

法兰克福书展 关注年轻读者和跨国图书贸易

■中国出版传媒商报记者 靳艺昕



2023 法兰克福书展现场 雷芳心/供图

今年法兰克福书展共有10.5万专业观众到场,较2022年增长了12%;参展商超4000家;普通观众人数同比增加30%,达11万人。尽管与2019年7450家展商参展、专业观众和普通观众共30.2万人相比差距较大,今年的书展已是疫情以来人流量最高的一届了。

法兰克福书展主席岳根·博思(Juergen Boos)表示,未来可能永远不会回升到2019年的热度,因为世界已经改变了,它在前进。法兰克福书展会适应这一变化,更加国际化,也许欧洲市场已经饱和,但今年法兰克福书展拥有最大规模的中国和印度参展团。

本届书展除了关注民主与人权这一焦点话题,还在研讨会、对谈等系列活动中重点讨论了教育、包容性和可持续性、翻译资金、出版许可、数字化、人工智能和VR等议题。

在“人工智能的兴起”研讨会上,出版商和版权代理商普遍认为需要保护创造力的未来,但对人工智能滥用的担忧不应阻止图书业务探索新技术提供的机会。为出版业提供软件解决方案的公司Arq Works董事兼总经理托马斯·考克斯(Thomas Cox)表示,人工智能擅长常规的、可预测的任务,可以让人们不必紧盯这些任务,而是把更多的时间花在需要创造力的工作上。蓬塔斯文学和电影经纪公司(Pontas Literary & Film Agency)版权代理兼创始人安娜·索乐-乔(Anna Soler-Pont)思考了人工智能对作家和文学经纪人的现实影响,指出目前她的一些客户“非常担心”人工智能,但她对此感到乐

观,毕竟30年前人们害怕的正是大家现在应用的常规技术,未来她签约的作者可能也不再抗拒把他们的作品改编为有声读物,或借助人工智能工具翻译成其他语言。此外,人工智能的兴起推动制定新的法规和合同条款,尤其是关于有声读物和翻译内容的。美因茨约翰内斯·古腾堡大学(Johannes Gutenberg University Mainz)图书研究专业教授克里斯托夫·布莱西(Christoph Bläsi)担心人工智能会增加图书出版的总体数量,这意味着读者可能更加分散,具体某本书的活跃读者社群规模或将缩小。

版权代理公司好比是国际书展的趋势风向标,据多家公司的版权代理人观察,图书出版商正在拓展出版类别,瞄准细分市场需求,希望出版更多吸引年轻读者的图书。雷切尔·米尔斯版权代理公司(Rachel Mills Literary)版权代理兼创始人米尔斯观察到,有传统的生活方式类图书出版商开始出版比以前更加广泛、更严肃的主题,例如科学健康而

非饮食书籍,或者有关女性主义或身份的导向型图书。纸张版权代理公司(Paper Literary)代理凯瑟琳·乔(Catherine Cho)提出,许多出版商的报告称,他们的市场正在扩大,更加关注如何更好地吸引年轻读者。柯蒂斯·布朗版权代理公司(Curtis Brown Literary)代理凯瑟琳·萨默海斯(Cathryn Summerhayes)认为,版权新书、流行心理学和“改变你生活的书”等图书类别广受欢迎。

国际图书贸易市场方面,不同国家和地区有关图书定价和上市政策的差异,直接影响了原版图书和译本、各语种读物的国内外销量和市场占有率。例如英语读物进入欧洲市场,正在蚕食当地市场的图书销售,削减翻译收入,欧洲地区以英语为母语的译者收入下降。在相对较小、英语水平较高的欧洲国家和地区,如北欧地区和波罗的海沿线国家、荷兰等,这个问题尤为突出;德国等更大规模的图书市场也受到波及。书展开幕之际,许多编辑、代理商和版权人对当前国际图书贸易环境表达了相关看法。英国RCW版权代理公司代理、国际部主管劳伦斯·拉鲁约(Laurence Laluyaux)向英国书商杂志(The Bookseller)表示,从英国出口的版本总是比欧洲本地版本便宜,并未受制于国家法律规定的定价政策,这样的竞争是有问题的。一家大型跨国企业的德国出版社负责人透露,与英国的兄弟公司面临直接竞争,德文版的出版比英文版慢一个月,销售额就会下降四位数,每一家德国出版商都在试图想出应对策略。

●集团表现

中国出版集团组团参加第75届法兰克福书展

第75届法兰克福书展于10月18日~22日举办,中国出版集团有限公司(以下简称“中国出版集团”)携旗下人民文学出版社、商务印书馆、中华书局、中国大百科全书出版社、中国美术学院出版社、生活·读书·新知三联书店、东方出版中心、中国民主法制出版社等16家出版单位及中国图书进出口(集团)有限公司(以下简称“中图公司”)精彩亮相,派出30余人参展,在展场显著位置设立“中国出版集团”展台,展示面积78平方米,集中展出主题类、社科类、文学类精品图书近500种。书展期间,集团所属中图公司联合中国国际电视台承办“思想的力量”系列产品发布仪式,发布《对话思想者》中英文对照版图书,汇聚全球知名思想家和政要阐释习近平新时代中国特色社会主义思想,探讨治国理政理念。集团参展各单位以中国好书为桥梁,在版权贸易、国际合作和促进中外文明交流互鉴方面取得了丰硕成果,共达成版权输出协议及签约意向近100项,举办形式多样活动12场。

中国出版集团举办的一系列活 动,成为法兰克福书展上亮眼的中国风景。旗下人民文学出版社举办“漫画《就喜欢你看不惯我又干不掉我的样子》海外版权推介会”,漫画作者白茶、法国译者乐夏及黎巴嫩数字未来出版集团代表等现场交流;其英文版获2023年独立图书出版商协会第35届年度IBPA本杰明·富兰克林奖之图像小说金奖。中国大百科全书出版社携手施普林格·自然集团举办“中国百科、全球共享”合作成果发布及《中国大百科全书(第三版)·心理学》(英文版)合作出版签约仪式等;《中国大百科全书(第三版)·矿冶工程》英文版在施普林格·自然集团的Springer Link平台正式发布。生活·读书·新知三联书店举办“陈胜前考古学系列作品”外

文版推荐会,施普林格·自然集团人文图书副总裁裴米娅女士盛赞该系列著作及其外文译本的学术性与可读性,从国外出版社角度剖析出版其作品的现实价值与社会意义。东方出版中心举办《当代中国文明论》(英文版、日文版)和《当德鲁克遇见孔夫子》(英文版)新书推介会,两部作品分别由美国普里尼思出版社、日本北九州中国书店和英国爱墨瑞得出版社出版。



中国出版集团所属中图公司是本次书展中国联合展台和中国代表团的组展单位,共组织60余家出版机构的120余人参展,并举办一系列出版交流活动。中国作家协会、中图公司共同举办“新时代文学攀登计划·扬帆计划之中国文学世界行”启动仪式、中国作家之夜等,助力人民文学出版社《人魂枪》德文版、《神圣婚姻》土耳其文版等6种图书与外方出版社达成版权合作以及7个国际出版项目的版权签约意向。中图公司还与泰勒弗朗西斯集团、英格拉姆内容集团签订全球合作协议,共同推动中国作者著作在国际期刊发表和中文图书“走出去”;联合北京市文联、德国柏林自由大学孔子学院举办“阅读中国:北京文学分享会”等活动。

中国作家协会副主席李敬泽,中国驻德国大使吴恳,中宣部出版局局长冯士新,中国驻法兰克福总领事黄映扬,中国出版集团有限公司党组成员、中国出版传媒股份有限公司副总经理张纪臣等分别受邀出席、致辞和见证上述活动。(宣心)

京版集团拓展国际出版合作新空间

中国出版传媒商报讯 北京出版集团精心准备了具有北京特色的外向型图书参加2023年法兰克福书展,通过组织版权贸易洽谈、举办文化交流活动向国际出版同行展示北京出版的风采。

北京出版集团副总经理马驰率团参展。在书展上以中华优秀传统文化、北京文化为核心主题,以国家级奖项的优秀作品为引领,集中展示了50余种精品图书,涵盖当代文学、社科学术、少儿读物等多个类别。北京出版集团展位有“北大红楼与中国共产党创建历史丛书”等重点图书,多角度展现了北京的首都风范、古都风韵、时代风貌。“北京非物质文化遗产丛书”等体现中国传统技艺的图书、文学精品《北上》《宝水》等受到许多文学出版机构和代理的关注。

书展期间,北京出版集团与德国、法国、英国、意大利等欧洲出版机构、版权代理进行贸易洽谈。10月18日,马驰代表集团会见德国梅尔杜蒙国际控股有限公司总裁梅尔。双方就京版梅尔杜蒙(北京)文化传媒有限公司的下一步转型升级、战略发展进行讨论,表示将在版权贸易、实物出口和文化交流等方面发力。同日,马驰代表集团会见英国著名出

版公司DK亚洲版权负责人卡罗琳,回顾了目前北京美术摄影出版社与DK重点合作的艺术类产品的市场表现,并详细探讨了图文类图书出版的变化和发展前景。10月19日,北京出版集团与法国无限挑战出版社举办《发现中国·历史文化名城》法文版版权输出签约仪式。这是集团与该社的首次合作,双方还围绕中法文化交流、文学互译、出版合作等领域展开深入探讨。

北京出版集团还积极参与、组织作家与海外出版机构、翻译家、作家的交流,扩大中国作家特别是集团签约作家的国际影响力。10月19日,马驰受邀参加由中国作家协会主办的中国作家协会新时代文学攀登计划“扬帆计划·中国文学世界行”启动仪式。启动仪式上,北京出版集团与意大利的Acoma Book出版社就乔叶《宝水》意大利语签署了版权输出协议。北京出版集团还组织多场与法兰克福孔子学院、英国Peter Fraser & Dunlop、德国东亚书局、塞浦路斯阿米达出版社等文学出版机构、版权代理机构的会谈,推广乔叶的《宝水》、熊育群的《金墟》、黎紫书的《流俗地》等作品,初步达成了《金墟》《久别重逢》德文版的输出意向。(宣心)

中国人民大学与施普林格·自然集团联合揭幕20部英文版新书

中国出版传媒商报讯 第75届法兰克福书展上,中国人民大学出版社携“中国式现代化研究”丛书、“读懂新时代”丛书等中文图书,以及入选“中华学术外译项目”“丝路书香工程”“中国人民大学教师学术精品海外推广项目”的外文图书共计百余种参展。

当地时间10月18日,人大社与施普林格·自然集团召开新书首发式,联合发布双方合作出版的20种英文版新书。中国人民大学科研处副处长关晓斌,书报资料中心党委书记李红宇,出版社副总经理郭晓明,施普林格·自然集团人文图书副主管裴米娅(Myriam

Poort)和人文社科图书编辑总监、中国区图书总监李琰为新书揭幕。双方代表就合作出版项目展开深入座谈,交流合作经验,达成了传播中国学术精品,促进全球知识共享的共识。

本场首发式发布的20种新书从经济、社会、法律、文化、历史等多个维度,介绍了古代中国的文明成就和当代中国的发展与变革,包括贺耀敏的《中国古代农业文明》、陈卫东的《中国刑事诉讼权能的变革与发展》等多位中国学者的优秀作品,获得了中国人民大学教书学术精品海外推广项目、丝路书香工程和中华学术外译项目的支持。(宣心)(下转第7版)

●采访实录

寻找发展商机 捕捉书业潮流

■中国出版传媒商报记者 渠亮帆

不少目光。阅文集团也来到法兰克福,向世界展示了中国在数字化新时代的发展动向。中国出版社举办图书活动的热情也异常高涨,中国联合展台每天的活动区从一早排到闭馆,让人感受到中国图书“走出去”的决心和激情。

中国出版社的热情也引起国际关注,美国《出版商周刊》在法兰克福书展上发放的PW Daily连续两天出现了有关中国图书的报道,一篇介绍了中国代表团重返法兰克福书展的盛况,另一篇展示了英国东书坊(Sinoist)出版的中国文学图书,包括刘震云的《一日三秋》、李洱的《石榴树上结樱桃》、贾平凹的《暂坐》等。

销售版权并体验全球童书出版新潮流

■黄晓燕(奇想国童书创始人、总编辑)

今年大家最关心的是书展第一天,有600多家阿拉伯国家展商因为巴以冲突撤离。这个事情应受到出版人更多关注。我在书展上看到了一些有独特创意的书,这些书更强调书的互动性,这种互动的书像流水一样,把读者指引到不同方向,得到不同的故事,这种互动比其他直接互动的形式更有趣。我这次带了《马蒂斯的旅行》《理发》2本原创图书。我把《马蒂斯的旅行》英文版留给合作方——美国的编年史出版社(Chronicle Books),这家社原来的出版人去年退休,现在的出版人说他非常喜欢。我还把《理发》拿给波兰和德国的出版人及版代看,他们都感到很惊艳。遗憾的是,我们从美国、挪威、波兰引进的几本书,如编年史出版的布兰登·文策尔的《他们都看见了一只猫》、挪威的玛吉孔出版社(Magikorn Forlag)推出的《每个人都重要》和波兰的两姐妹出版社推出的《我们的情感王国》在中国的销售没有达到预期。一般情况下,美国、欧洲图书市场都有自己的特点,美国市场很难接受欧洲的书,但《每个人都重要》《我们的情感王国》被美国甚至全球市场接受,可以说是真正意义上的顶级好书,在中国却没有引起应有的关注,我不得不对国外作者和多位出版人说抱歉。

各个国家的图书市场其实差别非常大,美国是一个相对保守的市场,他们很少买内容独特的图书的版权,我则喜欢买这种独特的图书的版权。不是所有出版商都应该去出畅销书,也不是卖得好的书才是好书。我欣赏的是出版人有自己的品位和角度,这决定了一个出版社的选品角度。

今年最热闹的还是6号馆企鹅兰登、麦克米伦和哈珀·柯林斯的展台。我国出版所在的5号馆与这几个大社离得更近了,在地

理位置上比以前好,但一个不同的现象是,国内参展多以举办新书发布和签约会为主,而国外参展多是出版同仁相互交谈。我更愿意与国外出版人交流图书、社会、政治和最新资讯。我下载了法兰克福书展的APP,每年都会报名各种论坛活动,但是一场活动都没参加过,因为每天的会谈排得特别满。说到全球童书出版趋势,我在书展上看到一个有趣的现象,很多出版社的儿童绘本都以蚯蚓为主角。书展期间我参加了法国出版社组织的国际出版人晚宴,2022年国际安徒生奖得主玛丽·奥德·穆拉尔发表了一段特别感人的发言,可以看到,国际知名作者关注的问题永远是社会和人类共同关心的问题。这或许可以给我国的童书出版人一些启发。

对于大V在书展上开直播间,我了解到的是,根本没有引起国外出版人的关注。很多大V以3折低价进货,再拿20%~30%的佣金,导致中国出版业畸形发展,所有业内人士叫苦不迭,这种直播会把整个行业杀死。参与直播的出版机构,除了给图书设超高价再打折,让消费者以为占了便宜,还有一种情况是做高仿书、仿版书和抖音定制书,这会把真正的好书和遵守游戏规则的人边缘化,因此是不足取的。

为图书寻找值得期待的新生命

■韩志(未读创始人)

从2015年起,除了过去3年因疫情影响,每年我们都会派同事参加法兰克福书展。我自己只有一年来。这次参展总体感觉没有太大变化,又见到很多合作多年的老朋友,非常好。

明年正好是未读成立10周年,我们也进入到新一轮选题储备期。选题方向上也有所调整,会尝试一些新类别。引进版选题对未读而言,更多是想找到创新和引领某些阅读潮流的机会。肯定不是原样照搬,事实上多数书我们都会大刀阔斧地做更符合未读品牌基因和审美的“改造”,过去9年也有不少成功案例。

今年比较有突破的是带来了一套原创选题,定向推荐给一些国外同行。也会与一些开放度较高的国外出版社提出一些新选题创作思路,或者根据中国市场提出需求。这个过程中能看到国外出版社对中国市场越来越重视。

每次来法兰克福都很辛苦,几十场会谈约得特别紧凑,很锻炼体力和脑力。希望更多中国同行能过来看看,感受一下这个产业生机勃勃的现场。只有在这里,才能感觉每本新书都有机会,都有崭新的生命值得期待。

法兰克福书展开幕后,记者连线采访了赴德参展的多位中国出版人,分别从书展上受到的启发、图书出版潮流以及中国大V开设书展直播间等热点话题分享了各自的心得和看法。

带着国漫出海 寻找传统出版发展新契机

■曾少美(人民文学出版社对外合作部副主任)

人文社派出由版权经理、图书编辑和数字出版与科技部主任组成的6人团队参展,这样更有利于全方位把握国际出版动态,在引进、输出和数字化等方面拓展海外合作。著名漫画家白茶随我们一起来到书展,首次携“吾皇猫”亮相中国联合展台。

10月19日下午,我们为白茶的漫画“就喜欢你看不惯我又干不掉我的样子”举办了海外读者见面会,白茶与该系列法文版译者乐夏(Laetitia Rapuzzi)进行了精彩的对谈。近几年该系列陆续被译为英文、法文、韩文、越南文、匈牙利文、捷克文等语种在海外出版。黎巴嫩的数字未来出版集团现场签下了该系列漫画前两册的阿拉伯文版权。活动结束后,又有来自意大利、德国、印度、土耳其、斯洛文尼亚等国的译者、出版人纷纷表达了对这套漫画的关注,让我们看到了国漫出海巨大的海外市场潜力。

重返法兰克福书展,再次感受到海外同行对图书的专注和热情。在传统的版权交易之外,书展上涌现一批提供数字化服务的机构。如以色列的eBookPro既是新型出版社又是版权代理机构,该社保留了传统出版、发行纸质书的模式,开创了纸电结合出版与销售的经营模式,还利用亚马逊自出版平台推广以色列作家的作品。在他们的运营下,数不清的以色列作者成为亚马逊平台上的畅销书作家,如以色列作家利莫·雷格夫的《来自66区的男孩》,在亚马逊平台上线短短数月就销售3万余册,收获高额版税。还有一些以色列作家因在亚马逊平台获得成功,而引起知名英美出版集团关注,进而获得了新的出版机会。通过与eBookPro的深度沟通,我们深受启发。

今年书展论坛的主题依然很多元,其中AI和漫画的讨论度非常高。AI的发展不仅影响到文字写作、翻译等领域,更是极大改变了图像创作的生态。许多出版社开始借助AI技术提升出版效率,降低人力成本。而漫画是另一个国际出版人关注的热点,今年书展6.1馆设立专门的漫画中心,展示了来自各国的漫画作品。法国的伽利玛出版社童书编辑介绍说,和中国一样,以漫画形式为儿童讲授历史、科学等知识的图书在法国市场的表现非常好。

今年中国出版人比以往更投入地参与书展。在中国联合展台之外,有许多地方出版集团组团参展,比如湖南出版集团有非常醒目的展位设计,极具中国特色的装饰吸引了