

(上接第15版)

中国出版机构积极“求变” 力争实现版贸顺差

Chinese Publishing Institutions Actively Seek Changes and Strive to Achieve a Trade Surplus

从儿童视角出发 让主题绘本走进更多国家

■王泳波(江苏凤凰少年儿童出版社社长)

江苏凤凰少年儿童出版社(以下简称“苏少社”)以全球市场为目标,坚持抓原创、促精品,做好版权贸易的服务、开发、维护和推广,让版权“走出去”持续保持高质量发展。2019年,苏少社版权输出54种,引进78种。2023年,版权输出65种,输出以“一带一路”国家为主,版权引进39种。相较而言,输出与引进比从约1:1.44升至约1:0.6,从逆差转向顺差。

近年来,苏少社从儿童视角出发,邀请作家创作具有国际视野的主题绘本,以此作为提升国际传播能力的重要举措。不少作品输出海外后,获得了读者的广泛认可。其中,“童心向党·百年辉煌”书系从策划之初就在现实性、艺术性、思想性上反复打磨,以小切口折射大背景,塑造出一个个小英雄、少先队员的形象。图书出版后,版权输出英国、伊朗、土耳其等6国,以英语、波斯语、阿拉伯语等多种语言出版发行。

为讲好生态文明建设的中国故事,苏少社联合中共党史出版社共同策划出版了低幼原创科普童书“童心筑梦·美丽新时代”。该书系从儿童视角出发,配以近千幅高清图片,多维度、全方位展现我国生态文明建设的成就,至今版权输出斯里兰卡和柬埔寨,为苏少社主题出版海外传播积累了新的经验,为推动世界各国共谋绿色发展之路,贡献了“可触摸”又“有温度”的中国智慧、中国方案。

“金山银山·我和自然”书系为孩子图文并茂地讲述中国大地上的绿色故事,引导小读者树立正确的生态文明观。版权输出英国、吉尔吉斯斯坦、俄罗斯等5国。该系列中的《村庄变了》已输

出意大利、越南、尼泊尔等10国。在2024年伦敦书展上,苏少社举办的“与世界分享‘美丽中国’故事——《村庄变了》英文版新书发布会,邀请英国出版人、英文版译者和海外读者代表出席活动,得到海内外媒体关注和报道。在今天的博洛尼亚童书展上,苏少社举办《村庄变了》多语种新书发布会,邀请海内外出版人、专家,从图书的出版宗旨、创作特色、情感表达等维度,向国外读者深入解读这部生态主题绘本。

依托以上图书的成功经验,2024年苏少社以中华体育精神为主题,出版了“闪光少年”原创绘本书系。该系列选取击剑、排球、体操、跳水、足球、马拉松等具有代表性的体育项目,通过真挚温暖的文本、细腻生动的画面,生动描绘了当代少年儿童顽强拼搏、奋发向上的精神风貌。今年BIBF期间,苏少社将邀请该书系主编、作者代表及海外出版社社长,围绕体育精神、儿童成长、文化交流等话题分享交流。

在版权输出模式上,苏少社坚持纯市场化版权输出模式,聚焦适合中外图书市场的图书内容,遵照规范的输出流程,在相互尊重、平等互助的基础上,保持与海外专业品牌出版机构的沟通。在版权输出过程中,我们前期与外方充分讨



《闪光少年》将在2024BIBF期间输出多国版权

论项目图书的策划意图和市场潜力。达成合作意向后,我们要求外方报价,提交营销计划,也会跟踪后期出版落地情况,有效促进合作双方版权图书的出版发行质量。如在“童心筑梦·美丽新时代”书系版权洽谈阶段,斯里兰卡海王星出版社和柬埔寨高棉出版社负责人充分肯定图书内容。柬埔寨高棉出版社中方社长戴志刚认为,该书系能帮助孩子早期阶段建立起环保的意识和责任感,也为柬埔寨的可持续发展和人民福祉提供有益的方案和思考。斯里兰卡海王星出版社社长丹尼斯·库拉顿表示,书中体现的“人与自然和谐共生”的主题充满了智慧,因此购买了版权并安排翻译出版。预计这两种外文版将在2024年年底前完成翻译并出版。

由于中外文化差异,版权输出图书在海外的销售还有待时间检验。我们通过甄选海外专业合作伙伴的方式,为版权输出图书的海外推广建立保障。近年来,我们版权输出的很多图书通过当地出版社出版后,获得当地政府认可,也为原创图书的海外销售创造了非常好的机遇。如《青铜葵花》僧伽罗文版出版后,入选斯里兰卡教育部推荐书目;黄蓓佳中华原创绘本系列之《最温柔的眼睛》《月亮坐在屋檐上》阿拉伯文版,入选阿拉伯联合酋长国政府向580个学校图书馆推荐书目。

总之,苏少社在童书海外传播推广过程中,紧紧围绕儿童视角,切实加强海外知名企业和著名译者的合作,把“自己想讲的”和“国外想听的”结合起来,坚持相互尊重和相互欣赏相统一的原则,因地制宜和精准传播相结合,推进国际社会对中国形成更立体、更客观、更真实的了解。

注重翻译及原创领域开拓 专业化推动版权输出

■周敏(上海译文出版社版权室主任)

从2019年至今,全球图书市场发生巨大变化,除部分爆款图书外,图书市场整体销量出现下滑。面对这一挑战,上海译文出版社(以下简称“译文社”)严守阵地、稳扎稳打,在版权输出方面精心部署,通过专业渠道将众多图书版权输出海外。

在做好版权引进、为中国读者提供更多优质阅读资源的同时,译文社积极投身文化强国建设,充分发挥在国际版权贸易方面的优势,为中国作家和原创作品“走出去”创造更好条件,长期致力于向世界推广中国好作品,已成功将双雪涛、王寅等原创作家作品授权至意大利、墨西哥、美国、立陶宛等国家和地区。版权授权逐渐从译稿授权、词典授权发展为以内容版权授权为主。

2020年,译文社成立“译文国际版权中心”,在该中心的精心运作下,越来越多中国现当代文学作者,如双雪涛、王寅、小白等,开始为海外读者所熟知,作品输出至欧美地区多个国家,推动当代中国文学的国际影响力不断提升。2023年,译文社更是凭借多年来在海外累积的声誉,吸引斯里兰卡出版社远道而来。经过推介,两部蕴含丰富中国元素的原创图书《趣简中国史》《趣简中国话》、秦文君的《开心男孩》《开心女孩》英文版和僧伽罗语版均输出至斯里兰卡。2023年,译文社的版权输出增加,版权引进减少,但与2019年



今年5月出版的《封锁》意大利文版

相比仍存在不小的版贸逆差,2023年,译文社引进版权260种,较2019年减少99种,输出版权10种,较2019年增加7种。

译文社凭借多年来与海外出版机构的密切联系,不断学习对外输出经验,加强版权双方认知和情感,推动从互相理解到获得共同价值观的互信和认同,最终实现共赢。主

要有两方面经验。一是高水平翻译。作为专业的翻译引进出版社,译文社具有多年翻译相关经验,深知优秀的先期翻译对版权输出的重要性。在“走出去”发展过程中,我们高度强调审读稿件和译稿质量的重要性。以王寅诗集《灰光灯》为例,其译者凌静怡(Andrea Lingenfelter)身兼诗人、汉学家、耶鲁大学东亚系硕士、华盛顿大学东亚语言文学系博士等多重身份,在翻译界具有重要地位。在翻译和输出过程中我们与译者全程沟通,确保诗集英文版最大程度地还原诗歌精髓,并在译本中保留其词句之美。虽然该书版权尚未输出,但是部分诗歌已在《纽约时报》上发表。二是发掘中国优质原创图书资源。译文社主办的“陈伯吹新儿童文学创作大赛”已举办3期,涌

现了相当多的优秀儿童文学作者,这批作者及其作品已成为译文社的宝贵资源。此外,译文社的原创社科图书《病人家属,请来一下》荣获第十七届文津图书奖科普类推荐图书等多项大奖,入围“刀锋图书奖”等多个榜单,越南文版即将出版。

2024年海外阅读市场微调,一般大众阅读趋向头部作品,教育教辅越来越成为重心,童书依然向好,图片阅读重要性愈加凸显。根据这一导向,我们更新了译文社年度版权输出书目,补充完善了可授权原创作品的相关介绍资料,并通过电子邮件作定向专题推荐。另外,通过BIBF、法兰克福书展、博洛尼亚童书展、上海童书展等书展平台,上传并定期维护译文社原创人文社科、文学、文化类作品基本信息,以求图书信息准确、全面、实时展示给读者和目标客户。同时,译文社的微信公众号“上海译文”“非虚构时间”,官方微博号“上海译文”等新媒体平台面向海内外持续发布译文社最新出版资讯,吸引了大批读者和潜在目标客户。

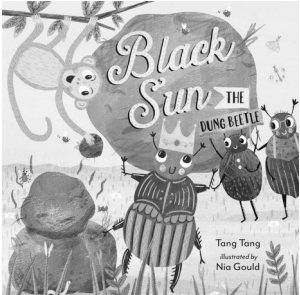
国际文化传播是提升中国国际话语权、展示中国国际形象、提升中国文化软实力、促进人类文明交流互鉴的重要方式,在宣传思想文化工作中具有十分重要的地位和作用。译文社将不断致力于国际文化传播,在承担好双向文化交流桥梁工作的基础上,真正让中国文化走向世界舞台,展示中国文艺新气象,铸就中华文化新辉煌。

中国元素 世界表达 让原创精品进入世界视野

■朱静(浙江少年儿童出版社国际事业部负责人)

2023年,浙江少年儿童出版社(以下简称“浙少社”)图书版权输出72种,较2019年增加12种;版权引进34种,较2019年增加3种,版权输出引进数量比从约1:0.52升至约1:0.47。如包括国家资助项目在内,版权输出从70种增至76种。今年1~5月,输出了30种图书版权,国际合作也平稳推进。

经过多年的探索和努力,中国作家和中国童书在海外影响力不断提升,越来越多海外出版社开始对中国图书产生兴趣并被吸引。原创儿童文学板块是浙少社多年来的优势板块,多个作家的多部作品在海外出版,走上世界各国小读者的书架。其中,三届全国优秀儿童文学奖获得者、浙江籍童话作家汤汤近年来创作了多部深受小朋友喜爱的作品(由浙少社出版中文版),吸引了海外出版商的关注。前不久在博洛尼亚童书展



今年4月出版的《屎壳郎响当当》英文版

和法国巴黎书展上,汤汤随浙少社出访,带新书参加了国际版权分享和文学创作对谈活动,推动作品走向世界舞台。目前汤汤已有15部作品与海外签约输出版权,童话故事“汤汤奇幻童年故事本”“汤汤幻野故事簿”和图画书《太阳和蜉蝣》《屎壳郎响当当》均输出海外,英语、法语、西语版、蒙古文版、希腊语、马来语等外文版将陆续在海外出版。

原创图书“走出去”有一条“捷径”,就是先出英文版。很多海外编辑会询问:(这部书)出过英文版吗?如果有专业的国际童书出版社出版的英文版作基础,就会大大增加其他语种编辑的亲近感和信任度。正式出版的英文版图书,其专业水准相当重要,会直接影响该书其他语种的落地转化。浙少社海外公司,位于悉尼和伦敦的新前沿出版社,以其丰富的童书出版经验,近年来将浙少社优秀的原创作品推向国际舞台,先后出版了多部中国原创儿童文学作品和原创图画书,将中国本土精品童书带入欧美主流渠道,并借助国际宣传媒介积极推广。如“阿诗”系列图画书、汤汤的童话和图画书均收到正面反馈,给后续作品的国际出版带来更多可能性。

经过近20年的积累,我国原创图画书板块在国际出版界发力,中国插画家获得的国际奖项越来越多,原创图画书授权海外市场的机会也大大增加,中国童书插画作品在散发中国魅力的同时,也越来越具有国际视野,被国际出版人接受。浙少社图画书《阿诗有块大花布》英文版于2018年在海外出版后,在博洛尼亚童书展大放异彩,受到多国出版商青睐,陆续出版了法语、意大利语、韩语等多语种版本,其姊妹篇《阿诗的神奇树叶》也进入国际出版商的视野,英语、德语、阿拉伯语版陆续出版。

汤汤的生命教育图画书《屎壳郎响当当》,讲述了一只屎壳郎从“为荣誉而战”到“为热爱而活”的觉醒历程,是汤汤原创绘本故事对生命意义思考的又一次深邃探索,该书邀请英国知名插画家Nia创作插画,英文版于今年4月在海外出版,期待它继续走向更大的世界舞台。

民族的才是世界的。就图画书来说,欧美国家作品的成熟度、出版水准已经很高,其图画书已占领中国童书榜单重要位置,因此“正面火拼”胜出的可能性不大。我们的原创图画书,必须有自己独特的魅力。中国元素、世界表达,兼具民族特色和世界视野的作品,才是真正国际化的作品。

2020年初,受全球疫情影响,国际出版节奏被打乱,中国少年儿童新闻出版总社有限公司(以下简称“中少总社”)版权输出总量有所下降,但经过持续努力,疫情后版权输出总量实现逐年增长。2023年,中少总社版权输出451种,较2019年增加21种,版权引进355种,较2019年增加217种,输出与引进比从2019年的约1:0.32降至约1:0.79。版权输出的平均版税近万元(人民币),单项最高版税为四位数(美元)。

中少总社的版权输出区域不断扩大,2023年又拓展了菲律宾等国家,输出122种图画书的双语版版权。输出品类拓展至原创图画书、卡通动漫、主题出版、儿童文学及数字化作品,数字化产品版权输出逐渐活跃。版权输出方式实现创新,如通过博洛尼亚童书展线上平台,向俄罗斯AST出版集团持续输出《白鱼记》《紫雾心谜》《麦小米的100个烦恼》等儿童文学作品版权;向韩国、加拿大、英国、丹麦、新加坡等国,以及中国香港地区输出互动动画书、有声书、电子书及视频书等多形态数字版权。

近年,国际形势变化和地区冲突事件对全球少儿图书市场产生了一定影响。亚太和北美是全球前两大少儿图书市场,美、中、德、英、日、法6国出版集中度最高,俄罗斯、加拿大、新加坡、日本、韩国市场备受关注。冒险、科幻、奇幻、历史、科学、艺术是重要的童书类别,图书以生动的故事情节、丰富的想象力和知识性,赢得儿童和家长的喜爱。目前,海外各大社主推图画书、卡通漫画、图像小说和科普书,纯文字的图书产品较少。图画书几乎占据了孩子的主流阅读市场,也因此成为各社竞争的领域之一,在书封的创新装帧、内文的精巧排版、色彩语言的表达运用上,凸显了极强的冲击力和艺术感。此外,据观察,科普百科也成为少儿图书市场的热门读物。

面对海外科普书、卡通漫画和图像小说的热潮,中少总社大力开发原创科普选题,于2023年出版了“院士解锁中国科技”丛书,邀请院士们主笔介绍我国各行各业、各领域的代表性科技成就,向少年儿童讲述科学及科学家的故事。卡通漫画方面,将在“植物大战僵尸”系列漫画畅销海外主流发行渠道的基础上,打造类似的大套系IP作品,实现版权持续输出和版税收入的良性循环。在图像小说领域,中少总社策划了《故乡》《呼兰河传》等以中国经典文学作品为蓝本的系列作品,旨在采用新颖的图文形式促进儿童阅读和传承经典。

海外出版机构在选择和购买图书版权时,会考虑成本、受众、市场销量等因素,大型出版社也有完整的选题申报、论证、审批流程。海外出版方在引进版权时主要考虑几方面因素。一是选品时重视图书内容、出版方向,以补充现有品牌系列。如海外出版方在“世界神话故事”系列基础上,需要加入原汁原味的中国神话分册,则会考虑从中国引入。二是海外出版方通常会先发放样章试读本,收集并分析读者反馈。三是满足当地读者学习中文的需求。如阿拉伯国家和地区、新加坡、马来西亚、韩国,以及欧美国家和地区的华人群体对中国图书有一定需求。四是出版机构负责人起到主导作用。如海外出版社社长、首席执行官、编辑主管等人员的决策至关重要。此外,当地政府的主导因素,以及作者和绘者的国际影响力也至关重要。

为推动海外出版机构购买版权,一要深挖海外市场及当地读者阅读需求。如我国港澳地区,以及东南亚家长购书倾向于实操性、知识性内容,俄罗斯的青少年读者倾向于阅读带有古风和中国传统文化元素的长篇小说、历史作品,欧美国家的选择则更加多元。二是要提升原创内容品质。要以中国传统文化为基础,通过国外读者喜闻乐见的方式讲好中国故事。如主题出版类图书可以图画书、卡通漫画等形式呈现。三是加强国际出版合作。中少总社将推出更多融合中国传统文化和国际插画风格的精品,在培养国际化编辑人才队伍方面加强合作。四是提高审读材料的翻译水平。审读材料的翻译质量会直接影响海外合作方的阅读体验及对图书内容的理解,进而决定版权合作意向。五是利用国际书展等平台宣传造势。六是创新合作方式。如今,越来越多的海外出版机构倾向于引进电子书、有声书、视频书版权。

在选择合作方时,建议将目光从实力雄厚的老牌出版社转向小而美的出版社,小社的创办者往往是资深出版界人士,在出版品质上有保障,谈判成本相对较低,合作灵活度更高,双方配合度也更好。版贸人员应了解当地图书市场需求、读者阅读倾向,摸清对方的产品线、出版和营销情况以及版权购买需求,同时掌握本机构的产品线特点、动态及分布,会展约见前与客户充分沟通,考虑约见地点和时间安排的合理性,提前准备好推介材料,在会中尽可能明确、全面地表达需求和意图,评估和推动双方的合作可能,提升版权交易的成功率。后续商谈中,在签约阶段,要注意合同模板因理解分歧产生的隐患,或存在法律或技术漏洞带来的不确定性和维权风险;在文化适配性上,要提前充分沟通,注意对译文质量的把关;全程管理版税标准,及时支付等技术环节,并与编辑部门、市场部门、财务部门做好衔接配合,形成版权贸易的完美闭环。

未来,中少总社将开发更多国际化选题,开辟更多写作方向和领域,借助开放的国际平台创作出更多独特的高水平多元文化故事。同时,提升翻译本土化,探索多样化的推广方式,让中国优秀童书被世界更多读者看见、阅读和喜爱。

(下转第19版)

找准文化适配性 拓展合作深度广度

■胡玥(中国少年儿童新闻出版总社版权经理)



2022年出版的《喊月亮》英文版