



## 第2届金钥匙绘本创作大赛金奖作品《百鸟朝凤》上市

**中国出版传媒商报讯** 2019年举办的第2届金钥匙绘本创作大赛中,一部极具中国美的原创绘本《百鸟朝凤》摘得金奖,并签定了简体中文版和荷兰语版的绘本出版合约。历经1年的修改和编加,2020年金秋8月,“暖房子”华人原创绘本《百鸟朝凤》(禹田文化出品、晨光出版社出版)华美上市。

这部描绘了中国古老民间传说的绘本,在比赛评审过程中受到中外七位专业评委的一致赞赏。比利时知名童书出版企业 Clavis 出版公司总裁菲利普·瓦里克评价:“我对中国的古老

文化和图案并不熟悉,但我非常渴望了解。《百鸟朝凤》里充满了细节和丰富而有冲击力的色彩,令人印象深刻。让即使不了解这个古老传说的人,也能欣赏其美妙的图画。”

该书讲述了小男孩团子独自一人在家时,经历的一场梦境。在梦中,他穿越时空,领略到中国古代建筑的壮美和市井生活的繁荣,并从白鸪口中得知了凤凰由于勤劳、善良且乐于分享,得到了鸟儿的报答,使自己从一只平凡的小鸟变成了神鸟的故事。绘本内容适合3~6岁儿童亲子共读,以及小学生独立阅读。《百鸟朝凤》用现代手法演绎中国传统之美,集众多艺术创作手法于一身,提升孩子对中国传统艺术的兴趣,同时弘扬了出善良、勤劳、分享、无私等中华传统美德。据悉,该书荷兰语版也将于不久后在比利时出版发行。

(张)

(上接第6版)



## 二十一世纪出版社集团社长刘凯军: “图书+项目”促多维版权输出

2020年,二十一世纪出版社集团力图在已有对外合作关系和合作模式上,拓展广度、延展深度,以图书的版权输出为基本工作,实现作家“走出去”、项目“走出去”和资本“走出去”三方面突破。

**继续加强原创版权输出。**二十一世纪出版社集团积极推动抗疫主题图书版权推介与输出。其中,图画书《白衣超人》自今年4月出版后,已实现英语、意大利语、尼泊尔语、波斯语、阿拉伯语版等语言的版权输出。《一枝一叶总关情:2020年春天抗疫纪事》还未上市,便已获得诸多关注。此外,展现瓷都景德镇时代变迁的“2019年度中国好书”《建窑瓷窑送给你》,也实现

了英文版的版权输出。《科学追梦人》《天使的眼睛》《逐梦九天》等新书出版后,也成功实现版权输出。截至目前,二十一世纪出版社集团已实现版权输出共45种,其中输出至境外40种,输出到港澳台地区5种。

**持续打造作家海外形象。**二十一世纪出版社集团于今年年初启动彭学军作品海外推广项目,对作家进行长期、多语种、持续性的整体包装。《腰门》《你是我的妹》《浮桥边的汤木》等作品已经出版了法文、韩文、日文等多个版本。2020年《建窑瓷窑送给你》英文版计划在BIBF期间推出,并举办“彭学军的文学世界暨《建窑瓷窑送给你》英文版图书发布”线上推介活动。后期我们计划将彭学军的作品输出到更多国家,



## 明天出版社社长傅大为: 以打造精品为核心 全面提升抗风险能力

伯、阿联酋、越南等国家的多家出版公司,就原创精品图书《妈妈,加油!》《爸爸,出发!》等20种图书签订了版权输出协议。同时,与多家出版商就《雪山上的达娃》《寻找鱼王》《中国非物质文化遗产图画书大系》等优秀原创图书达成版权输出意向。除此之外,明天社有16种原创优秀图书实现了繁体字版权授权。

海外出版方面,近一年来明天社有10多种外版书出版上市,其中讲述抗击疫情的图画书《妈妈,加油!》《爸爸,出发!》英文版以及原创精品图画书《小鼹鼠的土豆》《香喷喷的节日》等6种图书的英文版受到当地很多读者的喜爱和好评。此外,入选国家级“走出去”资助项目的出版工作取得较大进展,目前有8种项目进入结项阶段,尚未完成的项目均计划早于合同规定时间提前结项。

**转变“走出去”工作方式 全面提升抗风险能力。**疫情影响之下,出版业充分暴露了现有商业模式的脆弱之处,出版企业若不形成一个新的抗风险模式,即使度过了这次危机,也将遇到新的问题。作为出版工作重要组

成部分的“走出去”工作亦是如此。明天出版社从上世纪90年代起就参加一年一度的博洛尼亚童书展和法兰克福书展,与众多海外知名出版社建立了良好而密切的合作关系,积累了丰富的版贸资源。疫情打乱了常规版贸工作的步调,我们密切关注这些变化,及时调整工作策略和工作模式,通过转变发展思路提高应对“走出去”工作新格局的能力。

即将到来的第27届北京国际图书博览会首次采用线上和线下相结合的举办方式。对此,我们充满期待,并精心准备。针对此次“云展览”,明天社将采用多种形式开展图书宣传推广活动。我们计划举办《寻找鱼王》版权推荐活动,以视频的形式将优质原创儿童文学、版权“走出去”典型代表《寻找鱼王》推荐给更多国外出版社。此外,我们还将BIBF平台上以图文形式进行多种新书的发布及宣传,包括以国家级非物质文化遗产“曹素功墨制技艺”为创作素材的少年成长小说《墨童》、呈现苏南民风民俗和传统文化的《他们的塔》以及以冒险故事形式来讲国史、讲历史的《神龙寻宝队》等图书的发布。

出版社精心遴选了184种人文社会科学图书线上参展,参展品种丰富。活动安排方面,人大社积极与国外出版社联系沟通,采用网络会谈、编辑面谈等多样化形式开展选题策划、图书发布等活动。例如,与泰勒·弗朗西斯出版集团发布《中国信息资源产业发展与政策》等五种图书英文版,与施普林格·自然出版集团发布《中国网络社会研究报告(2016)》等图书英文版,与黎巴嫩数字未来出版社发布《中国经济发展的轨迹》等图书阿拉伯文版和法文版以及举行小童社会系列图书线上签约仪式等。

虽然是线上举办,但是今年BIBF在国内外的影响力和关注程度仍值得期待。这将是一场集版权贸易、出版展示、文化交流、科技融合、阅读推广等为一体的国际文化盛宴,人大社也将在此次书展中,利用自身内容资源、版贸资源、客户资源等优势,在“云上”加深与新老合作伙伴间的沟通交流,进一步将更多的中国主题的优秀图书推荐给国外读者,继续传播中国声音、讲好中国故事,展现特殊时期的中国自信。



## 中国人民大学出版社副社长郭晓明: 加深“云上”交流 展现中国自信

应对疫情对版贸工作影响,中国人民大学出版社从四方面采取措施。

**一是质量优先,兼顾数量。**人大社力争继续保持版权输出数量上的优势,年出版版权数量保持在200种左右,继续扩大合作的国家和语种,借助各类学术和出版活动,加开发合作空白区域和国家。

**二是依托高校,服务科研。**围绕中国人民大学“双一流”建设要求,人大社积极借助国际书展和国际学术论坛,协助学校领导和专家学者参加国际文化学术交流、促进校企合作;协助学校扩大人大学者学术著作的翻译支持力度,进一步扩大人民大学在国际学术界、出版界的影响力。

**三是提升水平,发挥优势。**人大社进一步把“一带

受新冠疫情影响,今年的国际书展大多取消,中国大百科全书出版社原计划的参展出访、书展活动都随之取消或调整。对于新形势新情况,百科社也适时调整,积极应对。

**一是在版贸业务层面,维护及提高国际合作粘度,加强线上业务联系。**对于书展已预约的会谈,版权经理逐一邮件沟通业务情况,把版权会谈从展场转至线上;对于长期合作伙伴,我们通过邮件、微信等方式了解彼此最新出版信息、发送或索取样张,并进行评估、报价、洽谈合同条款等,及时达成合作;对于重大合作项目,双方通过线上视频会议的形式,隔屏面对面沟通细节。从某种程度上讲,版贸业务交流也成为特殊情况下各国之间相互了解的一个窗口。

**二是借助书展等国际线上线下平台,拓展业务,落实营销推广活动。**百科社《穿越时空的中国·大运河》数字影像展今年9月初在2020年中国国际服务贸易交易



## 四川文艺出版社副总编辑宋玥: 关注版贸图书主题取向 紧跟版贸线上交流趋势

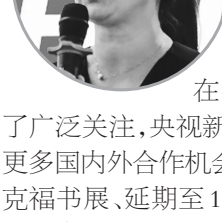
今年,国内外先后因为疫情原因停工,几大国际书展也喊停或转为线上,对于版贸信息沟通、合同谈判,包括各种资料、样书寄送都有很大影响。四川文艺社基本还是通过邮件、电话等方式在与客户保持联系对接。但是直接面对面交流对图书的版贸工作本身还是很重要的,视频会议可以解决部分问题,但时差仍是横亘其中的大难题。

**疫情影响版贸图书主题取向。**从文学角度来说,治愈类的轻小说、散文,关注环保和未来人类命运的科

幻题材相对比较受到欢迎。例如四川文艺出版社的《万物生灵:冯骥才给孩子的散文》就被多家国外出版社关注到。

今年的2020北京国际图书博览会上展会,四川文艺出版社积极组织与参与前期准备工作,充分利用此次书展云概念特点和互联网优势,共上传版权书目50种,其中新书25种,同时还将于展会期间发起5场以直播为形式的国际交流活动。此次网上书展所遴选的图书皆聚焦中国传统文化、精品文学作品以及决战脱贫攻坚主题等,将利用这次云书展模式向世界各

## 中国大百科全书出版社副总编辑蒋丽君: 以百科特色内容为本 以传播为要、创新为魂



会上亮相,同时宣布图文纸质书《穿越时空的大运河》各语种版本在英国、德国、美国等多国上市,引起了广泛关注,央视新闻联播等多个栏目报道,也收获了更多国内外合作机会。对于北京国际图书博览会、法兰克福书展、延期至12月的香港书展和国际新闻出版合作大会,我们根据其线上及线下参展的要求,线上积极上传版贸书目、联系会谈,落实“BIBF阅读季”四场直播活动、作者雪漠的线上作家见面会以及《穿越时空的大运河》主创谈;线下策划组织单霁翔院长《我是故宫“看门人”》繁体字版发布会、《中国儿童太空百科》英文版出版发布会;并协助组织国际新闻出版合作大会的分论

坛,以期加强交流与合作,寻求新的机会。通过适时调整和不努力,百科社版贸工作受疫情的影响已降至最低。今年至今已出版版权136种,与去年同期相当。特别是上半年刚出版的新书《我是故宫“看门人”》已输出5个语种版权,《医生仁心:中国医学界院士口述访谈》已输出10个语种版权。

未来,百科社将密切关注疫情发展,积极配合国家防控疫情大局,服务于文化“走出去”战略,继续坚持以内容为本,以百科特色内容资源夯实国际化的基础;传播为要,以落地项目推动国际化工作高质量发展;创新为魂,以创新思维积极探索国际化发展新途径,通过线上沟通协作等方式积极开展国际业务,共克时艰,共创新机。

地的海外出版商集中展示和推介四川文艺社的优秀出版物。

**紧跟趋势巧用云书展平台。**随着海外疫情的持续,网上展会形式的书展以其不受时间、空间限制,覆盖面广,即时交流等优点势必成为现阶段各类海内外国际性书展的主要开展形式。我们在体验的过程中,对目前各书展的线上平台有一些使用上的心得和建议:一是网页界面有待优化,帮助使用者更直接、高效地浏览;二是希望分类更加清晰化,以便使用者精确锁定目标。三是在国际交流中是否能考虑到时差和海外使用者习惯问题,开发相应的程序软件。同时我们自身也会投入更多精力制作适合线上交流和展示的图书资料,包括音视频等,用多媒体方式展现更多图书内容,相信这也是未来图书版贸交流的一个趋势。



## 安徽少年儿童出版社社长徐凤梅: 守正创新 推动出版“走出去”

2020年初以来,新冠疫情对世界各国都产生了巨大影响,人们的阅读习惯和阅读需求也发生了重大变化。针对疫情影响,安徽少年儿童出版社及时调整“走出去”工作思路,一方面,继续围绕国家外宣政策要求,坚定精品原创内容导向;另一方面,充分运用新媒体和多种介质,创新版权贸易模式,推进“走出去”工作更上一个新台阶。

**结合品牌和产品线建设,加强“走出去”内容的国际化。**安少社深耕“走出去”优质选题,致力于将内容做优做强。2020年伊始,安少社便策划出版了一批“走出去”主题图书,如《我爱你,中国》《画说中国共产党党史》《爸爸的菜谱》《邦金梅朵》;还有以抗击新冠疫情为主题的《我和小素》。此外,安少社还储备了20多个“走出去”重点选题,如“小小自然图书馆”第二辑、“熊猫日记”第二辑、“新孩子系列”等。在选题策划及编辑加工阶段,我们邀请专家反复探讨和完善,为能更好地兼顾内外两个市场出谋划策。

国际组稿、跨国合作是安少社打造国际型选题的另一种思路。“杨红樱童话绘本系列”就是中法作家与出版社之间火花碰撞最成功的尝试,该书出版后,版权成功输出到美国、日本,并获“CBI”“经典中国”资助。目前,“杨红樱童话绘本系列”第二辑已经创作完毕。由薛涛和英籍画家都蓉联袂打造的《脚印》,是讲述留守儿童生活的绘本。为使该书内容更具有国际化视野,安少社邀请了外国专家共同打磨,为后期版权推广起到铺垫作用。

借助引进畅销书的成功经验,打造原创爆款图书是安少社选题创作国际化布局的新尝试。如安少社的“中国经典动画珍藏版”系列图书,在薇娅直播间10分钟销售3万套。该选题灵感源于引进版“小小自然图书馆”系列图书。目前,安少社正在联系中外插画师进行组稿,打造“小小自然图书馆”第二辑原创版,并将作为“走出去”重点产品对外推荐。

**充分运用新媒体、新技术,创新“走出去”模式。**疫情时期,国际书展相继取消或改为线上,安少社积极拓展国际资源,危中寻机,线上线下活动相结合,充分运用新媒体、新技术,创新“走出去”新模式。一方面,积极主动推荐适合“走出去”的产品,通过制作内容翔实的英文书讯、短视频,定期向合作伙伴线上推送;另一方面,向CBI网站、IPR平台、意大利博洛尼亚国际童书展官方网站等专业平台上传版权推介图书信息,并将一批英文视频和PDF投放在阿里巴巴国际站,效果初显。

在意大利博洛尼亚童书展开幕当天,安少社《砂粒与星尘》一书实现意大利文版权输出云签约。伦敦书展期间,《面包男孩》实现阿拉伯文版权输出云签约。《一只蚂蚁爬呀爬》《蜘蛛先生的葬礼》等原创图书版权已输出至新加坡、智利、伊朗、意大利等国家。《砂粒与星尘》还实现了波斯文、西班牙文、阿拉伯文的版权输出新突破。

值得一提的是,《熊猫日记》启蒙图画书系列的AR版权通过云签约输出至英国,该项目还登上了美国《出版视角》杂志最新一期的“精选全球版权输出作品”新闻。这是中国作家作品首次被制作成AR图书走向全球。英国Inception公司将把该系列首推的“春天的故事(10册)”电子内容制作成AR图书,加入其独立开发的Bookful App,并在全球范围内推广发行给超过百万的订阅用户。该系列“走出去”是安少社在疫情之下积极开拓的新型版权合作模式的成果,不仅丰富了出版物内容的输出形式,也可能是未来几年版权合作发展趋势。

**强强联合优势互补,构建“走出去”新型关系。**寻求国内外优秀的专业出版社和代理机构,构建新型合作伙伴关系,强强联手,合作共赢是安少社“走出去”的一种新合作模式。除与越南、黎巴嫩、日本等重要合作伙伴保持紧密联系,安少社还加强了与中图公司、新加坡圣智学习、埃及希克迈特公司建立战略合作关系,线上定期对“走出去”重点产品和项目进行梳理和规划,首次实现了对伊朗、意大利、西班牙语版权输出。安少社与五洲传播出版社签订的《欢乐中国年》一书英文、西班牙文版权,利用合作方的专业优势和海外发行渠道打造“走出去”的新模式。截至目前,该书的英文版印刷量达到了1万册,西班牙语2000册,这些图书正借助五洲传播出版社在国际渠道的优势,走向世界各地。