

(上接第13版)

# 靶向发力传播优质内容 赢得高版税收入

## 找到少儿书走进海外市场的敲门砖

■白冰(接力出版社总编辑)



**怎样找到最合适的版权推荐人:**我们利用网络渠道,线下书展寻找和拓展版权推荐人,建立联络后,通过彼此了解,确认双方资源是否匹配。或通过现有客户介绍,拓展新的版权推荐人。与海外版代公司合作一般都是项目制,但近年来,许多版代公司会提出主题定制或中外作家、画家合作的方式。我们也会邀请作家、画家参加国际书展,让更多海外出版社、版权推荐人认识优秀原创作家、画家及其作品,为作品输出创造更多机会。

**在找译者翻译样章时,如果是图画书,我们会全文翻译,让海外出版社编辑通读全文。如果是儿童文学等文字量较大的作品,我们会选择情节丰富、人物形象突出、有一定对话的段落,并提供全书大纲,便于海外编辑更好了解故事内容、文本风格、人物特点、人物之间关系、情节发展与节奏等信息。对于少儿百科等科普类作品,除试译部分样章外,我们还提供全书涉及知识点,以及编写图书的学术依据。**

**向海外出版社推荐时有哪些有效做**

**版贸交易情况:**曹文轩与苏西·李合著的图画书《雨露麻》自出版以来一直深受各国出版人好评与青睐。细腻的文笔,动人的情节与大胆的艺术画面是其走进海外市场的敲门砖,迄今为止该作品已授权至法国、美国、意大利等6个国家。其中《雨露麻》英文版更是收到了学乐亚洲公司、哈珀·柯林斯公司和西蒙·舒斯特公司的报价,通过多轮竞价,最终西蒙·舒斯特拿到了全球英文版的出版权。版权销售不仅要看重原创作品的品质、插画风格、故事内容,也要看海外市场的需求与合作方的出版特色。

**对国际化选题的理解:**国际化选题没有一个标准或者定义,具体要看海外出版社对出版内容、选题的文本与插图品质、文字与插图风格的需求。文本、文化、艺术价值高,有鲜明的艺术特色,有儿童趣味,体现时代精神的作品,会受到国外出版社青睐。同时要考虑到海外各社不同需求,有的喜欢图画书,有的专攻儿童文学,有的喜欢带有中国元素的作品,有的希望出版能引起孩子共鸣的、幽默且温情的作品。如接力社之前出版的《鄂温克的驯鹿》,讲述了生活在我国北方大兴安岭森林的鄂温克老猎人与一只“猎兽”——驯鹿相互信任、生死相依的传奇故事,作品极具民族特色,优美的文字与气势磅礴的插图唤醒了许多人内心对自然的向往、对少数民族的好奇,作品先后授权到韩国、德国、法国等10个国家及地区。

“章鱼先生有办法”系列则从儿童视角出发,作品充满儿童趣味,授权到韩国、美国、巴西等8个国家及地区。在韩国,仅《章鱼先生卖雨伞》一书就销售了1.8万册。

## 进行针对性推荐及选好版代

■杨定安(二十一世纪出版社版权部主任)

容有兴趣,这时就会向他们推荐更多有中国特点的内容。

**怎样找到最合适的版权推荐人:**现在越来越多的海外代理公司对中国图书产生兴趣,代理中文图书向海外推广。我们会先把英文的版权书目提供给他们,代理公司阅读书目后,会选择一些图书进一步看全文PDF文件,并向其客户推荐。我们会把重点产品单独介绍给代理,他们听取推荐理由后,将这些书目列入推荐书目。对于绘本,我们通常会制作全书的英文译文给外方审读,儿童文学类图书一般提供英文内容简介,如果外方希望阅读英文样章,再翻译样章给外方。

**向海外出版社推荐时有哪些有效做法:**与海外出版社的日常联系非常重要,一方面要向其不断推荐新产品,另一方面也要关注已授权产品的出版进度和销售情况。根据不同出版社的偏好,每当有适合他们的新书出版时,我们都会及时发送书目,英文新书目制作好后也会第一时间把书目电子版发给海外出版社和代理。每当有图书实现海外授权,我们会将新的授权信息告知其他评估这本书的海外出版社,

法:通常用邮件与国外出版社保持联系,如果遇到需详细介绍和深入讨论的选题,则选择电话沟通或线上会议,更多的是“云交流”、“云会议”、“云沟通”。

在推荐时,可针对对方关注的部分,如图书功能、国内销量、作家背景、画家风格、读者反馈等方面重点介绍。并根据对方出版需求推荐一系列作品,或根据海外市场需求,探讨作品修改方案,增加输出几率。

今年我社最想推荐的作品有三部:一是“米米特身体玩具书”系列,这套作品是专为婴幼儿精心打造的认识人体的互动玩具书,形象独特,工艺创新,兼顾科学性、艺术性、互动性和趣味性,在提升幼儿动手能力的同时,学习关于自己身体的知识。二是《老奶奶捡到了十二只小老虎猫》,继幽默爆笑图画书“32个睡魔怪”和荒诞爆笑图画书“快逃!星期八”系列之后,中国原创童书黄金组合彭懿和田宇在文本类型和绘画风格上大胆创新,采用复线式叙事结构,讲述了一个关于家与爱的故事。三是第三届接力杯曹文轩儿童小说奖金奖作品《狼洞的外婆》,讲述了不会说话、怕生的女孩白果在“狼洞”外婆照顾下逐渐被治愈,开始说话并与人交朋友的故事。

推荐时,我们主要考虑海外图书市场读者阅读需求、阅读欣赏习惯、文化差异等因素,然后决定推荐作品类型及主题。在推广时,需了解目标市场的文化背景、价值观念、习俗等方面,以更好适应当地文化,避免因文化差异而引起的误解和冲突。当然,更重要的是了解合作方的风格和出版特色。

促进实现更多语言的输出。每年北京国际图书博览会和上海国际童书展召开之前,我们都会提前给合作伙伴发出线下邀请,请他们来我们的展台面对面交流,更广泛了解和评估我们的原创图书产品。

2024年,二十一世纪出版社重点推荐的版权书包括:讲述非物质文化遗产惠山泥人的《不大不大不太大》,中外作家和画家联合创作的《迷路》《埃菲尔和他的铁塔》,以及弘扬人与自然、人与动物和谐共生的生态理念的《大鸟》。创作这些作品的作者在海外出版过图书,作品本身可读性很强,主题鲜明,各具特色。二十一世纪出版社将携这些新书参加今年4月的博洛尼亚童书展,在书展上向海外出版人推介。因《迷路》和《埃菲尔和他的铁塔》的插画家都在海外,我们会向插画家所在国重点推介这两部作品。

在确定海外合作的出版社时,如有海外出版社给我们的原创图书提出报价,我们都会研究这家社的书目,考察他们对这本书的兴趣点、图书出版后会做哪些营销活动等。

## 坚持精品理念 找对译者和海外伙伴

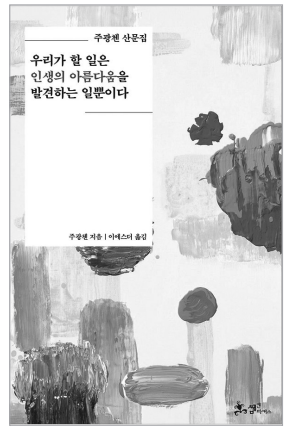
■渠竞帆 采写/整理

**版贸交易情况:**2023年,北京时代华文书局实现图书版权输出俄罗斯、日本、韩国等国家和中国台湾地区,其中版贸收入最高的图书是《中国古典名著立体书 三国演义》,买方是中国台湾的天流文创有限公司,版税收入为五位数(人民币)。一部好的产品,从选题到编辑,再到后期的设计包装,共同形成了核心竞争力,能受到海外出版机构青睐,根本原因是我们对产品精益求精的执着和坚持。这本立体书,我们设计主创人员经过上千次的纸样选品和修改才最终成型,对品质的要求达到了极致。

**对国际化选题的理解:**国际化选题极具吸引力和挑战性,它允许我们将故事背景设定在不同国家和文化之间,展现出多样性和丰富性,让读者身临其境地领略不同地域的风土人情,体验不同文化的碰撞和交融,同时也给我们更多机会去探索和描绘各国的历史、风俗、传统和价值观,使故事更加丰富多元。国际化选题可通过历史小说的形式,让读者在娱乐的同时,学习和理解不同文化的兴衰荣辱,增长见识和知识。结合我社版贸情况,我们将欧洲及东南亚地区作为重点输出地区,主要输出中华传统文化的特色出版物、现当代文学作品以及儒家文化圈作品等合适。

**怎样找到最合适的版权推荐人:**找到合适的版权推荐人需要做好以下几点:一是研究出版业,了解出版业的基本流程和出版社、代理人、编辑等主要参与者的工作职责。二是通过互联网广泛搜寻出版社或代理机构网站,了解版权推荐部门介绍及其背景、专长,同时通过社交媒体、作家论坛等渠道,寻找其他作者的推荐和建议。三是参加作家研讨会、文学节等行业活动,与其他作家和出版专业人士建立联系,由此获得版权推荐人的建议和意见。四是咨询作家协会、文学代理协会等行业组织,寻求他们的专业建议,由此找到最合适的版权推荐人。五是与潜在的版权推荐人交流,了解其工作方式、个人喜好和对作品的兴趣,由此更好评估其是否适合成为版权推荐人。

在寻找译者翻译样章时,为吸引海外同行关注,一是选择精彩、令人印象深刻的一章来翻译,它应展示作品的核心要素,如悬疑、浪漫或惊悚



等。确保其充满张力,引起读者好奇心。二是确保译者能准确流利地传达作品风格、情感及意境,使海外读者产生情感共鸣。三是样章翻译强调作品的独特之处,无论是创新的故事情节、令人难以置信的角色发展还是引人入胜的设置。四是在样章翻译中附带主要角色简介、故事背景和主题等信息,帮助编辑了解作品背景和意图。五是确保样章翻译经过仔细编辑和校对,以避免任何语法、拼写或流畅性方面的错误。最重要的是,选择适合作品风格和主题的译者,来准确传达故事,这样也利于其进入海外市场。

**向海外出版社推荐时有哪些有效做法:**与海外出版社保持日常联系,主要通过电子邮件、社交媒体、定期电话或视频会议、参加国际书展和行业活动等方式,要保持专业和友好的态度,尊重对方的时间和意见,及时回复信息,并确保沟通清晰明了,以避免误解和不必要的麻烦。还会不定期发送最新书目信息、寄送样书,便于对方选品时参考足够完整的信息。今年我们重点推荐的图书有《年度散文50篇(2023)》《中华传统工艺彩绘笔记》《中华风物彩绘笔记》《走进宋画》等。推荐图书时,综合考量主题和内容、作者背景和权威性、读者评价和推荐、语言和阅读难度以及媒体推荐和获奖情况等各方面因素。

在确定海外合作的出版社时,我们会考虑以下因素,如出版社的声誉和知名度、出版社的专业领域和出版类型、编辑团队的经验和专业能力、合同条款和版权保护、销售和分销渠道、合作伙伴的市场影响力和资源,以及合作伙伴的地理位置和文化背景,以确保出版品质和发行宣传效果,并更好地理解目标读者群体和市场需求。(下转第15版)

### 商报资讯

## 北京出版集团与马来西亚汉文化中心联合向中马青少年推荐50种图书



**中国出版传媒商报** 今年是中马建交50周年,为增进两国文化交流与互鉴,促进两地民众友好往来,2月22日,北京出版集团和马来西亚汉文化中心通过连线方式举办发布会,联合向两国青少年推荐50种中国精品青少年图书,希望两国青少年“赓续中马友谊,共享精彩阅读”。

中宣部进出口管理局一级巡视员王华,北京市人民对外友好协会党组书记、常务副会长张谦,北京市归国华侨联合会党组书记严卫群,北京市归国华侨联合会党组成员、副主席苏泳,北京出版集团党委书记、董事长张爱军,马中友好协会会长、马来

西亚前驻华大使、拿督马吉德,马中友好协会执行会长陈春福,马来西亚全国校长总工会总会会长蔡淑淑,马来西亚华作家协会常务顾问戴小华,马来西亚汉文化中心主席、拿督吴恒灿等中马有关方面负责人参加活动。北京出版集团党委委员、董事、副总经理周浩主持。

活动现场,王华、张谦、严卫群、张爱军共同发布“向中马青少年推荐50种图书”。入选图书由中马两国教育、文化等领域专家精心挑选,均为北京出版集团出版,涵盖文化、少儿、科普等多个门类,是介绍中华优秀传统文化的精品。(穆宏志)

## 找到志同道合的出版人和译者

■吴小红(江苏凤凰少年儿童出版社对外合作部主任)

**版贸交易情况:**2023年江苏凤凰少年儿童出版社版权收入较高的图书是曹文轩代表作《青铜葵花》英文版。该书2012年输出英国沃克出版社,2015年出版英文版后,至今累计销售3万多册,每年都有版税结算。我们认为,高品质的图书内容、专业的版权维护,是版权图书获得收益的重要因素。

**对国际化选题的理解:**从儿童视角出发,描绘大时代背景下的中国故事,就是具有国际视野的选题。如2023年苏少社原创主题绘本“金山银山我和自然”系列新书《村庄变了》,故事以浙江安吉余村男孩小林的成长为线索,以他的个人经历为视角,讲述余村改革开放以来经历的沧桑巨变。故事以贴近国际关切及国外受众的生态文明理念,运用细腻的插图,描摹了跨时代的山村画卷,唤起海外多家出版人传播生态文明理念的共鸣。我们主要围绕“情感”这一核心词向海外合作伙伴推荐。如《村庄变了》包含三个层次的情感,一是家人之间的关爱,二是对绿色自然的热爱,三是对未来美好生活的无限期许。在版权输出过

程中,我们将中国精神和中国文化潜移默化地传递给海外出版社。

**怎样找到最合适的版权推荐人:**志同道合的出版人和译者是版权推荐成功的关键。《村庄变了》甫一出版,就获得国际儿童联盟前主席张明舟的高度赞许。2023年在尼泊尔举行的首届南亚国际书展上,他与海外出版社分享了这本书,立即受到尼泊尔、印度、斯里兰卡和孟加拉国出版人的欢迎,当即表达了购买版权的意向。展会后,英国、俄罗斯、吉尔吉斯斯坦、越南、沙特等国的出版社纷纷与苏少社达成购买版权的合作。为保障图书质量,苏少社向英国出版社推荐著名翻译家汪海岚担任英文版译者。在细细品读图书内容后,汪海岚欣然接受了合作。

**向海外出版社推荐时有哪些有效做法:**国际展会前,定期推送图书书目是与海外出版社保持联系的重要方式。进行版权推荐,我们还会介绍图书创作的背景,比如《村庄变了》就是介绍浙江安吉余村30多年来生态文明建设取得的成绩,证明绿色发展这条路是正确的。这本书也是今年我们向海外重点宣传的图书,其版权已输出英国、俄罗



斯、吉尔吉斯斯坦等9个国家。今年伦敦书展、博洛尼亚童书展上,将分别举办《村庄变了》多语种新书发布会。此外,还将重点推荐国际安徒生奖作家曹文轩新书《石榴船》、林格伦奖候选人黄蓓佳新作《黎明动物园》,获东方娃娃原创金奖的图画书,以及反映体育精神的新书《闪光少年》。可读性强、趣味性浓,能达到较好的审美需求,是我们推荐图书的基本标准。在选择海外合作方时,出版规模,在当地的知名度,以及编辑对推荐图书能否产生共鸣,是确定海外合作方的重要因素。