



揭开收藏类图书“镀金”的秘密

随着全民收藏时代的来临，出版界也掀起了不小的收藏热潮。收藏类图书可谓异军突起，从收藏入门到鉴赏把玩、选购指南，都有各种图书为初涉收藏的玩家指点迷津。但与此同时，一些潜在问题也逐渐浮出水面。收藏图书的市场版图不断被做大，但图书市场鱼龙混杂，盗版、版权纠纷等负面事件不时出现。那么，究竟该如何看待这股收藏图书的出版热潮呢？北京商报记者就此专门采访了多位业内人士来解读这一现象。



出版热 源于市场需求

收藏类图书有多受欢迎，从图书大厦那一列列的收藏类书籍架就可以看出。在2015北京图书订货会上，收藏类图书也吸引了大批读者。虽然远没有健康养生、言情小说那样庞大的受众群体，但依旧搭乘着收藏热的便车火爆了起来。

对此，资深出版策划人陈连琦在接受北京商报记者采访时表示，“目前艺术市场鱼龙混杂，不管是藏家还是热爱收藏的人，都需要借助一些好的图书来获得指导，比如如何鉴别翡翠玉石的成色质地等，可以说收藏图书热主要是市场需求所致”。

除了藏家需要，一些业内人士对于出书也有迫切的需求，在行当里摸爬滚打几十年，积累了一肚子的经营鉴赏之道。他们深谙市场走势，相比专家的著作可能更受欢迎。对此，化学工业出版社悦读名品出版公司总经理李岩松表示认同，他表示，“我们将收藏书的作者分为两类，即专家和行家。从市场角度来看，后者更注重实战，更接地气，可能更受欢迎。太专业的

书，对于普通读者来说存在一些难度。我们对这两类作者都不排斥，主要在于内容的把握和市场判断”。

与此同时，扎堆面世的收藏类图书中也不乏一些沽名钓誉之辈的“镀金”之作。其实，他们充其量是玩家，写作水平不佳，一般雇佣写手来完成。对于这种现象，李岩松表示要具体分析。他解释道，“不管是专家还是行家，对其写作水平、专业造诣、图书内容，我们都有一套比较严格的筛选标准，正因为如此，很多工艺大师选择在我社出书。当然，出书能够扩大作者在行业内的影响力，这种品牌的树立可能给作者带来很多隐形收益。如果他出书是为了培育市场，那原材料、加工、销售等整个产业可能都会受益，那从市场和行业的角度来说，也是有益的，最关键的是把握好图书的内容关”。

销量好 选题策划是关键

日益扩大的收藏图书市场，引发各大出版社对市场资源的激烈争夺。据了解，化学工业出版社作为中央级综合科技出版社，经过几年的深耕细作已经成为收藏

图书领域的龙头品牌。据不完全统计，化学工业出版社先后出版了近百本收藏类图书，而且销售额都比较可观。那么，为何一家科技类出版社会涉足收藏图书领域呢？又是什么因素使其能够占据这么大的市场份额？

对于北京商报记者的疑问，李岩松表示，“‘科技出版社’是计划经济时代的提法，市场化后基本就没有这种专业化分类了。目前化学工业出版社的出版格局已呈教育出版、大众出版、科技出版三足鼎立的状态。收藏类图书是出于从科技出版向大众图书延伸的考量，这类题材跟出版社的传统优势很匹配，科技含量要高一些。化学工业出版社收藏类图书在零售市场的占有率排第一，每年的大盘应该是1200万-1300万元，除了书籍，我们还有沉香、黄花梨礼盒等衍生品的开发”。

除了注重产品品质和多样化，化学工业出版社的潜在优势也凸显出来。李岩松指出，“市场运作、发行能力、宣传推广、渠道铺货，都是我们的优势。但更为核心的优势是编辑团队，他们几乎可以称得上业内的行家，这在无形中形成了一道门槛，只有好的选题策划、好的编辑和推广能

力，才会有好的市场”。

对于出版社而言，如果选题失误，这批书籍可能会面临滞销，甚至面临“从印刷厂到造纸厂”的命运。“选题策划不到位对出版社来说是难免的，但仅凭这一点并不能决定畅销与否。除了好的选题，作品能否畅销还与市场行情、经营策略、宣传推广和作者因素都有关系。我们会对内容精细把关，对于文笔较弱的作者，可能会润色，甚至从可读性上进行二次创作。我们出版社收藏图书的市场能够成功，说明读者还是比较认可的。”李岩松表示。

问题多 规范之路有点远

收藏类图书市场是一片欣欣向荣景象，但出版行业的一些问题也逐渐暴露出来。陈连琦分析称，“有些出版机构的图书编辑对收藏行业一知半解，内容大都靠攒稿，图片靠盗用，印刷质量不高。为增加图书的权威性可能会找一些公立机构的专家挂名，但这种图书没有专业上的高度，是缺乏市场生命力的”。

(下转F2版)