

(上接第1版)

四大关键词解读2023图博会

习近平总书记在文化传承发展座谈会上的讲话在出版业引发思想激荡,很多参展单位重点展陈传统文化相关出版精品,也成为今年图博会版权输出的热点。多家出版机构精选出具有代表性的大部头作品,集中展现了中华传统文化的传承和连续性,像一条长河,诉说着中华传统文化的源远流长、博大精深,引起海外参展商的兴趣。如《复兴文库》(儒藏)《阳明文库》《荆楚文库》等一批重大文化出版工程,为BIBF增添了浓浓的“中国味”与厚重感。中国出版集团展台《复兴文库》展柜前,人们驻足观看这部大型历史文献丛书。据了解,《复兴文库》共五编,先期出版和展出第一至三编,目前已在伦敦书展、吉隆坡书展、新加坡等地推出。孔学堂书局出版的《阳明文库》首批新书在展会亮相,据悉,该套书在纸质出版物基础上,将展开数字化出版与传播工程建设,并面向少年儿童,开发动漫、音视频全媒体、元宇宙沉浸式阳明文化产品和服务。辽宁出版集团的10种辽版“中国好书”与8家海外公司签订了22个版权输出协议。三联书店相继举行了《观念的形迹:文物里的中国哲学》英文版、波斯文版签约仪式以及《近代中国社会的新陈代谢》英文版、日文版签约仪式。陕西师范大学出版总社、智慧宫国际文化传播集团有限公司、阿联酋指南针出版社联合举办《全球空间与“一带一路”研究》丛书(五卷)阿拉伯文版新书发布会……



张维特/摄

陆竞赢告诉记者,中华传统文化系列和文博中国系列如国家博物馆、敦煌文化等方面的内容,一直是朝华社图书版权输出的重点,也是该社优势所在。

锐拓是BIBF书展的常客,代理全品类、全语种版权书,业务已覆盖50多个国家和地区,每年促成图书版权项目约占中国年引进图书总量的10%。锐拓传媒运营管理部负责人任丹观察到,今年国内出版机构对版权输出的需求比往年更加迫切。在大众出版领域,国外引进版权的兴趣主要集中在名家经典文学、中国传统艺术普及类图书、少儿绘本、科普漫画、漫画小说、男女频网络文学等作品领域。

比尔·波特(Bill Porter)是美国当代著名作家、翻译家、汉学家,6月14日刚刚获得第16届中华图书特殊贡献奖。谈到在BIBF期间正式公布的与四川文艺出版社合作的出版计划,他说,后续将拜访中国本地学者,去有中国古代大家历史足迹的地方考察。新华文轩出版传媒股份有限公司总编辑王华光也邀请波特开启走读四川的出版合作计划。

版权代理:力挺专精体系

图博会的本质即实现图书版权交易,在这个过程中,版权代理成为一个不可或缺的角色,起着推荐和信息连接的作用,还会对版权内容进行“再包装”,具体体现为根据相关作品内容和目标市场情况,做一些适应海外的“本土化”改造或增加相应“背景”介绍,或采用多语种书讯、即时通讯工具、社交媒体平台、制作图书宣传视频等多渠道方式进行精准传播推广。

黎巴嫩数字时代未来有限责任公司总裁穆罕默德·哈提卜许多年前就开始参加BIBF书展,曾是第11届中华图书特殊贡献奖“青年成就奖”获得者,他给自己取了个中国名字“莫言”。他为中国的童书、文学和文化介绍类图书搭建了通向阿拉伯世界读者的强大分销渠道,在阿拉伯地区和部分欧洲国家设立了16家分支机构。哈提卜介绍说,迄今为止,黎巴嫩数字时代公司已经把200多部中国文学类、儿童读物带到了阿拉伯地区的读者,发行量超过200万册。希望能在“一带一路”倡议鼓励下,向中国出版机构推荐一些阿拉伯地区的好书。但同时他也建议,各国版权经理需要理解不同的语言和地域文化特色,对书中的文字做本地化处理。

德国图书信息中心经理王鑫透露,与往年不同的是,今年有3家代理过上万部图书版权的中德版权代理公司参展,书展期间的版权洽谈非常密集,展位前人来人往,少儿图书、图像小说的版权洽谈火热。德国展团希望借助书展进一步与中国专业的出版人士,以及新入职场的年轻编辑建立联系,了解他们的选题想法。

丰硕的版权成果背后,不容忽视的是,今年的图博会与往届相比,时间变更、场地变更等一系列变化引发了连锁反应——与其他国际书展时间重叠、版权输出发布活动密集。这令一些版权代理感到有些“措手不及”。

还有出版社海外合作业务负责人反映,今年图博会版权输出发布活动较往年来说格外多。究其原因,诚然疫情结束后国内各出版单位加紧了国际交流与合作,但更多地在于3年以来缺少发布国际版权合作的平台和良好契机。

除了外部大环境影响,版权代理培育方面也暴露出一些有待完善的地方。王鑫告诉记者,有的德国出版社版权



刘思怡/摄

部门有多位版权经理,分管东亚、东南亚、东欧、北欧等细分市场;但有些小型出版社并没有专职版权负责人,或者是多岗位多职责兼任。在能力允许的范围内,海外出版社有意愿和中国出版机构直接打交道,尤其是看到中国出版机构的工作方式日益国际化。

北京根定文化传播有限公司版权代理范根定坦言,目前很多出版社甚至没有版权经理,国内出版社之间的版权交易也不是特别活跃,中文图书版权输出的基础工作有待进一步规范。

数字出版:“走出去”新趋向

“长远来看,出版商一直站在技术前沿。我们再次接受这一点——数字技术仅仅是个开始!”牛津布鲁克斯大学知名学者、企业家、Deepmind前顾问作家迈克尔·巴斯克尔在首届出版与技术创新大会上说,他以AI技术为切口,预测出版业未来趋势,引发业界深思。

在某种程度上,数字技术成为中国书业走向国际的另一条快轨。“未来,数字出版内容将成为我国出版‘走出去’的重要类型。”李冰认为。

中国图书进出口(集团)总公司(以下简称“中图公司”)旗下中图云创智能科技(北京)有限公司坚持探索新型图书出版模式,以数字化、沉浸式的AR、VR、互动体验吸引了众多出版社、图书馆、公共文化中心、博物馆等机构用户体验和咨询,也有不少汉学家和外国友人特意到展位来了解中国的数字出版、智慧阅读进程。

中图云创副总经理单峰表示,以往中图云创以自制内容和落地元宇宙整体解决方案为主,未来公司产品研发计划将朝着和出版社强强联合打造IP,赋能传统出版物等方向发展。具体分为两步走,第一阶段是寻求为出版社现有的出版物添加数字增值内容,第二阶段则希望在图书创作、策划阶段就开始思考融合新技术手段。“技术实现不是难点,商业合作模式的探索是关键。”

本届图博会还举办了网络出版发展论坛、出版与技术创新大会等多个大型行业论坛,并首次设置“网络出版馆”,融入网络文学、网络游戏等新出版业态展览。阅文集团在展区设置了党建引领、版权保护、现实题材、IP精品、海外传播等板块,着重展示网络文学主流化发展成绩与出海成果。展区负责人告诉记者,开展首日就吸引了施普林格·自然集团、Amarin等10多家海外出版机构前来问询合作。

海外版权商除了与老牌网文巨头合作外,也积极挖掘具有内容特色与发展潜力的新秀。“此次最重要的收获就是认识了来自俄罗斯、东南亚,以及中国港台地区的参展商。只有走出来才知道天地广阔,才有更多可能。”湖北今古传奇数字新媒体有限公司今年首次参展,其参会人员向图博会最后一天,发出了这样的感叹。

国内电子音像出版社也展示了一批出版融合发展的新产品、新服务。华中科技大学电子音像出版社编辑李嘉婧向记者介绍了该社展出的音像电子及游戏产品,如《中国院士与科学家精神》电子音像项目、《灯塔计划》互动科学APP。目前,这类以解决现实社会问题和行业问题为主要目的的“功能游戏”不断进入大众视野,除科学普及以

(上接第1版)

外,还具有教育、培训等功能。

文化活力:加持产业动能

阿尔及利亚在中阿建交65周年之际,以主宾国身份参展本届图博会备受瞩目。阿尔及利亚展区带来了约900部图书。在主宾国活动开幕式上,阿尔及利亚 Tikoubaunie 乐队带来了热情的音乐表演。BIBF 首届艺术书展上也特别展出来自主宾国的30位艺术家的精美画作。阿尔及利亚之夜文化交流活动邀请了不同阿知名作家、学者,对谈和交流两国不同的文化背景和文学发展历程。图书、美食与音乐相碰撞,为展会增添浓厚的文化活力。

由中国书店精心策划的中华优秀传统文化展区成为观众打卡的热门地点。据中国书店有限责任公司党委书记、董事长、出版社社长张东晓介绍,该展区分为“玉楮流芳——中国古代书籍装潢艺术展”等五大专题,体现了北京深厚的文化历史,展现了古籍之美,观众还可以沉浸式体验古籍修复技艺。

中南集团展区则是绽放湖湘文化之美。由《魏源全集》《湖南通史》等全套《湖湘文库》打造而成的矩阵式图书书香馥郁。湖南中南国际会展发展部副总监唐铭介绍,中南集团展区以艺术手法复原了岳麓书院,并以高还原度复制件的形式,呈现了杨绛写给钟叔河的信件及唐浩明的《曾国藩》手稿。

少儿出版机构展位设计以及童书相关活动在主题设计、形成创新等方面同样可圈可点。一是突出重点IP创新成果。中国少年儿童新闻出版总社展出猫武士IP冰淇淋自助销售柜,朝华社展出美猴王IP文创。二是展现内容与硬件结合的探索成果。荣信文化旗下乐乐猫、傲游猫等品牌特设点读笔体验区。三是提供沉浸体验服务。众多童书出版社开展故事会、亲子诵读、游园会、手工体验等丰富形式,让孩子参与其中。

国内展区还设置了特色专题展览,包括绘本展、艺术书展、美食图书展、世界礼物市集,以及菠萝圈儿插画展。在丰富图博会子品牌、吸引读者阅读兴趣、扩大书展辐射范围等方面发挥了积极作用。

在智慧中图展区,中外大家交流活动精彩纷呈。中图公司开展的“故事沟通世界”邀请了曹文轩、刘震云与30国汉学家对话,围绕两位大家作品“海外译介情况”“文学作品国际表达”等主题进行研讨与交流。另外,北京作家日也于6月16日在该展区开幕。

场外的活动同样精彩。由中国作家协会主办,中国作家协会新时代文学攀登计划办公室和中图公司联合承办的“扬帆计划”文学沙龙在中国现代文学馆举办。作为第21届北京国际图书节的分会场,于6月16日开幕的“书店之夜”系列活动集实体书店品牌、选品、活动等特色于一体。译林出版社集结10余所高校的杰出学者和优势学术科研成果,历时7年打造的“大家美育课”书系亮相北京大学。

疫情3年,阻隔了中外出版人面对面的交流,本届图博会被寄予了更多期待。但不可忽视的是,疫情等因素的影响依然存在,中外书业仍处在恢复期。

展会现场,“明年BIBF将于2024年6月19日~23日举办”的广告牌吸引了业内人士的注意。如何在下次见面前,找出更多更好的版权交流方式,成为中外出版人共同的心愿。作为一名版权经理,范根定说:“我们需要规模化、持续性地对世界展示中国文化,实现量变到质变的转化。从整个行业来讲,也需要优雅的阅读者,适合的销售方法,更需要发现图书价值的各种方法、排行榜、读书会,以及可持续的销售和定价,来支持可持续发展的图书行业。”

2023年6月上半月科技生活类图书销售排行榜

排序	书名	版别	出版时间	定价(元)
1	昆虫记	人民教育出版社	2017年8月	34.80
2	DK博物大百科 自然界的视觉盛宴	科学普及出版社	2018年9月	458.00
3	崔玉涛育儿百科	中信出版社	2019年1月	178.00
4	神秘的答案之书	江苏凤凰文艺出版社	2019年5月	38.00
5	海蒂怀孕大百科	南海出版公司	2019年4月	68.00
6	煤矿从业人员安全培训教材	煤炭工业出版社	2022年2月	28.00
7	爸爸的声音 最好的胎教	江苏凤凰科学技术出版社	2015年10月	39.80
8	米晶子济世良方	中医古籍出版社	2021年11月	72.00
9	美国儿科学会育儿百科(第7版)	北京科学技术出版社	2020年12月	108.00
10	黄帝内经全集 白话全译图解版	吉林科学技术出版社	2019年12月	99.90

为了及时反映市场行情,为出版社、书店营销、选品提供参考,为读者阅读、购书提供指南,本报每半月刊出一图销售排行榜,以服务业界与读者。半月图销售排行榜基于“国家出版发行信息公共服务平台”的销售数据和商报·奥思“中国出版业市场监测系统”线下ERP数据、线上监测数据,由全品类总榜和社会科学、文化教育、文学艺术、少儿读物、科技生活5个分类榜组成,均按销量降序排列。(报载各榜TOP10;各榜TOP20见商报官微、官网)

中国出版传媒报 6月18日,在第29届北京国际图书博览会举办之际,由中央民族大学出版社策划的“健康的生活方式”系列丛书《少林八段锦》新书发布会在京举办。发布会由中央民族大学出版社社长兼总编辑赵秀琴主持,中央民族大学党委副书记邹吉志致欢迎辞。

中国出版协会理事长邬书林,中宣部出版局图书处处长王为衡,全国人大培训中心主任田晓弘,中国编辑学会会长郝振省,中国大学生体育协会副主席、首都体育学院原校长、博士生导师钟秉枢,中国体育科学学会体能训练委员会副主任委员袁守龙,中国出版传媒报社社长、党委书记、总编辑宋强,《农民日报》副总编辑杨志华,中国出版协会常务副秘书长吴宝安,亚洲教育北京论坛副秘书长李峪云,少林寺监院、少林寺下院水峪寺住持、少林功夫非物质文化遗产传承人、《少林八段锦》作者释延开法师等出席发布会并致辞。

邬书林表示,传统文化、古老的中华文明和健康智慧如何与当下的现代化发展、与人民群众的现实需求相结合,形成新的传播方式、传播文化,需要出版界不断探索,积极尝试。

《少林八段锦》详细讲解了站式八段锦和坐式八段锦的各8个招式。发布会现场,释延开法师详细介绍了编写该书的历程与心得体会。

《少林八段锦》《少林十二段锦》《少林风摆柳功》为代表的“健康的生活方式”系列丛书,是中央民族大学出版社为践行全民健身国家战略所做的积极尝试。赵秀琴表示,中央民族大学出版社将继续以专业、科学、权威为导向,不断推出符合大众需求的健康生活主题图书。(穆宏志)

(上接第1版)

刘爱芳表示,为提升服务乡村振兴、农业农村现代化的能力水平,满足三农阅读升级需求,中国农业出版社深入推动传统出版与数字出版的融合发展,形成了大量精准化体系化的融合出版资源及产品成果,“智汇三农”、中国农业教育在线、数字教材以及各类纸数融合出版物等受到读者广泛认可,逐步成为品牌产品,提升了出版服务能力;数据库、优盘电子书、数字教材、视频课程等销售收入逐步增加,市场前景好,各类纸数融合出版物增加了知识传播力,定价及销售显著大于同类传统出版物。在数字出版工作中,中国农业社对发展模式进行了深入思考和探索,传统出版需要数字技术的赋能,数字出版需要依托传统出版的根基,两者之间优势互补、深度融合,传统出版与数字出版要一体化发展,逐步达到两者合而为一的目标。

李伟认为,从图文时代到视频时代是媒体数字化转型的二次跃迁。最近5年中,互联网的流量大量涌入到视频之中,不仅带来了新的增量,存量市场也被重新分割。媒体的视频内容通过商业化获取收入,形成利润再反馈回生产中,形成资金正向循环。但与图文内容相比,视频内容的商业化更复杂,相应的风险也更高。完成网络视频的商业化闭环,需要做好四个方面:一是视频内容生产者需要不断建立自己的特色,形成差异性和标识性。这既是视频内容脱颖而出的前提,也是商业化的基础。二是内容生产者要不断尝试,做到真正以用户为中心驱动内容创作。三是成本风险控制。在项目启动前要对总成本有比较准确的预估,要对质量标准、完成周期、供应商报价、各种支出项目有清晰的估算。四是商业视频是多目标协同的工作,多个目标必须同期达成,需要有复杂项目的把控能力。

吴建宁表示,数字出版精品内容生产对于数字出版产业的发展具有重要意义。一是数字出版精品内容生产是数字出版产业的核心竞争力所在。就“出口成章”平台而言,要从大量的“青少年数字内容平台”中脱颖而出,需要将差异化和增值服务融入到内容生产和运营当中。二是数字出版精品内容生产是提升数字出版市场竞争力的关键。只有生产出具有独特性的数字内容产品,才能在市场竞争中获得更大的市场份额。三是数字出版精品内容生产是数字出版产业高质量发展的重要支撑。数字内容在市场运营当中的变现逻辑,已经不再单纯是明码标价摆上柜台就能够售出的简单方式,而是要结合流量产品、明星产品、利润产品的组合销售及运营策略才能够实现。只有生产出高质量的数字内容产品,才能在市场竞争中获得更高的价值。

北京出版集团、商务印书馆、电子工业出版社、中国农业出版社、中国地图出版社集团、世界图书出版有限公司、人民音乐出版社、研究出版社、中国宇航出版社、清华大学出版社等在京出版机构的100余位代表参加了研讨会。(王霖)