

“第十一届输出版、引进版优秀图书”表彰侧重鼓励“走出去”

报网讯 由中国版协国际合作出版工作委员会、中国新闻出版研究院、出版参考杂志社联合主办的“第十一届输出版、引进版优秀图书”评选活动8月31日在京颁奖,80种输出版优秀图书、79种引进版优秀图书,5位推动版权输出引进的典型人物和11位版权经理上榜。与上届评选相比,本届评选在推介项目的设置上作了适当调整,输出版的图书选择比例高于引进版,侧重鼓励“走出去”。

新闻出版总署副署长邬书林在颁奖仪式上指出,从输出版、引进版图书的变化可以看出中国出版业成

长壮大的轨迹:引进和输出的图书的质量有了显著提高;图书门类更加丰富多样;引进输出比例不断变化,2011年,全国共引进版权16639种,输出版权7783种,版权进出口比例由“十五”末的7.2:1缩小为2011年的2.1:1.4;培养了一批懂版权会管理的专业人才。邬书林强调,要高度重视输出,继续重视引进;努力提高我国图书的质量,找出我国出版企业在出版管理方式上的差距,形成标准化、科学化的推广发行方式;要谋划好数字时代的图书输出和引进工作。新闻出版总署科技与数字出版司司长张毅君、对外交流与合作司司长张福海、中国新闻出版研究院院长郝振省、副院长范军、中国版协协会副理事长李宝中、国际合作出版工作委员会主任常振国等出席颁奖典礼。(金震)

(卜榕第13版)

2012BIBF营销观察 在变化的世界,以变应变



国内出版营销观察:从广告语之变,感受定位之变

BIBF展馆的南门,接力出版社的6根包柱广告依然矗立不变;门前的两块大幅正方形落地广告位,却由往届的两家变成了同一家出版单位的宣传内容——9月28日,当来到顺义国展新馆时,记者看到了第一个醒目的变化。随之,更多的变化接踵而来:展馆里更多人性化的指示性标牌,令人耳目一新的主宾国“科学秀”、“字母秀”,主宾城市北京的整体亮相,中国作家馆“豫版作家群”的集体亮相,一张张新鲜的参展商面孔和国际国内参展企业展位、展台造型、设计的改变,以及简洁凝练的全新广告宣传语。

无论是天津出版展台舟形造型的扬帆起航、上海出版大桥设计的沟通中外、故宫出版社百页窗的通透设计还是科学出版社着重突出的科学家墙,2012年第19届BIBF,国内很多出版社的展台设计都在改变,开放、简洁、实用、寓意更强,给人眼前一亮的感觉。但变化的并不仅仅是造型、设计,更关键的是多家出版单位推出的全新宣传语。

国内许多出版集团和出版社广告宣传语和往年不同了,记者花费了近半天时间,拍下每家展位的广告语,与去年的广告语进行对比。从这些宣传语的变化可以看出:国内出版企业战略重心的转移与未来发展的定位在变化。在BIBF这个中外书业交流的重要场所,这变化的用语,无时无刻都在向各家参展商、读者传达着全新的信号,以及他们对自己发展的全新思考。

走进E1馆,中国出版集团公司的“努力打造现代化、大型化、国际化的出版传媒集团”全新广告宣传语迎面而来。2002年中国出版集团成立,2012年是中国出版集团中国十年的第一年,新十年、新征程,在全球化、城市化、产业化、集团化、数字化5种趋势下,中国出版集团公司未来10年的目标是“努力成为综合竞争力、文化影响力、国际传播力领先,在国内出版业导向示范作用和发展引领作用突出,国际影响力日益显著的现代化、大型化、国际化出版传媒集团”。2012年的BIBF,中国出版集团公司用“三化”向世界展示了自己的全新发展方向。

人民出版社的“向世界介绍当代中国”,中国

教育出版传媒集团公司“植根教育、弘扬学术、繁荣文化、走向世界”,时代出版传媒的“读书是全球的享受,合作是时代的旋律”,中原出版、大地传媒的“植根中原大地,传承华夏文明”和“文通天下,行地无疆”,人民卫生出版社的“专业化、集团化、数字化、多元化、国际化”,中国国际出版集团的“感知中国(Reading China)”和“向世界说明中国”,北京师范大学出版集团的“一个以弘扬中华文化、共享世界文明为己任的新型文化企业”,北京理工大学出版社“阅读的世界,世界的阅读”等,这些在本届BIBF上新推出的中英文对照宣传语,向读者传达这样的信息——发展、沟通、交流和国际化,彰显中国出版企业“走出去”的决心与向国外传播中国文化的信心。

中国出版集团公司斜对面的河北出版集团,在BIBF推出了“河北出版,我的梦想,你的家园”新的宣传语。作为地方出版单位的河北出版集团在2012年BIBF上“冀军突起”。据相关负责人介绍,今年的河北出版展台面积扩大了一倍,在展台设计上更加“简洁大气,既富有现代时尚的动感,又颇具传统书香氛围”,还举办了多场文化活动积极营销自己。河北出版正积极努力实践“走出去”,显示了其希望在各大展会舞台“唱主角”的信心。

电子工业出版社的“阅读改变人生,科技引导进步”和“知识、客观、取信与传播”,中国人民大学出版社的“学术沃土,思想摇篮”,外语教学与研究出版社的“为了永远的读者和伙伴”和“面向全民外语教育,提供全面解决方案”,北京大学出版社“学术的尊严,精神的魅力,争创世界一流大学出版社”,广东省出版集团“打造中国最具活力与成长性的出版传媒企业”,浙江出版集团的“文化浙江,品质出版”,山西出版传媒集团的“晋善晋美晋版书”等,从另一个角度传达了自己的创意、创新与发展目标。

另外,值得一提的是,国家汉办/孔子学院总部作为参展商参展BIBF,“学好中国话,朋友遍天下(Learn Chinese,Double your world)”的宣传语,在向世界宣告中国文化的全球影响力。同时,这也昭示着BIBF在国内、国际不断扩大的影响力。

不断向国际化迈进的中国书业企业,正在用全新的宣传语向世界传递着自己的声音。

建历程、园区发展规划、原创推新作品等;北京文化创意产业展将北京文化创意发展情况进行集中展示。同时,为配合北京市出版物展示与销售,北京市新闻出版局还在读者互动区举办了包括新书首发、版权交易、名家签售、读者见面会、专家讲座等各项活动20余项,向国际读者全方位介绍北京地区出版企业的全貌。

其中,北京东方天歌文化交流有限公司的“百年中国百年传情——中国百姓家庭照片展”,以若干个不同家庭的介绍,向读者讲述了老北京家庭的悲欢离合,引起了不少读者的共鸣。不少读者在留言板上留言:“百年铸影,万年系情”、“感受历史,感动内心”、“摄影的真谛就是记录”……

北京出版集团作为主宾城市最大的综合性出版机构,专门设立了“北京出版集团精品展区”和版权贸易洽谈区,展台设计突出了北京韵味和特色,全方位地展示了集团近年来的优秀版权成果和整体出版水平。据北京出版集团董事长钟冲宪介绍,在精品展区,京版集团设置了主题出版图书展示区、获大奖图书展示区以及精品图书展示区,精选了集团在全国市场排名靠前的少儿类、生活类、学术文化类、文学类、艺术类、教育类图书等优秀图书及集团精品期刊500余种,包括刚刚获得“五个一工程奖”的《大平原》、《解密上甘岭》。同时,我们还带来了《北京文物建筑大系》、《把玩艺术》系列丛书、《首都百工》系列丛书以及《北京名人故居》系列丛书,突出京味儿文化。”

作为一个开放性的出版公司,京版集团一直非常重视与海外的交流和国际合作,已与30多个国家和地区的出版商开展了版权贸易。在版权引进方面,北京出版集团非常注重引进图书的质量与影响,例如引进自英国学者社的少

展台国际化的营销之变

大环境变了,书业的市场形式和与其相对应的工作也在变,如何将传统与创新相结合,成为出版者思考的问题。从国内出版社展台设计上来看,展台创意更多走向了简洁、开放的国际化风格。同时,文化元素被各家出版单位细化重新组合创意后,成为新的营销元素。

中国教育出版集团展位一角的吕丽娜插画展和人民出版社主力童书作者展示方柱,使中国教育出版集团的展区比2011年更为丰富生动。据了解,中国教育集团下属的人民教育出版社,近年开始涉足童书出版,为更好展示新板块的实力,同时避免以前教材展示上相对单一的情况,此次BIBF人教社专门设置画展展示区,在进行展示的同时还可作为活动酒会专区使用。

为配合“助力一生的外语成长计划”,外研社今年的展区用绿树与周期表,强化了成长的概念,包围展区的一排小树上悬挂着的一本本图书,吸引了不少来宾驻足翻阅,展区内外形成延伸的互动交流。

中小社也有不一样的创意,此次故宫出版社的展区不大,采用纯白色百页扇通透设计,中国旧式桌椅、一只养着红色金鱼的鱼缸、绿色植物的盆栽和宣纸版图书等文化生活元素,为来宾清晰地传递出中国文化的优雅和明净。

北京永贞开元文化传播有限公司展区紧邻韩国主宾国的展区,永贞开元采用流水、中国茶道,以及收集的全世界各种版本的老子著作向来宾展示了中国文化中老子思想核心“和”的本质。

浙江出版集团的西湖风光、光明日报出版社《舌尖上的中国》等背景墙,湖北出版展台三峡风光、大坝,上海出版上海景观、北京大学出版社的古文垂卷等文化元素的运用,都在向读者展现着各自的人文景观和中华文化的底蕴。

除了文化元素被重新组合创意外,数字出版元素更多的被完整地结合了传统出版中,记者看到大多数国内出版集团和出版社的展台内都有数字体验区,例如外研社虽然在数字出版展区设立了大面积展区进行展示、推介区,并且在传统展区的数字体验区设计也与整体结构完美结合在一起。

众多出版社则在展位上的数字出版体验区,给读者更直观的体验感受。数字化是未来出版的一大方向,而更深寓意也许在于数字出版和传统出版将更有机地结合在一起,相辅相成,不是人为地切成两个部分、两个概念。

儿科普作品《可怕的科学》(60种)已累计发行8.7万册、520余万册。据了解,此次BIBF,北京出版集团在场内重点展示了今年在市场表现突出、深受欢迎的图书,也是重点版权图书,如著名球星马布里的全球独家授权自传《我是马政委》,张扬阳刚之气的儿童文学作品“阳刚男孩”系列丛书,被誉为2012年中国原创长篇小说重磅力作叶广岑最新长篇小说《状元媒》,不久前荣获2012年国家中医药管理局、新闻出版总署联合推荐的“首届全国优秀中医药文化科普图书”称号的《中医药文化传播丛书 中药养生堂》、《中医药文化传播丛书 黄帝内经养生堂》等。

此外,京版集团还重点组织了两场活动,分别是与美国RAINSHADOW出版公司举办“中华文明探微”丛书英文版的出版签约仪式和《张秀勤刮痧(汉英文对照)》图书首发式。其中,“中华文明探微”丛书的首批英文版图书将于2012年底在美国出版发行,此次与美国RAINSHADOW公司签约英文版的输出协议之前,京版集团已经和德国Tivola出版公司签订了本项目德语版18本书的合作协议,这是北京出版集团在本次BIBF上重点推荐的书目之一。

河南出版集团在此次展会上不仅推出了全新的展台设计和宣传语,还作为主宾省参与了“中国作家馆”的主题活动,在“文学中原崛起”的主题活动中,“中原崛起——中原作家群论坛”、中原作家之夜、周大新《安魂》新书发布会、京豫作家创作交流座谈会、中原崛起——中原作家群读者见面会等活动相继举行,全方位向国内位参展商展示中原出版的魅力。推出主宾省是重新设计后的中国作家馆,在今年BIBF推出的全新活动。全方位推介地域作家,成为今年BIBF创新营销元素。

《邓小平南方谈话真情实录》首发

报网讯 《邓小平南方谈话真情实录》韩文版首发式暨中韩出版交流研讨会8月29日下午在北京国际书展上举行。首发式由人民出版社、韩国讯友社和大韩出版文化协会联合主办,新闻出版总署副署长郝振省出席会议并就该书韩文版的出版及中韩出版交流现状讲话。人民出版社社长黄书元、韩国讯友社社长尹炳斗、《邓小平南方谈话真情实录》一书作者吴松营、韩文翻译者金胜一出席首发式并讲话。

《邓小平南方谈话真情实录》是人民出版社在今年春天也就是邓小平同志南方谈话发表20周年之际推出,与读者见面的。该书一经面世即在中国图书市场上引起了强烈反响。韩国讯友社早在该书印刷阶段就表示了浓厚的兴趣,并很快与人民出版社签订了韩文版出版协议。《邓小平南方谈话真情实录》一书的作者吴松营是1992年邓小平视察深圳时的全程记录人。作者在书中首次披露了在20世纪末国际国内风云际会的形势下,邓小平同志如何开启了震惊世界的最重要的一次南方视察,披露了邓小平同志南方谈话的真实内情和细节,描述了这位世纪伟人在南方视察中的风采,展现了一幅幅真实、生动、感人的画面。

首发式后中韩出版交流研讨会热烈展开,中国新闻出版研究院院长郝振省、韩文翻译家黄赞及两位韩方出版研究学者分别就中韩出版交流历史、韩国图书在中国发展情况等主题进行了主题演讲,为中韩出版人及研究学者提供了探讨交流的平台。(枫)

起点中文网发力童书出版

报网讯 起点中文网、牛顿出版股份有限公司以及黄山书社,共同参与的“小牛顿项目”,8月31日,在京举办签约仪式。上海新闻出版局版权局副局长蔡纪万、牛顿出版公司副总经理李昭如、盛大文学总裁兼起点中文网董事长吴文辉、时代出版传媒股份有限公司总编辑林清发、黄山书社副总编辑宋启发等出席了签约仪式,据悉,此举意味着起点中文网力求开拓新的出版方向,同时也意味着海峡两岸优秀图书出版公司进行深层次的出版合作。

最近几年来,我国少儿读物版权贸易占全行业版权贸易的20%,是我国图书市场版权贸易中最活跃的。正是在少儿图书版权引进严重同质化的当下,起点中文网出版中心把目光瞄准中国台湾地区金牌百科童书“小牛顿”系列,先后签下小牛顿系列童书的简体出版权。

作为中国最大的原创文学网站,起点出版中心主要为网络原创作品提供专业的编辑服务,然后向传统出版社推送,即为网络作者提供出版业务的服务。随着起点中文网知名度的提高,出版中心开始版权引入业务,与知名作者进行合作,引发市场热潮。目前,起点出版中心又将目光瞄准少儿出版。起点出版中心负责人罗立表示:“出版方向的制定是个不断完善的过程,从原创文学到优秀版权的引进,无疑都是在完善起点出版平台,此次将最优秀的童书引入大陆,不仅仅是对于新选题方向——童书出版的探索,更是开启新的出版合作模式。”(明)

《小鼠宝贝成长日记》全球同步出版

报网讯 2012年8月30日,中国少年儿童新闻出版总社低幼出版中心(简称中少大低幼)携手意大利达米出版社在青少年阅读体验大世界隆重举办《小鼠宝贝成长日记》第三辑全球同步出版发布会。

中少总社社长李学谦、“小鼠宝贝”形象创始人、意大利达米出版社社长安德烈·达米,当当网副总裁王悦光亲临现场并致辞。著名儿童文学作家,也是《小鼠宝贝成长日记》第二辑的主创作家高洪波、金波、白冰、葛冰、刘丙钧老师现场讲述和意大利画家联手创作这套儿童图画书的心得和体会。

中少大低幼一直致力于为中国少年儿童提供优秀的精神食粮,拥有发行量最大的0-4岁刊《婴儿画报》,3-7岁幼儿刊《幼儿画报》等3刊1报,每年出版1000多种少儿图书。为了与世界同步,给中国孩子国际化的阅读启蒙,近年来中少大低幼在引进儿童图画书方面力度很大,先后出版了《巴布工程师》、《开心的米莉茉莉》等一系列高水准的品牌读物,并邀请著名作家对这些产品进行科学的本土化处理,使其符合中国少年儿童的阅读习惯,深得市场欢迎。2010年中少大低幼引进出版《小鼠宝贝成长日记》第一辑12册,两年内再版5次,印量达到60万册。2011年又独具匠心,邀请著名儿童文学作家高洪波、金波、白冰、葛冰、刘丙钧和意大利知名画家联合创作出版的第二辑五本,更是以其温馨的画面、有趣的故事,对孩子润物细无声的教养,征服了无数家长和小读者。这次,中意两家出版社更是通力合作,借北京国际图书博览会之际向全球同步出版第三辑,天时地利人和,必将迎来一个更广阔的市场前景。(邹)

《全球视野下的中国政府》英文版即将出版

报网讯 9月1日,英国新经典出版社与中国国防大学教授刘明福关于《全球视野下的中国政府》一书英文版版权签约仪式在中国国际展览中心举行。2011年,新经典出版社推出了《历史的轨迹:中国共产党为什么能》英文版,即将推出的《全球视野下的中国政府》是它的姊妹篇。

据北京求是园文化传播有限公司总经理、英国新经典出版社社长黄永军介绍,英国新经典出版社是在英国注册成立的一家出版社,也是中国民营书商在海外成立的第一家出版社。今年伦敦书展结束后,他们便开始策划一本反映中国政府治国模式的书。这是他们在经过认真细致的市场调查之后做出的决策。《全球视野下的中国政府》是国防大学教授、资深战略研究专家刘明福在多年潜心研究的基础上写作的,回答了西方世界一直迷惑不解的问题:中国奇迹是怎样产生的?中国的政治体制可持续吗?等困惑。

该出版社成立以来,出版了数百本介绍中国主流文化和当代中国发展的英文版图书,销售到世界各地,并在不断摸索、不断调整的基础上,把出版重点聚焦在反映中国共产党和中国政府执政理念的图书上。(刚)

广东人民社与韩方出版社签订战略合作协议

报网讯 在第19届北京国际图书博览会上,广东人民出版社与韩国黄梅出版社就建立战略合作伙伴关系签订协议。

合作双方去年在去年北京国际图书博览会上初次相识。2012年年初,韩方出版社相关人员访问广东人民社,促成了《中国家庭史》、《中国古典哲学略述》、《新中国宪法发展60年》的韩文翻译版权的签订。为了加强战略合作关系,双方决定在互利互惠的基础上建立友好长期的战略合作关系。广东人民社将优先向黄梅出版社推介并提供旗下各出版社优秀的图书尤其是历史、经济、政治、人物传记方面的图书;黄梅出版社优先引进广东人民社的图书并在韩国出版。同时,双方还进行拓展版权贸易的多层次合作,如电子出版等。双方也会根据当地图书市场的需求,探索在韩国和中国共同投资、策划、编辑、出版适销对路、有针对性的产品投放市场。(颖)

●BIBF直击