

对标国际一流 打造全球品牌

2019 中国上海国际童书展闭幕

由上海市新闻出版局、中国教育出版传媒集团有限公司、环球新闻出版发展有限公司共同主办，以“与世界和未来在一起”为主题的 2019 中国上海国际童书展（简称“童书展”）今天落下了帷幕。

培育、发展和打造具有国际影响力的文化品牌，是上海卓越的全球城市建设的重要举措。作为亚太地区唯一童书出版文化全产业链的国际展会平台，童书展坚持国际化、专业化、公众化的核心发展理念，短短三天展期，以全球领域的最新数据、富有成效的展会成果，呈现了这一童书大展在国际文化交流合作、儿童文学原创推动和青少年阅读推广等方面的强大功能。本届童书展是与意大利博洛尼亚童书展主办方博洛尼亚展览集团开展战略合作共同主办的第二届，博洛尼亚童书展的国际资源、展会经验和专业优势在本届童书展中得到充分体现。展会的国际化水平、特色展区的设置、专业活动的策划组织，呈现出对标国际一流的专业素质，青少年阅读推广辐射能力得到进一步增强。持续的品牌塑造，使童书展的国际标识度和品牌认可度日益鲜明，成为中国青少年出版文化和教育领域参与国际竞争的重要专业品牌。

本届展会展览面积 2.5 万平方米，较去年增长 25%；参展中外最新童书超过 6 万种，其中外版童书约 2 万种，占品种总数的 30%；各类阅读推广和专业交流活动 345 场，覆盖除主会场外的学校、图书馆、书店等 30 多个儿童出版阅读文化空间。据初步统计，16000 多位专业观众和 35000 余位大众读者参与或观摩了童书展。

一、聚焦国际交流合作，打造童书“进博会”

“坚持以开放促改革、促发展、促创新，持续推进更高水平的对外开放”，定位国际市场的童书展始终着力于童书出版业的国际交流合作，为优质产品搭建信息发布、国际研讨、版权交易的交融发展平台，被媒体誉为童书“进博会”。本届童书展国际资源聚集度进一步提升，来自意、法、英、美、日等 30 多个国家和地区的 418 家海内外参展商共襄盛会。其中国际展商数量约 200 家，较上届增长 25%，新展商数量超过 30%。在“一带一路”的倡议下，阿联酋、拉脱维亚、黎巴嫩、乌克兰、伊朗、哥伦比亚等国家的加入为童书展的国际化注入多元性。法国巴亚集团、达高集团、阿歇特出版集团、蓬皮杜艺术中心，美国麦克米伦教育集团、麦格劳希尔教育集团，英国牛津大学出版社、沃克出版集团，瑞典邦尼集团等知名国际出版文化机构均携最新童书精品亮相展会，国内主流出版机构、民营出版机构及儿童内容领域的相关企业也带来了参与国际市场的最新产品，与国际同行开展了百余场版权贸易洽谈和相关交流活动，成果显著。奥地利插画家、国际安徒生奖得主莉丝白·茨威格，美国童书历史学家及评论家伦纳德·S. 马库斯，美国作家、插画家大卫·麦考利，西班牙艺术家帕特里夏·盖斯，美国作家、插画家戴夫·皮尔奇等一批国际知名童书作家、插画家、评论家、出版人等齐聚上海国际童书展，与中国读者和同行见面，以主题演讲、专业交流等方式参与展会的各类活动。

展会期间，来自国内外童书出版机构和专业人士广泛开展童书版权贸易洽谈，收获颇丰。**据现场初步统计，共达成中外版权贸易协议约 1500 项。**中国少年儿童新闻出版总社与西班牙、俄罗斯、日本等国家和地区的出版社达成版权输出意向 96 项。如“中少阳光图书馆”系列原创图画书受到多国出版商青睐，实现多语种输出；“乐悠悠成长小绘本”在英、

蒙等语种输出后，又实现马来语、繁体中文的输出。上海世纪出版集团原创精品版权贸易活跃，少年儿童出版社目前达成版权引进 105 项，输出 31 项。其中《布罗镇的邮递员》西班牙文版和俄文版、《男生贾里全传》西班牙文版等图书国际版权现场签约；《十万个为什么》（第六版）越南文版，《迷宫》韩文版、《男生贾里全传》韩文版、保加利亚文版和印尼文版，《三毛流浪记》意大利文版等重点品种得到众多国际展商青睐并实现版权输出。同时，少年儿童出版社跨媒体、跨产业融合的版权战略新成果也得到业界关注，现场达成新书《白马伶娜》的影视授权。上海教育出版社《100 层楼的月亮》《爱看书的猫》《小熊芒果的大世界》等畅销品种也实现版权输出。上海音乐出版社与德、法、美等国多家出版社洽谈版权输出，加强与海外出版社在数字音乐童书方面的合作。华东师范大学出版社现场签署版权输出协议 2 项，达成版权输出意向 15 项，涉及英、马、意、葡、韩等语种。“新说山海经系列”原创神话绘本《白鹿记》达成马来西亚语、意大利语版权输出。

中信童书签约北欧著名儿童 IP “姆明”，现场举办“姆明系列”新书发布会，并以“姆明”为主题元素进行创意设计，开发了一系列充满童趣的衍生品，大受欢迎。中信童书实现 80 种版权输出意向，包括《给孩子的中国简明史》《西游绘本（繁体版）》《丁婆婆》《狐狸的尾巴》《大船》《东方大航船》《中国童谣》《山海经绘本》《中国传统节日故事》《故宫 24 节气》等。借力童书展平台，浙江少儿出版社把儿童文学和原创绘本作为“走出去”重点，与国际版权代理 ACL 签约，把适合海外落地的项目放在国际大平台上做推介。

国际交流交易得到国际展商的赞誉。BookLife 出版社总监 Maxine Tokelove 表示，“非常荣幸参加每年的童书展，

今年我们的预约会面人数创下了新的纪录，现场达成了三项贸易协议，与中国台湾的协议原则上达到 200 万英镑。”意大利柯瑞尼出版社国际版权与采购经理 Giovanna Ballin 说，“这是我们第二次来上海，CCBF 不断发展的同时，我们也获得了丰富的资源，非常期待再次参展。”

二、聚焦专业创新引领，打造业界“风向标”

立足全球童书出版文化全产业链发展的专业格局，童书展通过全球最优质童书内容的展示展销和一系列论坛、评奖、作品发布、作家交流等活动，为海内外同行拓展业务、合作交流，为童书创作者推介作品、促进发展提供专业平台，力求打造行业发展“风向标”。

童书展 6 万余种童书涵盖了目前国际童书市场的最新主流品种，其中重点产品的“新书首发”阵容成为展会一大看点。展会现场举办新书发布活动 63 场，场场人气爆棚。新晋诺贝尔文学奖得主、波兰女作家奥尔加·托卡尔丘克创作的唯一绘本作品《遗失的灵魂》中文版首发活动火爆异常；华师大出版社《小猪佩奇教你说英语》、“新说山海经系列”原创神话绘本《白鹿记》、《莱昂纳多·达芬奇》、《10 岁开始的经济学》等新书首发活动，中少社《不存在的小镇》《扫夜人的星星》新书发布会、江苏凤凰少年儿童出版社引进波兰图画书《幸福在哪里》新书首发、安徽少年儿童出版社“熊猫日记”新书发布会暨全球版权推介会、北京少年儿童出版社《花猫三丫上房了》新书见面会、《快乐男生吴小强》新书发布会等等，大受小读者的欢迎，图书销售一度告罄。著名儿童文学作家秦文君和英籍华裔插画家郁蓉共同创作的原创图画书《我是花木兰》举行了英语版及中英双语版全球首发式。

扶持新人新作、推动中国童书原创力，是童书展的重要

使命。第六届“陈伯吹国际儿童文学奖”国际业界参与度、民营出版商参与度、新人新作参与度等明显提升。中国著名儿童文学翻译家、作家、出版人任溶溶和美国童书历史学家及评论家伦纳德·S. 马库斯获本届陈奖“特殊贡献奖”，《耗子大爷起晚了》《有鸽子的夏天》等 14 种作品获“年度图书奖”。童书展期间，**金风车国际青年插画家大赛**揭晓。这一旨在发现新人的项目的国际关注度和参与度不断攀升，今年收到来自 72 个国家和地区的 1,999 位插画师的有效投稿，作品总量高达 9,995 幅，作品总量同比上涨 51%，是大赛创立以来的最高记录。今年，来自中国的贵图子以及来自巴西的吉列尔梅·卡斯滕（Guilherme Karsten）分别斩获 2019 年金风车插画国内金奖和金风车插画国际金奖。特别提名奖则由来自巴西的罗穆卢斯·爱德华多·迪波利托（Rômulo Eduardo D'Hipólito），中国的李静欣、找鸟儿，西班牙的彭德（Miguel Pang Ly）获得，获奖者均是近年来国内外插画领域涌现出的新秀。除此之外，组委会更通过丰富的奖项设置，助推新人新作后期发展。

结合国际最新行业发展动态和趋势，童书展官方专业论坛场场爆满，**全球童书市场报告、全球有声书市场报告、中国童书出版市场数据、成长焦虑白皮书**等重磅发布，来自全国专业领域的 70 余位演讲嘉宾现场把脉童书市场。全球有声书市场报告显示，有声书籍市场潜力巨大，美国 2018 年市场近 10 亿美元，增长率达 30%-40%，北欧地区消费者对有声读物需求迅速增长；2018 年中国在线音频用户规模增速达 22.1%，快于移动视频及移动阅读行业，其中儿童音频市场或将领跑音频细分垂直市场。中南传媒产业研究院发布《2019 少儿阅读与内容产业投资报告》，报告显示，市场下沉、融合发展、IP 衍生，仍然是未来童书出版市场的焦点。北京开

卷信息技术有限公司发布《2019年1-9月少儿图书零售市场分析》报告指出，中国少儿图书零售市场规模继续保持增长，同比增长17.2%，在整体图书市场中的码洋比重为26.05%。全球童书出版市场数据及趋势论坛上，尼尔森发布的童书数据显示，澳大利亚、新西兰、西班牙的图书市场中，少儿市场均占了4成以上的规模。在这些国家少儿市场中最畅销的类别主要是少儿虚构或学龄前启蒙类和图画书。当当联合艾瑞咨询现场发布《孩子的成长，父母的焦虑——2019成长焦虑白皮书》显示，91.5%的父母对孩子各方面问题感到焦虑，但同时“让父母感到生活充实而有意义”的因素中，“孩子”以85.2%的占比高居榜首，希望通过这份报告，让家长放下焦虑，与阅读同行，陪伴孩子共同成长。Clavis Publishing首席执行官Philippe Werck表示，“今年已经是我们第七次参加上海童书展了。展会期间我们非常忙碌，有80场会议要参加，包括与长期合作的出版商，也不乏结识新的出版商。我们非常高兴能够参与其中。”

童书展特色出版文化交流活动——国际出版人上海访问计划（SHVIP）国际影响力日盛。作为亚洲首个致力于儿童出版的国际出版人访问项目，今年收到来自56个国家和地区的165份有效申请。最终来自11个国家的12位出版人用6天的时间走进上海的实体书店和出版机构，深入考察了童书及亲子阅读市场，了解中国儿童阅读需求。

源自博洛尼亚童书展的特别项目——插画师生存角，依旧吸引了大批青年插画师和学生。这一中外插画师群体分享经验、答疑解惑的交流平台，推出10场大师论坛，8场工作坊，40场一对一作品集指导，场场预约爆满，成为极为难得的国际现场教学和专业交流的快闪课堂。截止**目前**，**进入插画师生存角的插画师人次高达1795名。**

三、聚焦童书品质推广，打造阅读“指南针”

童书展聚集并筛选丰富优质的阅读资源，为提升青少年阅读的品质和丰富性提供了国际化支撑，着力打造青少年阅读推广的“指南针”。

展会期间，家长和孩子表现出旺盛阅读购买热情，其中，少儿绘本、科普、文学读物、手工以及儿童启蒙读物广受读者欢迎，一大批国内外优秀童书受到读者关注并热销，少儿社最新获奖作品秦文君《我的石头心爸爸》热销并带动一批优秀的原创作品取得不俗的销售业绩，如《小熊包子系列》、《健灵成长呵护书》等。玛德琳绘本馆的《海底 100 层的房子》《跑跑镇》《米小圈上学记》《盖亚奥特曼系列》等也受到家长和小朋友欢迎。

“书中的魔法世界”立体书展以 10 个历史阶段的 130 件收藏品，成为本届展会的一大亮点。从被称为“第一本真正的立体书”的 1932 年美国版《木偶奇遇记》，到采用拱桥形的设计的《爱丽丝漫游仙境》，再到近年中国生产的采用全新塑料材料制作的《大闹天宫》，这些精美的立体书使读者沉浸在富于想象力和美感的微型世界，提升对阅读之美的品味。展会结束后，立体书特展即将开启中国巡展之旅，第一站登陆上海爱琴海购物公园。

国际读物联盟（IBBY）2019 年度优秀残疾青少年读物展，展出来自 20 个国家 17 种不同语言的 40 本优秀读物，包括布莱叶盲文书籍、图形认知书、触摸书和布书等为残疾儿童定制的优秀童书，展示了童书出版、阅读和文化推广的另一种国际理念。

“快闪书店”提供童书业专家、展商等推荐的图书精品，包括金风车国际青年插画家大赛获奖插画师作品精选、国际作家节图书精选、陈伯吹国际儿童文学奖获奖作品精选

以及童书展衍生品及周边产品。其中，艺术、建筑与设计类童书、立体书、CCBF 与九口山、光的空间联合推出的限量版 MINI NOTE 系列笔记本成为畅销产品。

童书展“城市联动”项目打破展会的场地限制，将集聚起的优质作家作品资源推广辐射到全市。三天里，中外作家、插画家、艺术家等嘉宾奔赴上海市少儿图书馆、宝山区图书馆、徐汇区图书馆、朵云轩艺术中心、上海儿童艺术剧院等、朵云书院、光的空间、言几又书店、志达书店等 30 多个阅读文化空间，与孩子们互动交流，推广高品质阅读。童书展以少儿阅读与亲子阅读推广的丰富与多样性，营造了“多读书、善读书、读好书”的浓厚氛围。

童书展是开展童书版权推介交易、与海内外同行拓展业务合作交流的盛会，是中国出版业展示形象、塑造口碑品牌的重要平台，更是推动童书“走出去”、展示新时代新气象的重要窗口。与博洛尼亚国际童书展的战略合作，使上海童书展国际地位显著提升，成为全球欧亚布局的两个专业童书大展之一，为中国童书出版文化“走出去”“引进来”创造了更为广阔的发展空间和交融平台，推动更为活跃、更为开放的国际交流，推动童书出版和儿童内容产业发展，为上海成为亚太地区乃至全球新一轮国际版权贸易和出版合作交流的中心城市之一，为打响“上海文化”品牌、推进上海国际文化大都市建设，作出更加积极的探索和实践。