

# **Buchmarkt China 2022**

Deutsches Buchinformationszentrum Peking

## Buchmarkt China 2022

Das Jahr 2022 war ganz allgemein von Schwierigkeiten und großen Unsicherheiten geprägt. Der makroökonomische Abschwung führte zu einem BIP-Wachstum von etwa 3 % – ein Wachstum, das weit unter dem zu Beginn des Jahres gesetzten Ziel von 5,5 % blieb. Maßnahmen zur Prävention und Bekämpfung der Covid-Epidemie schränkten den Personen- und Warenverkehr stark ein, und Produktion, Konsum und Investitionen blieben von einer allgemeinen Flaute beeinträchtigt. Das konjunkturschwache Umfeld, die durch Internet-Giganten hervorgebrachten Veränderungen und anhaltende Probleme, die sich im Laufe der Jahre in der Buchbranche angesammelt haben, setzten den chinesischen Buchmarkt unter beispiellosen Druck. All dies spiegelt sich in den Buchmarktzahlen für 2022 wider. Im letzten Monat des Jahres wurden die Covid-Maßnahmen angepasst, und der Buchmarkt darf wieder auf positive Veränderungen hoffen.

### **Gesamtgröße des Einzelhandelsmarktes sinkt auf das Niveau von 2018**

Dem im Januar 2023 von OpenBook<sup>1</sup> veröffentlichten *2022 Annual Report of China Book Market* ist zu entnehmen, dass der chinesische Bucheinzelhandelsmarkt im Jahr 2022 im Vergleich zu 2021 um 11,77 % zurückging, wobei das Mayang<sup>2</sup> insgesamt ein Volumen von 87,1 Milliarden CNY erreichte. In den fünf Jahren vor der Pandemie hatte der chinesische Buchmarkt jährliche Wachstumsraten von über 10 %, im Jahr 2020 erfuhr der Markt ein erstes Negativwachstum von 5,08 %, im Jahr 2021 zeigte sich ein leichtes Plus von 1,65 % gegenüber 2020. Im Jahr 2022 reduzierte sich der Markt im Vorjahresvergleich erneut – doppelt so stark wie 2020. Der chinesische Buchhandelsmarkt war 2022 also um 15 % kleiner als 2019 vor der Pandemie (102,2 Mrd. CNY) und lag sogar leicht unter dem Marktvolumen des Jahres 2018 (89,4 Mrd. CNY).

### **Wesentliche Absatzkanäle sehen sinkende Zahlen, Kurzvideo-Plattformen gegen den Trend**

Faktoren wie die Covid-Pandemie und sinkende Einkommen führten in der Bevölkerung zu einem Rückgang der Konsumbereitschaft. Ein Vergleich der verschiedenen Absatzkanäle zeigt einen Rückgang des stationären Buchhandels um 37,22 %, mit dem das Ausmaß des Rückgangs von 2020 noch übertroffen wird; gegenüber 2019 entspricht dieser Rückgang 56,7 %. Unter der doppelten Last von Pandemie und E-Commerce hat sich die Präsenz des stationären Buchhandels also weiter verkleinert. Die Verkaufszahlen der Plattformen im Online-Handel wie u. a. Dangdang (当当网), JD.com (京东) und Tmall (天猫) sanken um 16,06 %, während vertikale und andere E-Commerce-Kanäle wie WeChat und Kuai Tuan Tuan (快团团) einen relativ geringen Rückgang von 2,43 % gegenüber dem Vorjahr verzeichneten,

---

<sup>1</sup> Beijing OpenBook Information Technology Co. Ltd, kurz: OpenBook, bietet seit 1998 professionelle Daten und Services für die Buchbranche. OpenBook System sammelt regelmäßig Marktdaten des chinesischen Bucheinzelhandels und bereitet diese, unter anderem in Form einer Datenbank mit Millionen von Katalogdaten, für Zwecke der Beratung und Forschung auf.

<sup>2</sup> Die Umsätze in Statistiken und Verkaufsteile werden generell nach dem „Mayang“ (码洋) der Bücher, nicht nach dem tatsächlichen Umsatz berechnet. Mayang lässt sich als Listenpreis übersetzen; es ist der auf dem Buch aufgedruckte Preis eines Buches. Davon unterscheidet sich der tatsächlich umgesetzte, diskontierte Preis (实洋, Shiyang).

und Kurzvideo-Plattformen wie Douyin (抖音), Kuaishou (快手) und Xiaohongshu (小红书) ein positives Wachstum von 42,86 % im Vergleich zum Vorjahr erzielten. Anteilsmäßig stehen die Plattformen der Onlinehändler mit 45,1 % des umgesetzten Mayang an erster Stelle. Der Anteil der Kurzvideo-Plattformen hat zudem den stationären Buchhandel bereits überholt: Dieser Absatzkanal ist ein aufstrebender Bereich im E-Commerce und erfährt große Aufmerksamkeit unter User:innen – die Vielfalt der angebotenen Werke, die über diesen Absatzweg vertrieben werden, ist mit 57 000 Titeln jedoch relativ begrenzt, denn auf den anderen drei Kanälen finden sich über 1 Mio. Titel und mehr als 100 000 Neuerscheinungen des laufenden Jahres.

Kanäle	Verkaufsanteil	Aktive Titel	Anzahl Neuerscheinungen	Anteil Neuerscheinungen
Online-Händler Plattformen	45,1 %	>1,84 Mio.	112 000	6 %
Vertikaler und sonstiger E-Commerce	23,2 %	>1,12 Mio.	102 000	9,1 %
Kurzvideo	16,4 %	57 000	7000	11,9 %
Stationärer Buchhandel	15,3 %	1,48 Mio.	152 000	10,3 %

Tabelle 1: Anteilsstruktur der Vertriebskanäle gemessen am Verkaufsvolumen in Mayang

Betrachtet man den Veröffentlichungszeitpunkt der aktiven Titel, so waren sowohl die Vielfalt als auch der Umsatz der Neuerscheinungen (in Mayang) auf den Kurzvideo-Plattformen anteilmäßig höher als in allen anderen Vertriebskanäle. In einer Analyse der 100 Topseller (exkl. Themenpublikationen<sup>3</sup>) des gesamten Bucheinzelhandels ergibt sich beispielsweise folgendes Bild: 43 der meistverkauften neuerschienenen Titel waren für 50 % der Umsätze der Kurzvideo-Plattformen verantwortlich. Der Absatzkanal der Kurzvideos wird damit bereits zu einem der wichtigsten Instrumente für das Marketing und für den Vertrieb von Neuerscheinungen.

Was die Verteilung der Genres über die verschiedenen Kanäle hinweg betrifft, so machen Kinderbücher über 50 % des Umsatzes der Kurzvideo-Plattformen aus. Über 30 % der Umsätze der vertikalen und anderen E-Commerce Kanäle kommen aus dem Kinderbuchbereich, gefolgt von über 20 % Sach- und Fachbücher in der Kategorie Sozialwissenschaften. Auf den Plattformen der Onlinehändler entfallen jeweils etwa 25 % auf die Genres Kinderbuch und Sozialwissenschaften, im stationären Buchhandel wiederum machen die Kategorien Sozialwissenschaften und Lehrmittel zusammen mehr als 65 % aus.

<sup>3</sup> Zhuti chuban 主题出版, wörtlich übersetzt Themenpublikation, ist ein Sammelbegriff für Titel, die unterschiedliche Themen bearbeiten, die in Bezug zum Sozialismus chinesischer Prägung stehen und das aktuelle Narrativ und Selbstverständnis von Partei und Regierung erklären und bekräftigen. Darunter fallen Themen wie Parteigründung, Nationalfeiertag, Kommunismus, Marxismus, Leninismus und Sozialismus, in allen unterschiedlichen Segmenten von Sozialwissenschaften bis hin zu Kinder- und Jugendbüchern.

### **Kinderbücher stärkstes Segment, Wachstum nur in Belletristik und Biografien**

Eine Segmentierung anhand der Umsätze in Mayang zeigt das Kinderbuch als größte Kategorie im Vergleich, mit einem Anteil von 28,62 % (+0,43 %). Lehr- und Lernmittel stellen die zweitgrößte Kategorie mit einem Anteil von 16,63 % (-2,26 %). An dritter Stelle rangiert die Belletristik mit einem Anteil von 10,9 % – ein Plus von 1,82 % gegenüber dem entsprechenden Anteil 2021, das hauptsächlich auf gedruckte Onlineliteratur, Klassiker und Neuerscheinungen bekannter Autoren zurückzuführen ist. In absteigender Reihenfolge der Kategorien nach Umsatzzahlen ergeben sich weiter die folgenden Prozentanteile: Sozialwissenschaften 8,7 %, Wirtschaft und Management 4,56 %, Sprachen 3,59 %, Psychologie und Selbsthilfe 3,38 %, Kunst 2,74 %, Bildung und Erziehung 2,73 %, Ratgeber 2,21 %, Medizin 1,91 %, Ingenieurwesen und Technik 1,78 %, Naturwissenschaften 1,55 %, Computer 1,44 %, Biografie 1,37 %, Recht 1,15 %.

Nur die Kategorien Belletristik und Biografie zeigten ein positives Wachstum mit jährlichen Wachstumsraten von 5,93 % bzw. 10,17 %. Alle anderen Kategorien wiesen ein negatives Wachstum auf: Das Kinderbuch sank im Jahresvergleich um 10,41 %, Lehrbücher und Lehrmittel um 22,32 %, Sozialwissenschaften um 11,99 %, Wirtschaft und Management um 14,49 %, Sprachen um 23,52 %, Psychologie und Selbsthilfe um 17,11 %, Bildung um 12,23 %, Kunst um 2,96 %, Ratgeber um 6,99 %, Medizin um 6,78 %, Ingenieurwesen und Technologie um 15,84 %, Naturwissenschaften um 8,72 %, Informatik um 6,85 % und Recht um 21,71 %.

### **Trends und Bestseller des Jahres 2022**

Die drei Jahre der Pandemie waren mit viel Unsicherheit verbunden und resultierten in einer verstärkten Konzentration auf persönliches Wachstum, Organisationsentwicklung und psychische Gesundheit. In der Sachbuch-Bestsellerliste belegte *Counselling for Toads: A Psychological Adventure* (蛤蟆先生去看心理医生) den ersten Platz. Bemerkenswert war das Interesse an Biografien und essayistischen Titeln, die sich mit Berühmtheiten und geschichtlichen Persönlichkeiten befassten, wie beispielsweise wie *The Gay Genius: The Life and Times of Su Tungpo* von Lin Yutang (苏东坡传) und *A Lifelong Journey* von Yu Minhong 俞敏洪. (在岁月中远行). Comic-Sachbücher liegen auf dem chinesischen Buchmarkt nach wie vor im Trend, vor allem Serien wie *30 Minuten Comics* (半小时漫画) und *If History Were a Group of Cats* (如果历史是一群喵). Die drei meistverkauften belletristischen Titel waren *Distant Savior* (遥远的救世主) von Dou Dou 豆豆, die *Trisolaris-Trilogie* (三体) von Liu Cixin 刘慈欣 und *The Last Quarter of the Moon* von Chi Zijian 迟子建. *Distant Savior* und *Trisolaris* befanden sich bereits unter den Top 10 der Belletristik-Bestseller des Jahres 2021, *The Last Quarter of the Moon* war ein Neuzugang in der Bestsellerliste für 2022. Über 70 % der belletristischen Top-100-Bestseller sind original chinesische Titel, was besonders auf Inhalte der Livestreaming-Sendung *Dongfang Zhenxuan* (东方甄选) zurückzuführen ist, die zu einem sprunghaften Anstieg von Verkaufszahlen führte. Nachdem seit 2012 erbauliche Kurztexte, die Romane von Keigo Higashino und gedruckte Onlineliteratur jeweils eigene Fanwellen

ausgelöst hatten, legte das Lesepublikum in den letzten zwei Jahren mehr Wert auf klassische Werke und Titel, die sich einem gewissen Realismus zuordnen lassen.

Klassiker und Serien dominieren die Bestsellerlisten im Kinderbuchgenre, doch besonders hervorzuheben ist für das Jahr 2022 das Comicbuch: *Science Comics Loved by Pupils* (小学生超喜爱的漫画科学), *Ultraman Photo Book 55th Anniversary* (奥特曼系列视觉志) und *Manga Elementary School Student Psychology* (漫画小学生心理) belegten die ersten drei Listenplätze. Dabei waren unter den 100 meistverkauften Kinderbüchern nur sechs neue Titel, großteils aus der Kategorie Sachbuch-Comics.

Der Statistik der Nationalen Informationsplattform für Verlagswesen und Vertrieb (国家出版发行信息公共服务平台) zufolge wurden im Jahr 2022 von 300 Einzeltiteln jeweils mehr als 100 000 Exemplare verkauft. Untenstehend sind die Top 15 der Lizenztitel und die Top 15 original chinesischen Werke aller Genres exklusive Themenpublikationen als Auszug der Liste *TOP 100 Hotseller 2022* aufgeführt.

### 2022 Bestsellerliste China – Lizenztitel Top 15

	Englischer Titel	Chinesischer Titel	Autor:in	Verlag
1	Counselling for Toads: A Psychological Adventure	蛤蟆先生去看心理医生	Robert de Board	Tianjin People's Publishing
2	The Courage to Be Disliked	被讨厌的勇气	Ichiro Kishimi	China Machine Press
3	To Kill a Mockingbird	杀死一只知更鸟	Harper Lee	Yilin Press
4	One Hundred Years of Solitude	百年孤独	Gabriel García Márquez	Nan Hai Publishing
5	Educated: A Memoir	你当像鸟飞往你的山	Tara Westover	Nan Hai Publishing
6	Charlotte's Web	夏洛的网	Elwyn Brooks White	Shanghai Translation Publishing
7	Positive Discipline	正面管教	Jane Nelsen	Beijing Union Publishing
8	The Power of Insensitivity	钝感力	Junichi Watanabe	Qingdao Publishing
9	The Most Tender Upbringing: Be a Gentle but Steadfast Parent	最温柔的教养	Oh Eun-young	CITIC Publishing
10	Journey Under the Midnight Sun	白夜行	Keigo Higashino	Nan Hai Publishing
11	The Little Prince	小王子	Antoine de Saint-Exupéry	Tianjin People's Publishing

12	Totto-Chan: The Little Girl at the Window	窗边的小豆豆	Tetsuko Kuroyanagi	Nan Hai Publishing
13	Nonviolent Communication	非暴力沟通	Marshall B. Rosenberg	Huaxia Publishing
14	Guess How Much I Love You	猜猜我有多爱你	Sam McBratney, Anita Jeram	Tomorrow Publishing House
15	Miracles of the Namiya General Store	解忧杂货店	Keigo Higashino	Nan Hai Publishing

### 2022 Bestsellerliste China – Top 15 chinesischer Originalwerke

	Englischer Titel	Chinesischer Titel	Autor:in	Verlag
1	Distant Savior	遥远的救世主	Dou Dou	The Writer's Publishing
2	To Live	活着	Yu Hua	Beijing October Art & Literature Publishing
3	Wish You Love Yourself Too	真希望你也喜欢自己	Fang Qi	Beijing Union Publishing
4	The Three-Body Problem	三体	Liu Cixin	Chongqing Publishing
5	A Wavy Life	人生海海	Mai Jia	Beijing October Art & Literature Publishing
6	Close to The Buddha	次第花开	Khenpo Sherab Zangpo Rinpoche	Hainan Publishing
7	Life and Death are Wearing Me Out	生死疲劳	Mo Yan	Zhejiang Literature & Art Press
8	Take Care	保重	Da Bing	Beijing Union Publishing
9	Ordinary Word	平凡的世界	Lu Yao	Beijing October Art & Literature Publishing
10	Moments We Shared	云边有个小卖部	Zhang Jiajia	Hunan Literature & Art Press
11	The Faith as Premise of Freedom	圆圈正义	Luo Xiang	China Legal Publishing
12	Details of Law	法治的细节	Luo Xiang	Yunnan People's Publishing
13	The Underlying Logic: How to See the Essence of Things	底层逻辑	Liu Run	China Machine Press
14	In the World	人世间	Liang Xiaosheng	China Youth Press
15	Dream of the Red Chamber	红楼梦	Cao Xueqin	People's Literature Publishing

### **Kinderbücher – allgemein gute Entwicklung, 90 % der Verlage im Wettbewerb**

Der Einzelhandelsmarkt für Kinderbücher verzeichnete 2022 zum ersten Mal ein negatives Wachstum und ging im Vergleich zum Vorjahr um 10,41 % zurück, nicht ganz so stark also wie das Minus des Gesamtmarktes von 11,77 %. Bei einem Vergleich der Umsatzzahlen in Mayang waren die drei größten Subsegmente dabei Sachbuch und Kinderlexika (26,77 %), Kinderliteratur (20,98 %) und Bilderbücher (19,64 %). Die übrigen acht Subsegmente wie z. B. Comics, Kunst für Kinder und Kindliche Entwicklung bis 5 Jahre haben insgesamt einen Anteil von höchstens 8 %.

2012 betrug der Umsatzanteil von Kinderbüchern in der Statistik von OpenBook zum Bucheinzelhandel weniger als 20 %. 2016 war dieses Segment mit 23,25 % bereits das größte, mit jährlich leicht steigenden Anteilen, bis es 2021 28 % des Umsatzes erreichte. Auch die Anzahl der Verlage, die Kinderbücher in ihrem Programm führen, wächst seit 2012 und umfasst mittlerweile 95%. Damit lässt sich das Kinderbuch als wachstumsstärkstes und dynamischstes Segment bezeichnen. Die Zahl der 2012 veröffentlichten Kinderbuchtitel gibt der jährliche Branchenbericht der National Press and Publication Administration mit 30966 Titeln an, darunter 19396 Erstdrucke; 2021 betrug diese Zahl 46322 Titel, bei 18812 Neuerscheinungen und 27510 Nachdrucken. Die Gesamtzahl veröffentlichter Titel stieg also deutlich, der Anteil der Neuerscheinungen ist jedoch rückläufig.

### **Buchpreise – Anstieg um über 10 %, große Preisunterschiede in unterschiedlichen Absatzwegen**

Ein von Centrin (中金易云公司) im Januar 2023 veröffentlichter *Buchmarktbericht in Zahlen 2022* weist einen durchschnittlichen Buchpreis für den gesamten chinesischen Buchmarkt von 48,63 CNY aus, was einem Anstieg von 13,86 % gegenüber dem gleichen Zeitraum des Vorjahres entspricht. Der Durchschnittspreis für sozialwissenschaftliche Titel lag bei 55,78 CNY und verzeichnete damit den größten Anstieg von (+25,27 %), was auf einen deutlichen Preisanstieg in den Unterkategorien Politik und Militär zurückzuführen ist. Der Durchschnittspreis für Kinderbücher lag bei 46,4 CNY, für Literatur und Kunst bei 53,44 CNY und für Wissenschaft und Technik bei 66,91 CNY.

Preisnachlässe finden auf dem chinesischen Buchmarkt flächendeckend Verbreitung, doch ihre Höhe unterscheidet sich stark zwischen den einzelnen Vertriebskanälen. Laut OpenBook gewährte der stationäre Buchhandel im Jahr 2022 durchschnittlich etwa 12 % Rabatt, vertikale und andere E-Commerce-Kanäle 22 %, die Plattformen der großen Online-Buchhändler 44% und auf Kurzvideo-Plattformen waren durchschnittliche Preisnachlässe von 58 % zu finden.

### **Neuerscheinungen – sinkender Anteil am Gesamtmarkt**

171 100 Neuerscheinungen erreichten den chinesischen Markt im Jahr 2022 laut dem *Marktbericht Nationale Neuerscheinungen* von OpenBook. Diese Zahl entspricht 7,32 % der insgesamt 2 338 400 am Markt verfügbaren Titel. Im Vergleich zu 2021 hat sich die Anzahl der

Neuerscheinungen um etwa 25 000 verringert, ihr Umsatzanteil am gesamten Einzelhandelsmarkt gemessen in Mayang lag 2022 bei 13,63 % (-3 %). Von 2014 (20,66 %) bis 2022 zeigt sich in den Buchmarktdaten ein klarer Trend zu einem sinkenden Anteil von Neuerscheinungen am Mayang des Gesamtmarkts.

Die größte Vielfalt an Neuerscheinungen findet sich unter Lehrmitteln und Lernhilfen (18,83 %). Für den Publikumsmarkt machen das Kinderbuch (11,41 %), Sozialwissenschaften (9,66 %), Wirtschaft und Management (9,20 %) sowie Technik und Technologie (8,81 %) mit jeweils mehr als 15 000 Titeln den größeren Teil der Neuerscheinungen aus. Thematisch fallen vor allem Titel aus den Bereichen psychische Gesundheit, traditionelle Kultur, Geschichte und Wissenscomics auf. Wissenscomics haben zudem ihre ursprüngliche Zielgruppe und Thematik ausgeweitet, richten sich sowohl an eine erwachsene als auch an eine jüngere Leserschaft und decken nicht mehr vorwiegend Geschichte, sondern auch viele andere inhaltliche Aspekte wie Naturwissenschaften, Wirtschaft, Kultur und Kunst, ab.

### **Digitales Lesen**

In einem im April 2022 veröffentlichten *Bericht Digitales Lesen in China 2021* wird der Gesamtumsatz für Produkte des digitalen Lesens im Jahr 2021 mit 41,57 Milliarden CNY angegeben, wovon 30,25 Milliarden CNY auf E-Reading des Publikumsmarkts, 8,55 Milliarden CNY auf Hörbücher und 2,77 Milliarden CNY auf Fachpublikationen entfielen. Die Einnahmen stammten dabei vor allem aus Abonnementmodellen (21,9 Mrd. CNY entsprechen 53 % des Gesamtvolumens), Werbeeinnahmen (26 %) und Lizenzrechten (16 %).

Die Gesamtzahl digitaler Lesewerke betrug etwa 34,47 Millionen, was einem Anstieg von 11 % gegenüber dem Vorjahr entspricht. 93 % davon waren Werke der Online-Literatur und 5,24 % (etwa 1,8 Millionen Titel) waren E-Books. Unter den E-Books verteilten sich die Werke vor allem auf Belletristik, Biografien, Geschichte und Sozialwissenschaften, Lehrbücher und Lehrmittel sowie Wirtschaftsmanagement. In der Online-Literatur finden sich die meisten Werke in den Genres Liebesroman, Fantasy, Urban Workplace Fiction, Wuxia und Science-Fiction.

502 Millionen Leser:innen konsumierten 2021 digitale Lesewerke, davon waren 57 % Männer und 43 % Frauen. 27 % der Nutzer:innen waren unter 18 Jahre alt, 45 % 19-25 Jahre alt, 18,5 % 26-35 Jahre alt und 8,5 % waren 36-60 Jahre alt. Die durchschnittliche Anzahl der pro Kopf konsumierten E-Books lag bei 11,58, die der Hörbücher bei 7,08. Über 92 % der Nutzer:innen zahlten für ihre digitale Lektüre, wobei die Bereitschaft für Hörbücher zu bezahlen deutlich geringer war als für E-Books und Online-Literatur.

Die Einnahmen, die sich von den Verlagen für digitale Inhalte erzielen ließen, waren gering. Drei ausgewählte große Verlagsgruppen und drei börsennotierte Privatverlage werden hier anhand ihrer Jahresberichte 2021 auf Anteile der Einnahmen aus dem Geschäft mit digitalen Inhalten an den Gesamteinnahmen analysiert:



Für die China Publishing Group (中国出版集团) liegt dieser Anteil bei nur 0,23 %, für die CITIC Publishing Group (中信出版集团) bei 3,38 %, für Time Publishing & Media (时代出版集团) bei 1,56 %. Mit 11,8 % ist der Anteil des digitalen Geschäfts bei der privaten Dook Media Group (读客文化) deutlich höher und war im Vergleich zum Vorjahr um 31 % gestiegen. Dies ist insbesondere auf das Hörbuchgeschäft zurückzuführen und stellt innerhalb der Branche eine Ausnahme dar. Bei Guomai (果麦文化) lag der Anteil beispielsweise bei 2,29 % (überwiegend aus Einnahmen durch Hörbücher, mit einem geringen Anteil an E-Books) und für Thinkingdom (新经典) bei 2,54 %.

### **E-Books**

Der *Jahresbericht digitale Verlagsbranche China 2021-2022* beziffert den E-Book-Markt im Jahr 2021 mit 6,6 Milliarden CNY, was einem Anstieg von 6,5 % gegenüber dem Vorjahr entspricht. Das gesamte Digital Publishing war 1 276,264 Milliarden CNY wert (+8,33 %). Dabei waren Internetwerbung, Online-Spiele, Online-Bildung und digitale Musik für insgesamt 92 % der Umsätze verantwortlich. E-Books machten am Gesamtmarkt also nur einen verschwindend kleinen Anteil aus.

Im Juni 2022 kündigte der größte Teilnehmer des lokalen E-Book-Marktes, Kindle, seinen vollständigen Rückzug aus dem chinesischen Markt mit Juni 2023 an. Branchenumfragen zufolge entfallen 25-50 % der E-Book-Einnahmen chinesischer Verlage auf die Verkaufskanäle von Amazon. Kindle trat vor zehn Jahren in den chinesischen Markt ein und trug maßgeblich zur Entwicklung des E-Book-Marktes bei; das Unternehmen verkaufte pro Jahr eine knappe Million an E-Readern und verfügt über mehr als 700 000 digitale Titel. Für den aktuellen chinesischen E-Book-Markt ist der Verbleib oder Verlust von Kindle ohne große Relevanz. Einerseits liegt dies an dem geringen Zeitbudget, das Leser:innen neben Kurzvideos und Live-Streaming für digitale Bücher überhaupt noch aufzuwenden bereit sind. Zudem haben mobile Leseplattformen wie WeChat Reading den E-Books einen großen Teil des Marktes bereits abgenommen, und Branchendaten zeigen, dass über 80 % der E-Book-Nutzer:innen ihre Mobiltelefone als Lesegerät verwenden.

Im Wettbewerb um den Markt mit Online-Content und E-Books stehen sich einerseits spezialisierte mobile Lese-Apps wie IReader und WeChat Reader gegenüber. Doch auch Unternehmen, deren Kernkompetenzen in anderen Bereichen liegen, sind Teil der Anbieterstruktur: Dedao (得到) beispielsweise, eine Plattform für Wissensdienste, überzeugt sowohl in Bezug auf ihre qualitative Auswahl von E-Book-Titeln als auch mit benutzerfreundlicher Gestaltung. Ein weiteres Beispiel: Auf Toutiao (今日头条), einer Nachrichten- und Informationsplattform des Unternehmens ByteDance, lasen allein im ersten Halbjahr 2022 220 Millionen Nutzer:innen E-Books. Diese teilten um die 4 Millionen Kommentare und Bewertungen und erzeugten Lese- bzw. Klickraten in einer Höhe von 5 Milliarden. Die Foren-Website Zhihu (知乎, Äquivalent zu Quora), die Traffic von über 100 Millionen monatlichen Besuchern generiert, zog im Jahr 2022 eine Leserschaft von mehr als 33 Millionen Nutzer:innen an. Über das Jahr gerechnet generierten diese etwa 300 000

Postings zu bücherbezogenen Themen und diskutierten über insgesamt 48 686 Bücher. Die drei meistbesprochenen Bücher darunter waren die *Trisolaris-Trilogie* (三体), *Leben!* (活着) und *Du musst nicht von allen gemocht werden* von Ichiro Kishimi und Fumitake Koga. Zhihu selbst arbeitete bereits mit über 300 Verlagen und Hunderten bekannten Autor:innen zusammen und verfügt über ein Angebot von 130 000 E-Books.

### **Online-Literatur**

Die chinesische Online-Literatur hat über 20 Jahre der Entwicklung hinter sich, von einem Nischenthema zum kulturellen Phänomen mit weltweitem Einfluss; sie hat die zeitgenössische chinesische Literaturlandschaft verändert. Im April 2022 veröffentlichte die Chinesische Akademie der Sozialwissenschaften einen Forschungsbericht, demzufolge der Markt für chinesische Online-Literatur im Jahr 2021 eine Größe von 30 Milliarden CNY und 500 Millionen Leser:innen erreichte – Letzteres entspricht der Hälfte der insgesamt 1 Milliarde chinesischen Internetnutzer:innen. Als die drei größten Unternehmen in diesem Feld können China Literature (阅文), IReader (掌阅) und COL Digital Publishing (中文在线) angeführt werden, alle drei sind börsennotiert.

In der Leistungsbilanz von China Literature ist für 2022 ein Gesamtumsatz von 7,63 Mrd. CNY ausgewiesen, was einem Rückgang von 12 % gegenüber dem Vorjahr und dem ersten Umsatzrückgang seit dem Börsengang des Unternehmens entspricht. Der Nettogewinn lag bei 1,35 Mrd. CNY (+9,6 %) und entspricht einer Gewinnspanne von 17,7 % (+3,5 %). 57 % seiner Einkünfte (4,36 Mrd. CNY) erzielte China Literature mit dem Online-Geschäft; 3,26 Mrd. CNY mit anderen Ertragsquellen wie Urheberrechtsgeschäften. 240 Millionen monatlich aktiven Nutzer:innen stand 2022 das Angebot von 540 000 neuen Autor:innen und 950 000 neuen Titeln zur Verfügung. Von 12 neuen und besonders erfolgreichen Autor:innen mit großem Potenzial gehörten 10 zur Generation der Post-90er. Auf der internationalen Ausgabe der zu China Literature gehörigen Onlineplattform WebNovel wurden Ende 2022 etwa 2900 aus dem Chinesischen übersetzte Werke und 500 000 chinesische Originalwerke bereitgestellt. 340 000 internationale Online-Autor:innen sind mit der Plattform WebNovel verbunden und erreichen damit eine Leserschaft von 170 Millionen Nutzer:innen weltweit.

Die Stärke von China Literature im Vergleich zu anderen Wettbewerbern auf dem Online-Literaturmarkt liegt in den über die Jahre hinweg gesammelten Inhalten und Kompetenzen in IP-Management und -Verwertung. Qualitativ hochwertige Werke der Online-Literatur sind eine wichtige IP-Quelle für chinesische TV-Dramen und Anime, und auf den drei großen Videostreaming-Seiten iQiyi (爱奇艺), Tencent Video (腾讯视频) und Youku (优酷) sind über 50 % der Top-10-Serien des Jahres Adaptionen von Werken der Online-Literatur. Dass China Literature trotz alledem einen Umsatzrückgang von 12 % einbüßte, führte zu brancheninternen Diskussionen. Neben dem makroökonomischen Umfeld sind die Gründe auch in dem großen Druck zu suchen, dem das Unternehmen durch Marktveränderungen ausgesetzt war. Im Free-to-Read-Sektor machten sich das von ByteDance unterstützte Fanqie Novel (番茄小说) und Qimao (七猫小说) von Baidu in kurzer Zeit einen Namen; was die

Zahlen aktiver Nutzung pro Monat betrifft, haben beide China Literature bereits weit überholt.

### **Hörbücher und Audio-Markt**

Branchenexpert:innen schätzen ein Wachstum des chinesischen Online-Audiomarkts von 1,6 Mrd. CNY im Jahr 2016 auf über 20 Mrd. CNY im Jahr 2021 und prognostizieren bis zum Jahr 2026 das Erreichen eines Marktvolumens von 120 Mrd. CNY. Marktführer und Vorbild für Geschäftsmodelle der Audiobranche ist Ximalaya (喜马拉雅) mit einem Umsatz von 5,857 Milliarden CNY im Jahr 2021, durchschnittlich 268 Millionen monatlichen Nutzer:innen und einer Handelsspanne von 54 %. Ximalayas Anteil am Online-Audio-Markt betrug 2021 28 %. Nennenswert sind zudem die beiden anderen führenden Online-Audio-Plattformen QingTing FM (蜻蜓 FM) und Lizhi Inc. (荔枝).

Im vierten Quartal 2022 erzielte Ximalaya schließlich nach zehnjährigem Bestehen seinen ersten Quartalsgewinn im achtstelligen Bereich. Ein vom Unternehmen veröffentlichter Bericht *Produktion und Verwertung originaler Inhalte 2022* zeigt im Vergleich zum Vorjahr eine um 24,6 % gestiegene Anzahl von Urheber:innen und eine Zunahme der monatlichen Produktion qualitativer Inhalte um 146 %. Ximalaya hat Partnerschaften mit rund 160 führenden Verlagen, darunter CITIC (中信), Xiron (磨铁), Guomai (果麦) und Yilin Press (译林) sowie über 140 Online-Literaturplattformen. 2022 stellte Ximalaya zudem englische und chinesische Hörbuchfassungen von Harry Potter online, lizenziert von Pottermore Publishing. Das breite Spektrum an Lizenzpartnerschaften ermöglicht eine Vielfalt an Inhalten auf der Plattform, die zudem alle Altersgruppen abdecken. Unter Schüler:innen und Student:innen, Angestellten und Müttern betragen nach eigenen Angaben des Unternehmens die Nutzungsraten jeweils 61,7 %, 67,7 % und 66,5 %.

### **Podcasts**

Podcasts erfüllen in Bezug auf Kulturinhalte zunehmend die Funktion, IP aufzubauen. 2021 erlebte Podcasting in China ganz allgemein ein Boomjahr, während 2022 als Jahr 1 der Kommerzialisierung betrachtet wird. Branchenanalysen zufolge hatten chinesische Podcasts im Jahr 2022 rund 100 Millionen Hörer:innen, und damit sind sie eines der beliebtesten Streaming-Formate. Listen Notes zufolge stieg die Zahl chinesischer Podcasts von 2000 im Jahr 2019 auf 16 000 im Jahr 2020 und auf über 50 000 im Jahr 2022. Die drei größten Podcast-Plattformen sind dabei Xiao Yu Zhou (小宇宙), Apple Podcasts und Ximalaya.

JustPod berechnet in *Ein neuer Blick auf chinesische Podcasts 2022* das Durchschnittsalter chinesischer Podcast-Hörer:innen mit 30,2 Jahren. 48,4 % der Zuhörer:innen leben in sogenannten First-Tier-Städten wie Beijing, Shanghai und Guangzhou und 53,1 % der Zuhörer:innen sind weiblich. Es handelt sich dabei um eine neue Gruppe vorwiegend urbaner Verbraucher:innen mit überdurchschnittlich hohem Bildungsniveau und starker Kaufkraft. Im Vergleich zu Kurzvideos und Live-Streaming sind Podcasts als Nischenmarkt zu betrachten, doch durch ihre Besonderheiten und Konsumgewohnheiten eignen sich die

Nutzer:innen besonders gut als Zielgruppe wissensbasierter Inhalte und stehen auch mit der Verlagsbranche in engerer Verbundenheit. Eine Reihe chinesischer Verlage konzentriert sich bereits auf den Aufbau geeigneter Marken, mit deren Hilfe sie ihren Leser:innen über Podcasts wertvolle Inhalte bieten und die Kundenbindung erhöhen will. Im Ergebnis soll dies zu einer längerfristigen Vertrauensbeziehung zwischen Leser:innen und den Verlagen führen und den Buchverkauf fördern.

### **Lizenzhandel**

Laut *Grundlegenden Informationen zur nationalen Medien- und Verlagsindustrie 2021* der National Press and Publication Administration (国家新闻出版署) aus dem Februar 2023 importierte China im Jahr 2021 12 005 Buchlizenzen und exportierte 11 795 Buchlizenztitel. Untenstehend sind diese Zahlen zum Lizenzhandel weiter im Detail aufgeschlüsselt.

Lizenztitel wurden vor allem aus den folgenden Ländern und Regionen importiert: USA (3211), Vereinigtes Königreich (2624), Deutschland (883), Frankreich (742), Russland (97), Kanada (125), Singapur (267), Japan (1990), Südkorea (441), Hongkong (129), Macao (2), Taiwan (355), andere Regionen (1139).

Exportiert wurden Buchlizenztitel in die folgenden Länder und Regionen: USA (849), Vereinigtes Königreich (417), Deutschland (403), Frankreich (165), Russland (1000), Kanada (228), Singapur (549), Japan (366), Südkorea (458), Hongkong (539), Macao (58), Taiwan (784) und andere Regionen (5979).

### **Schlagworte und Trends**

Die Schwierigkeiten, mit denen die Buchbranche im Jahr 2022 konfrontiert war, überstiegen die Erwartungen, und der Buchhandel stand über alle Verkaufskanäle hinweg unter großem Druck. Da waren zum einen die Auswirkungen der Pandemie, vor deren Hintergrund alle Branchen mit Problemen zu kämpfen hatten, und die Verlagsbranche bildete da keine Ausnahme. Doch auch Veränderungen in den unterschiedlichen Vertriebswegen hinterließen ihre Spuren: Der E-Commerce trieb den stationären Einzelhandel in eine Abwärtsspirale, der traditionelle E-Commerce musste sich dem Erfolg der Kurzvideo-Plattformen gegenüber behaupten, und selbst der Wettbewerb um Traffic und Kundenzahlen innerhalb völlig neuer Vertriebskanäle war hart. Auch die anhaltende Konsumschwäche wirkte sich 2022 auf den Buchhandel aus. Angesichts dieser zahlreichen Herausforderungen fand innerhalb der Buchbranche eine Rückbesinnung auf Inhalte statt.

### **Turbulente Zeiten für den Vertrieb**

Das wichtigste Schlagwort des Jahres 2022 war zweifellos der Umbruch, der die Vertriebswege ergriffen hat. Systeme für Remission und Abrechnungszeiträume sind in der chinesischen Buchbranche etabliert, doch eine Buchpreisbindung gibt es nicht. Niedrige Preise, lange Abrechnungszeiträume und hohe Zahlen bei den Remittenden treiben viele Verlage in einen Überlebenskampf. Doch früher allgegenwärtige Probleme mit ausstehenden

Zahlungen und hohen Lagerbeständen sind heutzutage dank des Internets kaum noch ein Thema; wurden vor einigen Jahren noch die Auswirkungen des Internets auf die Buchbranche mit negativen Begriffen wie *Angriff* und *Druck* beschrieben, so definiert sich nach drei Jahren der Pandemie die Beziehung zwischen Verlagsbranche und Internet durch ein neues Nutzenverhältnis, proaktiven Einbezug neuer Möglichkeiten und Transformation bzw. Grenzüberschreitung. Die Vertriebskanäle sind vielfältiger geworden und geben den Verlagen mehr Freiheit und Gestaltungsraum.

Guomai Direktor Qu Hongbin machte drei wesentliche Phasen aus, die verschiedene Geschäftsmodelle des chinesischen Buchmarkts in den letzten zehn Jahren bestimmten: Vor 2010 sei dies ein Modell 1.0 gewesen, in den Verlagen nichts anderes taten, als ihre Bücher an die Vertriebskanäle zu schicken und der Schwerpunkt im Vertrieb darin lag, die eigenen Kanäle so weit wie möglich auszuweiten. 2010-2020 herrschte ein Modell 2.0 vor, in dem die Verlage ihre Bücher an die verschiedenen Vertriebswege versandten und dann versuchten, sich auf Online- und Offline-Plattformen besser zu positionieren, um größere Aufmerksamkeit zu erlangen; der Vertrieb konzentrierte sich dann vor allem darauf, möglichst viel Platz in den Regalen zu erobern. Seit 2020 sehen wir ein Modell 3.0, in dem Konsumszenarien und -bedürfnisse der Leser:innen immer individueller werden. Immer seltener finden sich dabei Millionen-Bestseller auf dem Markt, und für die Verlagsbranche gilt es, spezifische Inhalte für spezifische Gruppen zu produzieren und die Präzision bei der Ansprache des Zielpublikums zu erhöhen. Guomai habe beispielsweise über mehrere Jahre hinweg eine äußerst große Medienmatrix mit über 70 Millionen Nutzern in der Unternehmensdomain aufgebaut und sich damit ein neues verlegerisches Spielfeld eröffnet.

Für viele chinesische Verlage gestaltet sich der Buchvertrieb heute einfacher als zuvor. Musste man früher alles dafür tun, für eine Neuerscheinung einen guten Platz im Buchhandlungsregal zu finden, eine möglichst prominente Platzierung auf den Webseiten der Onlinehändler erreichen und mit Hilfe der Medien einen Platz im Scheinwerferlicht ergattern, so sind diese Aspekte heutzutage nicht mehr ganz so wichtig. Um den Bekanntheitsgrad einer Neuerscheinung zu steigern, lassen sich neue Medien gut einsetzen, und diese Aufmerksamkeit lässt sich danach auch auf andere Kanäle und Plattformen übertragen. Verkaufen sich Titel über unternehmenseigene Domains und Kanäle gut, so bewerten auch andere Plattformen diese Werke als wichtiges Produkt. Daten sind das überzeugendste Verhandlungsmittel.

### **Kurz- und Live-Videos für den eigenen Verkauf nutzen**

Potenzielle Konsument:innen über Produkte zu informieren ist ein notwendiges Element im Handel, und Kurzvideos und Live-Streaming sind sehr direkte und effektive Wege dazu. Die Algorithmen der Plattformen führen enorme Zahlen von User:innen mit den Verlagen zusammen, die sich dann darauf konzentrieren können, auf ihre Kund:innen mit Produkten mit einem hohen Kosten-Nutzenverhältnis zuzugehen und effektive operative Strategien im Sinne dieser Ansprache umzusetzen. Die eigene Marke zu stärken kann die Abhängigkeit der

Verlage von einigen wenigen Verkaufskanälen verringern und ihnen dabei helfen, Preissetzung und den Umgang mit Kund:innen fester in eigenen Händen zu halten.

Im stationären Buchhandel, aber auch über die Plattformen der E-Commerce-Händler ist der Buchverkauf in hohem Maße von zwischenmenschlichen Beziehungen abhängig. Bei der Ausstellung von Waren in Geschäftsauslagen und auf den Seiten von Onlinehändlern spielen Abteilungen wie der Bucheinkauf und die Auswahl, die für Plattformen getroffen wird, eine bestimmende Rolle und können für das Schicksal eines einzelnen Titels entscheidend sein. Im Zeitalter des Live-Streamings und der Kurzvideos hingegen haben Verlage die Möglichkeit, autonomer zu agieren. Neben den Vorteilen des Produkts selbst kann ein populäres Kurzvideo eine große Zahl von User:innen anziehen und auch eine Live-Übertragung kann hohe Umsätze generieren. Es ist möglich, zwischen Autor:innen, Lektor:innen, Marketing und User:innen direkte und zeitnahe Kommunikation herzustellen und großartige Bücher ohne eine Beeinträchtigung durch künstliche Filter vorzustellen. Lektor:innen, die geschickt planen und inszenieren, kreatives Marketing und qualitativ hochwertige Produkte haben in einem solchen Umfeld gute Chancen, sich von der Masse abzuheben.

### **Dongfang Zhenxuan**

Von den Verlagen geliebt und gefürchtet: Kurzvideo- und Live-Streaming-Vlogger und -Moderatoren. Einerseits generieren manche von ihnen enorme Umsätze, doch auch die Rabatte, die sie verlangen, sind oft nur schwer zu verschmerzen. Dongfang Zhenxuan (东方甄选) hat einen Schritt aus dem Preiswettbewerb herausgewagt und überzeugte mit Inhalten – ein Beweis dafür, dass der Erfolg von Livestreamings im Bücherverkauf nicht notgedrungen von Niedrigpreisen abhängig sein muss. Ein weiterer Vorteil für die Verlagsbranche lag dabei in der Stimulierung der Kauf- und Leseinteressen einer größeren Anzahl von User:innen, und in der äußerst erfolgreichen Vermarktung einer Anzahl von Werken –insbesondere literarischer –, die sich als *namhaft, aber noch nicht populär* beschreiben ließen.

Angesichts des Erfolgs, den dieser Verkaufskanal genießt, hier ein paar Worte zu seinem Hintergrund: Dongfang Zhenxuan („Oriental Selection“) ist das Ende 2021 gegründete E-Commerce Livestreaming-Label des Unternehmens East Buy Holding Ltd. (früher Koolearn) der New Oriental Education & Technology Group. Die Reform des privaten Bildungssektors, bekannt unter dem Schlagwort *Shuang Jian*, hatte die Unternehmensgruppe zu einer tiefgreifenden Umstrukturierung und Neuorientierung gezwungen. Dongfang Zhenxuan verdankt seine Popularität (36 Millionen Follower) vor allem Livestream-Moderatoren wie Dong Yuhui, einem ehemaligen Englischlehrer bei New Oriental: Der beeindruckte die Zuseher:innen der Show, in der insbesondere landwirtschaftliche Erzeugnisse und Waren des täglichen Bedarfs verkauft werden, mit seinen Präsentationsfähigkeiten, seinem umfangreichen Wissen in den verschiedensten Bereichen – und indem er ihnen nebenbei auf anschauliche Weise englisches Vokabular näherbrachte. Der Erfolg der Sendung beruht also auf einem speziellen Format, das sich von anderen Verkaufssendungen durch die Vermittlung von Wissen und eine emotionalere Darstellungsweise abhebt. Ein weiterer Faktor ist die

Marke, die New Oriental über all die Jahre hinweg aufgebaut hat, und die mit Integrität und sozialer Verantwortung verbunden wird.

### **Branding**

Rebranding lautet ein weiteres Trendthema der letzten zwei Jahre: Viele Verlage durchliefen Restrukturierungen und damit entstand eine Reihe kleiner, aber feiner und unabhängiger Verlagsmarken. Der Grund hierfür ist in dem derzeitigen Branchenumfeld zu suchen, das kleinen Verlagen und neuen Marken eher entgegenkommt. Waren kleine Verlage früher abhängig von Verkäufen über Business-Kunden wie Großdistributoren, in denen eine geringe Größe auch einen Mangel an Verhandlungsmacht bedeutete – der so einschneidend war, dass selbst zeitgerechte Bezahlung darunter litt –, so ist es ihnen heute möglich, nicht nur in der Buchproduktion mit Qualität zu punkten, sondern auch in der sorgfältigen Bearbeitung ihrer Verkaufskanäle, die auch vollkommen unabhängig von großen Plattformen abgewickelt werden kann. Ob nun Vlogging oder Livestreaming zu Verkaufszwecken, große Außenstände oder Cashflow-Probleme aufgrund mangelnder Verhandlungsmacht sind in diesen Geschäftsmodellen kein Thema mehr. Für Firmengründer:innen und kleine Unternehmen kann dies ein wichtiger Faktor sein.

Eigenmarketing und der Aufbau eigener Fangemeinden war damit einer der wichtigsten Branchentrends des Jahres 2022. Die Leserschaft hat sich in den letzten zehn Jahren stark verändert: Ihre Zahl wird kleiner, der Wettbewerb um Aufmerksamkeit durch eine Vielzahl von Unterhaltungsmöglichkeiten ist größer, und Bücher haben als Konsumprodukt nicht mehr die gleiche Stellung wie früher. Demgegenüber steht ein gestiegenes Interesse und Verständnis der verbliebenen Leser:innen für das Produkt Buch und die Marken, die dahinterstehen. Dieser Wandel der Leserschaft lässt sich auch als Appell an die Buchbranche verstehen, der Entwicklung von Marken große Aufmerksamkeit zu schenken.

Die Krisen des Jahres 2022 haben auch die Kernkompetenzen der Verlage zum Vorschein gebracht und gestärkt, und es gibt guten Grund, optimistisch in die Zukunft der Buchbranche zu blicken.

**Im Anhang dieses Berichts ist eine Titelliste beigefügt. Sie stellt eine Auswahl deutscher Lizenztitel dar, die ins Chinesische übersetzt wurden und im Jahr 2022 erschienen sind.**

### Ausgewählte Quellen:

- 2022 年图书零售市场年度报告  
*2022 Jahresbericht Bucheinzelhandel*  
[https://mp.weixin.qq.com/s/r2\\_hTkf8Go7CUKMTG70fFA](https://mp.weixin.qq.com/s/r2_hTkf8Go7CUKMTG70fFA)
  
- 2022 年度全国新书市场报告  
*2022 Marktbericht Nationale Neuerscheinungen*  
[https://mp.weixin.qq.com/s/m\\_cXrXdyb0iT7xE91ndrvw](https://mp.weixin.qq.com/s/m_cXrXdyb0iT7xE91ndrvw)
  
- 2021 年全国新闻出版业基本情况  
*Grundlegende Informationen zur nationalen Medien- und Verlagsindustrie 2021*  
<https://www.nppa.gov.cn/nppa/upload/files/2023/2/877677fb7ffba21.pdf>
  
- 2021 年度中国数字阅读报告  
*Digitales Lesen in China 2021*  
<http://www.cadpa.org.cn/3277/202206/41513.html>
  
- 《2021-2022 中国数字出版产业年度报告》中国书籍出版社  
*Jahresbericht digitale Verlagsbranche China 2021-2022*
  
- 第一份 2022 全年书业零售市场报告来了  
*Der erste Jahresbericht Bucheinzelhandel 2022 ist da*  
<https://mp.weixin.qq.com/s/LI2xFLdzwFvWe8X90hfK2g>
  
- 对话杨文轩：对于书业未来，我从来没有像今天这样乐观  
*Yang Wenxuan: Die Zukunft der Buchbranche – so optimistisch wie heute war ich noch nie*  
<https://mp.weixin.qq.com/s/nQPXjOqp8nu8hq3vLFhj1g>
  
- 对话瞿洪斌：流量为王的时代，书卖不好真怪不了别人  
*Qu Hongbin: Traffic ist Trumpf und schuld an schlechten Buchverkaufszahlen ist man in dieser Zeit nur selbst*  
[https://mp.weixin.qq.com/s/pDtOWYHKfzkSE\\_f4QFhjlA](https://mp.weixin.qq.com/s/pDtOWYHKfzkSE_f4QFhjlA)
  
- 童书市场还会高速增长吗？2012—2022 少儿出版回顾与盘点  
*Kann der Kinderbuchmarkt so rasch weiterwachsen? Ein Rückblick auf das Kinderbuch 2012-2022* <https://mp.weixin.qq.com/s/Y39ey3TQrORSLIKgySVcQ>
  
- Non-IFRS 归母净利同比大增 9.6%  
*Alternative Leistungskennzahlen steigen um 9,6 % gegenüber dem Vorjahr*  
[https://tech.cnr.cn/techph/20230316/t20230316\\_526184663.shtml](https://tech.cnr.cn/techph/20230316/t20230316_526184663.shtml)
  
- 数字出版产业规模超 1.27 万亿，传统出版的融合之路该怎么走？  
*Digitales Verlagswesen über 1,27 Billionen wert, wie geht es mit der Integration mit dem traditionellen Verlagswesen weiter?*  
<https://mp.weixin.qq.com/s/yLhNWmRXWfc5Fy-wfAJLbg>
  
- 喜马拉雅的《2022 年原创内容生态报告》  
*Ximalaya Bericht: Original-Content im Jahr 2022*  
<https://mp.pdnews.cn/Pc/ArtInfoApi/article?id=33163818>



## **Auswahl von Neuerscheinungen deutschsprachiger Werke in chinesischer Übersetzung im Jahr 2022**


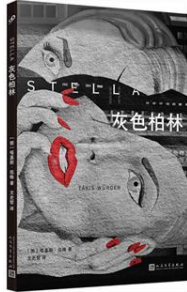
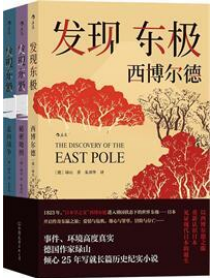
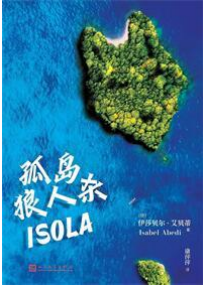

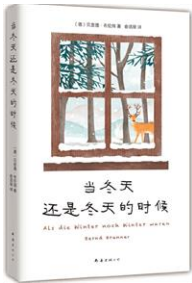

Über 1000 neue deutsche Titel in chinesischer Übersetzung finden sich jedes Jahr auf dem chinesischen Buchmarkt – diese Zahl inkludiert Neuauflagen überarbeiteter Werke. Diese decken eine breite Palette von Genres und Kategorien ab, darunter Literatur, Sozialwissenschaften, Ratgeber, Wissenschaft und Technik, Kunst, Bildung, Kinderbuch und vieles mehr. Nachfolgend eine Liste mit 150 dieser Neuerscheinungen aus dem Jahr 2022, von denen die meisten das erste Mal ins Chinesische übersetzt wurden.

Das Buchinformationszentrum Peking will damit die Vielfalt der Lizenzkooperationen aufzeigen, die bereits bestehen, und die neu übersetzten Werke einem größeren Publikum an Leser:innen und Institutionen in China besonders empfehlen – da diese im Vergleich zu bereits bekannten Bestsellern verstärkter Förderung bedürfen.









Die Informationen in dieser Liste beruhen vorwiegend auf eigener Online-Recherche und erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Sollten sich trotz aller Sorgfalt Fehler in der Liste befinden, so bitten wir um entsprechenden Hinweis und werden diese umgehend korrigieren. Gemeinfreie Werke wurden in die Liste nicht aufgenommen und auch Neuauflagen sind darin nur in sehr beschränkter Zahl aufgeführt.





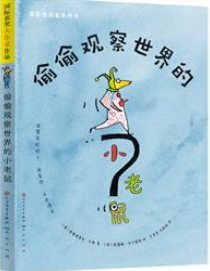

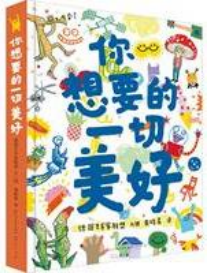

## Belletristik

	<p>Autor*in: Siegfried Lenz          Titel dt.: Arnes Nachlaß          Verlag dt.: Hoffmann und Campe          Titel cn.: 《少年与沉默之海》          Verlag cn.: 浙江文艺出版社          ISBN: 9787533966294</p>		<p>Autor*in: Anne Weber          Titel dt.: Annette, ein Heldinnenepos          Verlag dt.: Matthes &amp; Seitz          Titel cn.: 《安妮特》          Verlag cn.: 江苏凤凰文艺出版社          ISBN: 9787559469595</p>
	<p>Autor*in: Herta Müller          Titel dt.: Reisende auf einem Bein          Verlag dt.: Fischer          Titel cn.: 《独腿旅行者》          Verlag cn.: 贵州人民出版社          ISBN: 9787221172358</p>		<p>Autor*in: Jenny Erpenbeck          Titel dt.: Heimsuchung          Verlag dt.: Penguin          Titel cn.: 《客乡》          Verlag cn.: 北京日报出版社          ISBN: 9787547739716</p>
	<p>Autor*in: Herta Müller          Titel dt.: Atemschaukel          Verlag dt.: Fischer          Titel cn.: 《呼吸秋千》          Verlag cn.: 贵州人民出版社          ISBN: 9787221172341</p>		<p>Autor*in: Natascha Wodin          Titel dt.: Irgendwo in diesem Dunkel          Verlag dt.: Rowohlt          Titel cn.: 《暗影中的人》          Verlag cn.: 新星出版社          ISBN: 9787513347877</p>
	<p>Autor*in: Manfred Flügge          Titel dt.: Das Jahrhundert der Manns          Verlag dt.: Aufbau          Titel cn.: 《流浪的缪斯:托马斯·曼家族传奇》          Verlag cn.: 外语教学与研究出版社          ISBN: 97875211339413</p>		<p>Autor*in: Heinrich Böll          Titel dt.: Wanderer, kommst du nach Spa...          Verlag dt.: dtv          Titel cn.: 《流浪人, 你若到斯巴.....》          Verlag cn.: 人民文学出版社          ISBN: 9787020166381</p>

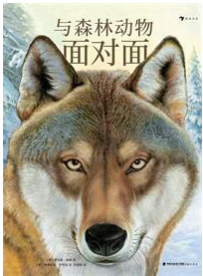







	<p>Autor*in: Ernst Jünger  Titel dt.: In Stahlgewittern  Verlag dt.: Klett Cotta  Titel cn.: 《钢铁风暴》  Verlag cn.: 人民文学出版社  ISBN: 9787020166862</p>		<p>Autor*in: Takis Würger  Titel dt.: Stella  Verlag dt.: Carl Hanser  Titel cn.: 《灰色柏林》  Verlag cn.: 人民文学出版社  ISBN: 9787020148844</p>
	<p>Autor*in: Reginald Grünenberg  Titel dt.: Die Entdeckung des Ostpols  Verlag dt.: Perlen Verlag  Titel cn.: 《发现东极》  Verlag cn.: 中国友谊出版公司  ISBN: 9787505752740</p>		<p>Autor*in: Isabel Abedi  Titel dt.: Isola  Verlag dt.: Arena  Titel cn.: 《孤岛狼人杀》  Verlag cn.: 人民文学出版社  ISBN: 9787020173259</p>
	<p>Autor*in: Juliane Koepcke  Titel dt.: Als ich vom Himmel fiel  Verlag dt.: Piper  Titel cn.: 《她的空难和她》  Verlag cn.: 北京联合出版社  ISBN: 9787559663849</p>		<p>Autor*in: Bernd Brunner  Titel dt.: Als die Winter noch Winter waren  Verlag dt.: Galiani-Berlin  Titel cn.: 《当冬天还是冬天的时候》  Verlag cn.: 南海出版公司  ISBN: 9787573500243</p>
	<p>Autor*in: Barbara Yelin  Titel dt.: Irmina  Verlag dt.: Reprodukt  Titel cn.: 《缄默》  Verlag cn.: 湖南美术出版社  ISBN: 9787535696472</p>		






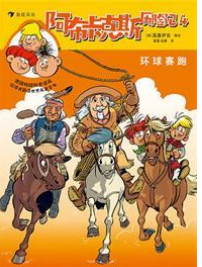
## Kinder- und Jugendbuch

	<p>Titel dt.: LernSpielZwerge Verlag dt.: Loewe Titel cn.: 《德国经典幼儿思维力游戏》 Verlag cn.: 江苏凤凰文艺出版社 ISBN: 9787559471246</p>		<p>Autor*in: Doro Göbel, Peter Knorr Titel dt.: Eine Wimmelbilder-Geschichte Verlag dt.: Beltz &amp; Gelberg Titel cn.: 《好忙好忙小镇》 Verlag cn.: 接力出版社 ISBN: 9787544878111</p>
	<p>Autor*in: Diana Amft Titel dt.: Die kleine Spinne Widerlich Verlag dt.: Baumhaus Titel cn.: 《好奇的维西》 Verlag cn.: 新蕾出版社 ISBN: 9787530774151</p>		<p>Autor*in: Rotraut Susanne Berner Titel dt.: Karlchen-Geschichten Verlag dt.: Carl Hanser Titel cn.: 《小兔卡尔系列》 Verlag cn.: 云南美术出版社 ISBN: 9787548949282</p>
	<p>Autor*in: Kai Pannen Titel dt.: Zombert Band Verlag dt.: Tulipan Titel cn.: 《我的哥们儿是僵尸》 Verlag cn.: 电子工业出版社 ISBN: 9787121426513</p>		<p>Autor*in: Erhard Dietl Titel dt.: Die Olchis Verlag dt.: Oetinger Titel cn.: 《高尔奇星球》 Verlag cn.: 译林出版社 ISBN: 9787544700006</p>
	<p>Autor*in: Jörg Mühle Titel dt.: Zwei für mich, einer für dich Verlag dt.: Moritz Titel cn.: 《给我两个，给你一个》 Verlag cn.: 广西师范大学出版社 ISBN: 9787559844620</p>		<p>Autor*in: Britta Teckentrup Titel dt.: Wunderdinge der Natur Verlag dt.: arsEdition Titel cn.: 《翻一翻，自然真好玩》 Verlag cn.: 天地出版社 ISBN: 9787545566673</p>

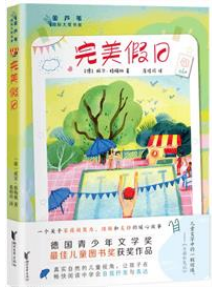
	<p>Autor*in: Nikolaus Heidelbach  Titel dt.: Wenn ich groß bin, werde ich Seehund  Verlag dt.: Beltz &amp; Gelberg  Titel cn.: 《长大后，我要当海豹》  Verlag cn.: 广西师范大学出版社  ISBN: 9787549588572</p>		<p>Autor*in: Ursula Wölfel, Bettina Wölfel  Titel dt.: Das blaue Wagilö  Verlag dt.: Thienemann  Titel cn.: 《想变美的疣猪》  Verlag cn.: 中信出版社  ISBN: 9787521739312</p>
	<p>Autor*in: Christian Duda, Julia Friese  Titel dt.: Bonbon  Verlag dt.: Beltz &amp; Gelberg  Titel cn.: 《小糖果》  Verlag cn.: 海豚出版社  ISBN: 9787511061607</p>		<p>Autor*in: Fee Krämer, Nikolai Renger  Titel dt.: Rille: Die Dschungelfreunde sind los!  Verlag dt.: Esslinger  Titel cn.: 《大猩猩的友谊真谛》  Verlag cn.: 天天出版社  ISBN: 9787501617708</p>
	<p>Autor*in: Fredrik Vahle, Verena Ballhaus  Titel dt.: Mäuse wie wir  Verlag dt.: Beltz  Titel cn.: 《偷偷观察世界的小老鼠》  Verlag cn.: 天天出版社  ISBN: 9787501617852</p>		<p>Autor*in: Jutta Bucker  Titel dt.: Zorilla  Verlag dt.: Kunstanstifter  Titel cn.: 《海边的神秘来客》  Verlag cn.: 人民教育出版社  ISBN: 9787107370908</p>
	<p>Autor*in: Labor Atelieregemeinschaft  Titel dt.: Das wird bestimmt ganz toll!  Verlag dt.: Beltz &amp; Gelberg  Titel cn.: 《你想要的一切美好》  Verlag cn.: 天天出版社  ISBN: 9787501618545</p>		<p>Autor*in: Christine Ziegler  Titel dt.: Kunstfresser – Aus dem Leben einer Museumsmotte  Verlag dt.: Südpol  Titel cn.: 《我在博物馆吃艺术》  Verlag cn.: 北京科学技术出版社  ISBN: 9787571423698</p>

	<p>Autor*in: Marc-Uwe Kling          Titel dt.: Der Tag, an dem die Oma das Internet kaputt gemacht hat          Verlag dt.: Carlsen          Titel cn.: 《奶奶让全世界网络瘫痪的那一天》          Verlag cn.: 接力出版社          ISBN: 9787544876261</p>		<p>Autor*in: Franziska Biermann          Titel dt.: Der magnetische Bob          Verlag dt.: G&amp;G          Titel cn.: 《这一天鲍勃有了超能力》          Verlag cn.: 北京科学技术出版社          ISBN: 9787571421373</p>
	<p>Autor*in: Reiner Zimnik          Titel dt.: Der Bär auf dem Motorrad          Verlag dt.: Diogenes          Titel cn.: 《摩托车上的小棕熊》          Verlag cn.: 南京大学出版社          ISBN: 9787305244988</p>		<p>Autor*in: Susanne Schädlich          Titel dt.: Winziges Leben          Verlag dt.: Carlsen          Titel cn.: 《看不见的小怪兽》          Verlag cn.: 电子工业出版社          ISBN: 9787121440311</p>
	<p>Autor*in: Bärbel Oftring, Alexandra Helm          Titel dt.: Stell dir vor, du wärst...          Verlag dt.: moses          Titel cn.: 《假如你是一只动物》          Verlag cn.: 广西师范大学出版社          ISBN: 9787559846108</p>		<p>Autor*in: Ebi Naumann          Titel dt.: Das rote Ding          Verlag dt.: Aladin          Titel cn.: 《小红点》          Verlag cn.: 南京大学出版社          ISBN: 9787305251696</p>
	<p>Autor*in: Marion Clausen, Katharina Tebbenhoff, Renate Seelig          Titel dt.: Honiggras und Löwenzahn          Verlag dt.: Patmos          Titel cn.: 《草的自然课》          Verlag cn.: 海峡书局          ISBN: 9787556708703</p>		<p>Autor*in: Katharina Tebbenhoff, Renate Seelig          Titel dt.: Zwergenreich und Wurzelwald          Verlag dt.: Patmos          Titel cn.: 《森林的自然课》          Verlag cn.: 海峡书局          ISBN: 9787556709106</p>

	<p>Autor*in: Holger Haag, Manfred Rohrbeck          Titel dt.: Lebensgroß: Tiere des Waldes          Verlag dt.: Coppenrath          Titel cn.: 《与森林动物面对面》          Verlag cn.: 海峡书局          ISBN: 9787556709052</p>		<p>Autor*in: Marc-Uwe Kling, Astrid Henn          Titel dt.: Das NEINHorn          Verlag dt.: Carlsen          Titel cn.: 《只说不的独角兽》          Verlag cn.: 广西师范大学出版社          ISBN: 9787559843678</p>
	<p>Autor*in: Marc-Uwe Kling, Astrid Henn          Titel dt.: Das NEINHorn und die SCHLANGeweile          Verlag dt.: Carlsen          Titel cn.: 《不角兽与无聊蛇》          Verlag cn.: 广西师范大学出版社          ISBN: 9787559849939</p>		<p>Autor*in: Willi Tobler, Rotraut Susanne Berner          Titel dt.: Karak und der Zuckerbäcker          Verlag dt.: Moritz          Titel cn.: 《克拉克与糕点师》          Verlag cn.: 二十一世纪出版社          ISBN: 9787556860463</p>
	<p>Autor*in: Bettina Obrecht, Julie Völk          Titel dt.: Dann gehe ich jetzt, sagte die Zeit          Verlag dt.: Tulipan          Titel cn.: 《时间说，我走了》          Verlag cn.: 少年儿童出版社          ISBN: 9787558913600</p>		<p>Autor*in: Antje Damm          Titel dt.: Alle Zeit der Welt          Verlag dt.: Moritz          Titel cn.: 《世界上所有的时间》          Verlag cn.: 天天出版社          ISBN: 9787501617791</p>
	<p>Autor*in: Wieland Freund          Titel dt.: Nemi und der Hehmann          Verlag dt.: Julius Beltz          Titel cn.: 《内米和嘿先生》          Verlag cn.: 二十一世纪出版社          ISBN: 9787556854608</p>		<p>Autor*in: Bernd Flessner, Peter Schilling          Titel dt.: Der kleine Major Tom          Verlag dt.: Tessloff          Titel cn.: 《小汤姆太空大冒险》          Verlag cn.: 浙江文艺出版社          ISBN: 9787533966454</p>

	<p>Autor*in: Mike Schäfer          Titel dt.: Mein Geld, dein Geld          Verlag dt.: Julius Beltz          Titel cn.: 《我的钱，你的钱》          Verlag cn.: 电子工业出版社          ISBN: 9787121443329</p>		<p>Autor*in: Kristina Heldmann          Titel dt.: Der beste Bobs          Verlag dt.: Rieder          Titel cn.: 《小花狗波波》          Verlag cn.: 人民教育出版社          ISBN: 9787107365287</p>
	<p>Autor*in: Martin Deggelmann          Titel dt.: Joe und die Carbon Connection          Verlag dt.: Komplett-Media          Titel cn.: 《我的名字叫乔》          Verlag cn.: 中国友谊出版公司          ISBN: 9787505754270</p>		<p>Autor*in: Dieter Böge, Bernd Mölck-Tassel          Titel dt.: Wir Menschen          Verlag dt.: Jacoby &amp; Stuart          Titel cn.: 《人类的样子》          Verlag cn.: 北京联合出版公司          ISBN: 9787559661654</p>
	<p>Autor*in: Monika Heumann, Hans-Günter Heumann          Titel dt.: Musikgeschichte für Kinder          Verlag dt.: Schott Music          Titel cn.: 《少儿趣味音乐史》          Verlag cn.: 上海音乐出版社          ISBN: 9787552323924</p>		<p>Autor*in: Monika Heumann, Hans-Günter Heumann          Titel dt.: Musiklexikon für Kinder          Verlag dt.: Schott Music          Titel cn.: 《少儿趣味音乐图典》          Verlag cn.: 上海音乐出版社          ISBN: 9787552323917</p>
	<p>Autor*in: Verena Reinhardt          Titel dt.: Der Hummelreiter Friedrich Löwenmaul          Verlag dt.: Beltz &amp; Gelberg          Titel cn.: 《熊蜂骑士》          Verlag cn.: 二十一世纪出版社          ISBN: 9787556866113</p>		<p>Autor*in: MOSAIK-Team          Titel dt.: MOSAIK          Verlag dt.: MOSAIK Steinchen f. Steinchen          Titel cn.: 《阿布卡克斯历险记4》          Verlag cn.: 上海人民美术出版社          ISBN: 9787558622052</p>





Autor\*in: Will Gmehling  
Titel dt.: Freibad  
Verlag dt.: Peter Hammer  
Titel cn.: 《完美假日》  
Verlag cn.: 浙江文艺出版社  
ISBN: 9787533967932



Autor\*in: Katja Brandis  
Titel dt.: Seawalker  
Verlag dt.: Arena  
Titel cn.: 《海行者》  
Verlag cn.: 海峡文艺出版社  
ISBN: 9787555030447





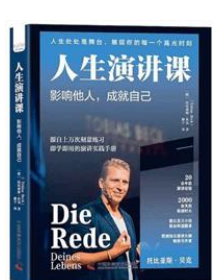
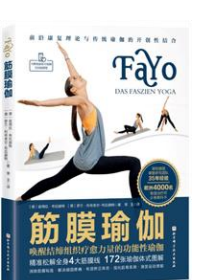




Autor\*in: Markus Bennemann, Janine Czichy  
Titel dt.: Tierisch tödlich  
Verlag dt.: Gerstenberg  
Titel cn.: 《致命的动物》  
Verlag cn.: 海峡书局  
ISBN: 9787556708925



Autor\*in: Katharina Weiss-Tuider, Christian Schneider  
Titel dt.: Expedition Polarstern - Dem Klimawandel auf der Spur  
Verlag dt.: cbj  
Titel cn.: 《“极星”号! 漂流北极》  
Verlag cn.: 浙江文艺出版社  
ISBN: 9787533968106


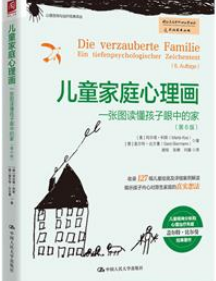






## Sach- und Fachbuch (inkl. Ratgeber)

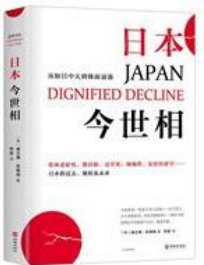

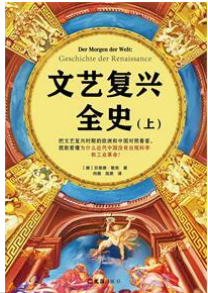


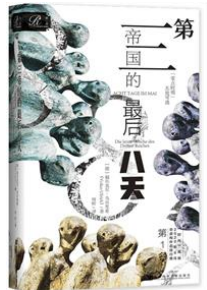


	<p>Autor*in: Sarah Diefenbach          Titel dt.: Wieso zwei halbe Stück Kuchen dicker machen als ein ganzes          Verlag dt.: mvg          Titel cn.: 《请停止精神内耗》          Verlag cn.: 中国水利水电出版社          ISBN: 9787522604978</p>		<p>Autor*in: Udo Baer, Gabriele Frick-Baer          Titel dt.: Das große Buch der Gefühle          Verlag dt.: Beltz          Titel cn.: 《情绪修复全书》          Verlag cn.: 中国友谊出版公司          ISBN: 9787505753464</p>
	<p>Autor*in: Katrin Busch-Holfelder          Titel dt.: Zukunftsfähig im Job          Verlag dt.: GABAL          Titel cn.: 《终身成长》          Verlag cn.: 中国广播影视出版社          ISBN: 9787504388025</p>		<p>Autor*in: Monika Matschnig          Titel dt.: Körpersprache. Macht. Erfolg.          Verlag dt.: GABAL          Titel cn.: 《无形说服力》          Verlag cn.: 北京时代华文书局          ISBN: 9787569945560</p>
	<p>Autor*in: Tobias Beck          Titel dt.: Die Rede deines Lebens          Verlag dt.: GABAL          Titel cn.: 《人生演讲课》          Verlag cn.: 中国科学技术出版社          ISBN: 9787504695758</p>		<p>Autor*in: Petra Bracht, Roland Liebscher-Bracht          Titel dt.: FaYo Das Faszien-Yoga          Verlag dt.: Arkana          Titel cn.: 《筋膜瑜伽》          Verlag cn.: 北京科学技术出版社          ISBN: 9787571423650</p>
	<p>Autor*in: Andreas Jopp          Titel dt.: On/off Gesundheit          Verlag dt.: Consult Media          Titel cn.: 《逆龄饮食》          Verlag cn.: 北京科学技术出版社          ISBN: 9787571423643</p>		<p>Autor*in: Anne Fleck          Titel dt.: Ran an das Fett          Verlag dt.: Rowohlt          Titel cn.: 《神奇的脂肪疗愈力》          Verlag cn.: 北京科学技术出版社          ISBN: 9787571423605</p>




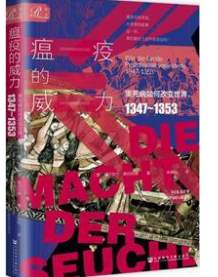
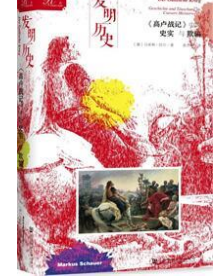
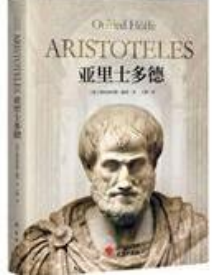


	<p>Autor*in: Christine Löber, Hanna Grabbe          Titel dt.: Immer der Nase nach          Verlag dt.: Mosaik          Titel cn.: 《欢迎来到耳鼻喉接待室》          Verlag cn.: 贵州人民出版社          ISBN: 9787221172327</p>		<p>Autor*in: Philipp Dettmer          Titel dt.: Immune          Verlag dt.: Random House          Titel cn.: 《战斗细胞》          Verlag cn.: 海南出版社          ISBN: 9787573007858</p>
	<p>Autor*in: Thomas Schulz          Titel dt.: Zukunftsmedizin          Verlag dt.: Penguin          Titel cn.: 《硅谷与未来医学》          Verlag cn.: 湖南科学技术出版社          ISBN: 9787571012816</p>		<p>Autor*in: Lena Landwerth          Titel dt.: Katzenglück: Bestens versorgt ein Leben lang          Verlag dt.: Franckh Kosmos          Titel cn.: 《猫猫的幸福生活》          Verlag cn.: 浙江文艺出版社          ISBN: 9787533966164</p>
	<p>Autor*in: Vitus B. Dröscher          Titel dt.: Die freundliche Bestie im Zoo          Titel cn.: 《友善的野兽》          Verlag cn.: 中信出版社          ISBN: 9787521736755</p>		<p>Autor*in: Vitus B. Dröscher          Titel dt.: Geniestreiche der Schöpfung          Titel cn.: 《动物们的生存艺术》          Verlag cn.: 中信出版社          ISBN: 9787521734553</p>
	<p>Autor*in: Jürgen Kaube          Titel dt.: Die Anfänge von allem          Verlag dt.: Rowohlt          Titel cn.: 《万物起源》          Verlag cn.: 辽宁科学技术出版社          ISBN: 9787559118691</p>		<p>Autor*in: Michael Ohl          Titel dt.: Die Kunst der Benennung          Verlag dt.: Matthes &amp; Seitz          Titel cn.: 《任性还是理智：物种命名的故事》          Verlag cn.: 辽宁科学技术出版社          ISBN: 9787559118813</p>

	<p>Autor*in: Martin Krieger          Titel dt.: Kaffee: Geschichte eines Genussmittels          Verlag dt.: Böhlau Köln          Titel cn.: 《杯中的咖啡》          Verlag cn.: 社会科学文献出版社          ISBN: 9787522804620</p>		<p>Autor*in: Oliver Schneider, Shirley Michaela Seul          Titel dt.: Der Wille entscheidet          Verlag dt.: Ariston          Titel cn.: 《意志》          Verlag cn.: 中译出版社          ISBN: 9787500171324</p>
	<p>Autor*in: Markus Paulus          Titel dt.: Schlüsselexperimente der Entwicklungspsychologie          Verlag dt.: UTB          Titel cn.: 《从波波玩偶到棉花糖》          Verlag cn.: 中国人民大学出版社          ISBN: 9787300302850</p>		<p>Autor*in: Wassilios E. Fthenakis          Titel dt.: Natur-Wissen schaffen: Frühe Medienbildung          Verlag dt.: Westermann          Titel cn.: 《德国学前儿童媒介素养教育》          Verlag cn.: 华东师范大学出版社          ISBN: 9787576028638</p>
	<p>Autor*in: Bärbel Wardetzki          Titel dt.: Weiblicher Narzissmus          Verlag dt.: Kösel          Titel cn.: 《不稳定的自尊》          Verlag cn.: 中国友谊出版公司          ISBN: 9787505755611</p>		<p>Autor*in: Leon Windscheid          Titel dt.: Besser fühlen          Verlag dt.: Rowohlt          Titel cn.: 《解读感觉》          Verlag cn.: 山东友谊出版社          ISBN: 9787551626538</p>
	<p>Autor*in: Jacqueline Koeppen          Titel dt.: Obenrum frei          Verlag dt.: dtv          Titel cn.: 《谁说我不可以》          Verlag cn.: 四川人民出版社          ISBN: 9787220127557</p>		<p>Autor*in: Ute Ehrhardt, Wilhelm Johnen          Titel dt.: Wenn ich ehrlich bin dann lüge ich richtig gut          Verlag dt.: Knauer          Titel cn.: 《说谎心理学》          Verlag cn.: 北京联合出版公司          ISBN: 9787550285699</p>

	<p>Autor*in: Sabine Wery Limont          Titel dt.: Das geheime Leben der Seele          Verlag dt.: Goldmann          Titel cn.: 《心理医生来看我》          Verlag cn.: 文汇出版社          ISBN: 9787549637546</p>		<p>Autor*in: Werner Bartens          Titel dt.: Emotionale Gewalt          Verlag dt.: Rowohlt          Titel cn.: 《情感暴力》          Verlag cn.: 北京联合出版公司          ISBN: 9787559664617</p>
	<p>Autor*in: Marius Großhans          Titel dt.: Sei ein Angsthase!          Titel cn.: 《与自我和解》          Verlag cn.: 中国友谊出版公司          ISBN: 9787505754690</p>		<p>Autor*in: Sarah Diefenbach, Daniel Ullrich          Titel dt.: Digitale Depression          Verlag dt.: mvg          Titel cn.: 《数字抑郁时代》          Verlag cn.: 民主与建设出版社          ISBN: 9787513938471</p>
	<p>Autor*in: Luise Reddemann          Titel dt.: Imagination als heilsame Kraft          Verlag dt.: Klett-Cotta          Titel cn.: 《创伤之前我是谁》          Verlag cn.: 人民邮电出版社          ISBN: 9787115580368</p>		<p>Autor*in: Eugen Drewermann          Titel dt.: Das Eigentliche ist unsichtbar          Verlag dt.: Herder          Titel cn.: 《本真不可见》          Verlag cn.: 北京联合出版公司          ISBN: 9787559649843</p>
	<p>Autor*in: Stefan Dederichs          Titel dt.: Scheiß auf perfekt!          Verlag dt.: GABAL          Titel cn.: 《恰如其分的完美》          Verlag cn.: 人民邮电出版社          ISBN: 9787115593931</p>		<p>Autor*in: Jens Förster          Titel dt.: Was das Haben mit dem Sein macht          Verlag dt.: Droemer          Titel cn.: 《买与不买的心理学》          Verlag cn.: 商务印书馆          ISBN: 9787100204392</p>









	<p>Autor*in: Jan Glasenapp          Titel dt.: Emotionen als Ressourcen          Verlag dt.: Beltz          Titel cn.: 《情绪资源》          Verlag cn.: 东南大学出版社          ISBN: 9787564198497</p>		<p>Autor*in: Marta Kos, Gerd Biermann          Titel dt.: Die verzauberte Familie-          Ein tiefenpsychologischer Zeichertest          Verlag dt.: Ernst Reinhardt          Titel cn.: 《儿童家庭心理画》          Verlag cn.: 中国人民大学出版社          ISBN: 9787300311098</p>
	<p>Autor*in: Josta Bernstädt, Stefan Hahn          Titel dt.: Gestalttherapie mit Gruppen          Verlag dt.: EHP Edition          Titel cn.: 《格式塔团体治疗指南》          Verlag cn.: 人民邮电出版社          ISBN: 9787115582270</p>		<p>Autor*in: Alexander Korittko          Titel dt.: Traumafolgen in der Erziehungsberatung          Verlag dt.: Juventa          Titel cn.: 《儿童青少年及家庭心理创伤咨询》          Verlag cn.: 中国轻工业出版社          ISBN: 9787518438471</p>
	<p>Autor*in: Ulrich Sollmann          Titel dt.: Begierige Verbote          Verlag dt.: Orell Füssli          Titel cn.: 《欲望的禁令》          Verlag cn.: 上海社会科学院出版社          ISBN: 9787552031256</p>		<p>Autor*in: Boris Nikolai Konrad          Titel dt.: Alles nur in meinem Kopf          Verlag dt.: Ariston          Titel cn.: 《被记忆改造的我们》          Verlag cn.: 北京联合出版公司          ISBN: 9787559637635</p>
	<p>Autor*in: Herlinde Koelbl          Titel dt.: Faszination Wissenschaft          Verlag dt.: Knesebeck          Titel cn.: 《听，科学家说》          Verlag cn.: 中国对外翻译出版公司          ISBN: 9787500172079</p>		<p>Autor*in: Jann M. Witt          Titel dt.: Eroberer der Meere: Krieger, Händler und          Entdecker von der Antike bis heute          Verlag dt.: Theiss          Titel cn.: 《航海改变世界》          Verlag cn.: 北京日报出版社          ISBN: 9787547743355</p>

	<p>Autor*in: Wieland Wagner          Titel dt.: Japan – Abstieg in Würde          Verlag dt.: DVA          Titel cn.: 《日本今世相》          Verlag cn.: 华龄出版社          ISBN: 9787516923030</p>		<p>Autor*in: Eckart Conze          Titel dt.: Die große Illusion          Verlag dt.: Siedler          Titel cn.: 《帝国博弈》          Verlag cn.: 民主与建设出版社          ISBN: 9787513929264</p>
	<p>Autor*in: Bernd Roeck          Titel dt.: Der Morgen der Welt: Geschichte der Renaissance          Verlag dt.: C.H.Beck          Titel cn.: 《文艺复兴全史》          Verlag cn.: 文汇出版社          ISBN: 9787549635023</p>		<p>Autor*in: Christian Meier          Titel dt.: Das Gebot zu vergessen und die Unabweisbarkeit des Erinnerns          Verlag dt.: Siedler          Titel cn.: 《必需的遗忘与不容推卸的记忆》          Verlag cn.: 文化发展出版社          ISBN: 9787514236774</p>
	<p>Autor*in: Barbara Stollberg-Rilinger          Titel dt.: Die Aufklärung: Europa im 18. Jahrhundert          Verlag dt.: Reclam          Titel cn.: 《百年启蒙》          Verlag cn.: 社会科学文献出版社          ISBN: 9787520199001</p>		<p>Autor*in: Volker Ullrich          Titel dt.: Acht Tage im Mai          Verlag dt.: C.H.Beck          Titel cn.: 《第三帝国的最后八天》          Verlag cn.: 社会科学文献出版社          ISBN: 9787520195720</p>
	<p>Autor*in: Ulrich Raulff          Titel dt.: Das letzte Jahrhundert der Pferde          Verlag dt.: C.H.Beck          Titel cn.: 《渐行渐远的马蹄》          Verlag cn.: 线装书局          ISBN: 9787512049185</p>		<p>Autor*in: Heiner Fangerau, Alfons Labisch          Titel dt.: Pest und Corona          Verlag dt.: Herder          Titel cn.: 《历史、当下及未来的大流行病》          Verlag cn.: 东方出版社          ISBN: 9787520713795</p>



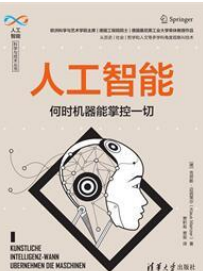
	<p>Autor*in: Lothar Müller          Titel dt.: Weiße Magie          Verlag dt.: Carl Hanser          Titel cn.: 《纸的文化史》          Verlag cn.: 广东人民出版社          ISBN: 9787218146577</p>		<p>Autor*in: Christian Adam          Titel dt.: Der Traum vom Jahre Null          Verlag dt.: Galiani-Berlin          Titel cn.: 《德国出版零时年》          Verlag cn.: 陕西人民出版社          ISBN: 9787224141825</p>
	<p>Autor*in: Wolfgang Ullrich          Titel dt.: Bilder auf Weltreise          Verlag dt.: Wagenbach          Titel cn.: 《图像环球之旅》          Verlag cn.: 商务印书馆          ISBN: 9787100206631</p>		<p>Autor*in: Volker Reinhardt          Titel dt.: Die Macht der Seuche          Verlag dt.: C.H.Beck          Titel cn.: 《瘟疫的威力》          Verlag cn.: 社会科学文献出版社          ISBN: 9787522807881</p>
	<p>Autor*in: Markus Schauer          Titel dt.: Der Gallische Krieg          Verlag dt.: C.H.Beck          Titel cn.: 《发明历史》          Verlag cn.: 社会科学文献出版社          ISBN: 9787522801544</p>		<p>Autor*in: Otfried Höffe          Titel dt.: Aristoteles          Verlag dt.: C.H.Beck          Titel cn.: 《亚里士多德》          Verlag cn.: 研究出版社          ISBN: 9787519911638</p>
	<p>Autor*in: Hermann Hesse Thomas Mann          Titel dt.: Hermann Hesse - Thomas Mann: Briefwechsel          Verlag dt.: Suhrkamp Fischer          Titel cn.: 《赫尔曼·黑塞与托马斯·曼书信集》          Verlag cn.: 上海译文出版社          ISBN: 9787532789245</p>		<p>Autor*in: Carl Schmitt          Titel dt.: Hamlet oder Hekuba          Verlag dt.: Klett Cotta          Titel cn.: 《哈姆雷特还是赫库芭》          Verlag cn.: 东方出版中心          ISBN: 9787547320228</p>

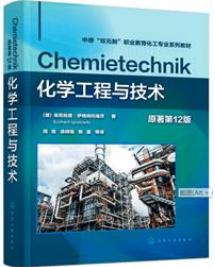




	<p>Autor*in: Wolfgang Emmerich          Titel dt.: Paul Celan          Verlag dt.: Rowolt          Titel cn.: 《策兰传》          Verlag cn.: 南京大学出版社          ISBN: 9787305246715</p>		<p>Autor*in: Reiner Stach          Titel dt.: Kafka: Die Jahre der Entscheidungen          Verlag dt.: S. Fischer          Titel cn.: 《卡夫卡传》          Verlag cn.: 广西师范大学出版社          ISBN: 9787559833822</p>
	<p>Autor*in: Reiner Stach          Titel dt.: Kafka: Die frühen Jahre          Verlag dt.: S. Fischer          Titel cn.: 《卡夫卡传》          Verlag cn.: 广西师范大学出版社          ISBN: 9787559833280</p>		<p>Autor*in: Hartmut Wessler          Titel dt.: Habermas and the Media          Verlag dt.: Polity Press          Titel cn.: 《哈贝马斯论媒介》          Verlag cn.: 中国传媒大学出版社          ISBN: 9787565731501</p>
	<p>Autor*in: Byung-Chul Han          Titel dt.: Hyperkulturalität          Verlag dt.: Merve          Titel cn.: 《超文化》          Verlag cn.: 中信出版社          ISBN: 9787521748666</p>		<p>Autor*in: Winfried Schulz          Titel dt.: Politische Kommunikation          Verlag dt.: VS Verlag für Sozialwissenschaften          Titel cn.: 《政治传播：理论基础与经验研究》          Verlag cn.: 中国传媒大学出版社          ISBN: 9787565729997</p>
	<p>Autor*in: Wolfgang Schmidbauer          Titel dt.: KALTES Denken, WARMES Denken          Verlag dt.: kursbuch.edition          Titel cn.: 《冷思考，暖思考》          Verlag cn.: 华东师范大学出版社          ISBN: 9787576024722</p>		<p>Autor*in: Hartmut Rosa          Titel dt.: Unverfügbarkeit          Verlag dt.: Suhrkamp          Titel cn.: 《不受掌控》          Verlag cn.: 上海人民出版社          ISBN: 9787208176270</p>

	<p>Autor*in: Alexander Schnell          Titel dt.: Was ist Phänomenologie?          Verlag dt.: Klostermann, Vittorio          Titel cn.: 《什么是现象学》          Verlag cn.: 福建教育出版社          ISBN: 9787533494131</p>		<p>Autor*in: Richard David Precht          Titel dt.: Erkenne dich selbst          Verlag dt.: Goldmann          Titel cn.: 《认识你自己》          Verlag cn.: 上海人民出版社          ISBN: 9787208176737</p>
	<p>Autor*in: Martin tom Dieck, Jens Balzer          Titel dt.: Salut, Deleuze!          Verlag dt.: Edition Moderne          Titel cn.: 《你好，德勒兹!》          Verlag cn.: 上海文艺出版社          ISBN: 9787532183081</p>		<p>Autor*in: Martin tom Dieck, Jens Balzer          Titel dt.: Neue Abenteuer des des unglaublichen Orpheus          Verlag dt.: Edition Moderne          Titel cn.: 《德勒兹归来》          Verlag cn.: 上海文艺出版社          ISBN: 9787532183050</p>
	<p>Autor*in: Nora Kreft          Titel dt.: Was ist Liebe, Sokrates?          Verlag dt.: Piper          Titel cn.: 《谈情说爱的哲学家》          Verlag cn.: 天津人民出版社          ISBN: 9787201180670</p>		<p>Autor*in: Nora K., Vittorio Hösle          Titel dt.: Das Café der toten Philosophen          Verlag dt.: C.H.Beck          Titel cn.: 《不朽哲学家咖啡馆》          Verlag cn.: 生活·读书·新知三联书店          ISBN: 9787108073792</p>
	<p>Autor*in: Axel Honneth          Titel dt.: Pathologien der Vernunft          Verlag dt.: Suhrkamp          Titel cn.: 《理性的病理学》          Verlag cn.: 上海人民出版社          ISBN: 9787208177819</p>		<p>Autor*in: Christoph Menke          Titel dt.: Kraft          Verlag dt.: Suhrkamp          Titel cn.: 《力量》          Verlag cn.: 华东师范大学出版社          ISBN: 9787576031973</p>

	<p>Autor*in: Byung-Chul Han          Titel dt.: Shanzhai: Dekonstruktion auf Chinesisch          Verlag dt.: Merve          Titel cn.: 《山寨》          Verlag cn.: 中信出版社          ISBN: 9787521748673</p>		<p>Autor*in: Markus Gabriel          Titel dt.: Ich ist nicht Gehirn          Verlag dt.: Ullstein          Titel cn.: 《我非我脑》          Verlag cn.: 重庆出版社          ISBN: 9787229166816</p>
	<p>Autor*in: Helmuth Plessner          Titel dt.: Grenzen der Gemeinschaft          Verlag dt.: Suhrkamp          Titel cn.: 《共同体的边界》          Verlag cn.: 上海人民出版社          ISBN: 9787208177178</p>		<p>Autor*in: Clemens Kauffmann          Titel dt.: Leo Strauss zur Einführung          Verlag dt.: Junius          Titel cn.: 《施特劳学述》          Verlag cn.: 华夏出版社          ISBN: 9787522203546</p>
	<p>Autor*in: Herfried Münkler          Titel dt.: Macht in der Mitte          Verlag dt.: edition werkstatt          Titel cn.: 《执中之权》          Verlag cn.: 当代世界出版社          ISBN: 9787509016404</p>		<p>Autor*in: Florian Weh          Titel dt.: Verhandlungsflow          Verlag dt.: Campus          Titel cn.: 《谈判的逻辑》          Verlag cn.: 四川人民出版社          ISBN: 9787220124815</p>
	<p>Autor*in: Felix Holtermann          Titel dt.: Geniale Betrüger          Verlag dt.: Westend          Titel cn.: 《失控的野心》          Verlag cn.: 中国友谊出版公司          ISBN: 9787505755574</p>		<p>Autor*in: Maja Göpel          Titel dt.: Unsere Welt neu denken          Verlag dt.: Ullstein          Titel cn.: 《九大思考》          Verlag cn.: 中译出版社          ISBN: 9787500170822</p>

	<p>Autor*in: Philipp J. Müller          Titel dt.: Geldrichtig          Verlag dt.: GABAL          Titel cn.: 《5步实现财务自由》          Verlag cn.: 中信出版社          ISBN: 9787521748680</p>		<p>Autor*in: Alexander Hagelüken          Titel dt.: Das Ende des Geldes, wie wir es kennen          Verlag dt.: C.H.Beck          Titel cn.: 《货币的终结》          Verlag cn.: 北京联合出版公司          ISBN: 9787559659934</p>
	<p>Autor*in: Rolf Knieper          Titel dt.: Eine ökonomische Analyse des Notariats          Verlag dt.: C.H.Beck          Titel cn.: 《公证的经济分析》          Verlag cn.: 上海人民出版社          ISBN: 9787208176041</p>		<p>Autor*in: Paul Krell          Titel dt.: Umweltstrafrecht          Verlag dt.: C.F. Müller          Titel cn.: 《德国环境刑法》          Verlag cn.: 中国社会科学出版社          ISBN: 9787522706788</p>
	<p>Autor*in: Helmut Köhler          Titel dt.: BGB Allgemeiner Teil, 44. Auflage          Verlag dt.: C.H.Beck          Titel cn.: 《德国民法总论（第44版）》          Verlag cn.: 北京大学出版社          ISBN: 9787301332245</p>		<p>Autor*in: Sudabeh Kamanabrou, Anne Christin Wietfeld          Titel dt.: Vertragsgestaltung (5. Aufl.)          Verlag dt.: C.H.Beck          Titel cn.: 《合同的完美设计》          Verlag cn.: 北京大学出版社          ISBN: 9787301316146</p>
	<p>Autor*in: Karl Larenz          Titel dt.: Richtiges Recht          Verlag dt.: C.H. Beck          Titel cn.: 《正确法：法伦理学基础》          Verlag cn.: 法律出版社          ISBN: 9787519763909</p>		<p>Autor*in: Klaus Mainzer          Titel dt.: Künstliche Intelligenz – Wann übernehmen die Maschinen?          Verlag dt.: Springer          Titel cn.: 《人工智能——何时机器能掌控一切》          Verlag cn.: 清华大学出版社          ISBN: 9787302592570</p>

	<p>Autor*in: Eckhard Ignatowitz          Titel dt.: Chemietechnik          Verlag dt.: Europa-Lehrmittel          Titel cn.: 《化学工程与技术》          Verlag cn.: 化学工业出版社          ISBN: 9787122401694</p>		<p>Autor*in: Christa Lehnert-Schroth, Petra Auner-Gröbl          Titel dt.: Dreidimensionale Skoliosebehandlung          Verlag dt.: Urban &amp; Fischer          Titel cn.: 《施罗特脊柱侧凸三维治疗》          Verlag cn.: 北京科学技术出版社          ISBN: 9787571422349</p>
	<p>Autor*in: Esther Horvath, Sebastian Grote, Katharina Weiss-Tuider          Titel dt.: Expedition Arktis          Verlag dt.: Prestel          Titel cn.: 《漂流北极》          Verlag cn.: 贵州人民出版社          ISBN: 9787221173232</p>		