



石油工业出版社有限公司
PETROLEUM INDUSTRY PRESS

多管齐下 促版权贸易 塑国际品牌

近年来,石油工业出版社领导班子提出“走出国门抓选题”的新思路,积极组织参加北京国际图书博览会和主要国际书展,与有实力的国内外相关出版机构加强联系。2006年,专门组织访问团,赴美国开展了“破冰之旅”;2007年又由社领导带队,赴英国、法国、俄罗斯等国开展了“拓展之旅”。通过参加国际图书博览会和访问交流,宣传了出版社的品牌和影响力,也与外商加深了了解,进一步拓展了国际交流合作领域。国际图书博览会是“一个巨大的知识信息中转站,是知识交流、信息传递的枢纽”。石油工业出版社每年坚持选派以版权经理为主的参展团参加主要国际图书博览会,固定参展人员通过长期积累的友谊与信任先交友后做事,有效提高了版权贸易效率。

与此同时,石油工业出版社还围绕“请进来”开展系列活动,与外国版权管理人员和外国作者保持了良好的友谊。爱思唯尔科技图书运营总监 Suzanne BeDell,国际地球物理学家学会(SEG)

地球物理图书部主管 Jennifer Cobb, Woodhead 出版有限公司总裁 Martin Woodhead, 普利策奖获得者、全球能源经济权威专家丹尼尔·耶金博士等外国友人先后多次到石油工业出版社进行友好访问。由石油工业出版社联系组织,爱思唯尔有关人员还到中国地质大学(北京)、中国石油勘探开发研究院等科研院所进行参观访问,并就能源系列图书版权贸易和出版工作进行深度交流。近年来,爱思唯尔已成为石油工业出版社科技图书领域的重要合作伙伴,双方均表示将在新能源领域、经济管理和在职培训等方面加强合作。石油工业出版社还联合中国地质大学(北京)、查尔斯沃思(Charlesworth)中国公司、SEG北京代表处联合举办地质、物探科技论文作者培训班。通过活动,提高了科技人员、广大师生在英文科技论文写作方面的能力和技巧,也扩大了石油工业出版社的国际影响,进一步加强了与国外高水平学术和出版机构的交流与合作。

1

由于引进版权图书的特殊性和复杂性,相对于本版图书,其运作周期更长,加之存在着文化背景上的差异,读者需要更长时间才能接受,因此,对于引进作品往往需要打造独特的营销方案,投入的人力物力也会加大。

科学经营版权引进图书

石油工业出版社注重利用新书发布会宣传、营销重点版权图书,取得了较好的效果。2012年4月26日,石油工业出版社在中国石化工程技术研究院举办了《现代压裂技术——提高天然气产量的有效方法》新书出版首发仪式。通过该书作者、国际能源专家、美国休斯敦大学教授 Michael J. Economides 现场生动介绍,以及与会人员的讨论与交流,实现了很好的宣传效果。2012年4月28日,与法国道达尔公司在中国科技馆的“和谐能源之旅”现场举行了引进图书《石油天然气的未来》中文版发布暨赠书仪式。作者 Pierre-René Bauquis、Emmanuelle 及嘉宾的即兴演讲,让读者轻松地了解了石油天然气的演变历史。2012年9月5日,由石油工业出版社引进出版的能源财经类重点图书《能源重塑世界》一书在北京隆重首发。该书作者,世界能源领域最具影响力的权威专家、美国“能源和增进国际理解终身成就奖”和“普利策纪实文学奖”的获得者,丹尼尔·耶金发表了热情洋溢的演讲,并与现场嘉宾进行了互动交流。

通过多年来的工作积累,石油工业出版社版权贸易形成了多元、立体的网络渠道。一是充分利用国际图书博览会和国内外版权代理机构,配合专业图书编辑从国内市场中寻找需求,适时引进读者急需的图书;二是与专业编辑共同研讨版权图书信息,从有关出版社的出版目录中寻找特色选题,策划、引进重点图书;三是及时了解海外的出版动态、畅销书动向,定期给相关专业编辑提供版权图书信息。

出版社要始终坚持版权贸易是出版的有机组成部分,只有与出版定位相一致,版权贸易才能强化出版定位,增强优势和专业实力,在版权引进与输出中确立自己的品牌,扩大国际影响。

石油工业出版社主要是引进与石油相关图书的版权,积极配合中国石油的发展战略和科技发展规划,关注国外石油专业图书的出版动态,积极搜集国外与石油相关的图书出版信息,对于科技水平较高且对我国石油工业发展针对性强的新版石油类图书,积极推介引进。由于石油专业门类较多,需要相关编辑配合,共同探讨引进图书的选题方向,以及图书输出的方式、方法等,对一些好的具有自主知识产权的图书,要求编辑在第一时间将信息传递给版权部门,以便有的放矢地推介相关图书。

石油工业出版社扩大对外合作是适应中国石油海外业务大发展的需要,通过加强对外合作引进更多的石油科技新技术、新工艺,围绕中国石油中心工作和战略发展,发挥好科技出版的“引领”作用。石油工业出版社密切关注国外先进石油科技图书的出版情况,筛选适合本国发展的先进技术,通过多渠道与国外相关机构进行沟通与联系,引进了一大批国外出版公司的石油技术专著、手册。

近年来,石油工业出版社引进出版了一大批优秀科技图书。成功签订版权贸易合同只是引进工作的第一步,优质的翻译工作、精良的编辑加工、后续的出版发行和营销推广的结合,都是决定能否最终成功引进科技图书的要素。特别是翻译环节,准确而流畅的译文将直接影响引进图书的品质和市场销售情况。《能源重塑世界》一书,不仅在翻译上精益求精,作者丹尼尔·耶金还亲自来北京配合策划了一系列的营销活动,并举办了国际能源热点问题高层论坛,近百位专家、学者就当今能源领域所面临的重大挑战,对能源政治、能源经济、能源金融、能源安全、低碳发展等问题进行深入探讨与交流。凤凰卫视、第一财经日报、财新网、新浪财经、南方周末、中国石油报等媒体对相关活动进行了报道,通过该版权图书引领能源领域的热点问题,取得了较好的社会效益和经济效益。

2

与版权引进相比,科技图书的版权输出是一项更加富有挑战性的工作。中西方语言、阅读习惯和出版体例等一系列的差异,我国现阶段科技水平与发达国家相比存在的差距,以及向以英语为代表的西方国家开展版权输出成本高、收益少的现状,都制约着我国科技图书的版权输出。

推动石油科技图书版权输出

石油工业出版社在“走出去”方面也在努力开拓,通过不断探索和长期努力,与10多个国外出版商建立了业务联系,出版的科技专著已成功进入欧美国际科技和教育出版领域,在中国与其他国家和地区之间双向传播着最新的科技进展。2010年,石油工业出版社石油科技图书版权输出实现零的突破,到2012年,与全球著名出版商爱思唯尔和国际地球物理学家学会达成了17种科技图书的版权输出协议。石油科技图书版权输出到欧美市场,表明我国具有自主知识产权的石油勘探开发理论开始得到国际出版界认可。输出到爱思唯尔的《现代完井工程》一书还被巴西一家出版社看中,正准备出版葡萄牙语版。近年来,石油工业出版社有多种图书获得了版权引进与输出优秀图书奖,并有多人分别获得全国或北京市优秀版权经理称号。发展版权输出图书,要依托自己的核心竞争力培育市场,要利用各种博览会培植自己的“明星图书”。实施走出去战略,有助于培育出版社和专业技术领域的品牌,促进专业技术人才的国际化;有助于提升我国科学技术的影响力,让世界更好地了解中国。这是一条低成本、高效率、互利共赢的捷径。

目前,我国的石油科技在很多方面已经达到世界领先水平。一流的学术插上版权输出的翅膀,才能在海外主流渠道推广、发行,争取得到世界科学界的关注、接受和评价。要加大国内石油科技优秀学者原创英文图书“走出去”的力度,有效扩大石油科技在国际学术界的知名度和话语权。石油科技图书版权输出模式也需要及时转变,具体地说可以从以下方面着手。

当前,我国石油科技图书版权输出面临着经济效益低、语言障碍、输出渠道不畅等现实问题,尤其是很多著作质量

达不到国际标准。像爱思唯尔、施普林格、威利等以学术质量著称的国际出版商,其选题论证标准高。而国内科技类图书很多是从国外学术研究成果中翻译过来的,缺乏原创性,且科技类图书专业性较强,翻译难度大,翻译周期长,翻译成本高,对翻译人员外语水平和学科专业技术要求很高,诸多原因导致石油科技类图书难以进入欧美主流出版市场。针对以上问题,石油工业出版社近年与爱思唯尔、施普林格、威利、泰勒等国际出版公司不断交流沟通,提前介入,从选题策划到翻译交稿都遵循这些国际出版公司的通用做法,为石油科技图书走出国门创造了有利条件。

石油科技图书要真正走进西方相关科技领域,必须借船出海,只有走进国外读者圈子,才能在国外主流领域得以广泛传播,并被海外读者认可,形成国际影响力。石油工业出版社本着“开学习之窗、建交流之渠、搭合作之桥、铺双赢之路”的思路,首先建立与国际出版公司的良好合作关系,利用石油行业优势资源提高石油科技著作的翻译质量和内容原创性,优选符合这些国际出版公司发展规划的图书,用地道的英文多渠道、多媒介直接给外国同行推送相关信息。

培育合适的翻译人员至关重要。版权翻译具有专业性强的特点,只有充分熟悉中外表述,才能传播石油科技新成果,石油科技图书版权输出才能顺利进行。石油科技图书版权输出难,既有科技水平差异等因素,也有翻译水平和文化差异的因素。这就要求出版社根据输出地的特殊性,面向读者,选择合适的图书和翻译人员。石油科技图书版权输出要求我们必须用国际化视野。实际上,找译者、签订翻译合同、校对译文等具体工作都非常重要。同时,时间进度也是保证双方出版公司利益的前提。

另外,版权贸易人员要加强与专业编辑和科研人员的沟通,积极搜集国外相关专业的图书出版信息,对于科技水平较高且对我国石油科技发展针对性强的新版图书,要积极推介引进。石油科技专业门类较多,需要与相关编辑配合,共同探讨版权图书的选题方向,以及图书输出的方式、方法等。定期举办版权图书选题策划研讨会不失为一种好的做法,同时还要制定激励政策,提高相关部门参与图书输出工作的积极性。

4

石油工业出版社65年的发展历程充分说明:始终坚持面向世界,加强与国际出版界和世界著名出版社的交流合作,是石油工业出版社增强国际竞争力的重要途径。

新的经验和成功做法,要在今后进一步坚持和发扬。要立足国内国际两种资源,面向国内国际两个市场,努力打造具有自主知识产权和较强竞争力的品牌,不断加大版权引进力度,扩大自主版权输出,推广高水平学术研究成果。

版权贸易实际上就是经营选题。出版社对版权选题的筛选首先应建立在市场调研和选题论证的基础上,要对国内外市场进行科学的市场调研,紧密结合石油图书的品牌定位和目标市场,结合专业优势,围绕发行部门已形成的图书营销链条来做好版权引进的规划,找准引进版权图书与国内市场的对接口。

要摸清拟引进版权图书的海外市场情况。同时还应与本社对该选题的驾驭能力和市场营销能力结合在一起通盘考虑,找准目标市场,编辑部门与发行部门要通力合作。

无论是版权引进还是输出,抑或互联网环境,都应力争服务于自身的品牌发展,建立长期稳定的合作关系。在此基础上,才能进一步扩大规模,展开多层次的合作。在进行版权贸易的选题策划时,相关部门都应以市场为指向,减少盲目性。需要在自身资源的基础上挖掘市场潜力,将市场中的读者群细分,策划培育图书品牌。

坚持版权贸易不松懈 提升出版社品牌

3

面对网络技术的冲击,书展作为传统版权贸易的重要场所也在发生改变。法兰克福国际书展为完善版权推广服务工作,向参展商提供版权交易目录光盘,同时,也在书展之前、之中、之后提供在线版权交易服务。目前,各大国际书展都全年提供在线版权贸易交易服务,并向非参展商开放。

做好互联网的版权贸易工作

客户可在书展网站上租用电子展台,由此形成了比较完备的服务形式。北京国际图书博览会的一个创举就是开设了网络专区。为了方便博览会期间及日常图书版权贸易,组委会开始创办“BIBF网上博览会”,在“中国在线”网站上搭建“BIBF网上分会场”,提供招展信息和展商服务信息、博览会活动报道、国版及外版可供书目查询、可供版权书目信息及版权贸易情况。石油工业出版社每年都会提供相关版权信息给BIBF,参加BIBF网上博览会,增加了版权交流的机会。

随着互联网信息技术在出版领域的广泛应用,国际出版业正经历一场前所未有的变革。基于这样一个发展趋势,石油工业出版社抓住契机,尽快完成了ERP对版权工作的辅助管理。利用ERP设计某些特殊的字段,打通版权与编辑、发行和财务的接口,采用以数据表格、工作流程报表为载体的流程管理机制,使版权贸易流程分工细致、环节与岗位职责明确,管理中易于量化指标,方便控制整个过程,根据版权贸易内容,利用ERP的标准化、规范化功能优化对日常版权贸易工作的管理。从选题策划与论证、市场分析、定价、成本核算、装帧设计,到资源管理、库存、发行等,一系列规范化的流程化管理有利于保证版权贸易的规范操作,版权报告的完成也就不再是一件难事,精细的项目运作也能保证效益的实现。

