

国家版权贸易基地版权人沙龙聚焦营销

中国出版传媒报 近日,中国人民大学国家版权贸易基地举办第30期版权人沙龙,主题为“图书版权如何走向海外”。中国人民大学出版社国际合作部主任刘光宇、人民文学出版社对外合作部主任刘乔、北京精典博维文化传媒有限公司董事长陈黎明、中国文字著作权协会总干事张洪波等分别从不同着眼点与现场人士分享了图书版权走向海外的有效途径与热点问题。与会人士表示,需要充分利用各种途径实现“走出去”,既包括国家层面的鼓励政

策、展会平台,也包括目标输出国的使领馆、孔子学院,还应重视发挥作家、翻译家的作用。其中,张洪波特别提出,要重视汉学家的作用,提醒出版社注意积累汉学家的

人脉资源。业者特别提出,在版权输出中,眼光不能仅仅关注在“卖版权”上,还要有营销推广的观念。版权人要有复合能力,从售前推介、售中谈判到售后服务与推广,必须兼顾各个环节。

另外,在数字时代,数字版权的输出被认为是未来的趋势,应该引起业者的关注。文学类图书的海外输出在多方推动下,有望成功“逆袭”。(文)

原创学术著作寻求实效“走出去” “天然英文版”如何运作

在前不久举办的首届中国社会科学学术出版论坛上,与会专家、学者一致表示,中国学术著作能否在国际上获得学术话语权,首先要解决“外语版本”的问题。从目前情况来看,外文版的中国学术著作还十分有限,因此加大力度推进中国学术著作向外文版变脸从而实现走出去的呼声很广泛。但是,优秀的学术翻译者除具备相应的外语能力外,还要有深厚的专业知识基础、文化转换能力甚至需要掌握相应的学术体系。也正因为如此,出版界在学术走出去中往往止步于“译者难觅”一环。可喜的是,目前部分学术著作从撰稿之初就是“天然英文版”,这无疑为中国学术走向世界提供了一条便道。

中国出版传媒报 记者 刘海颖

作者资源是关键 合作项目成推手

上海交通大学出版社国际部李旦告诉记者,该社与施普林格合作的出版项目“中国工程前沿系列”从2007年开始运作,从一开始就是国内学者全英文撰稿。该项目属于开放式选题,最初每年推出两到三本,从2011年后大概保持每年推出七八种。除去合作度过磨合期等因素,国内学者英文撰稿能力的提升也是选题开发频率加快的一大原因。但是,李旦也坦言,能够直接进行英文撰稿的学者目前也不算十分普遍,所以要通过各类途径积极挖掘相关资源,比如跟踪自然科学基金项目、特别留意有海外学术背景的专家,如“千人计划”等;在具体操作中需要进行大量的沟通工作,推动作者进行英文撰稿。多位业者表示,目前,有外文撰稿能力的作者较前些年在数量上大幅提升,但是不同学科领域情况有所不同,如自然科学领域具备外文撰稿能力的作者相对多;人文社科领域相应的作者就少。社会科学文献出版社国际出版分社社长李延玲告诉记者,从该社接触的相关作者来看,经济类学科领域中具有高水平英文能力的作者多,文史哲相对少。该社通过“作者库”维护和扩大相关作者资源。

目前看来,中外合作项目从一定程度上推动了外文原创学术著作的产生,并且已经成为一些出版企业的常规运作模式。除“中国工程前沿系列”外,上海交大社与施普林格出版集团今年共同创办了施普林格进入中国市场以来的第一个合作编辑部——“转化医学合作编辑部”,联合策划出版“十二五”国家重点图书“转化医学出版工程”,该套丛书由很大一部分将实现直接面向国内作者进行英文撰稿。而“大飞机出版工程”中部分产品成功输出到爱思唯尔出版集团后,目前也有作者直接提供英文稿件。又如,浙江大学出版社与施普林格合作的“中国科技进展丛书”、与爱思唯尔集团合作的“中国智能科学与技术研究前沿”等都是近年来在学界和出版界引发诸多关注的英文原创学术著作。

另一方面,国内出版机构独立策划的英文原创学术著作也有出现,虽然数量相对少,但在“走出去”方面同样有相应的优势。北京理工大学出版社海外合作部主任谢娜告诉记者,该社“中外物理学大系”中包含引进和原创两大部分,原创图书中有一部分是中文撰稿,一部分是英文撰稿。针对英文撰稿的图书,该社和外国出版社顺利达成合作,以合作出版的方式推动图书进入海外市场。

运作方式量身定制 兼顾国内外两市场

业者表示,以外文直接撰稿在成本、操作细节、市场推广等方面都需要有针对性的运作方法。中国人民大学出版社国际合作部副主任刘中华表示,英文版在作者撰

写完成之后,需要请外国专家进行审稿和润色,成本比中文版图书要高。加之图书受众较小,销售册数不多。海外版本的版税率也不高,而且成本回收时间也长。如果出版方考虑机会成本并不划算,但是这类书对中国学者在海外建立话语权方面起到的社会效益不可估量。据浙大社版权经理高靖介绍,浙大社与施普林格针对“中国科技进展”系列丛书共同出资150万,设立“浙江大学—施普林格科技出版基金”,这也是国内第一个跨国学术出版基金,这对中国学者在国际出版平台上出版英文学术专著起到了有效的支撑作用,目前相关图书在海外已进入美国国会图书馆和Amazon网站等西方主流市场和媒体,电子书也在施普林格的网络平台SpringerLink付费下载。其实,以英文直接撰稿的高端学术著作在申请各种基金支持上一般都很具有优势,出版机构可由此

缓解成本压力。也有受访者表示,目前部分作者因为也很希望将自己的著作传播到国际学术圈,所以外文版反而成为出版方给予其的附加值,所以至少组稿成本不会增加。在具体实施过程中,除开发作者资源外,一些细节因素也相对复杂,比如有中外合作背景的项目一开始便需要向外方提供包括作者学术背景、研究内容学术地位、读者群等在内的选题计划书,以供对方进行严格的选题评估。编辑工作中,稿件需要有相应学科背景和语言能力的编辑对稿件进行后期处理,这样的编辑人员本身也比较匮乏;并且多数稿件需要找国外专家进行润色,因此生产周期上也会有所延长。李旦介绍,以“中国工程前沿系列”为例,该项目最初运作时完全由上海交大社进行文本编辑,后来经过协议由双方共同承担此项工作,这便大大减轻了此类图书的运作压力。

●数字化在行动

人教版中小学传统文化实验教材配套动漫工程招标

中国出版传媒报 记者近日获悉,由国家文化战略重点课题《中华优秀传统文化传承体系构建研究》课题组主办、中国国学文化艺术中心和中华曲艺网共同承办的国内大型动漫项目——人教版中小学传统文化实验教材配套动漫工程,将于年末启动招标工作。

该项目旨在发扬中国水墨技法民族风格,让中国现代动漫走出一条属于自己的国际化之路;更重要的是其所展示的悠久中国哲学与文化,不仅是面向全国中小学学生传播中华优秀传统文化

文化的优良模式,更是打造国家文化软实力的重要举措。同时,伴随着人教版中小学传统文化实验教材的广泛试用,项目还将尝试光盘、网络、电视、手机等新媒体联动传播的市场模式,项目的实施将为动漫产业开辟一条创新之路。

据了解,人教版该套教材从小学一年级至高二共有17册教材。按课题组工作规划,该项目已聘请我国台湾著名漫画家蔡志忠承担总设计师和总编,将于2014年由由其亲率台湾地区的精英动漫团队重点打造《列子》、

小鹿芮卡开启网络幼教新模式

中国出版传媒报 面对网络教育普及的新趋势,河北教育出版社河北芮卡文化传媒有限责任公司在开发幼儿园课程、打造芮卡品牌产品同时,启动了幼教网络平台建设,以保证为使用芮卡系列幼教产品的用户提供更优良的服务。

记者了解到,芮卡幼教网络平台是一个致力于打造幼儿品牌教育的专业化综合平台,是以弥补当前国内学前教育领域师资力量不均(尤其是县地级以上城市和地区)、教学水平偏差大以及缓解民生所关注的孩子

入园难、收费高等诸多现实问题而策划实施的大型网络文化惠民工程,将为我国学前教育领域增添一个新型网络数字化的教育模式。

芮卡幼教网络平台将通过文字、视频等形式及时发布芮卡教育新动态、新思想,以便用户随时掌握;网站还面向家庭开设了“教子有方”、“快乐书苑”、“智慧之窗”、“营养餐厅”、“睡前30分好故事”等亲子板块;最重要的是,网站充分发挥数字化教育优势,针对学前儿童形象思维的特点,积极开发图、文、声、像并举

西电社获2013年国家文化产业发展专项资金

中国出版传媒报 值西安电子科技大学出版社建社30周年之际,该社申报的《电子信息类高等教育资源新型服务系统》项目入选《2013年度改革发展国家级项目库》后,经教育部推荐,财政部组织的专家评审,获得2013年国家文化产业发展专项资金800万元资助。

据悉,该项目构建以学习者为中心,以专业发展为主线,基

于课程的数字化学习体系,建立我国电子信息高等教育数字化出版、学习平台;同时,实现自身从教育出版商向教育服务商转型,为中小专业出版社数字出版提供借鉴。

相关负责人表示,当下我国大学出版社在数字出版方面面临着定位、模式、技术和人才等各方面挑战和困惑。该社曾多次想启动数字出版平台

《庄子》、《孔子》、《孟子》、《孙子》、《老子》6部共计5000分钟水墨动漫系列节目,其余《弟子规》、《三字经》、《千字文》、《声律启蒙》等7部共3000分钟节目,将招投标选拔合作团队,在蔡志忠及其团队指导下分阶段制作。另外,课题组正在与各省教育主管机构合作,研发地区版国学教材。此次招投标工作,也将面向教育资源研发机构,征召地区版教材配套教学光盘合作单位,实现团队协作、共同研发、共享利润,并以此建立大型跨地区全国传统文化教育协作联盟。(文)

的网络家庭教育拓展模式,将孩子早期教育中所涉及到的语言、艺术、健康、社会、科学五大领域内容,通过数字化手段制作成动漫多媒体互动课程。除了提供优质的课程教育内容外,芮卡幼教网络平台还计划搭建远程互动视频系统。家长可通过该系统与幼教专家、幼儿园在线交流,以方便家长接受到更加专业及全面的家庭教育引导;该系统也可邀请幼教名师以网络互动课堂的形式,直接对幼儿进行在线的互动教学,家长可同时参与进来,加强亲子互动。(海)

的建设,皆因投资太大而搁浅。这次西电社得到国家文化产业发展专项资金的资助,将大大加快数字出版平台的建设进程。接下来,该社扎实推进《电子信息类高等教育资源的新型服务系统》项目建设,力求创造良好的社会效益,开启该社数字出版服务高等教育新纪元,加快高等教育信息化步伐。(文)

在前不久举办的首届“青岛·东北亚版权创意精品展示交易会”上,中国海洋大学出版社参展作品《中国海洋文化史长编》(共5卷)获得创意优秀奖。紧接着,科技部2013年全国优秀科普作品和国家新闻出版广电总局第四届“三个一百”原创图书出版工程入选作品揭晓,该社的“畅游海洋科普丛书”(共10册)一举斩获两奖。这频传的喜报背后,是海大出版社近年来调整出版定位与图书产品结构的有效之举。

“小型出版社打综合牌很难,所以最好选择一条有利于发挥自身优势、具有时代特色的发展道路”。本着这一思路,中国海洋大学出版社社长杨立敏从2010年上任,就将母体大学中国海洋大学的海洋学科优势作为特色发展的基础,从“海洋”出发,“以小做大”,逐步推进——着力打造“中国海洋图书出版基地”品牌,为读者提供系统、全面的海洋类图书。

构建“金字塔”式产品结构

为实现这一目标,海大出版社对图书产品结构进行全面调整,重新诠释自身的海洋特色。杨立敏用“金字塔”来形象描述该社的立体式海洋图书产品结构。“金字塔”的顶端是海洋类高端巨著。除上述的《中国海洋文化史长编》之外,代表性产品还有将于2014年完成出版工作的两个重大选题:一是已运作两年有余,由海大出版社联手中国科学院自然科学史研究所、国家海洋局宣传教育中心共同打造的《中国海洋科学技术通史》;二是经过5年前期运作、由中国海洋大学著名海洋资源学专家陈大纲教授编著的《中国海洋鱼类原色图鉴》。杨立敏表示,这类堪称“巨著”的图书贵在超高的学术含金量,多数图书是填补我国相关领域的出版空白,采取的是“少而精”的出版策略,会给出品牌品牌的树立带来强劲的推动作用,值得投入。据悉,该社对这两项重大选题的前期投入已超过100万元。

大学教材和学术专著是“金字塔”的中端。区别于“不会年年都做”的高端巨著,这类海洋图书产品基本保持三、四十种的年度出版规划,在规模化、系统化的选题扩展中不断提升这一基础板块的市场占有率和品牌影响力。由于海洋类大学教材和学术专著适用对象的“小众性”,此类图书很难成为畅销书,但却可成为畅销的经典图书,如海大出版社的《海水贝壳类养殖学》集成著名海洋贝类学家王汝才教授几十年的教学与研究成果,出版后重印6次,发行量超过6000册;海洋学界著名学者侍茂崇教授、鲍献文教授合著的《海洋调查方法》改版两次,重印7次,发行量也超过6000册;海洋文化研究领域著名学者曲金良教授的《海洋文化概论》已改版

●选题秀

北理工社为畅销漫画推周年纪念版

中国出版传媒报 近期,北京理工大学出版社重磅推出《我用微笑,为你赶走阴霾》一书,该书是畅销漫画《滚蛋吧!肿瘤君》上市一年之计推出的特别纪念版。据了解,新书增补了之前从未披露的珍贵内容,首次公布熊顿部分创作手稿,并甄选网友们的感动留言,传递正能量精神。

除此之外,图书特别附赠《正能量漫画册》,漫画册由近百位活跃于各大动漫网站和微

多层次打造「中国海洋图书出版基地」

中国出版传媒报 记者 刘海颖

3次,重印5次,发行量超过7000册。

“金字塔”的“底座”是海洋普及类图书,这类产品的读者群较广泛,也是目前海大出版社投入力量最多的板块,极大地提升了该社的市场竞争力。其中,“畅游海洋科普丛书”由中国海洋大学校长吴德星教授率领的专家团队历时一年多创刊而成,2011年5月出版发行后,在全国农家书屋工程、中小学图书馆馆配及网上书店销售渠道中取得突破,迄今累积实现实际销售6.3万余套,净利润达300万元;“人文海洋普及丛书”(共6册)自2012年5月首发已销售1.4万多套,净利润达30余万元。2013年5月,“图说海洋科普丛书”(共5册)成功上市,至今销量已超过3000套。“每套丛书的切入角度、呈现形式和目标读者都各有特点,这种差异化细分在完善产品线的同时,也不断拓展了新的市场空间。”杨立敏说。如今年年底即将推出的“魅力中国海系列丛书”(共12册)就从“印象、宝藏、故事”三个角度立体化地展示我国四个边缘海——南海、东海、黄海、渤海的自然风光、丰富资源和民俗文化等。在细化选题内容的基础上,该社还在图书版本上做文章,如“畅游海洋科普丛书”就分别推出了精装本(礼品书)、平装本(市场书)和普及本(馆配书)。

数字出版与合作战略提供发展后劲

面对数字化出版的浪潮,海大出版社及时跟进,其设计的特色化数字出版项目——“海洋科普全媒体出版与展示教育产业化平台建设”项目获得财政部文化产业发展专项资金项目立项,并获资助金额100万元。

该社在探求特色发展过程中,积极寻求合作和支持,已与国家海洋局宣传教育中心和全国涉海高校联盟等建立了长期合作关系,并且获得了国家海洋局和财政部的项目资金支持,增强了出版社发展后劲。下一步,该社将以与国家海洋局宣传教育中心的合作为契机,重点做好“全国中小学海洋意识教育系列教材”、“全民海洋意识教育普及读本”两套丛书,在“特色立社,文化引领”的理念下全力打造“中国海洋图书出版基地”。

博的漫画作者创作,其中有夏天岛工作室、穆逢春、十九番、不二马、特雷西胡、肥志、菊花笑典、易然娘、使徒子、呆呆漫画等,他们用自己的方式怀念熊顿,漫画册同时具有记事本的功能。

该书作者熊顿,1982年出生,因《熟女养成日志》一炮而红,被誉为“中国版的高木直子”,后因罹患癌症而离世。(水天)

