学生还会因应通识课程的需要而加强对不同题材图书的阅读,这对带动一般图书销售有一定帮助。

四是语言学习趋向数字化。近两三年,互联网上提供的免费字典对纸质字典的销售带来一定冲击。2009年,辞书工具书销售下降逾10%。然而,具有功能性及特色主题的优质语言工具书仍有销路,如《经典成语故事大全》在中文书文学类中排第9位,而《学生写作联想词林》的销售也与畅销流行小说旗鼓相当。面对语言学习数字化的趋势,部分出版社积极开发电子教学平台,以适应市场所需,如商务就针对小学生建构了“阶梯阅读空间”网上平台。

五是消闲生活融入阅读。艺术类图书在2009年增长了约15%,其中主要是摄影类图书的热卖。随着数码相机的普及,摄影爱好者日渐增多,出版社适时推出大批不同主题的摄影图书,从而推动了摄影图书的畅销。这一畅销图书品种的变化也反映了香港市民生活形态的现状。

六是日本文学走俏。香港人对日本翻译作品有一定的认知,除了流行小说有较好的销售业绩,一些纯文学如大江健三郎、松元清张等人的作品,在商务门市也不乏读者。在2009年文学类排行榜上,村上春树是唯一同时有两本图书入榜的日本作家。

相关阅读

在2009年度图书销售“二十大”排行榜中,中文书(文学类)排名前5名的分别为张爱玲的《小团圆》、龙应台的《大江大海1949》、史蒂芬·梅尔的《暮光之城》系列、马仔的《我的低

能大肚之道》和李焯芬的《佛智今用》；中文书（非文学类）排名前 5 名的分别为陆东的《智者傲行》、吴永志的《吴永志不一样的自然养生法》、赖淑惠的《选择放下，就能活在当下——让你顺境逆境都能自在的 25 帖忠告》、陈云的《中文解毒——从混账文字到通顺中文》和宋鸿兵的《货币战争》。

多年来稳居排行榜的《哈利·波特》系列，在 2009 年没有上榜。

流行爱情小说，如亦舒、郑梓灵、林咏琛等的作品仍受大众欢迎，3 名作者均列于榜中。《天使与魔鬼》因电影带动销售而荣居榜内；《崖上的波儿》因出书时机准确，在电影上映期间成为畅销书。

财经商管图书整体势头回落，但陆东、曹仁超等作者借助业内名气在一定程度上带动销售。《货币战争》繁体版和简体版均受欢迎，第二集虽未进榜，但销售一直稳定。