

北京汇林印务有限公司及其产品 荣获2020年度“北京印刷质量优质品牌”称号

中国出版传媒商报讯 近日,记者在2021年北京市印刷质量管理工作会议上获悉,北京汇林印务有限公司及其印制的557种产品荣膺北京印刷协会颁发的2020年度“北京印刷质量优质品牌”称号。其中《马祖尔物理学·实践篇(上)》《义务教育教科书·中国历史·七年级(上册)》因其印刷精美、制作精良、质量最佳,分获“北京印刷质量知名品牌产品”和“北京印刷质量知名品牌提名产品”奖。同时,又分别被北京印刷协会确定为2020年度“中国出版政府奖推荐产品”和“中华印制大奖推荐产品”。另外,其印制的

出版实务中如何规避著作权法律风险

2020年11月,历时10年、万众瞩目的《著作权法》第三次修改终于落地。本次《著作权法》修改,在很多方面意义深远,例如加大了对网络空间著作权保护的力度、完善了著作权合理使用方式、大幅提高了侵权法定赔偿上限、明确了惩罚性赔偿原则等。尽管新法对“出版”相关内容未做实质性修改,但作为与出版行业息息相关的一部法律,《著作权法》的修改对行业发展的影响毋庸置疑。当前,随着出版单位转型升级步伐加速,其面临的著作权法律风险更加复杂,一本书从选题策划、出版合同签订,到三审三校、内文排版、封面设计、营销发行,再到国际版权合作、配套数字产品开发等衍生环节,可以说各个阶段都隐藏着相关法律风险。本文从实务出发,针对出版重点环节的著作权隐患,提出相应防范措施,为出版单位有效规避经营中的著作权法律风险提供可行性建议。

■张新娟

规范签署出版合同,防范无效授权法律风险

依据《著作权法》规定,出版者出版图书应当和著作权人订立出版合同。出版实践中,出版单位主要是通过与著作权人签订出版合同的方式获得权利人对其出版行为的授权,即获得作品的专有出版权利,因此,签订真实有效的出版合同是出版者获得无瑕疵授权的前提,也是出版行为依法合规的基础。出版行为的授权主体即著作权人是出版合同的法定主体,包括作者以及其他依法享有著作权的自然人、法人或者非法人组织。实践中,当出版合同著作权方签署人不符合法律规定时,则可引发出版合同无效,进而产生出版行为无合法授权的法律风险。例如,著作权人明明是作者,但出版合同却由作者所属单位的法人代表签署并加盖单位公章,在没有作者书面授权其他人代签的情况下,这个合同即便签署,实质上也不会产生任何法律效力。

防范上述风险,需要出版单位加强出版合同管理,规范合同签署各形式要件。例如:如果著作权方是自然人,应当由本人或其授权的人签名;如果著作权方是法

人或非法人组织,应由法人或非法人组织授权的人签名并加盖单位印章;对于合作作品,著作权方应提供全体著作权人签署的授权委托书;对于委托作品,著作权方应出具该作品的委托创作协议或相关权属证明文件;对于法人作品或者著作权归属法人或非法人组织的职务作品,应要求授权方提供权属证明文件,通过证明文件厘清法人或非法人组织与作者之间就权利归属、作品署名、稿酬支付等方面做的约定;对于翻译、改编、注释、整理、汇编已有作品而产生的演绎作品,需要获得原作品著作权人的书面同意材料。

严格执行内容审查,规避出版物侵权风险

出版物侵权风险主要表现形式是出版物内容涉嫌“抄袭”。这种因为作者的侵权行为而引发的风险,即便通过出版合同约定由作者独立承担侵权责任,权利方也可以要求出版者承担连带责任。实际工作中,被侵权人往往从有利于权利主张的角度出发,将出版单位列为唯一的诉讼对象。出版单位之所以要承担侵权责任,是因为出版单位具有对出版物内容审定把关的职责,实务中各出版社主要通过执行对出版物内容的三级审读制度予以落实,审读重点通常情况下集中在对书稿内容的政治、学术质量以及编辑出版业务审查方面。

为规避上述风险,出版社在执行三审制度过程中有必要加强对作品著作权权利状态的审查,即对作品内容是否存在著作权侵权情况要加强审核把关。例如,编辑在对文稿进行审读和文字处理时,要始终绷紧“是否可能侵犯著作权”这根弦,留意引文出处,检查书稿引文是否属于法律规定的合理使用情况,即引用目的是否为介绍、评论某一作品或者说明某一问题,所引用部分有没有构成书稿的主要部分或者实质部分,书稿中有没有标明被引用作品的名称、出处、作者的姓名等信息,最后一点非常关键,常常被用来区分抄袭与合理引用的界限;审读过程中,如发现书稿为汇编作品,需要审查原作品著作权授权情况;如发现书稿中使用了摄影作品、美术作品,需要进一步查明著作权归属,如属于第三方,则需要获得授权方能使用;等等。此外,文献检测查重系统目前广泛应用于各类学术论文的检测查重,对于出版单位来说,同样可利用这类系统对接收的书稿进行审查,以初步判断书稿有没有涉嫌抄袭的内容。

《抗美援朝》等25种产品获2020年度北京市印刷工业产品质量监督检验站颁发的“优质品”奖。

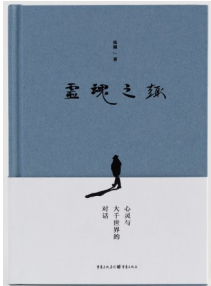
据悉,北京汇林印务有限公司隶属于中原出版传媒集团公司旗下的中原大地传媒股份有限公司,主营业务为出版物印刷、其他印刷品印刷、包装装潢印刷品印刷,兼营普通货运、纸张销售、纸制品、广告制品、装订印刷品、技术进出口、代理进出口。该公司负责人在接受记者采访时说,近年来,公司一直秉承质量至上、客户第一、绿色发展、诚信经营的生产和经营理念,努力打造管理高效、业绩一流的生产和管理团队,上下一心严把产品质量关。公司将以此次荣誉为契机,继续发挥北京市“出版物印刷服务首都核心功能重点保障企业”的示范引领作用,做到守正创新、弘扬匠心,印好书、济天下。

(晓 东)

中国出版传媒商报讯 4月29日,由重庆出版集团出版的《灵魂之趣:心灵与大千世界的对话》新书研讨会在重庆举办。中共重庆市委宣传部副部长、市文明办主任马岱良,重庆市文联原党组书记、重庆市评论家协会原主席、一级作家蓝锡麟,重庆市新闻出版局原局长、市政协学习及文史委员会原主任、一级作家杨恩芳,中国作家协会会员、重庆工商大学文学院教授傅德岷,著名诗人、鲁迅文学奖获得者、一级作家傅天琳,上游新闻悦读频道主编、重庆晚报副刊部主任、重庆市全民阅读推广大使胡万俊,重庆市档案馆档案收集整理处副处长余艳红,重庆出版集团党委书记、董事长、总编辑陈兴芜,重庆出版集团副总编辑郭宜等出席会议。重庆市作家协会党组书记、驻会副主席、中国作协全委会会员辛华发来书面祝词。

《灵魂之趣:心灵与大千世界的对话》是一部有哲理、有内涵、有灵韵的优秀诗歌散文作品集,也是作者张刚对生活、工作、人生的最新感悟和心得体会。全书共计26万字,五大板块、110篇诗歌,主题明确,立意高远,内容深刻,文字清新、活泼、风趣,富有较强的感染力和吸引力。

该书既有作者对国家大事的关心、对家乡故土的思恋,又有朋友间的嘘寒问暖,更有师生之间的教学相长。这些是作者对生活、工作、人生的哲思,闪烁着友爱、智慧、理性、正直的思想光芒,流露出作者对祖国与故乡的热爱之情、对人与人之间真挚情谊的珍重、对自己兴趣爱好艰苦执着、对美好生活的无限热爱。该书是重庆本土原创诗歌文学作品的最新力作,其编辑出版将推动原创文学的不断发展与繁荣。该书的创新之处是每篇诗歌后,都附有一篇杂记随笔式的散文。正如著名诗评论家吕进所说:“清新,干净,富有理趣,是这本诗集的三个吸睛之处”。(穆宏志)



(上接第1版)

年报显示,2020年22家上市书企中,有12家企业营业收入和6家企业净利润同比下降。山东出版、新华传媒、新经典、城市传媒、世纪天鸿以及天舟文化的营业收入与净利润同比下降。天舟文化在年报中解释道,受疫情影响,新游戏业务的研发、推广受到诸多阻碍,产品上线时间推迟,同时,部分老游戏收入较上年同期出现不同幅度下降。其次,报告期对并购产生的商誉计提减值准备7.71亿元,对四九游确认投资损失1.18亿元,导致公司净利润大降。新华传媒由于音像制品全年销售与报纸广告代理收入的双向下降,报告期理财产品到期净赎回额较上年同期大幅减少,导致其由赢转亏。

布局线上 文娱渐成新力量 在线教育受资本热捧

疫情让数字消费成为常态,在倒逼整个行业变革的同时,也为数字阅读习惯和新兴文化消费的培育带来机遇。上市书企深入思考数字出版、产品服务、营销模式、提质增速等各方面问题。这既是疫情期间出版业的自救,也是对社会的回馈和知识服务的支撑,更是资本的嗅觉对优质潜力股的反馈。

2020年,短视频平台抖音、快手,内容社区小红书,内容平台B站等大规模介入图书销售,众多出版机构入驻这些新媒体内容电商平台,新书销售渠道渠道崛起,发挥重要作用。在“宅经济”的带动下,2020年线上文娱市场规模不断扩大,吸引越来越多的资本关注大文娱赛道:一是资本助推下的大公司格局出现变化;二是多方资源整合加剧,基于网文IP的改编业务受瞩目。

归属母公司股东净利润方面,中文在线再次以净利润同比增长108.11%的成绩登上榜首。其次是掌阅科技,得益于阅读业务的收入增长,也与IP衍生、变现能力有直接关系。报告期内,掌阅科技大力发展“掌阅文学”内容孵化生态体系,并获得字节跳动11亿元的战略投资。

2020年线上教育模式成为刚性需求,在线课程、直播课程等的智能化、场景化、服务化探索进程加快,在线教育成为各类资本关注的焦点,出版企业也加大了对在线教育平台的投资运营力度。

2020年,凤凰传媒初步确立了统分结合的融合出版精品生产体系,旗下教育科技公司的“凤凰易学”项目已完成400多种教材教辅产品的数字升级,江苏省中小学语音学习系统用户人数突破630万,较上年增长140万,全年实现销售收入超2300万元。其子公司收购学科网,并通过学科网吸引到好未来3000万美元的投资,这是一次体制内和体制外的跨界联合。中国科传面向K12用户开发的“状元共享课堂”“智慧书苑”等数字平台或产品内容资源大幅增长,全平台合计注册用户数量超过1000万人,销售收入实现较快增长。

挺拔主业 彰显出版主流价值 延伸多业态商业触角

据商报·奥示数据,2020年图书零售市场(新华系实体书店及部分主流电商)销售数量同比下降11.98%,销售码洋同比下降1.71%,市场整体规模约980亿元。2015~2019年,图书零售市场一直呈增长势头,2020年受疫情影响,中国图书零售市场码洋规模首次出现负增长。从不同渠道来看,网店渠道继续保持正向增长,2020年度销售同比增长2.82%,码洋规模约620亿;线下门店受疫情影响明显,2020年度销售同比下降13.29%,码洋规模约360亿元。

2020年的这场“大考”让出版人深感压力,同时也催生了出版企业加快布局营销新业态。报告期内,多家上市企业凭借多年来沉淀的内容生产能力和优质资源存量,在震荡中快速恢复,挺拔主业,立足于自身IP和渠道特点,厘清“市场”和“内容”,进而以全新的产品形式和运营模式重回读者视野,传统品牌就此实现全新价值定位。

中国出版坚决稳定经营基本盘,保持挺拔主业的定力。年报显示,2020年公司共出版图书1.86万种,重印率约为65%;单品种效益稳步提升,销量30万册以上图书51种。同时,加大力度推动营销发行集约化,线上营销常态化,公司及所属各子公司于“4·23”期间策划近百场线上阅读推广活动,带动同期销售规模同比增长8.3%。并积极拓展自营渠道,线上自营销售码洋首次破亿,同比增长47.2%。

作为上市书企中的“新兵”,中信出版以主题策划与原创选题开拓为重点,深度挖掘潜在IP,拓展出版物的多元化表现形式,提供优质儿童阅读启智作品和成长阅读教育,少儿出版板块实现营业收入4.14亿元,同比增长31.39%。同时,出版共享平台初步搭建生态产业链体系,构建了电商平台、社群、直播、视频号、异业合作等线上销售矩阵,提升了疫情下的抗风险能力。

南方传媒实体网点建设改造成效显著,2020年新建或改造门店14家,目前已拥有“四阅”“书笙”“渡”“泊”“吾悦”等书店品牌,并与广东团省委合作共建的吾悦·文化空间书店集阅览、培训、阅读服务、文化欣赏、文化休闲于一体,是政企合作共建的成功典范。

读者传媒旗下的《读者》移动客户端“读者蜂巢”,免费开放杂志近3年的经典内容,覆盖线上1400万订阅用户,将用户阅读的使用场景向线上转移。截至2020年8月,《读者》新媒体矩阵内容全网曝光量突破11亿,一、二级私域流量池总订阅用户数超1800万,私域流量开始反哺纸媒。

资源整合 资本运作步伐加紧 酝酿布局新机

从目前各出版上市企业的战略规划及实际行动来看,仅靠传统出版业实现资本扩张、做大做强的目标,极其困难。以提高综合实力反哺书业主业,似乎成了当下的共识和现实路径。有一定实

表1 2020年出版发行企业上市公司营业收入及归属母公司股东净利润表(单位:亿元、%)

股票简称	营业收入	营业收入同比	净利润	净利润同比	净资产	净资产同比
凤凰传媒	121.35	-3.58	15.96	18.75	147.15	5.78
中南传媒	104.73	2.07	14.37	12.64	139.95	2.38
中文传媒	103.40	-8.16	18.06	4.64	151.59	8.04
山东出版	97.50	-0.18	14.02	-9.23	115.14	7.00
中原传媒	95.90	0.91	9.28	11.51	89.32	7.09
新华文轩	90.08	1.87	12.63	10.86	101.37	10.10
皖新传媒	88.51	0.21	6.14	10.18	106.05	2.50
南方传媒	68.97	5.69	7.60	3.73	65.79	8.84
长江传媒	66.75	-13.00	8.17	4.43	78.83	8.17
时代出版	64.52	-0.61	2.68	15.26	47.82	3.89
中国出版	59.59	-6.85	7.41	5.35	71.90	7.96
出版传媒	25.42	-6.22	1.53	2.98	23.67	4.72
中国科传	25.24	0.63	4.65	0.04	42.51	7.60
城市传媒	21.55	-6.87	2.44	-34.73	28.85	3.58
掌阅科技	20.61	9.47	2.64	64.07	14.39	15.96
中信出版	18.92	0.17	2.82	12.27	19.07	11.91
新华传媒	12.93	-3.99	-2.91	-1,515.96	24.06	-10.09
读者传媒	10.84	11.52	0.74	15.14	17.51	3.37
中文在线	9.76	38.35	0.49	108.11	14.54	2.66
新经典	8.76	-5.34	2.20	-8.57	20.49	7.36
天舟文化	8.48	-31.62	-9.23	-3,052.52	23.34	-26.85
世纪天鸿	3.57	-7.40	0.33	-1.02	4.93	4.84

力的公司其资本运作步伐加紧,并在不断提升整体实力和品牌影响力的同时,酝酿新的布局机会。

从资产规模来看,掌阅科技作为数字阅读龙头,是A股具备内容+平台双重属性的稀缺标。中南传媒旗下的泊富基金完成4个项目出资约1.15亿元,标的包括图书出版领域海豚传媒、教辅出版领域全品文教、汉服销售领域重回汉唐、实验教具领域润尼尔等。时代出版参与发起设立青松四期基金,参股民生证券增资扩股、购买华润信托产品投资黑猫股份可交换债,围绕产业链上下游拓展延伸业务,2020年公司收到参股公司分红派息、委贷利息收益及股权投资收益共计4807.97万元。

当前我国出版业的资本运作能力、管

理经验和经营能力均有较大的提升空间。只有提升精细化管理能力,找到适合自身发展阶段的方式,拥有较好的实业基础和较强的投融资能力,才能促进产业结构升级,增强企业核心竞争力和创新能力,拓展企业产品市场占有率,获得长期利益回报。

全面建成小康社会后,文化消费的需求将被进一步激发,给文化产业带来空前机遇;信息化、智能化加速发展,催生了很多极具发展潜力的新业态;已过去且将入局的新玩家也将进一步拉动行业投资的扩容……这些利好均会为出版业增长提供新动能。纵观上市书企2021年一季度报,出版业所有渠道销售同比全面上升,整体选题类别分布稳定,2021年出版业值得期待。