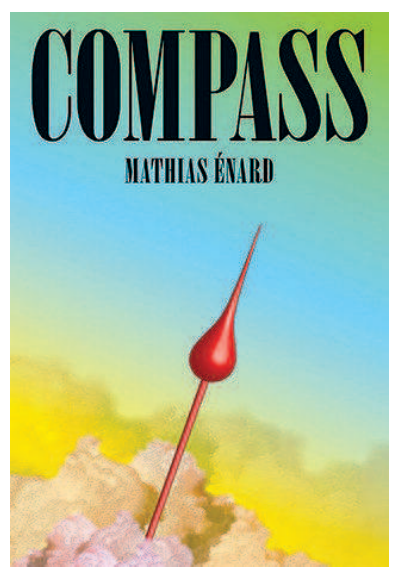


一周书单

2019国际都柏林文学奖(上)



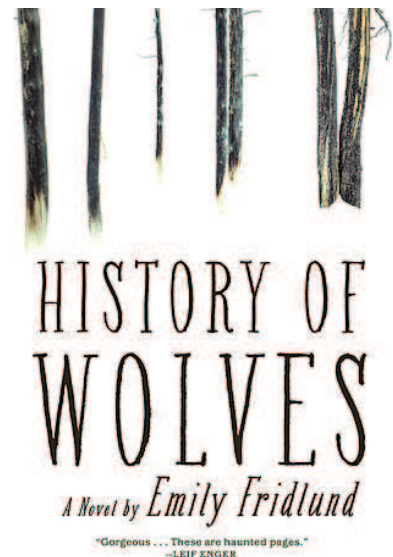
《罗盘》

[法国] 马蒂斯·埃纳尔

夜幕降临维也纳，降临到弗茨·李特尔的房间，这位迷恋东方的音乐学家徒劳地寻找睡意却无法入睡，他回顾着他的生活，遇见的人，以及多次逃离奥地利的旅居：伊斯坦布尔、阿勒颇、大马士革、德黑兰……

同时李特尔也迷恋着那位捉摸不定的理想恋人——法国女学者莎拉。莎拉着迷于追寻西方诗人、作家、艺术家在遥远东方的足迹……由此展开了一幅东西方文学艺术互相影响与交汇的图景。

(新方向出版社 2018年7月)



《软刺》

[美国] 艾丽·福里德伦德

14岁少女琳达的父母早年曾是嬉皮士，贫穷、离群索居的生活方式和孤僻的性格，让琳达与周遭格格不入，甚至被同学叫成“怪胎”。转机在她上中学时接踵而来，敏感的琳达察觉到新来的历史老师一直帮助她，附近搬来的一对母子也对她十分热情。

正当琳达努力“融入”人群时，却发现成人世界远非看上去那么简单……真与假、善与恶的边界开始变得模糊。目睹一切之后，琳达又会用怎样的方式走向自己的未来？

(树林大西洋出版社 2017年7月)



《一路向西》

[巴基斯坦] 莫欣·哈米德

在一个摇摇欲坠、处于内战边缘的国家，两个年轻人相遇并且相爱——纳迪亚和赛义德开始了一段偷偷摸摸的恋爱。然而很快熟悉的街道变成了一堆检查站，炸弹爆炸经常在他们身边发生。随着战争的升级，纳迪亚和赛义德决定与自己的家园和过去的生活告别，一路向西。然而，他们面临着一个陌生且不确定的未来，但依然努力坚持着彼此，讲述着一个令人难忘的关于爱情、忠诚和勇气的故事。

(河源出版社 2017年3月)

资料链接·国际都柏林文学奖

4月4日，2019年国际都柏林文学奖短名单公布。都柏林文学奖成立于1996年，是世界上奖金最高的单一文学奖，得奖者可获10万欧元。只要是英语小说或任何语言有英译本的小说皆可角逐这个奖项。都柏林文学奖是目前世界上评选范围最广的文学奖。它拥有一套独特的评选体系：都柏林市图书馆和世界各地的一百多个公立图书馆都建立了联系，由它们负责推荐参选作品，每家每年最多可以推荐3部。

零售业销售额的“回暖”也挽回不了玛莎、福来莎等百年老店的颓势 英国实体百货商店进入“凛冬”

■本报记者 吴雨伦

当一向阴冷潮湿的英国沐浴在“史上最温暖的春天”中时，该国的实体零售业却依然处于“凛冬”。英国国家统计局本月发布最新数据，虽然英国3月份零售业销售额同比增长6.7%，但零售业却是零售分类中唯一同比下跌的群体。

近年来，英国百货公司纷纷在泥潭中挣扎。伦敦最大的百货公司约翰·路易斯去年利润大跌99%。从1864年在伦敦牛津街开办第一家店铺起，走过150余年的约翰·路易斯在商业和顾客口碑上取得巨大成功，一度成为业内楷模，如今却在为生存而挣扎。

约翰·路易斯的困境只是近年来英国零售业困境的缩影。去年5月，英国玛莎百货宣布关闭全英100家以上门店；去年8月，百年老店福来莎百货在破产清算数小时后，被英国零售集团“运动导向”以9000万英镑收购……英国整个高街零售业都在走入“凛冬”。百货店曾经是英国民众趋之若鹜的日常购物所在，如今已大不如前。面对寒冬，英国百货店正苦寻出路。

牛津街旗舰店也难逃关门厄运

3年前，当英国著名百年男装店奥斯汀·里德宣布进入破产管理程序，有着88年历史的英国BHS百货彻底从牛津街消失时，《每日邮报》在评论中这样悲观地预测：“可以肯定地说，奥斯汀·里德和BHS远不是最后一批倒下的实体店，未来将有更多的高街实体店步其后尘。”

《每日邮报》的评论一语成谶，如今，越来越多的英国百货公司正迈向深渊。英国老牌零售商玛莎百货宣布将在2022年前关闭100多家在英国本土的门店，玛莎百货拥有1035家英国门店，其中300家销售服装、家居用品和食品，696家专卖食品。

年近六旬的罗伯特是玛莎百货的常客，他的日常所需差不多都是从这里购买。关于玛莎压缩门店的做法，罗伯特表示不理解：“如果玛莎继续关更多门店，那可就不方便了。”

如果说玛莎关闭百家门店只是序曲，那么去年8月，被认为是英国高端百货标志的福来莎百货一度处于破产边缘，则让许多人始料不及。福来莎百货1869年创建于苏格兰格拉斯哥，在全球拥有超过100家百货商店，其中包括如今大名鼎鼎的英国奢侈品百货商店哈罗德。在其巅峰时期，每年营业额达十几亿英镑，被称为英国高街最具商业革新理念、最具潜力的百货公司之一。然而，彼时的繁花似锦如今都成了镜花水月。福来莎百货近年来连续亏损，债台高筑，再加上缺乏资金注入，令其走向破产边缘。

虽然在申请破产数小时后，英国零售集团“运动导向”宣布将其收购，但依然将关闭30多家门店，包括位于伦敦牛津街的旗舰店。一位购物者告诉英国广播公司(BBC)记者：“我很震惊。我在这里购物已经有21年了，即使不购物，人们也总会来这里转转。”

高税收和高成本令行业雪上加霜

根据英国零售商协会公布的数据，随着人们购物方式的转变，到2017年，英国拥有8万多家市中心的实体店被迫关门，由此造成约80万人失业。眼下英国城市商铺的空置率高达10%。导致英国大型实体百货商店凋敝的原因，可以从全球零售业面临的共同难题看出端倪，如房租和人工成本上涨、同质化经营、利润降低、电商冲击以及消费渠道的多元化等。

电商的冲击无疑是最主要原因。亚马逊(ASOS)等物美价廉又快便利的电子商务网站迅速扩张。据统计，英国零售支出中五分之一移至互联网。在发达国家中，英国电商渗透率最高，81%消费者更习惯选择线上购物。

《卫报》的评论指出，无论是奥斯汀·里德、BHS还是玛莎，都还停留在旧时的百货商店层次，商品杂乱的陈列和同质化无法让人眼前一亮。有着近一个世纪历史的BHS曾经是英国人的骄傲，但近年来其经营业绩一直乏善可陈，在营销方式上深受网络购物的冲击，一成不变的服务也有不少需要改进的地方。

不幸的是，英国零售业面临的诸多本土因素令其雪上加霜。比如，他们所需缴纳的税近年来不断上升。根据经合组织的统计，2016年时英国就成为发达国家中地产税最高的国家。英国地产税占总税收量的12.7%，而经合组织的平均水平仅为5.6%。这些地产税中就包括让占用商业用地的企业头疼不已的商业税。同时，一些百货店误判形势，盲目扩张，也是造成如今困境的重要原因。

与此同时，英国政府不断提高最低工资水平，这令零售商的雇用成本提高。“脱欧”公投后英镑大跌，这让零售商的进口成本激增，物价也随之走高。另一方面，金融危机以来，英国各行各业的工资增长缓慢，消费者面临“什么都涨、只有工资不涨”的尴尬境地。也许正如福来莎百货首席执行官斯莱文所说，零售业正在经历根本性的变革，福来莎百货迫切需要适应这一快速变化的局面，以便给它一个未来。

转战网店成为玛莎最新选择

“如果立即采取行动有效的对策，未来将有更多的实体店倒闭。”英国约克大学商务发展教授杰克斯森不无忧虑地表示。在杰克斯森看来，拯救实体店刻不容缓，需要为其营造健康发展的环境，出台

相关配套政策和措施。

英国零售商协会呼吁财政部进行改革，以扭转零售业的萎靡态势。该协会提议，减免中小商店的税收，将税率与销售量、利润或者就业状况相挂钩，而不是单纯根据零售商所拥有的房产价值来决定。

杰克斯森认为，除此之外实体店也应该认清形势，进行有针对性的优化重组，实施差异化、富有特色的个性化经营和融合发展，才能立于不败之地。玛莎百货似乎走在了前面，在宣布关闭英国100家实体店后，玛莎百货决定更多地进军饮食行业和开网店，近期将会把英国约45个综合门店转为食品商店，而到2019年底将会增加200家食品商店。

玛莎百货还推出了一个持续一整年的社交项目“玛莎百货上新了什么”，计划将食品作为公司的重点领域。这是玛

莎百货第一次推出社交媒体互动项目，共有4名电视明星参与其中，他们将试吃玛莎百货自有品牌的食品并对其作出评价。随后，整个试吃与评价过程拍成10分钟的短片，上传至推特、脸书和优酷上。

未来玛莎百货将打通线上线下服务，大力发展网上购物平台。业内人士称，转战网店是玛莎的最新战略选择，迄今玛莎已在全球21个地区开展线上业务。“这是一个正确的举措。”英国零售商协会零售业展望与分析部主任兰德德强调，零售业如果想变革，就必须给自己以新的定位。而对于福来莎百货乃至整个英国高街店铺来说，如何选择正确的产品和购物体验，将购物者拉回商店，在未来很长时间内都将成为他们需要深思的难题。



去年6月，英国艾塞克斯郡一家福来莎门店打出清仓大甩卖的广告，随后这家门店被关闭。

东方 IC

今年第一季度美国零售商关店数量已超2018年总和，在一片萧条中

这家一元店如何做到世界500强

■本报记者 吴雨伦

据美国有线电视新闻网(CNN)报道，截至4月初，美国零售商今年已宣布关闭5994家门店，已经超过了2018年的总和。据预测，至今年底，美国实体零售业关店数量将达到1.2万家左右。

在零售业遇冷的今天，美国一元折扣店却大行其道，成为美国发展最迅速的零售商之一。据统计，美国的一元连锁店已经由10年前的约1.8万家增至如今超过3万家。实体一元店发展得如火如荼的同时，2015年末，Hollar的诞生又填补了网络折扣零售商的空白。

依靠“围着沃尔玛转”战略

1953年，一位名为K·佩里的美国人在弗吉尼亚州开了家名为“本·富兰克林”的杂货店，主要卖一些工艺品。杂货店的生意非常红火，佩里也依靠自己的杂货店发家致富。十余年后，他和几个志趣相投的人开了一家玩具商场，玩具商场也大受欢迎。于是佩里和合伙人决定快速扩大规模，接连在美国东海岸开了130家连锁商场，赚得盆满钵满。

在玩具商场规模越办越大的过程中，商场也多了很多卖不出去的尾货。

为减少损失，佩里在玩具商场附近开了家低价折扣店，专门售卖清仓货。出人意料的事情发生了：本来是为了处理商场尾货的低价店竟卖得比商场更好。敏锐的商业嗅觉让他意识到商机来了，他开始着重发展低价店，并为自家的低价店取名“美元树”，美元树门店中的每一件商品都只卖1美元。

1995年，美元树在纳斯达克成功上市，发行价15美元，当年市值达到2.25亿美元。随后美元树不断抢占市场，收购对手产业。2008年，美元树跻身世界500强。2010年，美元树在毛利润率、净利润率上均超过沃尔玛。2015年，美元树以85美元的价格收购竞争对手Family Dollar。2017年，美元树在全球已拥有超过一万家分店，总收入超过222亿美元。

那么美元树的成功之道是什么呢？首先，美元树采取“围着沃尔玛转”的策略。据统计，超过80%的美元树门店，分布在距离沃尔玛3公里范围内，只要有沃尔玛的地方就能看到美元树，这大大降低了美元树的选址成本。此外，美元树门店面积仅有沃尔玛的十分之一，因此可以把门店建立在离停车位更近的地方，如果说到沃尔玛需要下车走100米的话，那么到美元树下车几步就能到。

此外，美元树定位精准，目标人群为美国的中下层阶级。在美元树，几乎全部

商品标价都是0.99美元或者1美元，只有极少数商品会突破这一价格。这里会出售三大类产品，即生活用品、食品与饮料和节日装饰与礼品。毫不夸张地说，美元树的低价商品，维持了很多美国蓝领工人的生活水平。美国非营利组织社区发展研究所的最新报告显示，美元树等一元连锁店正以穷人为目标迅速扩张，尤其是在黑人居住的社区和农村地区。

网络一元店也正在兴起

虽然实体一元店发展得非常兴盛，不过此前并没有巨头尝试网络零售业务。2015年末，Hollar的诞生填补了这一空白。它将传统的一元店重新塑造成了网络折扣商城，这里大多数商品卖1美元，最贵的也不超过10美元。

Hollar的创始人大卫·约姆成长于美国洛杉矶东区，上世纪90年代时经常跟着母亲从折扣店里淘东西。2015年，当时还是母婴电商Honest Company副主席的约姆想创业；既然那些藏在街头巷尾的一元店还那么兴盛，为什么不把它们搬到网上来呢？

2015年末，约姆与朋友创建了Hollar。在这里消费者不仅能买到生活必需品，也能撞见一些勾起购买欲的新奇玩意儿。同时，借助设计精良的交互界面，消费者轻松地就能在海量的商品中找到他们想要的商品。

虽然价格便宜，在Hollar也有许多著名品牌，比如欧莱雅、奥利奥等。用户只需轻点屏幕，就能买到3美元的手机壳、1美元的肥皂和1.5美元的婴儿围裙。童叟无欺加薄利多销，让Hollar驶上了发展的快车道。诞生仅仅5个月，其月销售额就突破100万美元。“我们的商业模式可持续性很强且能赚到钱。”约姆表示。

无论是实体一元店，还是网络一元店，都有一个共同点，就是能降低运营成本。在这点上，Hollar的力度更大一些。比如，在进货环节上，约姆用自己过去积累的人脉，让供应商以低于市面的价格进货；另一方面，Hollar专门在知名品牌商清仓的时候进货。在盈利方面，Hollar定下了消费者必须买满10美元才能下单的规定。当消费者买满25美元时，还会提供免费快递服务。据统计，Hollar用户下单的平均购物金额达30美元。

调查显示，Hollar在25岁至35岁的年轻妈妈间最受欢迎。约姆表示，2008年美国经大萧条改变了消费者的消费理念，年轻的新妈妈们逐渐转向折扣店购买日用品。当经济复苏后，她们仍保留着最初的习惯。“她们喜欢折扣，关注性价比，关心是不是方便。”约姆说，“而一元折扣店正合她们的需求。”

芝加哥“大阪花园”的往事

说起起风城芝加哥，也许大多数人会想起风城芝加哥，壮观的城市天际线，或是商店林立的密歇根大道。不过可能很少有人知道，位于芝加哥城南密歇根湖畔的杰克逊公园内，还有一座被称为“大阪花园”的小型日式庭院。

这座日式庭院不大，沿着石板路快速绕一圈也不过十多分钟。小瀑布、石灯笼、松树等景致在遍布北美各城市的日本花园中也并不罕见。庭院中的游客总是三五成组，大抵都是参观完附近的科学与工业博物馆后，选择在公园中偶然闲逛，很少有人会专程前来。

我听说这座庭院也不过是在风城求学之故，有时走到湖边的时候，会偶尔选择绕一下路，去园内走走，看看水汽氤氲，或者波光粼粼的景致，倒也有一番风味。然而，正是这座近乎不起眼的庭院，却承载着一段日本外交史，而这一切要从1893年在芝加哥举行的世界博览

说起。1893年，日本正处于明治维新后的革新剧变之中，为了宣传其开放的国家形象与现代化、工业化成果，明治政府不惜斥重金在当时世博会举办地、杰克逊公园内的核心区域建设场馆，展示日本丰富的艺术与文化遗产。这座被称为“大阪花园”的日本馆是美利坚国土上第一座“日本建筑”，它融合了平安、室町和江户等各时期风格，并由20多名远渡重洋的日本本土工匠在一个月内搭建而成。大阪花园因其独特的外观，在众多欧式新古典主义建筑之中显得格格不入，使其本身就成了世博会上日本国家与文化的代名词。

大阪花园在世博会后作为日本天皇的赠礼而被永久保留，一方面作为美日友好关系的象征，另一方面也发挥着向参

观者展示日本文化的窗口。不幸的是，1946年，两名芝加哥少年故意纵火将大阪花园付之一炬，我们现在所能见到的，只剩下两块建筑内部的彩绘木质装饰板。不过仅仅透过这些精雕细琢的构件便不难想象，当时的参观者步入大阪花园后所可能发出的惊叹与赞美。

大阪花园及其中所展示的来自日本各地的艺术品、本土物产等均为当时的世博会参观者留下了深刻的印象。大阪花园位于内湖湖心岛的位置使得这座木质建筑与周围葱郁的林木相映成趣，而连同大阪花园，湖心岛的景观整体也变成了展示日本国家形象天然舞台。

不过能在这样一块核心区建造日本馆并非易事，明治政府为此与世博会主办方进行了苦苦交涉。作为一个刚刚经历维新还不到30年的新兴现代化国家而言，交涉的成功本身就具有重要意义。如果说在早前的巴黎与维也纳世博会上，日本仍需要依托主办方提供的场馆与其他发展中国家共同进行展示，那么在芝加哥世博会上大阪花园的建立及其在整个园区内所占的重要位置，无疑提示着日本国力的日益增强，而日本政府在此问题上的专注与努力也反映出其希望与欧美先进发达国家平起平坐的期望。

杰克逊公园一带的昔日繁华在冷战的影响下早已消烟殆尽，内湖堵塞，杂草重生。直到上世纪80年代，随着日美关系的修复，曾经湖心岛上的日式庭院才得以强化、重建，这便是今天我们所见的“大阪花园”(得名于1992年大阪与芝加哥建立友好城市20周年)。值得一提的是，这次的重建由美籍日裔景观设计师堂本兼次主持，而他的老师正是著名美国建筑师赖特。在1893年的芝加哥世博会上，赖特首次亲见的“日本建筑”对其日后的建筑设计理念影响深远，而在近100年后，受其指导的堂本则再次使日本文化在曾经世博会的原址上复活，只是那让赖特眼前一亮的大阪花园早已不再……

大约6年前，芝加哥当地基金会在大阪花园内种下了120棵樱花树，以此作为复兴杰克逊公园以及重建大阪花园的开端。转眼间，又到了4月大阪花园樱花盛开的季节，想着得空再去园中走走。当一切历史的痕迹全部褪去，这一位于芝加哥南部的小角落，于我而言，便成了再平常不过的地方。也许有时仍会触景生情，只是它的花、木、石、亭，让我想起的却是京都的落英缤纷，江南的烟雨朦胧，和风城的冬雪凌冽，而这都只是些简单的、只属于自己的回忆与感触罢了。

行走世界

■陈嘉艺

说起起风城芝加哥，也许大多数人会想起风城芝加哥，壮观的城市天际线，或是商店林立的密歇根大道。不过可能很少有人知道，位于芝加哥城南密歇根湖畔的杰克逊公园内，还有一座被称为“大阪花园”的小型日式庭院。这座日式庭院不大，沿着石板路快速绕一圈也不过十多分钟。小瀑布、石灯笼、松树等景致在遍布北美各城市的日本花园中也并不罕见。庭院中的游客总是三五成组，大抵都是参观完附近的科学与工业博物馆后，选择在公园中偶然闲逛，很少有人会专程前来。我听说这座庭院也不过是在风城求学之故，有时走到湖边的时候，会偶尔选择绕一下路，去园内走走，看看水汽氤氲，或者波光粼粼的景致，倒也有一番风味。然而，正是这座近乎不起眼的庭院，却承载着一段日本外交史，而这一切要从1893年在芝加哥举行的世界博览