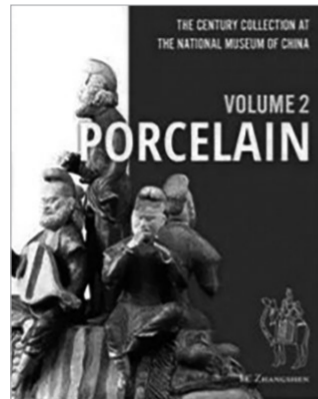


(上接第14版)

# 靶向发力传播优质内容 赢得高版税收入

## 沟通调研选择好书 开创融合发展特色之路

■司雯(安徽美术出版社融合发展部主任)



《中国国家博物馆百年收藏集萃》陶瓷分册

**版贸交易情况:**安徽美术出版社多年来与30多个国家和地区开展图书版权贸易,多种图书入选“中国图书对外推广计划”“丝路书香重点翻译工程”等项目,“走出去”成果显著。2023年,《中国国家博物馆百年收藏集萃》和《黄金时代·周雪》均取得20多万元版税收入。其中,《中国国家博物馆百年收藏集萃》由安美社与加拿大皇家柯林斯出版集团合作出版,先后被美国纽约大都会博物馆、美国哥伦比亚大学、加拿大多伦多公共图书馆等世界一流机构收藏,成为研究中国、了解中国的重要工具。该书得到作者方中国国家博物馆的大力支持,对这套书英文版做了全面策划,我们共同将这部大开本、厚重、极具收藏价值的艺术类大书改造成四册开本、更符合海外读者阅读习惯的英文版。安美社与皇家柯林斯出版集团互通百余封邮件,开展前期策划,共同对欧洲、北美洲的图书市场进行了广泛调研,针对海外读者对中国文化的阅读兴趣,从原书中精选出青铜、陶瓷、中式古代家具、玉器和佛像四个部类单独成册,以一件件极具代表性的顶级藏品,真实生动地反映了中国古代文明的发展历程,回应了海外读者对中国优秀传统文化的热情和兴趣。《黄金时代·周雪》由安美社与台湾新一代出版社合作出版。我们与该社合作已有10年,合作方式主要有实物出口、版权输出、合作出版等,主要涉及大中专美术教育图书和工笔美术图书,

这些图书的主要读者是中国台湾地区美术大中专院校的师生。10年间,成功向中国台湾地区读者,特别是年轻读者,“种草”了一批当代中国的画家及其作品,其中包括罗寒蕾、沈宁、范春晓、周雪等。2023年,安美社与该社建立了安美社流动书柜,百余种图书借此走进中国台湾20余所艺术类院校,实现销售,收获口碑,真正实现了海峡两岸共享好书。

**对国际化选题的理解:**国际化选题是重要的“走出去”方式之一,也是我们面对新时代、新阶段,实现出版国际合作高质量发展的必要工作。虽说艺术是人类共通的语言,安美社在开展“走出去”工作中,仍会遇到因文化、语言、宗教、法律等方面差异产生的问题。我们的艺术类图书“走出去”也不是将中国的艺术元素、中国的语言表达方式原封不动地搬到海外就可以,更多地需要通过共同策划、合作出版的方式,与海外客户共同打造国际化选题,真正从“走出去”到“走进来”。近几年,随着技术革新,传统出版和新兴出版正在加速融合“走出去”。安美社高度关注数字出版“走出去”工作,先后策划制作了《中国字听着学》《趣学毛笔画》等数字项目。安美社通过数字出版和活动,与葡萄牙、澳大利亚、新加坡等国家开展国际化选题出版合作,在数字出版“走出去”方面打磨了项目团队,积累了较好的经验,走出了融合发展的特色之路。

**怎样找到最合适的版权推荐人:**安徽出版集团非常重视海外资源积累,形成了海外渠道的各类资源池,供旗下的出版社联络。安美社也注重通过北京国际图书博览会、上海国际童书展等一系列海内外书展、活动,寻找机构,开拓合作。同时,我们一向高度重视译者资源,输出到罗马尼亚的《繁华平城》就邀请罗马尼亚著名汉学家、中华图书特殊贡献奖获得者鲁

博安先生亲自翻译,《中国国家博物馆百年收藏集萃》也邀请海外汉学家担纲翻译,力求翻译语言准确地道,完全符合输出地母语读者的阅读习惯,有效实现传播和推广。

**向海外出版社推荐时有哪些有效做法:**我们始终本着真诚的态度和清晰的目标,与海外客户互致问候、互推书单、互享资讯,借助书展、会议等平台见面交流,最重要的是通过合作项目互利共赢,加深联系。海外客户在资源上各有侧重,也会在研判政策和市场的基础上选择相应客户开展项目合作,建立长期稳定的合作伙伴关系。在推进图书时会着重关注图书的文化传承交流价值,必须能讲好中国故事,传播好中国声音,展示真实、立体、全面的中国,让海外读者感知中国文化、了解当代中国。

今年,我们重点推荐的是《汉字之美》《丝绸之路石窟艺术丛书》《中国非遗——粉蜡笺艺术的传承》《土地的歌——中国农民画》等优秀传统文化类图书,《古代中国的超级工程》《图说身边的生物》等少儿类图书以及《将军岭上——中国新农村计划的小岭南样本》《大地之子》等主题图书。这些图书既有专业度又有普及度,充分面向海外各类读者,用创新视角和独特表现形式,传播中国的书法、绘画、非遗等艺术内容,讲述中国当代的发展故事。

在确定海外合作的出版社和编辑时,首先考虑海外合作机构是否有志于与安美社共同推动双方出版文化交流,介绍和推广中国的优秀文化,开展文明对话。其次关注海外出版社的专业方向和水平,与我们的图书是否对口,是否具有出版艺术类图书的经验等。最后会考虑出版社的发展现状和规模,以及与我们配合协调程度。



“中华古诗诗词整理与传承”系列音乐专辑出版版权

**版贸交易情况:**时代新媒体出版社秉承“深耕数字版权,传播中国之美”的总体方向,围绕中华优秀传统文化题材产品线和网络游戏新业态产品线开展具体工作,接洽新客户,拓展“走出去”新渠道。我社近年来进一步细分中华优秀传统文化题材产品线,重点建设和聚焦此产品线下更具外向型特征的音乐类产品,并以此为依托着重拓展海外音乐版权合作平台。与目前全球最大的独立数字音乐分销商——法国必利弗音乐公司建立战略合作伙伴关系,输出“中华古诗诗词整理与传承”系列音乐专辑英文版,包括《醉翁操》《临江仙》《醉花阴》等,于Apple music、Spotify等音乐网络平台上架发行。在网络游戏新业态产品线方面,以国内游戏出版业务为抓手,在做好国内游戏出版发行的基础上,积极与研发单位寻求海外业务合作,在谷歌、苹果游戏市场上线《恐龙岛大冒险》(Dinosaur Island-Survival Games)、《极速驾驶(3D版)》(Car Speed-3D Driving Games)等23款游戏产品,通过合作发行、独家代理、联合运营等方式拓展业务广度和深度。

**对国际化选题的理解:**相关负责人介绍,国际化选题需要综合考虑多方面因素。首先,必须确保选题有足够的国际吸引力,以确保海外读者对内容感兴趣。在此基础上,选择具有中国特色且具有普遍性的主题和表现形式,这样的内容更易于被海外读者接受和理解。此外,也可针对特定文化、读者阅读习惯等,根据目标国家和地区的需求量身定制内容。

**怎样找到最合适的版权推荐人:**可通过参加出版行业相关展会、与业内人士建立联系、定期查阅行业资讯等多种途径。与海外版权公司合作时,需要建立良好的合作关系,密切沟通,并确保双方对合作条款和责任有清晰的理解。在版权输出中,译者扮演着至关重要的角色。译者不仅是文字的转换者,更是文化的传递者和沟通的桥梁。他们的工作不仅是简单地将原文转换为目标语言,更是在保持原文意义基础上,根据目标读者的文化背景和语言习惯进行调整和转换,确保译文在目标市场得到准确理解和深入沟通。译者需要具备优秀的语言能力、文化素养和翻译技巧,同时还需要对原文内容有深入的理解和把握。他们的工作直接影响版权输出作品在海外市场的接受度和影响力,因此译者的重要性不可低估。在日常工作中,结合出版社自身产品内容建立译者资源库,遇到具体项目时,有针对性地从中选择具有相关经验和能力的专业译者,同时提供详细的指导和反馈,以确保译文质量达标。此外,在人工智能技术日趋成熟的今日,充分利用人工智能技术对翻译赋能也是一种新方式。

**向海外出版社推荐时有哪些有效做法:**与海外相关类别图书的出版社保持日常联系的有效做法包括定期发送更新的图书目录和版权推介,参加国际出版相关的展会和活动,建立和维护个人关系网络等。推荐时,可以根据目标出版社的特点和偏好,精心挑选适合他们的图书,并提供详细的介绍和销售点,以吸引其兴趣。

今年最想推荐的版权产品主要是较有特色的中华传统文化题材,包括《乡饮酒礼》《风雅十二诗》《雪域调》《巴楚赋》《吴越韵》《大河谣》《安澜吟》等。由于时代新媒体出版社为电子音像类出版社,在选择推荐图书时,除考虑内容的独特性、质量、市场潜力以及海外合作伙伴的需求契合度等因素,还要考虑能否拓展数字出版。在向海外合作伙伴推荐时,考虑因素包括目标市场的需求和趋势、竞争情况、营销策略等。为确保向海外推荐时适销对路,推介版权的有效做法包括:提供详细的图书信息和市场分析,提供专业的营销策略和支持,积极参与相关的促销和宣传活动等。

在确定海外合作的出版社和编辑时,需要考虑多方因素,包括其在该领域的声誉和地位、出版物质量、市场影响力、合作态度和效率等。此外,还需要考虑合作条款和权益保障等方面的具体细节,以确保双方合作能顺利推进并达到预期目标。

## 谨慎研判、精准匹配海外市场需求

■陈德(天地出版社副社长)

**版贸交易情况:**2023年天地出版社版税收入最高的图书是《给小学生的漫画心理学》(4册)繁体中文版,版税收入6000多美元,买家是中国香港新雅文化事业有限公司。该书简体中文版上市后,天地社版权经营中心积极向中国台湾、香港地区,以及越南、泰国等国的出版机构发送新书资料,引起广泛关注。越南文版率先售出,繁体中文版权收到中国港台两家出版社报价,经过全面考量,最终决定售给综合实力更强的新雅文化事业有限公司。该书版权能够售出,除了天地社成熟的版贸渠道体系,还得益于图书内容与题材与海外目标市场的精准匹配。在向海外推介之初,我们深入调研分析目标市场与推介版权的适配度。首先,心理自助类图书在繁体中文地区和东南亚市场占有率相当大的市场份额,在中国台湾诚品书店、越南来赞达电商平台、泰国阿玛林书店等各畅销书榜单上屡见不鲜;其次,随着社会经济的发展,儿童心理健康问题引起广泛关注,未成年人的心理健康教育成为世界各地学校及家庭教育的热点;最后,在研判该书内容与题材符合以上两大市场要素之外,辅以趣味漫画这种深受儿童喜爱的表现形式,面向目标市场开展全方位的重点推介。

**对国际化选题的理解:**我们策划、出版的国际化选题首先要符合国内市场需求。除了题材要适应一个或多个海外国家或地区的市场需求,尤其强调有利于海外市场了解中国社会与文化,有利于促进文明交流互鉴;内容呈现方式要适合海外读者阅读需求,有一定的独特性,要在当地图书市场有较强的竞争力。

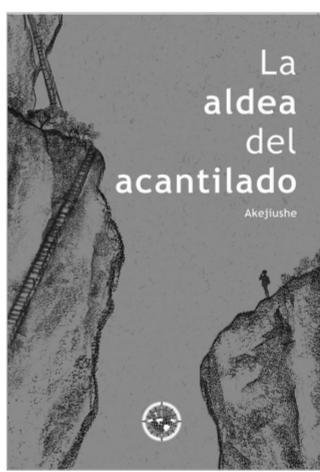
能兼顾国内与国际市场需求,使二者发挥出协同增效作用,是最理想的状态。

**怎样找到最合适的版权推荐人:**多参与国际书展等行业交流活动,展出本版原创优质图书,可以结识很多国内外专业版权推荐人。在了解其代理的语种、地域之后,有针对性地对他们推荐图书版权。在与海外代理取得联系后,我们会以邮件方式,有针对性地发送图书版权资讯,然后发送他们感兴趣图书的中文样章。收到样章后会酌情翻译资讯和样章,发送给我们的代理客户。收到报价并确认授权后,我们会与代理方和出版方签署三方合约。找译者做样章翻译时应寻找有相关类别图书翻译经验的译者,并确保目录和开头都在翻译内容之中。

**向海外出版社推荐时有哪些有效做法:**天地社版权经营中心创建了海外客户及代理渠道资源库,以表格清单形式登记联系方式。新书一出版,版权经理就会根据图书类别面向目标海外客户及渠道群发书讯邮件,推荐版权。邮件内容主要包括书封图片、内容简介、作者简介、卖点、图书征订演示文稿等。此时可采用“密送”的邮件方式,收件方只能看到发件人是谁,无法看到密送的对象。这样就知道这是一封群发的推荐邮件,如果想评估该选题,就会回信申请审阅稿,如果无意评估,则无需回复。

今年我们最想推荐的是《中国文明的起源》《小品一家人爆笑漫画》《我用一生爱中国:伊莎白·柯鲁克的故事》。选择的标准是图书内容质量高,有一定的国际市场竞争力和良好的社会效益。《中国文明的起

源》作者夏鼐是中国现代考古学奠基人之一,人称“七国院士”,有一定的国际认可度,目前该书已输出繁体中文版与意大利文版,其中意大利文版入选2023年丝路书香工程。《小品一家人》是四川原创IP动画作品,全网播放量超过500亿,《小品一家人爆笑漫画》是改编自动画的漫画书,和动画片一样具有很强的传播能力,已售出繁体中文和越南文版权。此前天地社出版的《大头儿子和小头爸爸》输出多种海外版权,阿文版还进入阿曼苏丹的国民教育体系,希望《小品一家人》也能取得突出效果。《我用一生爱中国:伊莎白·柯鲁克的故事》讲述了一位国际友人用一生爱中国的百年传奇人生故事,已售出多语种版权。在向海外合作伙伴推荐时,我们主要考虑推荐图书的类型是否符合其出版方向,作品的表达方式是否符合国外读者的阅读取向等因素。为确保向海外推荐时适销对路,我们熟记各个新老合作伙伴的出版方向,与他们保持联系,还向各类线上版权推介平台上传天地社的图书资讯,参加各类线上、线下书展,以此寻找潜在的海外合作机构。确定海外合作的出版社时,要考虑版税预付金的金额大小(出价高者优先)、版税结算方式,以及对方在业界的声誉与实力等因素。



《悬崖村》西语版书封

## 出版有吸引力的国际化内容

■辛齐娅琳·塞卡马尼(Cinzia Seccamani, 汇瑞时代文化公司国际销售总监)

物。该书版税收入上百万元,已在全球售出10多个语种版本(意大利、爱沙尼亚、俄罗斯、中国台湾、日本、西班牙、南美、德国),而且一再重印,即使在复杂而且饱和的日本市场也非常受欢迎。

**对国际化选题的理解:**向海外销售中国图书最具争议性的因素是内容政策。中国制作的图书有些过于关注本国市场,因此在海外市场不容易销售。有许多关于海外市场的、吸引人的话题,但是要有国际性的内容,而不是中国感兴趣的内容,这是中国制作的大多数图书存在的问题。因此,汇瑞公司的国际出版品牌——步步联盟国际出版(Step By Step)从其他经营者中脱颖而出。

**怎样找到最合适的版权推荐人:**对此没有一蹴而就的方法或建议,需要出版人有长期的经验,找到合适的艺术家或作者,围绕有吸引力的主题创作作品。我们很少与海外版权机构合作,因为我们只做合

作出版业务,而且不只是销售版权,大多数版代公司不喜欢处理合作出版业务。所以我们主要与海外出版商直接合作,我建立的人脉、业务联系和经验让我们可以针对不同市场开展业务。

**向海外出版社推荐时有哪些有效做法:**到全球旅行并与当地出版人见面是最有效的方式,但对于中国出版社来说也最困难。这正是汇瑞可以做的。2024年,由国际作家和插画家创作的、以女性读者为目标群、不同开本的立体书预计将成功,我们正在制作一些非常好的项目。对于版权销售,人的因素很重要,要求经验丰富、熟悉产品及其制作、对不同地区读者口味和需求有全球视角,并了解市场上的畅销品。要多参加国际书展及一对一的行业活动,发送电子邮件,参与社交媒体宣传等活动。在确定海外合作的出版社时,要了解其财务可靠性、专业性及严肃性或权威性,市场占有率或在某些市场领先领域或选题的特点。



辛齐娅琳·塞卡马尼(左)

**版贸交易情况:**2023年,《恐龙立体书》(Big Pop Up Book of Dinosaurs)再次成为畅销海外的合作出版