

THE BEST 轰动俄罗斯发行600万册的超级畅销书



SELLERS

of the World

世界金榜畅销书

龙虎榜

普希金秘密日记

[俄] 普希金

生死朗读

[德] 本哈德·施林克

俄罗斯“民族偶像”——普希金其实是一个滥施爱情的人，看见漂亮的女子就一见倾心，“我爱你”脱口而出。他热衷于各种娱乐，爱打纸牌，醉心于女人华美的外表和迷人的机智。

世界金榜畅销书林

(一)

内蒙古人民出版社

责任编辑：黄爱民
李明辉
侯海燕

世界金榜暢銷書林（一）

彭 里 編

內蒙古人民出版社出版發行

（呼和浩特市新城西街20號）

三河市新世紀印刷廠印刷

開本：850×1168 1/32 印張：263 字數：5468千

2001年3月第一版 2001年3月第一次印刷

印數1-2000冊

ISBN7-204-05528-4/I·998 定價2900.00元

畅销书与《世界金榜畅销书林》 (总序)

文化的大众化和商业化，是当代全球文化尤其是欧美各国文化重要而显著的特征，是建构于商业经济之上的文化必然的趋势和绝对的方向。反映在图书出版上，就是“畅销书”，这一概念正日益成为图书评判的一个重要指标，即一本书的成功与否，不仅取决于其内在价值，而且在很大程度上依赖其社会效应，依赖其销量多少和读者多少。大众口味在当代出版中已成为撬动市场的最强有力的杠杆。畅销与否既成为衡量作品的尺度，也成为衡量作者的尺度；既是评价出版机构的尺度，也是评价书评家眼光的尺度。“畅销”正是推动出版业的那只“看不见的手”。“畅销书模式”已成为发达国家出版业的基本模式。

“畅销书排行榜”是畅销书模式的重要组成部分，它直接反映了在一定时期内哪些书最为市场追捧、最受读者欢迎。作为一种流行标志，它反过来又会指导市场，如花招蝶，吸引更多的读者关注和购买，形成一种良性循环。由此看来，畅销书模式也是一个商业模式，和其它商业销售模式并无二致。

当今的世界是一个高速发展的世界，信息爆炸的世界，

也是一个知识需要不断更新的世界。在日子慢慢悠悠的古代社会，一个人只要熟读“四书五经”就差不多了。但在新经济革命的今天，社会对人的知识提出了更高的要求。知识是构筑新经济革命的基础，它迫使每个人对此作出反应；知识已成为生存竞争的利器，是个体生命张扬的至上内功和不二法门。目前，在世界和中国迅速崛起的“知识暴富族”，可以很好的印证这一点。

社会竞争既然已经演化为一场知识大战，作为知识载体的书籍“行情”理应“水涨船高”。当人们走出学校踏入社会，知识的获得便主要表现为通过读书自修的方式来完成。现代出版业的空前繁荣一方面给读者提供了选择空间，另一方面也带来了选择的难题。跟产品有优劣之分，时装有新潮与否的差异一样，书籍也存在内在品质的差别。图书天地林林总总，读者始终面临一个“乱花渐欲迷人眼”的局面，如何找到优秀的、对自己真正有益的书籍，是每一个读者的难题，而畅销书排行榜和畅销书模式，正好给这种“选择困境”提供了一种简单易行的解决之道。实践证明，畅销书排行榜对人们的阅读选择有着重要和实用的指导价值。它不仅告诉读者同时代人正在对什么感兴趣，正在了解和学习哪方面的知识，而且告诉读者哪些书是有关这些知识的最佳读物。一个“畅销书排行榜”已足够引起读者的无穷遐想，书评家的推介更会促使读者去“按图索骥”。

知识能改变命运。这种改变不仅发生在我们接受学校教育之际，也频繁地发生于我们阅读某一书籍之际。一本《西行漫记》使多少那个年代的青年奔赴延安、投身革命洪流，就此创造了新的人生？一本比尔·盖茨的传记又曾启迪了多少

人由此跨入信息革命的风浪、张扬了自身潜在的创新力量？人人生而有涯，“皓首穷经”只是一些学者的功夫，更多的人需要的是能从书籍中找到对生存有指导意义、启发意义的方法。“花最少的时间读最有用的书”，正是畅销书排行榜的立意宗旨。

所以，关注畅销书排行榜应该是当代社会每一个人生活的重要组成部分。它就像一条传送带，能将时代知识最实用有益、最新鲜强劲的能量传送到你眼前。一旦接通，你便会源源不断从中获取所必需的活力，实现知识的更新换代，将人生推向更高的境界。

应该说，畅销书模式及畅销书排行榜在中国还是个新鲜事物，对它们的研究也未深入展开，许多人还不知道、不会利用这条知识海洋中的“黄金水道”。这里，我们先就与“畅销书”有关的话题作一些基本评述，以便增进读者对它们的了解。

一、“畅销书”与“畅销书排行榜”

现代畅销书的概念应该源自美国。虽然畅销书的例子在美国出版史上比比皆是，但对畅销书的现象予以关注和研究却要追溯到一八九五年。当时的《书商》杂志开始编制“热门书目”，该书目搜集了美国各大都市图书销售的资料，加以整理和统计，排出顺序。最初是每年统计一次，以后发展到每月一次。然而，“畅销书（Best Seller）”一词一



国外畅销书封面



国外畅销书封面

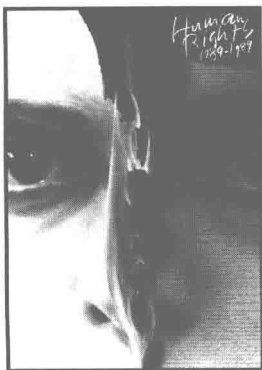
直到一九一〇年才为社会接受。《韦伯斯特国际词典》把“畅销书”定义为“同类书籍中销量最高者”，但它并没有一个客观的、固定的标准。因为对于在何处销售量最高、何时销售量最高及销售量最高需维持多久，该定义都未加以界定。此后，《大西洋月刊》曾制作一个一八七五年至一九四三年间销售量超过五十万册的图书目录。然而，最有影响的却是著名学者弗兰克·莫特为畅销书定下的标准。他认为一本书在出版后的十年中，其销量若能达到该国人口的百分之一，即可谓畅销，并且他据此标准还制定了一个含有三百二十四种图书的畅销书目。在莫特的畅销书目中，销量超过两百万册的有《爱丽丝漫游仙境记》、《飘》、《小妇人》、《莎士比亚戏剧集》、《金银岛》和《汤姆叔叔的小屋》等等。除莫特外，狄金森也在一九二四年推出了一个一千种好书书目。

为读者提供畅销书目录的做法在以后的许多年中一直被延续下去。因为出版商们发现这样的畅销书排行榜有利于刺激图书销售，而读者也认为根据排行榜可以更好的选书。畅销书排行榜一般由报纸操纵，如美国影响最大的是《纽约时报》设立的畅销书排行榜。该排行榜根据美国三千零五十家连锁



国外畅销书封面

店、独立书店、批发商提供的资料而制定，统计后两周见报，刊登在每星期日的书评杂志上，《纽约时报》深知人人爱第一的心理，因



国外畅销书封面

而一共设立了五种排行榜：非小说类精装本、小说类精装本、通俗类袖珍本、一般类平装本、工具书及其他。由于《纽约时报》畅销书排行榜的巨大影响，其他报纸也纷纷效仿。《今日美国》从一九九三年八月开始刊登自己的畅销书排行榜，一九九五年《华尔街日报》也加入了这一活动。

与此同时，在近一个世纪的时间里，受美国影响，英、法、德、俄、加拿大、意大利等国及亚洲一些国家的传媒先后都设立了畅销书排行榜，畅销书作为一种模式在全球范围内风行起来。

为了让读者更好地了解畅销书排行榜及其它各种书籍，书评也作为一种“孪生物”而出现，并在畅销书机制中发挥着重要作用。现代世界较具权威和影响的畅销书排行榜及书评主要有以下几种。

1、美国《纽约时报》畅销书排行榜及书评

《纽约时报书评》的历史始于一八九六年，而其畅销书

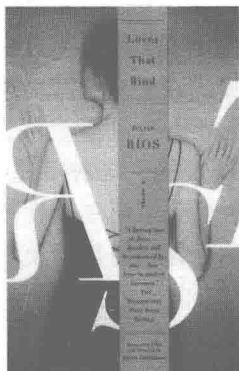
排行榜则始于一九四二年。它是目前全球最具影响的畅销书排行榜。自推出以来,该排行榜受到了美国读者的热烈欢迎,不仅因为它们为读者阅读提供了一份指南,更重要是它的客观、公正、准确。与此同时,《纽约时报书评》也成为读者的宠儿,为它撰稿的都是名家鸿儒,正是红花绿叶,使该排行榜的权威性得到确立和巩固。

2、美国《纽约书评》畅销书排行榜

始于一九六三年,很多人常把它与《纽约时报书评》相混淆,实际上它们是两回事。《纽约书评》的影响主要在知识界,其评价的书籍也主要以专业科学为主。这一点和中国的《读书》杂志仿佛类似。它的排行榜是文化阶层的重要阅读指南。

3、美国《出版家周刊》畅销书排行榜

始于一八九五年,是历史最悠久的畅销书排行榜,其前身即《书商》杂志。它的排行榜侧重从出版角度为出版专业人士提供市场走向的参考,是书刊界的晴雨表。



国外畅销书封面

4、英国《泰晤士报周日文学增刊》畅销书排行榜

始于二十世纪四十年代,为英国最重要的畅销书排行榜,基本风格与《纽约时报》畅销书排行榜类似,是对英国市场状况的权威评估,兼及所有

英语国家的图书市场，是畅销书的重要依据之一。

5、英国《书商》杂志畅销书排行榜

英国出版界的专业排行榜。类似美国的《出版家周刊》，是英国图书销售出版商及其它从业人员的必读刊物。

6、法国《读书》杂志畅销书排行榜

法国最重要的畅销书排行榜，是法语国家读者阅读趣味的直接反应。其书评往往为法国文化力量的名家大腕提笔捉刀，在世界范围内都享有盛誉。

7、德国《明镜周刊》书评排行榜

德语世界最重要的畅销书排行榜，是德国图书市场的一面镜子，为全球书刊业所瞩目。

除此之外，《今日美国》在一九九三年、《华文街》日报在一九九五年所设立的排行榜，日本的《读卖新闻》书评排行榜，俄罗斯的《俄罗斯书评》等亦颇具影响。中国除《读书》杂志历来为学人推崇外，《中国图书商报·书评周刊》及销售书排行榜也正逐渐引起人们的关注。

二、畅销神话

文化传播史上的畅销事例可谓不胜枚举。我国汉代即有因著名文学家扬雄写出《两都赋》，人们争相传抄而导致“洛阳纸贵”的畅销佳话；美国独立运动之初，英国思想家托马斯·潘恩一本名为《常识》的小册子因鼓吹独立而在新大陆风行，三个月里卖出了十二万本。考虑到当时北美殖民地人

口不过四十万，说《常识》是十足的畅销书谁都不会有异议。再如，斯托夫人写于十九世纪中叶的反对奴隶制的著作《汤姆叔叔的小屋》当时销量高达四十万册，按有效阅读人口算，几乎每四十人就有一本。这本书的销量是如此之大，以至于废除奴隶制的南北战争结束后，林肯总统在接见斯托夫人时曾这样问道：“您就是引起这场战争的小妇人吗？”

畅销书模式带来的是那些有市场潜力的图书销量的飞涨，以及作家收入的剧增，请看编者信手拈来的一组畅销书的相关数字：

* 《圣诞盒》 理查德·保尔·伊夫

最初只是一份礼物，曾遭到无数次拒绝。后位居《出版商周刊》畅销书榜首，在三十多个国家发行，译成十三种文字，两年内销量高达二十五万册，获得四百二十万美元版权费。

* 《塞莱斯廷预言》 詹姆斯·瑞得弗尔德

最初被认为是低劣小说。后销量高达五百五十万册，以九个直觉获胜，获得八十万美元精装本版权费。

* 《心灵鸡汤》 杰克·堪弗尔德 马克·维克托·汉森

最初被三十多家出版社拒绝。后荣登《纽约时报》畅销书榜达九十周之久，销量达一千一百万册，被译成二十一种文字。

* 《你能为拯救地球所做的五十件简单事》 地球工作小组

最初连一间办公室都没有。出版后只是一本廉价的薄册子，销量达四百五十万册，位居《纽约时报》畅销书之列达七个月之久。

* 《现代精神健康学》 L·荣·胡伯特

一九五〇年出版，四十五年间销量达一千七百万册，译成二十二种文字，四十年后重复出现在《纽约时报》畅销书榜首，连续一百周上《出版商周刊》畅销书榜，被称为一门新型科学，作者因此创立了一种宗教和一个教堂。

* 《永远爱你》 罗伯特·缪斯

一本儿童读物，作者最初的愿望是成为一名传教士。九百万册的发行量，位居《纽约时报》儿童畅销榜首。作者不愿成为名家，只喜欢讲故事。

* 《妊娠圣经》 阿勒妮·埃森贝克 / 海迪·埃森贝克·莫科夫 / 姗蒂·埃森贝克·哈萨威

众多手册中的一种，销量达五百多万册，《今日美国》畅销书。

* 《一分钟经理》 肯·布兰查德

老师们认为他根本没有写作天赋，自己也未想过成为一名作家。销量竟达一千两百万册，在五十多个国家发行，被译成二十五种文字。

* 《成功的七个心理法则》 迪帕克·库朴勒

最初作者本人并没有想把它写成一本书。后位居《纽约时报》畅销书榜七十周，《出版商周刊》八十周，美国发行一百五十万册，其他国家发行三百万册。

还有更惊人的：

凯瑟琳·库克森，英国女作家，创作了《凯特·汉尼根》、《第十五街》等畅销书，她的著作全球总销量达九千万册。

阿兰·迪恩·福斯特，美国作家，中国读者未必看过他

的书，但肯定看过根据他的书改编的影视作品，主要作品有《终极战士》、《异形》等。其作品全球销量达一千万册。

詹姆斯·赫里特，英国作家，创作了《假使他们会说话》、《众人既灵且美》等著作，全球热销六千万册以上。

芭芭拉·卡特兰，英国女作家，以写浪漫小说闻名于世，同时也写传记文学、诗歌及社会学、历史、保健、礼仪和烹饪等方面的书。书目总数超过六百五十个，总销量超过六十五亿册。

阿加莎·克里斯蒂一直是最受欢迎的小说家。她的七十八部侦探小说被译成四十四种语言，全球发行逾五十亿册。

单本书销售突破二千五百万册的有：

《安妮日记》，为世界最畅销日记，在全球被译成五十五种文字，总销量超过二千五百万册；

《教父》，著名的黑帮小说，据其改编的电影也获成功，在全球销量约二千八百万册。



美国畅销书作家正向读者朗诵自己的作品



畅销书作家为新书做宣传活动

玛格丽·特米切尔的《飘》，哈波·李的《杀死一只反舌鸟》和杰奎琳·苏珊的《娃娃谷》都是销量超过三千万册的超级畅销书。其中《娃娃谷》半年内竟卖出六百八十万册！这是一组令任何具有商业意识的人

眼热心跳的数字，因为数字背后隐藏着巨大的利润。而正是这种利润，驱动着作家、出版商等为读者奉献真正的优秀之作。

三、畅销书作家：登上排行榜 乌鸦变凤凰

文人历来是清贫的代名词，但在现代商业社会的运作模式下，其境况也得到了革命性的改变，可谓“乌鸦变凤凰”。畅销书作家的作品一旦被出版机构看中，且市场反应良好，销量登上排行榜，从此便财源滚滚，成为“明星”，稿约不断，一字千金，摇身一变即成百万富翁、千万富翁、甚至亿万富翁，你相信吗？畅销书《追猎红十月》和《红雨升起》的作者汤姆·克兰西凭两本书获取了一亿美元的稿酬！

十三年前的汤姆·克兰西还是一位卖保险的专职业务员。他有自己的专门化的业务范围，那就是专做汽车和轮船保险；那时候他最大的愿望就是写一本书，以实现自己童年时代的梦想。当然今天看起来，这一切都已成了陈年旧事。现在他已成为一名职业作家，业已问世的九本畅销书使他足以



多丽丝·莱辛

引以为豪，而且我们有理由相信他今后的书将会写得更好。

故事内容非常真实和权威，并惊险跌宕，这种写作风格使得汤姆·克兰西赢得了独一无二的名声——他作品中的真实细节不仅包括当今世界最尖端的军事情报，而且也涵盖了当代鲜为人知的重大军事战略。“全部都是真实可靠的。”这是专家们对他作品的评价。因为他详尽地描述了潜艇，尤其是俄罗斯当时极为高精尖的“台风号”核潜艇的全

部制作技术，以及美国人为取得心理均势而开发研制的更为精密的探索外层空间的星球大战计划。

当一九八四年《追猎红十月》一书问世后，让美国海军部长的同僚们吃惊的是，他们的部长也读了这本书，并且还惊呼：“他到底是什么人，他怎会了解得如此详细？”其他的政府要员们也颇有同感。美国国防部长葛斯帕·W·温伯格的工作人员要求他要留意这种军事事物，包括偶尔也要评论这样的书。在《国际先驱论坛报》上，这位部长评论了汤姆的小说：

有许多间谍小说是涉及军事技术的，但在我心中没有任何一部同类作



德·波伏娃

品能与克兰西的《追猎红十月》相比；该书依据的资料是相当准确的，而且该书表现出的和读者交流能力，叙事技巧以及情节悬念，使我几乎无法放下这本书，它的吸引力是不可抗拒的。

后来，他又写了《红雨升起》。书的销售数量令人振奋，一些优秀的作家们做梦也不敢想的销售纪录出现了。

截止一九八八年三月，《追猎红十月》已售出三十八万册精装本，其中有十三万本是在平装本上市之后售出的；在美国本土已印刷发行了四百三十万册平装本。



阿瑟·高顿



弗·伍尔芙

精装本的《红雨升起》的销售量超过一百万册——这只是粗略的估算。《爱国者游戏》——精装本的销售也有一百万册。

这些都是在美国本土销售的数字，至于说全世界，说实话，很难统计清楚。

当然到了今天，他全部作品的销量远远不止这些数字，特别是《追猎红十月》被改编成电影后，电影的成功促使人们又掀起购买克兰西小说的热潮。克兰西的成功使他成为一位非常富有的人。他现在一本新书的“签约费”便在一百万美元以上！

像克兰西这样通过写作致富的例子在现代世界比比皆

是。《哈利波特》的作者成名前只是一个让人同情的单身母亲，拖着—对儿女艰难度日。《哈利波特》的成功使她在一年之内声名鹊起，摇身—变成了“千万富婆”。恐怖小说大师斯蒂芬·金则早已是亿万富翁，其书稿行情居高不下，动动手指写本书便会有数百万美元的进帐。如果要列一个“作家富翁名单”的话，完全不是一个难事，而且该名单还会很长很长。诚然，更多的作家还处在清贫之中，润笔之数仅够养家糊口，但在现代畅销书模式形成之前，谁又能预测到作家今日的“登上排行榜，乌鸦变凤凰”之格局呢？作家曾是清贫的代名词，但却不该成为清贫的代名词。现代社会珍重每一行业的真正劳动。作家由贫致富的转变，正是社会进步的一个表征，“畅销书模式”对这一进步，可谓“功不可没”。



《你好，忧愁》的作者
弗朗索瓦·萨冈之青春笑颜

四、鲜为人知的畅销书内幕

一本畅销书究竟是怎样产生的？其从作者产生最初的写作冲动到作品完成、从出版面世到风靡一时的过程如何？了解这些将有助于我们加深对畅销书的认识。下面，我们试从若干方面对此加以分析。

畅销书“游戏”的主要角色有如下—些：—是作者，二