

CHINA PUBLISHING & MEDIA JOURNAL

中国出版传媒商报

(原《中国图书商报》)

2020年11月13日 星期五 第2672期 国内统一刊号CN11-0282 邮发代号1-217 国外代号D-4584



著作权法修改 明年6月1日起施行

11月11日,第十三届全国人民代表大会常务委员会第二十三次会议通过《全国人民代表大会常务委员会关于修改〈中华人民共和国著作权法〉的决定》。《决定》自2021年6月1日起施行。修改后的著作权法大幅提高侵权法定赔偿额上限,完善作品的定义和类型,进一步维护创作者的合法权益。

著作权维权“得不偿失”,是当前著作权保护的一大难点。新修改的著作权法规定了一系列惩罚措施,大幅提高了侵权违法成本。对于故意侵权,情节严重的,可以适用赔偿数额一倍以上五倍以下的惩罚性赔偿。权利人的实际损失、侵权人的违法所得、权利使用费难以计算的,由人民法院根据侵权行为的情节,判决给予五百元以上五百万元以下的赔偿。新修改的著作权法还对“作品”的定义作出了调整,将现行法律中“电影作品和以类

似摄制电影的方法创作的作品”的表述修改为“视听作品”。这意味着著作权保护的范围进一步扩大,网络短视频等新类型作品将获得有力的法律保护。

针对监管部门执法手段偏少、偏软的问题,新修改的著作权法规定,主管著作权的部门对涉嫌侵犯著作权和著作权有关的权利的行为进行查处时,可以询问当事人,调查与涉嫌违法行为有关的情况;对当事人涉嫌违法行为的场所和物品实施现场检查;查阅、复制与涉嫌违法行为有关的合同、发票、账簿及其他有关资料;可以查封或者扣押涉嫌违法行为的场所和物品。新修改的著作权法还明确,为保护著作权和与著作权有关的权利,权利人可以采取技术措施。

(据新华社)

销售首逾1000亿,重印率首逾55% 数据新高诠释产业高质量发展

关键词 出版物纯销售 图书总印数 再版重印率

■中国出版传媒商报记者 文东

出版物纯销售数量、 金额双晋阶,同创史上新高

销售数量首逾80亿,达83.04亿元,销售金额首逾千亿,达1059.92亿元,均为史上之“最”;人均购书5.93册,逼近6册纪录。

出版物发行业直接作用于广大民众,是出版业接受市场和社会检验的前沿“阵地”。前几年,出版物发行业曾一度陷入比较艰难的境地,遭遇双重挑战:一是数字出版、移动阅读发展带来的阅读方式转变,对纸质出版物销售的冲击愈演愈烈;二是经营成本加大,网络销售冲击,使实体书店网点减少,运营式微。

进入“十三五”时期,特别是2016年中宣部等11部委联合下发《关于支持实体书店发展的指导意见》后,一些

国家新闻出版署新近发布的《2019年新闻出版产业分析报告》和《2019年全国新闻出版业基本情况》,系对中国新闻出版业最新的、权威的年度盘点,诸多数据折射了新时代中国新闻出版业的亮点纷呈,而其中最具代表性、与广大受众关联度最强的出版物发行和图书出版两大产业类别的新高数据,更凸显了新闻出版业的高质量发展。

地方政府部门陆续出台相关扶持政策,实体书店逐渐“回暖”、复苏,迈出融合发展新步伐,至“十三五”中期成效渐显。2019年更是再上层楼,多项数据显示前所未有的全面回升:全国共有出版物发行网点181106处,同比增长5.57%;其中新华书店网点10138处,同比增长5.70%。出版物发行实现营业收入3196.54亿元,同比增长2.57%;实现利润总额260.04亿元,同比增长3.71%。营业收入在新闻出版业中所占比重为16.92%,仅次于印刷复制业,比重同比扩大0.24个百分点,为当年新闻

出版业中比重增长最大的产业类别。反映出版物流通总规模的年度总销售数量233.15亿册(张、份、盒),同比增长7.40%,总销售额3565.50亿元,同比增长10.96%。

特别是直接面向广大民众的终极销售——出版物纯销售更是实现了两个历史性的跨越:销售数量首逾80亿册,以83.04亿册(张、份、盒),跃上新阶;销售金额首逾千亿大关,以1059.92亿元,跃上新阶。这两个新高也是新中国70年来之“最”。销售数量和销售金额双双跃新阶,而且同比分别实现逾7%的增长,销售数量增长7.77%,销售金额增长7.87%。在冲击、挑战不衰的情况下,销售数量能取得逾7%的增长,特别难得,这也是“十三五”时期,出版物纯销售数量最高的一个年度增幅(见第4版图1)。

出版物纯销售数量既不含重复计算,又不含价格因素,是对出版业为广大民众提供优秀文化供给的直接的真实、准确反映。“十三五”期间,出版物纯销售数量实现持续递增,其价值、难度怎么估量也不过分。因为就在“十三五”前,出版物纯销售数量曾是困扰行业多年的一个“弱项”:在出版物纯销售金额持续递增的同时,出版物纯销售数量数度下降、徘徊,年度销售数量与销售金额呈逆向走势的“窘境”挥之不去,出版物发行业曾一度如履薄冰。

(下转第4版)

海外出版商在用AI做什么?

■中国出版传媒商报记者 渠竞帆

近几年,中国、日本、英国、欧美等国先后将人工智能(AI)确定为国家战略,对AI的资金投入逐年攀升,以此提升国家竞争力。中国也早在3年前就加入了AI创始国行列。至今中国已成为全球范围内AI研究领域最大的参与者。作为消费者,我们的日常生活已经被AI包围,每天都在接触着AI。通过地图软件了解如何避开交通堵塞,找到去办公室的最近路线;过滤掉垃圾邮件;在网站上像机器人一样提问;得到音乐上的建议;得到工作上的建议;了解到其他消费者都做了什么,等等。这些交互信息帮助我们从与系统的互动中找到答案。与此同时,AI技术在出版业也有愈来愈广泛的应用,为企业和用户提供更多的应用场景。

该报告显示,英国大多数出版商从2017年开始对AI技术进行投资,在出版社内部成立小型AI研究团队(其中有一半的出版社将AI业务团队设在英国本土),或者与AI技术公司和大学研究人员共同合作进行AI的研发应用。

(下转第7版)

第六届浙江书展在甬闭幕 线上线下深度融合打造云上书展新品牌

■中国出版传媒商报记者 王少波

11月8日17时,随着最后一位书友依依离去,为期3天的浙江书展在宁波国际会展中心闭幕。

一场盛会,满城书香。据组委会数据统计,2020秋浙江省“云馆配”图书展示会,实现馆配订货码洋1.05亿,同比增长2720万元,增幅达35%。浙江全省主会场分会场共实现销售912.1万码洋,其中主会场举办活动39场,邀请到名人名家45位,实现销售

141.45万码洋,人流量5.78万人次。另外,线上直播活动87场,线上参与人次50余万,实现销售200多万码洋。

正如中共浙江省委宣传部常务副部长来颖杰认为,浙江书展正成为颇具特色的书业品牌盛会,成为深受群众喜爱的文化节庆活动。今年是浙江书展永久落户宁波的首年,也是其举办的第6届。“书相伴,心自远”确定为浙江书展永久主题,以“阅领生活,香飘窗口”为年度主题。走进书展,到处都充满了浓浓的书香。

(下转第3版)

全国城市出版社第33届社长论坛探究
2020童书原创路径不完全解构
跨境电商逆势发展图书市场助力寻找新蓝海

编辑:董琦 排版:艾林

P2
P5
P9


建党百年,脱贫攻坚创世纪奇迹 文化自信,出版迎接高质量发展

宗旨和定位:

北京图书订货会宗旨是为出版发行行业服务,为会员单位服务,为全民阅读服务,为出版融媒体产业服务,为图书馆和馆配商服务。定位是做好出版的成果展示和展销商订货,引导出版行业创新发展,交流出版市场信息,促进出版科技应用,助力全民阅读,宣传企业形象,推动华文出版繁荣发展,让中国出版物走向世界,是中国出版的风向标。

主办单位:中国出版协会 中国书刊发行业协会

承办单位:北京盛会文化交流有限公司

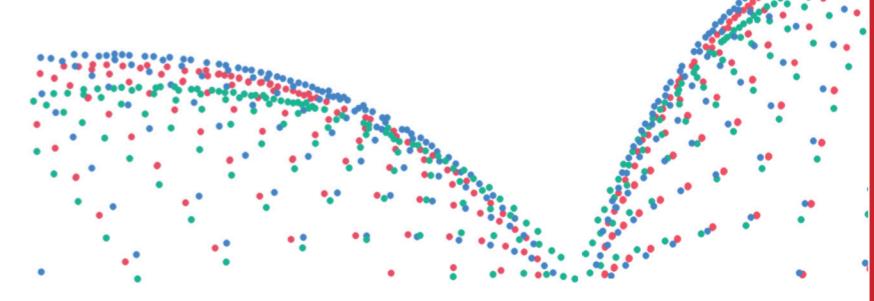
800多家华文出版单位40万种图书

2500家馆配商、发行商、新华书店、华文书店
农家书屋和政府采购机构

订货会展区设置:

省团、港澳台、文教、社科、科技、经济、古籍、美术、文图联、少儿、馆配、民营书业。

官方网站



34th
2021
北京图书订货会
BEIJING BOOK FAIR
中国出版风向标
China Publishing wind vane

地 点:中国国际展览中心(老馆) | 北京
时 间:2021年1月14日~16日

2021北京图书订货会将升级为『融合型展会』

中国出版传媒商报讯 11月10日,2021北京图书订货会在京举办首场新闻发布会。记者从会上获悉,由中国出版协会、中国书刊发行业协会主管主办、北京盛会文化交流有限公司承办的第34届北京图书订货会将于2021年1月14日~16日在中国国际展览中心(老馆)举行。中国出版协会常务副理事长刘建国、副秘书长刘丽霞,中国书刊发行业协会副理事长王宏经、副秘书长鲍黎钧出席发布会。

2021北京图书订货会是疫情防控常态化下,国家“十四五”规划开局之年的首场图书出版行业盛会,将围绕国家“十四五”规划建议的要求,以“建党百年,脱贫攻坚创世纪奇迹;文化自信,出版迎接高质量发展”为主题,以高质量出版助力全民小康社会可持续发展,迎接中国共产党建党100周年。

订货会将展示图书40万余种,参展出版物载体呈现多样化,纸质图书、电子书、网络版、新技术应用载体的读本应有尽有。

本届组委会联合主办的系列活动将更加务实,聚焦行业发展难点和热点。订货会的高层论坛、中国出版发展报告会等一系列高端活动传递行业发展政策信息。除了继续举办三项“十佳”评选活动,将新增“十佳”图书销售分会场评选。还将尝试邀请外省书店设立分会场,充分调动订货会品牌优势。2021中国书店大会暨“新时代杯”中国书店致敬盛典、“2021年阅读X”论坛、红沙发系列访谈“大家读好书”和“新书发布”系列主题活动、2021全国馆社高层论坛、第十届中国民营书业峰会、全国高等教育教材峰会及作家见面会等一系列文化交流活动,整体展现后疫情时代出版产业创新发展的新局面。

随着融合发展的不断深化,北京图书订货会将升级为“融合型展会”。中国出版协会和快手联合举办的“创作者培训”图书销售大赛将在此期间颁奖。许多活动将采取线下线上同步或同播的形式进行,形成“线下展示、线上传播,主场交流、分场销售”的订货会新格局。邀请网红主播和直播营销机构,利用视频传播优势,发挥带货直播功效,让订货功能再次走进展货会。

本届订货会是疫情防控常态化下的第一届,组委会专门成立了疫情防控小组;使用腾讯会议室开展订货会自选展台工作,减少参展单位人员往返北京;管理措施与国家卫健委和北京卫健委保持同步,加强订货会期间防疫措施和设备的部署。

(穆宏志)