

一、作者简介

《狼图腾》作者姜戎，原名吕嘉民，1946年4月出生，北京人，曾任中国劳动关系学院教师，主讲政治经济学，侧重政治学研究，“中国作家富豪榜”上榜作家。1967年自愿赴内蒙古额仑草原插队，1978年返城。1979年考入中国社会科学院研究生院。《狼图腾》的创作背景是在内蒙古锡林郭勒盟东乌珠穆沁草原，这部书1997年初稿于北京，2003年岁末定稿于北京，2004年4月由长江文艺出版社出版，后凭此作荣登2006年“第一届中国作家富豪榜”，从而引发了社会的广泛关注。

《狼图腾》从出版至今可以说是名副其实的“超级畅销书”，其全球英文版权被英国的企鹅出版社一次买断，开启了中国当代文学作品大规模进入英文主流市场的先河，在我国版权对外输出史上也具有“里程碑”意义，姜戎一举成为图书版权输出领域炙手可热的作家之一。2013年12月5日，“第八届中国作家富豪榜”主榜发布，姜戎再次登榜。

二、畅销盛况

这是一部迄今为止世界上唯一一部以狼为叙述主体的“旷世奇书”，出版10年来，《狼图腾》已成为全球读者的“精神盛宴”，并成为中国对外输出版权和版权费用最多的图书，在全球110个国家和地区出版，共出版了41种语言，曾连续6年蝉联文学图书畅销榜的前10名。

运作《狼图腾》一书出版发行的是号称中国出版界“金三角”的金丽红、安波舜、黎波。安波舜为图书策划人，金丽红和黎波为

责任编辑。该书于2004年4月由长江文艺出版社出版发行。

2004年4月出版，首印5万册，半月内售空，并跻身于各大书店销售排行榜第一名。自首印起至2004年12月，销售达55万册，屡次创造文学类图书的销售奇迹：

《新周刊》“2004年中国年度新锐榜年度图书奖”；

《中国青年报》“年度十大印象图书”之一；

人民文学出版社及《当代》杂志社“长篇小说年度优秀奖”“读者评选优秀奖”；

卓越网“中国2004年度图书”入围，并雄居榜首；

北京市新华书店“2004年度颇具人气图书”入围，并居首位；

新浪网“2004年度图书（文学艺术类）”入围，并居首位；

自问世以来，该书连续16个月高居国内畅销书排行榜前三名、国内原创小说第一名；

至2005年8月，《狼图腾》创下110万册的销售纪录。

2005年8月30日，英国老牌出版社、全球第二大出版企业企鹅集团以10万美元预付款、10%版税买下《狼图腾》一书的全球英文版权。2008年3月由企鹅出版社买断的《狼图腾》英文版在全球110个国家和地区发行。

2010年10月27日，中央电视台《新闻联播》报道长篇小说《狼图腾》第37种语言译本翻译完成，在海外总发行量突破了200万册。

《狼图腾》成功创造了中国出版史上的诸多奇迹，截至2014年4月，《狼图腾》中文版再版150多次，正版发行500万册，在最具世界影响力的中国图书中排名第5，保守估计超过1亿人曾阅读过此书。

2019年9月23日，《狼图腾》入选“新中国70年70部长篇小说典藏”。

至今《狼图腾》还在全国各大书店销售并居于畅销榜之列。在

出版 10 周年之际,《狼图腾》影响力依旧,2015 年根据同名小说改编的电影《狼图腾》上映。此外《狼图腾》还被许多省份列为中小学教师推荐书目,学校、家长纷纷将此书作为培养青少年独立、勇敢和团队精神的课外读物;全球各种主流媒体纷纷进行了报道和评论,并且在搜索引擎中有几百万条说明和介绍,创造了改革开放 30 多年来的奇迹。

三、畅销攻略

在市场经济条件下,打造一本畅销书,无疑是图书出版人追逐的目标,任何一本畅销书的成功往往都是各方面相互作用的结果。《狼图腾》的畅销是其文本本身的特色和《狼图腾》本身的现实意义及社会效益、宣传营销共同作用的结果,本文也将从这几个方面加以论述。

(一) 文本特色

1. 文化内涵

作者通过全新的叙事主体——狼,为我们揭示一种全新的文化,即游牧文明。中国的大部分地区长期处在农耕生产阶段,而这种相对稳定生产和生活方式使得我们对游牧民族有一种天生的优越感,但这也使得我们对游牧文明存在很多误解。《狼图腾》正是通过对草原狼的描述,向我们展示了游牧文明的精髓。同时,作者对游牧文明与农耕文明的理性反思和对国民性格的重新审视触动了社会的共振点。

在中国数千年的农耕文明背景中,狼一直是以负面形象出现的,

然而在这部小说中，作者却以“我们是狼的传人”的核心思想颠覆了中国人的传统观念。在小说中，草原狼的坚毅、勇敢与智慧令无数读者折服。

2. 文体：“小说”与“立说”的双重品格

《狼图腾》在当代文学的整体格局中，是一个灿烂而奇异的存在：如果将它作为小说阅读，它充满了历史和传说；如果将它作为一部人类文化著作来读，它又充满了虚构和想象。”这是著名评论家孟繁华对《狼图腾》的评价。他的客观评价一语道破《狼图腾》鲜明的文体特征，即“小说”与“立说”的双重品格。

《狼图腾》是小说，这一点毋庸置疑，但它又不是根据文体划分的真正意义上的小说。《狼图腾》的文体具有反流行小说的实验性，作者用现实主义手法进行了探索与创新。一方面，作者在小说每一章前，都列出一段引文作为小说此章的精神线索。引文严格取自古今中外多部史书典籍，这些引经据典的内容是小说的精神线索，是作者“立说”的理论依据。如果把所有的引文连接起来，即可自成一體，成为精心镶嵌的书中书、文中文。它们既是作品历史性与人类性的经纬刻度，又因此成就了全书的时间与空间的立体感。引文的精心设立，打破了故事的现场感，拓宽了阅读的维度，使得额仑草原在几年中发生的故事具有了千年的历史背景与世界文明的广阔容量。另一方面，作者在场或脱离故事之外的思考与议论贯穿于整本小说。这些议论犹如强壮的关节韧带，穿插于故事与故事的缝隙间，既牵引着情节发展，又是叙事的内推力。

《狼图腾》的文体创新实验最重要的部分是小说尾声之后——长达4万余字的《纵深探掘——关于狼图腾的讲座与对话》。这是一次文学书写的极大冒险：作者用“狼图腾”作为精神线索，对几千年的中华文明史进行了有条不紊的梳理整合之后，以历史唯物主义的

方法,指出了中华民族信奉的“龙图腾”极有可能源于游牧民族的“狼图腾”;正是由于历史中游牧民族强悍进取的“狼”精神不断为中华大地输血,中华文明才得以延续和发展;中华文明之所以“从未中断”,正是由于它背后存在着一个“从未中断”的狼图腾文化。如此结语虽是一家之说,却也惊世骇俗、振聋发聩。

3. 叙述语言：细节的盛宴

《狼图腾》的叙述语言有其鲜明的个性色彩。犹如绘画中扎实的素描功底,轮廓和线条沉稳准确,具有凝重、高清晰度的写实风格,文字间充满了极为传神、独创的动感比喻,对事物的描写具有极强的表现力。细微处可细至纤毫毕现、笔笔精致;粗犷处可寥寥几笔略去,给人气势磅礴、一泻千里之感。例如：“西边橙黄色的落日还未被遮没,裹挟着密密雪片的北风,顷刻就扫荡了额仑草原。横飞的雪片,在斜射的阳光照耀下,犹如亿万饥蝗……人骑在马上,雪片密得不见马首马尾。雪粒像砂枪打出的砂粒,嗖嗖地高速飞行,拉出亿万根白色飞痕。”这些由高密度的色彩、形状、比喻、动感镜头组成的叙事语言,构成了紧凑的故事节奏与小说情节。而“高密度”板块中的每一“颗粒”与“元素”,都是在作者对生活的观察思考与扎实的知识积累下,高温冶炼而成,以真诚浓烈的草原情愫作为黏合剂,将每一板块中的元素黏合。

4. 叙述话语：直抒胸臆

这里的叙述话语主要指叙事文本中人物语言的表达方式。它既包括叙事文本中人物自身的话语和思想、由叙述者转述的人物的话语和思想,也包括文本中直接体现作者姿态的语言(或作者用以叙述事件、写人状物、抒情议论的语言)。

《狼图腾》一书中的叙述话语,不论是何种形式,通常都以直接表达的方式传达作者的最终表意,即直抒胸臆。书中,作者将人物

性格设置成精通草原生态学并能够熟练运用人文理性话语的知识者，然后，把那些人物和人物间的相互关系与草原传奇及生态学与人文历史联系起来，从而直接表露作者心迹。

（二）现实意义及社会效益

作者以自己的亲身经历为基础，通过近乎自传体的叙事视角展开写作，引领读者进入狼真实生活的世界。作者以独特的经历和深入的思考使书中的故事情节，特别是对狼的种种细节描写，呈现出缤纷多彩、准确有力的迷人魅力。

1. “强者精神”引发人们的思考

中华民族正处在一个伟大的复兴时期，随着经济的迅速增长，中华民族和中国人民都显示出了前所未有的活力。《狼图腾》一书中所倡导的“强者精神”正是处于巨变中的中国及其人民的自我期许和自我追寻。同时，狼性文化更为广泛地寄托着社会中人们关于物质自由和精神自由的价值追求。这也是为什么《狼图腾》一书会受到众多商界人士关注的原因。

2. 生态观念体现人们对环境恶化的焦虑

由于人们对草原资源的无限索取和不断开垦造成草原生物链的破坏，以及人们对狼的偏见，使得人类后代不得不付出沉重的环境代价。该书中的生态思想也反映了人们对环境问题的忧虑。水土流失、土地沙化、沙尘肆虐、洪涝成灾……时下的中国人面临着从未有过的生态危机。保护环境、人与自然和谐相处等理念早已成为了人们的共识，而《狼图腾》一书中表现出的生态意识和人们的思想感情产生了共鸣，从而引发了人们对生态危机的深度思考。

（三）周密细致的全程宣传营销策略

现代书业竞争十分激烈，图书品种大量增加，很多图书一上市便被湮没在茫茫书海之中，因此“酒香也怕巷子深”。一本书在销售业绩上的成功与否，与其宣传促销活动都有非常直接的关系。因此，具有丰富图书运作经验的长江文艺出版社为《狼图腾》一书制定了一系列目标明确的立体化的营销策略。

1. 前期准备阶段

在该书正式出版前三个月的准备工作中，长江文艺出版社首先通过报纸连载的方式，征求读者意见，获得强烈反响后决定出版，同时也把目标读者明确定位在学生、女性和企业上。其次，把《狼图腾》一书拿给各界知名人士如海尔总裁张瑞敏、SOHO 中国有限公司董事长潘石屹等看，请他们对此书提意见，而后把他们的意见加以总结，确定营销卖点。再次，出版前，在图书的封底上刊登名人的评价。最后，在首发当天，邀请白岩松、赵忠祥、腾格尔等与狼的话题有间接联系的人到会并发表评论，通过媒体报道，使《狼图腾》一书在读者之间口口相传，以吸引购买者。

2. 实际销售阶段

一是电台连播。北京人民广播电台自 2004 年 5 月 25 日起，到 9 月上旬，在每天中午 12 点和晚上 10 点的黄金时段《小说连播》节目中播出《狼图腾》，收听者达几十万人。各地广播电台也陆续播出了相关节目，使得图书信息得以更为广泛地传播，从而扩大了图书的销售量。

二是媒体推介。在《新周刊》、新浪等媒体共同评选的“2004 年最有影响的图书”中，《狼图腾》名列第一位；在新华书店等大型图书卖场上，从首发日算起，《狼图腾》一书已经连续 25 个月居于图

书排行榜前5名的位置，排行榜的“马太效应”对这部图书的畅销起到了推波助澜的作用。

三是网络互动。各种专业网站纷纷推出《狼图腾》内容的节选或连载栏目，网友们也相互推荐，网络中到处有网友对《狼图腾》一书的讨论和留言。

四是卖场管理。出版社及时根据市场情况对销售进行动态的管理，通过与新华书店等一些大卖场的联合协作，使得团购企事业单位越来越多，团购数量越来越大，团购批次越来越频繁，从而保证了图书的销量。

3. 延伸产品的开发

在长篇小说《狼图腾》成功出版发行之后，长江文艺出版社又与作者合作出版了儿童版《狼图腾之小狼，小狼》，进行《狼图腾》延伸产品开发。《狼图腾之小狼，小狼》一书由几十个世人难以猜度的神秘的“狼故事”组成，作者笔下精灵一般的草原小狼随时随地都能从书中呼啸而出。通过这部《狼图腾之小狼，小狼》，作者把狼所具有的自由独立、强悍卓越、超常的智慧和才能、不屈不挠高贵的灵魂、坚不可摧的团队意识、亲情和友情，以及狼和草原万物的关系，都通过《狼图腾之小狼，小狼》一书传递给广大小读者。

4. 积极准备进行版权输出

当《狼图腾》销售过50万册时，出版社就开始考虑版权输出的问题了。首先，出版社制作了一份关于《狼图腾》精美的全英文策划文案，介绍了这部图书的出版背景、主要内容、作者情况、国内销售状况、各界人士的评价，以及对此书在国际出版市场上销售的预测等；其次，出版社把这份手册分送给各大国际出版公司，并邀请它们参加出版社举办的图书座谈会和推介会，引起了各大国际出版公司的兴趣与关注；同时，出版社在国外主流报纸上刊登书评，

如美国的《纽约时报》、英国的《泰晤士报》、德国的《南德意志报》以及意大利的《意大利邮报》。之所以选择这些媒体，一方面，这些报纸发行量大，被主流读者和出版商关注的概率高；另一方面，由于这些报纸的强势作用，被其他媒体转载的概率大。

由于出版社充分的前期准备、立体化的营销策略、延伸产品的开发以及积极的版权输出运作，使得世界各大知名的出版公司纷纷前来洽谈版权转让事宜。《狼图腾》一书的畅销是出版社整体策划、立体营销策略的成功，同时也体现了团队合作是图书畅销的根本。也正是由于长江文艺出版社与各方的通力合作，才使得《狼图腾》一书取得了如此巨大的成功。

四、精彩阅读

两人朝狼窝走去，陈阵搬开石头，揭开木板，窝中的小母狗还缩在羊皮上睡懒觉，一点也不惦记起床吃早奶。可是小狼崽却早已蹲在洞底抬头望天，焦急地等待开饭。强烈的天光一照进洞，狼崽就精神抖擞地用两条后腿站起来，用小小的嫩前爪扒着洞壁往上爬。刚爬了几寸，就一个后滚翻，摔到洞底。它一骨碌站起身又继续爬，使出了吃奶的劲，嫩爪死死地抠住洞壁，像只大壁虎一样地往上爬。壁土松了，狼崽像个松毛球似的跌滚到洞底，小狼冲着洞上的大黑影生气地发出呼呼的声音，好像责怪黑影为什么不把它弄上去。

张继原也是第一次看到活狼崽，觉得很好奇，就想伸手把狼崽抓上来仔细看看。陈阵说：先别着急，你看它能不能爬上来，要是能爬上来，我还得把洞再挖得深一点。

狼崽连摔两次，不敢在原处爬了，它开始在洞底转圈，一边转，一边闻，好像在想办法。转了几圈，它突然发现了母狗崽，立即爬

上狗崽的脊背，然后蹬鼻子上脸，踩着狗崽头再扒着洞壁往上爬。小狼扒下的碎土撒了狗崽一身，狗崽被踩醒了，哼哼地叫着，站起来抖身上的土，小狼崽又被摔了下来。它气得转过身来就朝狗崽皱鼻、龇牙，呼呼地咆哮。张继原笑道：这小兔崽子，从小狼性就不小啊，看样子还挺聪明。

……

小狼还在奋力爬壁，陈阵伸手捏住狼崽后脖颈，把它拎出洞。张继原双手捧住它，放到眼前看了个仔细。又腾出一只手，轻轻地抚摸小狼崽。稀疏的狼毫怎么也撸不顺，撸平了，手一松，狼毫又挺了起来。

张继原说：真不好意思，我这个马馆还得从羊馆那儿得到摸活狼的机会。我跟兰木扎布去掏过两次狼洞，一只也没掏着。在中国真正摸过蒙古草原活狼的汉人，可能连十万分之一也没有。汉人恨狼，结果把狼的本事也恨丢了，学到狼的真本事的大多是游牧民族……

陈阵接过话说：在世界历史上，能攻打到欧洲的东方人，都是游牧民族，而对西方震撼最强的，是三个崇拜狼图腾的草原游牧民族——匈奴、突厥和蒙古。而攻打到东方来的西方人，也是游牧民族的后代。古罗马城的建城者就是两个狼孩兄弟，是被母狼养大的。母狼和狼孩至今还镌刻在罗马城徽上呢。后来的条顿、日耳曼和盎格鲁·撒克逊民族就更强悍了，强大的民族血管里流淌着狼性血液。而性格懦弱的华夏民族太需要输补这种勇猛、野性、进取的血液。没有狼，世界历史就写不成现在这个样子。不懂狼，就不懂游牧民族的精神和性格，更不懂这游牧民族和农耕民族的差别与各自的优劣。

……

两人跟在小狼崽的身后四五步远的地方，继续观察狼崽的行为。小狼崽在残雪和枯草地上快速逃爬，爬了几十米后，就开始闻周围

的东西，闻马粪蛋，闻牛粪，闻牛羊的白骨，闻草地上所有的突出物。可能它闻到的都是狗留下的尿记号，于是它一闻就走，继续再闻。两人跟着它走了一百多米，发现它并不是无方向、漫无目的地乱走。它的目的很明确，就是朝着离蒙古包和营盘，离羊圈、人气、狗气、烟气、牲畜气越远的地方逃。

陈阵感到这条尚未开眼的小狼崽，已经具有顽强的天性与本能，它有着比其他动物更可怕可敬的性格。在动物中，陈阵一直很敬佩服麻雀，麻雀以养不家著称于世。陈阵小时候抓过许多麻雀，也先后养过大大小小十几只麻雀。可麻雀被抓住后，就闭上眼睛以绝食绝水相拼，绝不就范。不自由，毋宁死，直至气绝。陈阵从来没有养活过一只麻雀。而狼却不是，它珍视自由也珍爱生命，狼被俘之后照吃照睡，不仅不绝食，反而没命地吃、敞开肚皮地吃，吃饱睡足以后，便伺机逃跑，以争取新的生命和自由。陈阵似乎看到了被囚在渣滓洞里的那些斗士们才有的性格和品质。可他们只是民族的沙中之金，而这种性格，对狼来说却是普遍的、与生俱来、世代相传、无一例外。而将具有此种性格的狼，作为自己民族的图腾、兽祖、战神和宗师来膜拜，可以想见，它对这个民族产生了何等难以估量的影响。都说榜样的力量是无穷的，而图腾的精神力量远高于榜样，它处在神的位置上。

陈阵感激这条小狼崽，它稚嫩的身体竟然能带他穿过千年的迷雾，径直来到了谜团的中心。

——节选自《狼图腾》第137~139页