

中国 编客

发现思想 传播智慧

投稿邮箱:4818208@qq.com 联系人: 孙 珏 微信:kinkimonkey

特别策划

出版机构版权主管畅聊

近5年,版贸市场发生了哪些大变化?
出版社联合抵制6·18电商大促的背后

P46~47
P50

专栏

孩子身心问题背后是“失联”的父母

P51

本期导读

出版机构版权主管畅聊

近5年,版贸市场发生了哪些大变化?

What major changes have occurred in the copyright trade market in the past 5 years?

2024年的BIBF在即,近5年,版权市场发生了哪些新变化,哪些运营模式升级了? 哪些新的合作方式诞生? 我们邀约活跃在版权贸易一线的版权主管聊一聊,这5年,他们感受到的版权市场的真切变化,以及这些变化背后潜藏的未来趋势。

中国出版传媒报记者 孙 珏

节奏加快 不断“迭代”的版权工作

广西师大出版社集团儿童图书出版分社国际事业部主任谢源在版权主管的职位上,几乎见证了过去5年工作节奏和方式的显著变化。“技术发展,视讯会议成为日常工作的一部分。人工智能(AI)的应用也极大地提升了工作效率,使我们与海外出版方的沟通更加深入和便捷,这对于版权交流和合作至关重要。”与5年前相比,版权部的日常工作尽管还是围绕几大书展进行,但二十一世纪出版社集团版权部主任杨定安发现,近几年

线上会议模式越来越受大家欢迎,未能在线下书展见面的客户,都会在书展前后安排线上的会议。伴随新型国际合作模式的出现,她也在不断学习和思考如何在新的合作模式下深化国际合作,比如国际组稿过程中怎样帮助作者和画家共同完成一本图书、如何对海外平台进行有效管理、怎样在海外实现收益等等。中青雄狮版权团队同样感觉到了“当前整体工作节奏加快”。首先,根据社内出版计划,要全力配合编辑部汇总

外版书制作过程中有关图文内容删改、翻译等待确认问题,在下厂前发送权利方审核,并协调权利方尽快答复,确保图书按期下厂付印;其次,在图书版权资源搜寻方面,更要“眼疾手快”。中青雄狮版权部相关负责人特别提及,目前外版书头部版权资源竞争日益激烈,有的选题还在出版过程中,甚至连封面都没有,只要书名吸引人就已被预定。“这就需要版权人员持续加大优质版权资源搜寻的广度和力度,加强和编辑部及权利方的沟通。”

典型工作日盘点

刘光宇(中国人民大学出版社国际合作部主任)以最近这段时间中的一个工作日为例:早上醒来花时间过一遍近期重要日程和一天要处理的工作、要联系的同事和客户等,做到心中有数;到单位后很快进入工作节奏,联系市场部同事确认书展参展样书的初稿、审定和领取;召开部门的书展工作协调会;和部门版权经理沟通一些版权疑难问题和同步进展、应对方案;和部门同事沟通近期她的工作安排;统筹出版社书展期间整体活动并排出社领导、值班人员等的活动安排;建值班群,通知各部门报书展值班编辑并作相关通知和安排;中午工作午餐会;就近期刚达成签约的一个社重点项目与客户和编辑部会面谈谈后续和落实工作;下午按照约定与编辑拜访版权方和进行版权会谈;会谈结束后回单位继续处理其他部门日常工作

和临时事务。
谢源(广西师大出版社集团儿童图书出版分社国际事业部主任):以2024年5月的一天为例。上午8:30-11:00:准备即将到来的吉隆坡国际书展和泰国书展的版权推介会。重点梳理中英文资料,确保重点作品能够得到充分的展示和介绍。同时,准备宣传海报、主持词和PPT等材料,以吸引与会者的注意。上午11:30-12:30:与集团版权部、广西师范大学国教院以及印度尼西亚合作方进行视讯会议。讨论BIBF“中国原创绘本少儿国际中文课程:印尼版新书首发礼暨课

程升级发布会”的产品形态升级和活动筹备细节,确保发布会的顺利进行。下午2:30-4:30:专注于韩国首尔书展的商务配对项目,准备与《奇妙的书》韩文版出版社的约见,并安排与国际安徒生奖得主苏西·李的会面,探讨可能的合作机会。下午4:30-5:30:与编辑部和美编部沟通重点引进书系——魔法象法语大奖书屋第三辑《凡尔赛公主探案记》的印前送审事宜,确保作品质量。

杨定安(二十一世纪出版社集团版权部主任):2024年6月5日,与平日一样,来到办公室第一件事是打开邮箱查收新邮件。土耳其版代发来对我社一本原创图画书的最终报价,对方出版社同意提高预付版税以获得土耳其语版的出版授权,并且希望尽快签订版权输出合同。熊猫出版社发来了一段视频,这是为配合社里在北京国际图书博览会举办的版权推介会而录制的。此外还收到几份引进图书的发票,海外社的版权图书信息,BIBF的约见邮件……上午11点,参加线上会议,与编辑部的同事共同讨论版权推介会准备工作中的细节问题。距第30届北京国际图书博览会开幕还有2周,下午对英文版书书目进行最终的校对准备付印,继续通过邮件、QQ和微信落实与海外社的约见时间,参展样书书单确定后办理调书手续……16点,与编辑部开会,就几套引进版权图书的续约问题进行讨论。

陈雯(新星出版社版权经理):如今的工作节奏相

比5年前快了很多。每一天的安排都非常紧凑,任务量大且种类繁多。早上9点开始,我通常会首先处理前一天未完成的工作,特别是紧急邮件和需要立即处理的文件。接着,我会随时关注线上的群组消息,需要的时候,随时组织上下游业务板块的同事沟通,有时候通过视频会议直接沟通,方便高效,节省了大量时间。视频会议的普及是工作方式变化的重要体现。以前,很多会议需要面对面进行,耗费大量时间在路途和准备上。现在,通过视频平台,全球各地的版权方和合作伙伴可以在任何时间快速接入会议,讨论具体的合作事项。比如,我们会通过腾讯会议、Zoom或Microsoft Teams等平台进行项目讨论、图书封面和营销物料的方案企划说明,节省了大量的时间和资源,沟通效率大大提高。从我个人的工作变化看,5年前,我的主要工作集中在在海外版权引进,特别是引进优质的海外作品。如今,我不仅继续引进海外版权,还积极推动中国原创作品向海外输出。此外,我还从主管市场化作品的版权扩展到兼顾外宣主题图书的国际合作出版。市场化作品主要集中在推理悬疑小说和科幻小说两个品牌——“午夜文库”和“幻象文库”。外宣主题图书则涉及更多的国际合作出版项目,这些书籍往往带有宣传中国文化和理念的使命。在这两方面的工作中,我致力于共享资源和渠道,通过整合两者的优势,互相借力,最大化地发挥每一个项目的潜力。

国内版权贸易市场发生的六大变化

变化一 版权费用“与日俱增”

近年,优质版权资源的潜在利益回报成为很多有实力的出版社愿意花大价钱在版权竞价中“大杀四方”的重要因素。中青雄狮版权部相关负责人告诉记者,近年的版权费用可以说是“与日俱增”。“有的报价可以高到使权利方、代理、竞社都面面相觑,

前所未闻,权利方也会因此不再理会其他社的报价直接授权。”背后原因也很明显,优质版权资源带来的可以预见的稳定投资回报及相对较小的风险,让出版人趋之如鹜。新星出版社版权经理陈雯表示,版权费用确实是“水涨船高”。特别是在英国、美国、德国和日本四个国家的国际版权贸易中,竞争愈发激烈,版权价格不断攀升。一个显著的原因是

热点聚焦



中国出版传媒商报讯 近日,《少年连》新书发布会于中国共产党早期北京革命活动纪念馆二层大教室(北京大学红楼)举行。中国作协党组成员、书记处书记、《人民文学》主编施战军,中国文化与文学研究所所长孟繁华,国际儿童读物联盟原主席张明舟,北

人文社发布新书《少年连》:一部“少年强”的文学范本

京师范大学文学院教授、中国图画书创作研究中心主任陈晖,与该书作者何方一起,带来一场以“当一群少年,决定勇敢抗争”为主题的对谈,揭开一段惊心动魄的东北少年抗战往事。

1939年年底,日军投入往年数倍的兵力进山围剿抗联,抗联少年连意外与大部队失联,进入深山密林,在沟壑与雪峰中,与日军游击作战。干瘪的野菜、几粒苞米,喂养着少年的铮铮铁骨。隔着时间的洪流,少年们保家卫国的担当、无畏强敌的勇气、坚韧不拔的毅力,《少年连》里清晰可辨,熠熠闪光。他们用年轻生命谱写的动人故事,让人振奋,也让人潸然。

发布会现场,中国出版集团党组成员,中国出版传媒股份有限公司董事、副总经理,人民文学出版社

社长臧永清对《少年连》作了高度评价:“无论是故事的构造还是文字的魅力,这部小说都是当下儿童文学写作中的精品,也是新时代正面书写少年英雄的优秀之作。这对于曾出版《小兵张嘎》等多部重量级‘红色写作’经典的人民文学出版社来说,更具有重要的、接续‘红色写作’的意义。”

谈起《少年连》的创作缘起,作者何方追溯到自己的故乡东北。长白山地区抗日联军活动活跃,生活于此,何方从小便听着抗联的英勇故事长大,这些碎片化、具有传奇色彩的童年印记,在他心中烙下深刻的印象。该书中,何方关注细节、关注抗联口述历史,他将经验和想象融合,善用自身经历和生活记忆,力图营造“不脱离生活”的故事与形象。(沈西)

爆款书解析



畅销书作家老杨的猫头鹰鼓鼓掌推荐

《首先你要快乐,其次都是其次》上市2个月发行近10万册,上市后攀升至当当励志榜单排名第一、总榜单前十。其中,抖音当当店铺销售超6000册,拼多多凤凰新华书店图书旗舰店销售超4000册,在其情绪与价值图书畅销榜蝉联榜首近1个月;小红书凤凰精选好书店铺销售超1000册,成为店铺销售头名产品。

“解压”贯穿全书,为产品IP多元化铺路。《首先你要快乐,其次都是其次》一书自选题策划之初,在精准锁定目标读者群体并深入理解其需求的基础上,就确立了以“解压”作为贯穿全书的核心主旨。经过初步的文字构思与撰写,稿件反复打磨编辑,我们调整的方向聚焦于增添内容的趣味性 & 意料之外的元素,力求将视角下沉至日常生活中极易被忽视的小事之中,从这些微妙而平凡的细节里挖掘出快乐与美好的源泉。同时,我们刻意简化实现过程的复杂度,确保每位读者都能在自己的日常生活里,无需过多费力就能捕捉到那份简单却真挚的幸福感。

插图设计层面,我们的探索同样充满挑战与创新。在与众多插画师合作,进行了试稿之后,最终确定该书简单、清新的插画风格。它以其轻松愉悦、简约而不简单的视觉语言,成功脱颖而出。这种风格不仅紧跟当代潮流,深受年轻群体的喜爱,而且巧妙地摒弃了传统手绘的繁复,转而采用了一种更为现代、易于接受的表现形式。

闭环协作营销,激发共鸣,传播快乐“种子”。针对《首先你要快乐,其次都是其次》这本书,我们以新媒体宣传—销售渠道—新媒体互动的闭环,用协作营销步骤在做推广,旨在通过多层次、全方位的推广活动,触及每一位潜在读者的心灵,激发共鸣,传播快乐的“种子”,将“解压”传递给每一位读者。

预热阶段:社交平台种草,引发情感共鸣。该书的营销主旨是给读者带来快乐,所以在营销之初,我们充分利用了小红书这个深受年轻人喜爱的社交平台。我们团队成员自己先分享,同时邀请了众多小红书达人进行书籍的试读和分享,达人笔记一经发出即出爆款,各方引流比较好,迅速吸引了大量潜在读者的关注和情感共鸣。使这本书的目标读者逐渐和小红书的使用者形成了契合。

新媒体首发:短期独家销售点燃热情。在小红书和抖音两大新媒体平台上,我们设置为期10天的短期独家期。通过精心制作的宣传视频和图文内容,直接触达目标受众,迅速汇聚并转化首波流量。通过精准营销策略,有效提升图书的知名度与期待值。

平台电商全面铺开:做好线上控价和差异化增值。在前期新媒体平台预热后,我们统一时间节点迅速在各大电商平台上架销售。在努力保障平台限价的基础上,我们与各大电商平台进行了深度合作,推出了具有差异化的产品附加值,如印章版、独家贴纸等,以满足不同读者的需求,给渠道带来差异化销售,尽可能避免低价内耗情况分析。同时,在渠道给力支持下,我们通过精准的数据分析,随时调整营销力度,参与各大平台活动,确保了书籍在各大平台上的销量稳步增长。

线下加大曝光:实体书店成为快乐传递站。为了让更多读者能够亲身体验到书籍的魅力,我们专门用该书的精美插画制作成异形KT板,在线下书店展示,并为此书申请专区重点陈列。这些专区不仅展示了书籍的精美装帧和独特设计,还可以让读者在轻松愉快的氛围中感受到书籍带来的快乐,使书店也成为快乐的传递站。

线下体验升级,新媒体反哺:营造沉浸式氛围。我们积极参与线下图书市集活动,通过展位抽盲盒、集章活动、现场扭蛋机互动等趣味环节,赠送与图书主题相契合的小礼物,鼓励读者拍照打卡,分享他们的快乐体验至小红书、抖音等新媒体平台,形成口碑传播的良性循环,让线下营销反哺新媒体宣传,持续增加该书热度。(完整版请见“编客实验室”微信公众号)

作者不火,书爆火,这本书2个月发行10万册

杜晓峰(中国妇女出版社发行部主任)