

(上接第46版)

国内版权贸易市场发生的六大变化

Six major changes in the domestic copyright trade market

中国人民大学出版社国际合作部主任刘光宇也提及,近年来,随着版权市场的繁荣发展和优质版权资源的紧缺,版权费用整体呈上升趋势,热点图书的版权费用也水涨船高。同时,近两年随行业和市场调整变化,有些出版社的图书预付金起受理金额也经历了一路走高又小幅回落的过程。

版权购买方更加理性,同时个别热门图书势头不减,竞价至很高的价位,版权条件分化严重。尽管版权费用不论是引进还是输出,预付版权费较5年前都有一定增长,但正如二十一世纪出版社集团版权部主任杨定安所言,有些输出项目的预付版权费已经超过了引进项目的预付版权费。不难发现,而今版权费用的波动受市场需求、作品受欢迎程度以及作者或品牌知名度等多重因素影响。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告诉记者,无论市场如何变化,该社始终坚守出版理念:选择有潜力的作品,支持有才华的作者,与他们共同成长。最为典型的案例是,广西师大社魔法象品牌一直致力于发掘潜力作者,陪伴作者一路成长。在过去的5年中,有3位魔法象作者荣获国际安徒生大奖殊荣。“我们不盲目追逐市场热点,鲜少参与高成本的版权竞价战,但对有价值、有意义的作品,总能迅速作出反应。自2022年12月出版以来,“魔法象法语大奖书屋”系列已售出近17万册,成为法语引进儿童文学领域的佼佼者。在即将到来的巴黎奥运会之际,广西师大社还将推出“魔法象法语大奖书屋”第三辑——《凡尔赛公主探案记》。这套风靡全法国的公主探案小说,从签约到编辑出版仅用了不到半年的时间。它不仅关注女孩成长,提供解谜乐趣,还融入了丰富的法国历史文化,促进了中法文化交流,呼应了女性经济和女孩成长的社会趋势。

变化二 数字化、AI技术助力版权交易更便捷

近5年,版权交易工作方式在技术的加持下演进迅速。谢源说,她无法想象今天能够如此高效地同时处理多项重点工作。“借助AI技术已成为我日常工作中不可或缺的一部分,它不仅极大地提升了我的工作效率,还让我能够更深入地专注于策略制定和创新思考。”让谢源受益的包括在AI的辅助下准备版权推介会、国际书展商务配对项目,以及新书首发礼等工作项。此外,AI技术的融入还拓宽了谢源的国际视野。比如,更加注重版权内容的国际化和本土化,以更好地适应全球不同市场需求。

此外,随着技术的进步,版权签署变得更加高效和便捷。《凡尔赛公主探案记》版权的迅速推进,得益于采取了电子签署方式,版权交易时间大大缩短。几乎所有的受访者都表示,版权签署方式发生很大变化,越来越多海外公司更愿意通过DocuSign电子签名平台进行合同签署,以提高工作效率和降低邮寄成本,使版权交易更加便捷、高效。

变化三 翻译模式创新 AI辅助翻译+译者介入营销

邀请英语国家汉学家级别译者直接进行翻译。中青雄狮也是中青总社英国子公司中青国际的北京编辑中心,中青国际出版的大部头英文版图书专业性强,邀请英语国家汉学家级别译者直接进行翻译,英文版稿件也有“三审三校”环节,一般由社内英文编辑担任初审,复审由中、外专家和内部编辑共同担任,进行改稿润色,终审由社内和外方出版社的资深编辑人员担任,不仅保证了内容导向和语言质量,还缩短了翻译周期,使产品语言质量达到国际水平。

值得关注的是,团队翻译在图书翻译尤其是话题极具时效性的图书翻译中得到了实际应用,并且切实提高了翻译效率,尤其在AI等研究成果更新换代迅速的新领域,团队协作使出版社推出翻译版图书的速度几乎能够与国外成果的出版速度同步。人大社AI辅助在翻译中的应用日益普及,大大提高了图书翻译效率。例如,人大社从Wiley引进的一本人工智能主题畅销书,通过清华大学译者团队的协作翻译,在一个月內翻译完成,极大节省了翻译时间,同时译者的专业性又能很好地保证翻译质量。

同时,译者和译者团队不再只局限于翻译工作,呈

现出全方位参与图书翻译、出版和后期包装、营销的趋势。例如,人大社近期引进了一部澳洲作者关于死亡教育的畅销书,译者与作者关系密切,从事媒体工作,不仅能够承担图书翻译,同时通晓媒体运营。作者和译者的国内团队来自新媒体、临终关怀等相关行业,将在图书出版后与出版社合作策划市场营销活动,联络知名网络主播、相关行业专家和政府、公益机构进行联合推广。

变化四 对外内容传播价值筛选打磨升级

眼下,国内出版机构版权工作中大量涉及了对外内容传播价值筛选和打磨的升级,以更好体现对外传播内容的稀缺性和世界共同关注问题等。中青社的“人世间”系列小说版权推荐中,国内主要内容介绍为“从二十世纪七十年代初至改革开放后的今天,他们有的通过读书奋斗改变命运成为社会精英,更多的则像父辈那样努力打拼辛劳谋生”等,在对外传播中,更多着眼于全人类共有的经历和情感,比如在受到生活打击后仍努力乐观地生活,每个人都会经历到的亲情、友谊、爱情、工作、死亡等情节内容,最后强调其实小说中的主人公就是生活在现实中、生活在世界各个角落的你、我、他。希望可以在推广过程中跨越国别,使国外读者更能接收到小说所带来的人类普遍情感,及文学所带来的力量与感动。

人大社一方面致力于优化内容质量,不断传播全球最前沿的优秀学术成果,始终坚持“精品策略”,坚持与“三个顶尖”(即世界顶尖、行业顶尖、所在国顶尖)的出版社合作,以高品质内容为核心和导向,服务市场,服务读者。另一方面,也紧密结合受众需求,通过多渠道宣传,突出精品内容。2021年,人大社从企鹅引进了诺贝尔经济学奖得主阿玛蒂亚森的自传《四海为家》(Home in the World)。在新书出版前,精心策划了一场中国人民大学学者与诺奖得主对话直播活动,作者阿马蒂亚·森和中国人民大学经济学院刘守英基于各自的经验,探讨了十余个广受全球读者关注的世界性经济学问题,例如世界各国文明互鉴在经济层面的含义、贫困的本质,中国如何向高质量发展模式转变等等。直播活动专业性、形式新颖、嘉宾观点稀缺性强,共吸引了1115.1万人观看。此外更是得到了抖音APP的重点推荐,“中国人民大学”“人大出版”“抖音知识”和“抖音公开课”等官方抖音账号同步进行了活动直播,是一次大胆的突破和尝试。

变化五 国际合作模式创新 全球化组稿+独资公司海外运营落地

目前,全球化组稿成为出版机构积极探索的版权合作创新模式之一。中青雄狮版权部相关负责人表示,中青国际始终坚持“本土化运营、商业化运作”。中青总社2007年资本“走出去”、人员“走出去”,深入了解当地政治、经济、文化背景与国际市场的图书需求和运作流程,研究外国读者的消费水平和阅读习惯,按英国乃至欧洲本土化经营流程运作,中青国际十余年来已经扎根伦敦、产品进入国际主流市场。此外,中青国际还在当地聘请外国专家顾问及兼职人员承担调研、翻译、审校、营销推广等工作,避开国内逻辑策划国际产品的误区。中青国际策划选题时将一系列素材带到书展与分销商及合作伙伴沟通内容、体例、装帧、定价、营销方案等,根据市场需求生产,大部分重点产品签订包销协议,避免了高库存的问题。按照欧美国家常用的商业模式,中青国际在国际市场基本通过合作出版多种语言版本和分区独家代理来实现逐级分销,形成优势互补,实现互利共赢,使产品的商业价值和国际影响力最大化。人大社在全球化组稿中也同样卓有成效。该社版权部协助编辑部门在全球范围内寻找优秀的作者和作品,然后引进到本国出版市场。2021年和2022年,人大社出版了“当代国外马克思主义前沿问题研究丛书”,该套丛书为汇编作品,使用了芝加哥大学社、泰勒弗朗西斯出版集团等出版机构的学术内容,版权部协助编辑部门进行了清权。社里也组织来自各国对中国友好的专家、学者、社会知名人士,以其亲身经历和学科积累为基础,从外国人视角看中国、写中国,为讲好中国故事、传播好中国声音开拓新模式。此外,出版社版权部参与国际市场调研,分析不同国家、不同出版社的出版市场趋势,为出版社的国际合作提供决策支持。例如,去年人大社参与撰

写的相关报告,深入研究了美国、英国、德国、法国、阿拉伯国家的知名大学出版社,概述了以上国家和地区的大学出版社在历史、出版方向、出版规模、组织机构及管理模式、数字化发展和外部资金支持等方面的发展情况。

二十一世纪出版社进行全球化组稿,近年出版的海外作家直接授权的作品和中外作家、插画家合作的作品有《迷路》《艾菲尔和他的铁塔》《起起传奇》《我是哪宝》等。《迷路》是“曹文轩国际绘本”系列的第一部作品,由中国首位国际安徒生奖获得者曹文轩和德国首位国际安徒生奖插画奖获得者克劳斯·恩西卡特联合创作。该项目于2019年11月在上海童书展启动,二十一世纪社与德国莱比锡童书出版社在上海共同签署了合作意向书。莱比锡童书出版社的雷曼社长回到德国后,就带着文稿找到插画家,经过几年的图画创作,2023年下半年,85岁高龄的恩西卡特先生完成最后一幅画稿,又经过排版和制作,德文版于今年博洛尼亚书展期间出版,中文版也会在2024年北京国际图书博览会上推出。此外,二十一世纪社在克罗地亚设立的独资公司熊猫出版社成立于2021年6月,公司的设立就是希望借助海外资源,采取本土化运营机制,出版适合当地市场的图画书产品。为此,该社聘请在克罗地亚有30多年出版经验的作家、出版人克什米尔·胡塞罗维克担任公司的管理者,他不仅熟悉克罗地亚市场和发行渠道,与周边欧洲国家的出版社有密切合作,自己还担任克罗地亚商会儿童图书协会主席,曾经多次来中国参加书展和各种活动,对中华文化有很浓厚兴趣。熊猫社从克罗地亚读者的阅读兴趣出发,制定选题计划和出版进度,在图书馆、图书展、儿童节、艺术节等不同场合举办形式多样的图书推广活动,很好地扩大了图书的影响力。

变化六 数字融合产品版权交易成新趋势

随着数字技术的发展,数字图书版权的引进和输出成为新的趋势。电子书、有声书、视频改编和其他数字形态的版权贸易日益活跃,立体化出版成为一些畅销和长销图书的新型合作模式。自2021年起,广西师范大学出版社携手广西师范大学,共同研发了中国原创绘本少儿国际中文课程,这一课程是国际合作模式创新的典范。该社以魔法象原创系列绘本《123,散步去》、《点点的夏天》、《将来有一天》、《腊月歌》和《山间》为内容载体,对标《国际中文教育中文水平等级标准》,开发了全视域多模态的中文教育课程资源。今年,广西师大社进一步深化国际合作,与印度尼西亚合作方及广西师范大学国教院联合进行产品升级。针对东盟地区母语非汉语的低龄儿童,以及致力于早期中文教育的教师或家长,增加了教师用书和配套教具,形成了综合产品包,包括“中文绘本+印尼文绘本+教师用书+电子课程U盘+教具”。为促进产品在印尼的小学推广,广西师大社计划举办线上线下教师培训营,进一步优化产品,确保其满足当地教育者和学习者的需求。这一融合出版产品“走出去”的实践,不仅加强了中印文化交流,也为全球中文教育贡献了创新的解决方案。

目前,中青社正在积极研发“中国艺术在线——中国文化艺术国际传播数据库”项目,践行国家关于推动中国文化艺术“走出去”的战略规划,制作成一个数字化、智能化、可搜索的线上中国艺术博物馆和中国文化艺术百科全书,保护、传承、研究、展示人类文明的重要作用,守护好中华文脉,并让文物活起来,扩大中华文化的影响力。计划分中英两个版本呈现。英文版由英国布鲁姆斯伯里出版集团提供国际营销支持,计划发行到全球各大公共图书馆和教育、科研机构。

人大社版权部也与社里的数字部门密切交流,参与到电子书、有声书等数字产品的国际合作中,就双赢的版权贸易形式、数字产品的出版模式进行沟通和探索。该社开发的中国审判案例数据库销往意大利路易斯大学。电子书通过中国知网海外部门销往国外各大学和图书馆,包括澳大利亚国家图书馆、印尼国家图书馆、哈佛大学、新加坡国立大学、芝加哥大学、法国语言文学大学等。2023年1月,人大社参与了数字“一带一路”文化出海高峰论坛等活动,将优质的主题出版数字内容通过“丝路阅读”等应用软件提供给“一带一路”沿线国家的用户,预计宣传覆盖触达20亿人次以上用户。此外,人大社还通过中国图书进出口(集团)总公司的易阅通平台,海外的圣智Gale和亚马逊Kindle等将数字内容销往海外。

2024年3月日纸质版在日本出版,广受好评。在Amazon Japan上,80%的读者给出了五星评价。作为一个漫画大国,日本读者对漫画作品的要求非常高,而《烈士千瞳》能获得如此高的评价,足以证明其品质和吸引力。在中国,《烈士千瞳》也同样取得了不俗的成绩,出版一周即加印。线上直播、渠道限定版本、线下分享签售活动等安排得满满当当。

角川书店是日本最著名和历史悠久的出版公司之一,其在漫画出版领域的地位尤为显著。角川书店最初是一家专门出版漫画和小说的出版社,现已扩展业务范围,拥有强大的跨媒体整合能力,能够将作品从出版领域拓展到电影、动画、游戏和音乐等多个领域,形成全方位的娱乐内容产业链。与角川书店合作,不仅是对《烈士千瞳》质量的认可,更是中国原创漫画走向国际舞台的重大里程碑。

总而言之,《烈士千瞳》的成功是我们探索新模式、注重内容质量和加强国际合作的一个缩影。通过这些创新,我们不仅提升了作品的国际影响力,也为中日文化交流做出了贡献。

● 话题

谢源:AI和大数据技术的应用将在版权贸易市场中扮演更加关键的角色。它们的优势不仅限于产品的生产过程,更在于深入分析市场趋势、消费者行为,以及在版权管理和营销策略的优化上提供数据支持。随着全球文化交流的加深,版权内容正跨越国界,实现更广泛的传播。同时,本土化的需求促使出版内容不仅要适应不同文化背景,还要满足各个市场的独特需求。版权内容的开发不再局限于单一媒介,跨媒体和跨平台的策略将成为常态,书籍被改编为电影、游戏或虚拟现实体验,为消费者提供多元化的选择。国际合作的深化促进了合资企业、合作出版项目和全球分销网络的形成。这种合作不仅加强了市场的渗透力,也丰富了内容的多样性。传播渠道的未来发展将打破传统出版形式的界限,实现线上线下、传统媒体与新媒体的融合。这种融合为消费者提供了更加流畅的内容获取体验,同时也为版权贸易市场带来了新的增长点。海外新媒体渠道的推广将成为版权贸易市场的重要战略阵地。通过这些渠道,我们能够更有效地触达全球受众,推广内容,并在全球范围内建立品牌影响力。

陈雯:随着全球读者对电子书和数字内容需求的增加,数字版权市场将继续扩大。更多出版机构将转向开发电子书、音频书和其他数字格式产品,以满足现代读者的消费习惯。例如,《烈士千瞳》在日本市场的数字连载获得了广泛的关注和成功,为后续中文版起到了预热的传播效果。跨媒体整合。出版社需要进一步探索跨媒体整合,将书籍内容扩展到电影、电视剧、游戏等领域,通过强大的跨媒体推广,提升作品、作者和品牌的影响力和知名度。全球化合作。国际版权贸易将更加开放和深入,出版机构将寻求更多的国际合作伙伴,特别是在新兴市场。2023年,新星社成功开发了包括日本、越南、俄罗斯等多个国家的版权合作。这些合作显著扩大了国际市场,并提升了版权输出的种类和收入。智能化和大数据应用。版权管理和交易将越来越依赖大数据和智能化工具,这将帮助出版机构更精准地进行版权定位、定价和市场分析,从而提升版权贸易的效率和收益。

杨定安:未来,国际化、数字化是发展的大趋势,版权贸易还将会是各出版社一项非常重要的工作。中外合作出版模式更趋于多元化,在传统的版权授权的基础上,开展国际组稿,充分发掘国际国内两种资源,开发外向型精品出版物。数字内容的授权也将继续增长,现阶段版权贸易主要还是以纸质图书翻译出版授权的授权为主,随着有声书、电子书等数字阅读方式的普及,以及数字阅读平台的兴起,市场对图书电子版权的需求也将随之增长,为版权贸易提供了新的广阔发展空间。随着作品走出去渐成规模,国内出版社也在积极探索资本走出去的新途径,通过在海外设立分社、分支机构、合资公司等方式走进海外市场。

中青雄狮版权部:在版权引进方面,首先是盗版的问题,很多外版书在竞价时支付了高昂的预付金,但出版后很快就会有盗版出现,对图书销售造成很大负面影响,且维权之路艰难复杂。其次,版权竞价过于夸张,高出选题本身合理价值,给出版机构造成很大资金成本压力。再次,国际出版市场也在发生变化,传统出版和营销模式已难以适应当今国际读者的需求,传统出版利润下降,如何从传统出版向融合出版转型是一个严峻的课题,也是面临很大挑战。国际出版是一项跨文化、跨市场、跨意识形态、跨体制的复杂工程,对人员素质和综合能力要求很高,如何加大培养力度、留住国际出版专业人才,保证国际出版事业可持续发展是一项重要课题。

陈雯:随着国际市场竞争的加剧,优质内容的版权费用不断上涨。尤其是在美国、英国、德国和日本等主要市场,这对预算有限的出版机构来说是一个巨大挑战,同时,偶发的资本市场“赚快钱”的行为,也会打破和伤害原本成熟而理智的版权贸易平衡,被资本运作推到虚高的版权报价,如果后续没有得到用心运营,往往会在不到一个出版周期的时间内回落,造成授权方和被授权方两败俱伤的结局。

市场预判和风险管理。版权交易需要出版机构具备敏锐的市场预判能力,准确评估引进或输出版权的市场潜力和风险。这需要结合对市场趋势的分析和数据支持,但市场的不确定性仍然是一大挑战。例如,俄罗斯Eksmo和AST出版社引进了十几部“午夜文库”出品的华语原创推理小说,这些合作显著提升了我们的国际影响力,但也需要精准的市场预判和风险管理。

话题一 未来版权贸易市场新趋势

话题二 当下版权贸易工作中的难点有哪些

● 案例点击

盘活海外资源助推中国原创漫画走向国际舞台

■ 陈雯(新星出版社版权经理)

今年5月,新星出版社出版了历史科幻权谋原创漫画《烈士千瞳》中文简体版的第一卷。这系列由著名编剧指纹撰写脚本、国内新锐漫画家马半山绘制漫画,在2022年荣获中国动漫最高奖“中国金龙奖”第19届的“最佳剧情漫画奖银奖”和“最佳漫画编创奖”两项大奖。比较有趣的地方是,在新星社的简体版出版前,日文版于2024年3月率先由日本角川书店推出。

《烈士千瞳》的翻译工作采用了课题组形式,汇集了中日两国专家,通过在线协作平台实时交流和修改。这种方式不仅提高了翻译的准确性,也极大提升了效率,确保了内容的原汁原味和文化共鸣。

在对外传播内容时,我们注重其稀缺性和全球关注度。《烈士千瞳》作为一部历史科幻权谋漫画,背景设定在三国时期,这不仅符合日本读者对三国题材的喜好,还融

合了现代读者感兴趣的“异世界”设定。通过对内容的精心打磨,我们确保这部作品在剧情上引人入胜,同时在文化交流上具有重要意义。作品在日本的成功验证了这种策略的有效性。

我们在国际合作模式上也进行了许多创新。《烈士千瞳》的成功不仅归功于中方团队的努力,还离不开日本角川书店的强大支持。角川书店不仅在出版方面具有强大的影响力,还拥有跨媒体整合能力,将作品从出版领域拓展到动漫领域,通过日本成熟的营销策略,例如在著名商圈书店定制作者和画家亲笔签色的色卡等办法,进一步提升了作品的知名度和市场影响力。

2023年10月,《烈士千瞳》电子版首先在comiwalker和niconico静画两个平台连载,其中在niconico静画的累计阅读量已近2万,收藏数也即将破千。