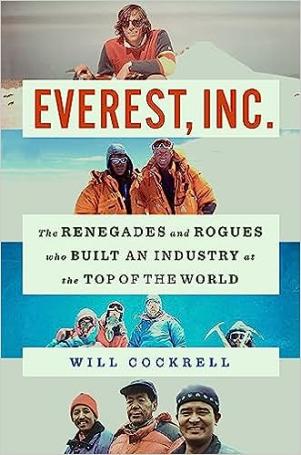
**新 书 推 荐**

**中文书名：****《珠穆朗玛峰公司：立业在世界之巅》**

**英文书名：*Everest, Inc.: The Renegades and Rogues Who Built an Industry at the Top of the World***

**作 者：Will Cockrell**

**出 版 社：S&S/Gallery**

**代理公司：ANA/Lauren**

**页 数：352页**

**出版时间：2024年4月**

**代理地区：中国大陆、台湾**

**审读资料：电子稿**

**类 型：非小说**

**版权已售：波兰**

**内容简介：**

**西方和夏尔巴冒险家发明并完善了地球上最不可能的行业之一：指导人攀登珠穆朗玛峰。这本书正是介绍了这一产业有趣又令人大开眼界的历史。**

每到春天，报纸上就会刊登同一张照片的不同版本：登山者步履蹒跚地走向世界之巅。专栏文章不断描绘山区如何过度拥挤，而杂志则深入报道某些失误是如何发生的。登珠穆朗玛峰已经成为一场真人秀，参与的角色不禁让我们摇头。  
  
  似乎大家都或多或少听过登珠峰的事件，但很少有人了解到底发生了什么或人们是如何到达那里的。《珠穆朗玛峰公司》（*Everest, Inc*.）仔细思考了人们对世界最高峰的痴迷，并解开了这个谜题，解释了为什么德克萨斯州石油商迪克·巴斯 (Dick Bass) 在1985年成为第174位登顶珠穆朗玛峰的人，要比埃德蒙·希拉里 (Edmund Hillary) 和丹增·诺尔盖 (Tenzing Norgay) 1953年成为首次登顶珠穆朗玛峰的人更重要。正是这位富有但生存能力为零的魅力者独自登上珠穆朗玛峰的顶峰那一刻，开启了接下来四十年在珠穆朗玛峰上演的胜利、悲剧和荒谬。

与迄今为止谈论珠穆朗玛峰的书籍不同，这本书带领读者通过故事亲历者的眼睛，更真切地了解那些听过或没听过的故事。科克雷尔集结对登山向导、客户、夏尔巴人、专家、作家、好莱坞演员、职业登山者等的数百次采访，生动讲述了登山向导行业的发展故事，同时也介绍了珠穆朗玛峰，以及这座山峰的荣耀和灾难。  
  
  当然，书中不乏优胜劣汰、幸灾乐祸这类老生常谈的故事，但绝不是陈词滥调，而是呈现了令人振奋但被忽视的珠穆朗玛峰真实故事。这个故事讲述了在花钱登峰顶行为越来越受鄙视的背景下，一群男女登山向导如何抓住机会成为帮助世界各地的人们实现登山梦想的专家。

**亮点：**

**冒险历史和创业故事交叉：**把这本书想象成九头蛇：一个身体上有两个头。一方面，读者将了解珠穆朗玛峰向导行业的历史。这本书将带我们从第一次登上珠穆朗玛峰的向导尝试到现在的发展历程——这是一段之前没有讲述过的冒险历史。另一方面，读者会看到一个“我如何建立这个”风格的创业故事，讲述的是冒险者建立一个人们曾经认为不可能的行业。这些特立独行者争先恐后地把客户带到世界之巅，然后不断改进业务，以至于人们都开始说攀登珠穆朗玛峰是 “太容易了”，山地大本营简直就是个“派对小镇”。总之， 这本书讲述了一段惊心动魄的历史旅程，节奏把控得很好，为我们带来了在死亡地带谋生的人们的声音。  
  
**读者类别：** 几乎所有珠穆朗玛峰书籍都非常狭隘地关注单一悲剧或重大成就，导致多年来我们只了解了一小部分有趣的角色，只触及行业叙述的表面。这本书则不同。*Outside* 杂志订阅者，定期刷新Pinterest“山峰” 页面的办公室职员，爱读《华尔街日报》的商业精英、喜欢非传统、高风险行业故事的“我是如何建立这个”播客的听众会发现这本书很对胃口。读者无需对山峰或登山行业有非常深入的了解一切都在书中。

**大本营：**2022年春天，科克雷尔徒步前往珠穆朗玛峰大本营，这让他对这座山和人物有了生动的了解，这是他在15年多记者生涯只从远方报道过的地方。

**令人难以置信的采访：** 这本书本身并不是一部口述历史，但很大程度上是根据科克雷尔为这本书进行的数百次原始采访中摘录的引文构建的。文中提到的人大概有： 巴塔哥尼亚服装公司创始人**Yvonne Chouinard**；1985 年带领迪克·巴斯 (Dick Bass) 登顶珠穆朗玛峰的登山家和电影制片人 **David Breashears**； 开篇故事中2013年山上斗殴事件的中心人物**扎西·里滕·夏尔巴 (Tashi Ritten Sherpa) ；**当今山上最大的向导公司之一所有者**Minga G Sherpa**； **卢·惠特克 (Lou Whittaker)**创立了美国最具影响力的向导公司雷尼尔登山公司 (Rainier Mountaineering Inc.)，其孪生兄弟吉姆 (Jim) 是 1963 年第一个登顶珠峰的美国人，也是 REI 的长期首席执行官； **Russell Brice** ，珠穆朗玛峰历史上最有影响力的向导公司老板； **康拉德·安克 (Conrad Anker)** ，当今最著名的美国登山家； **吉米·钦,**登山者和奥斯卡获奖纪录片*Free Solo*导演*；***桑迪·希尔**，《 进入稀薄的空气》（*Into Thin Air*）中的社会名流恶棍*；***杰森·克拉克 (Jason Clarke)** ，好莱坞演员，在 2015发行的年讲述1996年灾难的电影《珠穆朗玛峰》中饰演导游罗布·霍尔 (Rob Hall，还有很多很多。唯一的例外是乔恩·克拉考尔 (Jon Krakauer)，他是出了名的脾气暴躁、守口如瓶，拒绝接受所有谈论珠穆朗玛峰的采访请求  
  
**超越克拉考尔：**今天的珠穆朗玛峰神话大多是在1997年随着《 进入稀薄的空气》一书出版形成的。克拉考尔的叙述是一扇生动的窗口，让我们了解到九十年代中期，珠穆朗玛峰向导业已发展成为价值数百万美元的产业。但这也是对过度拥挤、贪婪的导游和笨手笨脚的客户登山者的严厉控诉。这本书是30年前写的，当时珠穆朗玛峰向导业还处于起步阶段，但克拉考尔仍然经常被人们认为是这个问题的首选专家。《珠穆朗玛峰公司》讲述了珠穆朗玛峰、克拉考尔峰，重新看待《 进入稀薄的空气》，挑战现状叙述并解释Krakauer记录的1996年灾难为何是场悲剧，也是统计异常，还是珠穆朗玛峰向导行业历史上最好的营销活动。  
  
**为什么现在要出这本书：**从社会、政治和环境角度看，攀登珠穆朗玛峰正处于转折点。随着越来越多的当地人质疑珠穆朗玛峰向导行业是西方公司专有观念，情况正在迅速发生变化。当前这个行业的重塑需要重新深度审视行业形成历史。  
  
**营销机会：**珠穆朗玛峰明星Nims Purja在Instagram上拥有210万粉丝，Conrad Anker 则拥有45万粉丝。两者都在本书中占有重要地位，并将支持本书的出版。书中介绍的导游服务在 Instagram上平均拥有约3万粉丝，而高调的导游服务在Instagram上平均拥有约10万粉丝。与此同时，每年春天，主要媒体都会报道一批新的珠穆朗玛峰故事，重新激起人们对谁攀登珠穆朗玛峰以及为何攀登的兴趣。报纸和电视将希望在他们报道的故事中聘请一位珠穆朗玛峰“专家”，从而提供宣传这本书的新机会。  
  
**热门类别：**有关珠穆朗玛峰和高海拔攀登的书籍一直很受欢迎。从克拉考尔的百万册畅销书到韦德·戴维斯等最近的书籍 *Into the Silence*（各版本共售出60,000册）和Peter Zuckerman的*Buried in the Sky*（各版本共售75,000份），可见该主题很畅销。

**作者简介：**

****

**[威尔·科克雷尔 (Will Cockrell)担任](https://www.willcockrell.com/)***Men's Journal* 、 *Outside* 、*Men's Fitness*和*GQ*等全国性杂志的高级编辑、作家和顾问已有二十多年。他的作品曾获得美国杂志编辑协会和英国专业出版商协会颁发的奖项。科克雷尔曾是一名户外向导，他的整个职业生涯都覆盖了珠穆朗玛峰，并参观过尼泊尔的珠穆朗玛峰大本营。他与家人住在加利福尼亚州洛杉矶。请访问他的网站 WillCockrell.com 了解更多信息。

**目录：**

Introduction

Prologue

1. Large Mouth Bass

2. Peak XV

3. The 174th Ascent of Mount Everest

4. Seven Summits Fever

5. The New Race to the Top

6. One Hundred Percent Success

7. The Art of Guiding

8. The Big Five

9. The Imperfect Storm

10. The World’s Worst Self-Help Book

11. The Immortality Project

12. The Big Top

13. The Weight of History

14. An Insurgency in Waiting

15. Free Mount Everest

16. Collapse

17. Everest Through a Lens

18. Under New Management

19. The Himalayan Fame Game

20. #Brotherhood

Note on Sources

Acknowledgments

Index

**感谢您的阅读！**

**请将反馈信息发至：版权负责人**

**Email**：**[Rights@nurnberg.com.cn](mailto:Rights@nurnberg.com.cn)**

安德鲁·纳伯格联合国际有限公司北京代表处

北京市海淀区中关村大街甲59号中国人民大学文化大厦1705室, 邮编：100872

电话：010-82504106, 传真：010-82504200

公司网址：[http://www.nurnberg.com.cn](http://www.nurnberg.com.cn/)

书目下载：<http://www.nurnberg.com.cn/booklist_zh/list.aspx>

书讯浏览：<http://www.nurnberg.com.cn/book/book.aspx>

视频推荐：<http://www.nurnberg.com.cn/video/video.aspx>

豆瓣小站：<http://site.douban.com/110577/>

新浪微博：[安德鲁纳伯格公司的微博\_微博 (weibo.com)](https://weibo.com/1877653117/profile?topnav=1&wvr=6)

微信订阅号：ANABJ2002

