

童趣出版有限公司



少儿书下一个“引进”热点	
引进版市场份额下降只是时间问题	
黄俭(接力出版社社长)	
白冰(接力出版社总编辑)	
从童书引进的角度看,近年来引进版童书中图画书板块、奇幻冒险题材儿童文学板块、游戏益智板块等被挖掘得相当深入,而儿童科普板块随着国内市场的不断升温相信将会进一步挖潜,与此同时,儿童职业生涯规划类、儿童哲学类等可能还有很大的潜力空间。从当前现实来看,国内的童书市场早就扭转了引进版童书所占比重大于原创童书比重的情况。目前从畅销书榜单上就能看出,原创作品占据的榜单数量远远大于引进版童书。只是在一些细分类板块中,如图画书板块,引进版童书比原创童书市场份额高。引进版童书所占市场份额比重的下降只是个时间问题,它必然会伴随着原创作品水平的提升和出版社营销力度的增大而改变。由于国内出版社出版引进版图书时没有自主知识产权,而国外出版方在向国内出版社授权图书版权时,往往是非全权授权,这会造成国内的出版社进行该品牌的后续开发时受到一定限制。此外,国外出版方现在越来越希望和国内的出版社开展深度合作,合作模式的多样化也会为外版书授权方面带来新的问题。	
引进是为了更好地“走出去”。	
张秋林(中文天地出版传媒股份有限公司副总经理、二十一世纪出版社社长)	
在版权引进上,二十一世纪社有自己的想法。我们提出三个“看待”:即从培养出版社核心竞争力的角度看待版权引进;从一个出版社生死存亡的高度看待开放战略的实施;从参与全球文化竞争的层面看待民族文化的传承。	
2003年出版社开始引进德语国家最优秀的儿童文学作品的时候,意识到必须打造一个品牌来整合这些引进版作品,于是创立了“彩乌鸦”。作品是引进的,品牌是原创的,历经8年时间打造,引进出版了20本德德国	

家优秀的儿童文学作品。在引进的过程中我们的编辑学习、借鉴了国外童书在文本创作、装帧、插图等优秀的呈现方式,开发了“彩乌鸦”中文原创系列。该系列目前已出版13种,形成了规模效应。输出多国版权,法文版、日文版、韩文版即将出版。开创了中国童书从“引进、借鉴到原创,再到走出去”的新模式,也见证了中国童书市场的三个转变:从以编辑为本位到以读者为本位转变;从品种推销向品牌推广转变;从国外引进向国内原创转变。

这样的例子还有,社里从韩国引进了《我的第一本历史探险漫画书——寻宝记》系列,取得了巨大的市场成功,发行量数百万册。我们借鉴其表现方式,策划创作了《我的第一本大中华寻宝漫画书》,在国内市场取得了很好的销售业绩,现已成功地反向输出韩国。

引进是为了更好地“走出去”。北京麦克伦世纪咨询服务有限公司成立后,我们将借助麦克伦出版集团全球范围内的优质少儿图书内容资源,凭借二十一世纪出版社成熟的出版平台与发行渠道,向国内少儿读者奉献世界儿童文学经典与畅销精品,并能学习国外童书策划制作的先进经验,同时把二十一世纪社原创作品通过麦克伦在全球各地的分支公司和销售网络推向世界。国际出版高端对接,通过规模引进,最后达到批量输出。

引进版权要有明确的战略

古宏霞(安徽少年儿童出版社对外合作部副主任)

在童书版权引进方面,一些国际大社、大品牌总是备受青睐。由于知名动漫、儿童文学、绘本等板块能给出版社带来巨大的经济效益和社会效益,成为出版社争相抢夺的“香饽饽”,对于国内出版社来说,很多图书产品已经做到极致了,但是图书以外的很多内容我们都还没有涉及到。我认为,注重引进品牌的产业化方向,大力拓展儿童出版产业链,打造以内容为核心、以创新为抓手的儿童文化产业平台,加强宏观布局,是未来品牌引进的趋势。

中国童书的零售市场中引进版多出了很多,对图书零售市场的发展起了不可低估的推动作用。但也应看到,目前我国的引进版图书市场还不够成熟,出版社应重视引进版图书的市场状况,不能盲目跟进。引进版权要结合本社的出版战略和选题规划,要有自己明确的引进战略。

傅里甫(浙江少年儿童出版社社长)

从童书引进的角度看,近年来挖掘得比较深入的是文学、科普、游戏益智这三个板块。大部分出版社引进的重点也集中在这三个板块。事实上,要再谈哪些板块还有潜力,我个人认为每个板块都有。因为只要有独特的选题策划、精巧的编辑理念,无论是个被多少人多少社做过的主题,都可以做出新意,有新的亮点,而这才是一本优秀童书最引以自豪、最吸引人的地方。目前,国内引进版童书版权的竞争相当激烈,这一点可以从各大书展的洽谈会繁忙程度中可见一斑。随着国内原创力量的不断提高和丰富,以及引进版图书同质化的情况进一步加深,国内引进版童书的市场份额会受到影响,毕竟市场的容量还是有限的。但是,因为世界之大,各国文化之精彩,引进版始终是图书类别中相当重要的一部分。突破瓶颈之道,需要我们在引进的时候要坚持自己的原则,把握标准,引进真正适合自己出版社的产品,在选择的过程中真正做到“以我为主”。但从出版物个体来说,应该是永远都有适合自己的精品的,所以,也无须为这个担心。

引进版的增减取决于国内原创力的发展

傅大伟(明天出版社总编辑)

目前国内出版的引进版童书,从品种数量上来说,以图为主的童书占有较大比例,其次是在国外图书市场上取得成功的畅销书和具有持久影响力的童书名作。国内出版社引进国外童书的原则无非是考虑社会效益和经济效益。对于童书来讲,社会效益往往又是取得经济效益的前提。让孩子看的书首先内容必须健康、积极向上,这样才能让孩子的家长和老师接受,才能具有推广宣传的基础。

国内儿童图书市场上的引进版图书占有一定的比例,但应该说,就少儿图书市场的各细分类市场而言,仍然是原创图书占有主导地位,尤其是原创儿童文学的细分市场。这是近年来中国儿童图书市场的一个比较明显的特征。未来图书市场上引进版童书的品种是增多还是减少,取决于读者的阅读喜好和国内童书原创能力的发展。单从品种比例上来讲,很难说引进版童书就存在,国内少儿图书市场的规模将随着经济发展水平的提高而进一步扩大,引进版童书的数量在持续增长的市场当中究竟会发生怎样的变化,还有待于进一步观察。

徐江(新疆青少年出版社社长)

在童书版权引进方面,那些以灌输孩子友善、分享、同情、亲情理念的图书板块是被挖掘得比较深入,介绍人与自然和谐相处、科普、探险、自立自理方面的图书还有引进的空间。童书引进终会遇到瓶颈,这是符合市场规律和图书发展规律的,不可能无限制扩张。引进是为了增强自我发展的能力,如果没有这个目标和认识,引进无疑是自掘坟墓。

王泳波(江苏少年儿童出版社总编辑)

从童书引进的角度看,益智游戏类图书、科普图书是版权引进的重点。学前教育类比较有市场潜力。目前国内原创童书的选题撞车严重,图书的内容创新还有待进一步提高。引进版图书题材多样,呈现方式多元,而且在出版过程中,出版社会进行本土化的个性加工,所以未来几年不会遭遇瓶颈。

纪秀荣(天津出版传媒集团副总经理、新蕾出版社社长)

从童书引进的角度看,儿童文学、科普、游戏益智、低幼等中国市场热销的板块已经被挖掘得很深入,尤其是各类儿童文学和少儿科普早已成为了兵家必争之地。而哲学、艺术和教育等板块还是有一定发展潜力的。

当然,引进版童书在未来肯定会遭遇瓶颈。一方面是由于较容易实现本土化的图书资源已经被迅速瓜分;另一方面,引进版图书出版节奏快,很多国外的大套系在中国可以在很短的时间内实现出版,而外国作家的创作速度较慢,这势必造成中国出版社在未来引进国外图书时将迎来“等米下锅”的局面;还有一点,中国原创能力在不断加强,中国出版人将更青睐完全符合自己编辑思路的图书出版,因为他们总会在引进版图书中看到这样或那样的不完美,而且引进版图书电子版权授权的限制也将成为它不可弥补的缺憾。等等这些都将使引进版图书在不久的将来遭遇瓶颈。