中外出版人谈中国图书“走出去”
选对品 辟新径

■中国出版传媒商报记者 渠竞帆

编者按 今年北京国际图书博览会（BIBF）期间，施普林格·自然频频现身于国内各大出版社展台，与众多中国出版机构共同举办新书发布或版权/战略合作签约活动；新加坡世界科技出版公司总经理李志伟首次应邀参加BIBF，与国内出版机构和图书馆界密集洽谈；广西师范大学出版社集团与化学工业出版社、人民美术出版社分别举办英文版全球出版签约活动。国外学术出版商如何选取中国图书合作出版？中国图书“走出去”开辟了哪些新路径，未来又将如何布局？BIBF期间记者采访了多位国内外出版人，请他们分享中国出版机构“走出去”方面的最新实践体会。

施普林格·自然与西南交通大学出版社达成战略合作。

新加坡世界科技出版公司总经理李志伟与国防工业出版社社长郝刚交谈。

广西师范大学出版社集团与化学工业出版社签约。

学术出版要注重顶尖前沿研究

今年的BIBF上，施普林格·自然与中国出版机构共举办30余场新书发布、版权签约活动，合作项目覆盖自然科学、医学、工程、计算机、商业、法律、人文社科等领域；题材涉及先进智能制造、深度学习、集成电路、三星堆考古等热点话题，以及中国科举史等偏冷课题。

施普林格·自然全球图书负责人及执行副总裁汤恩平（Niels Peter Thomas）受访时表示，施普林格·自然通过与中国出版机构积极合作，致力于搭设中外科学、文化交流互鉴的桥梁，以应对人类社会共同面对的各种严峻挑战。数十年来，向国际科学界传播中国学术成果、促进中外学术交流已成为其在中国的使命。今年BIBF上与众多中国出版社签署新的图书合作协议，其中很多都是长期合作伙伴，这强化了其对中国的承诺，并为公司系列图书增加了覆盖广泛学科、对全球读者有吸引力的优秀著作。施普林格·自然的选书标准主要有两个：一是在该领域领先、丰富学科发展的世界级研究，可以是科学、技术、医学和人文社科领域的任何学科；二是从中国视角看待世界上紧迫话题的图书，这也是顶尖研究，但焦点落在向中国之外的研究人员和专业人士阐明中国视角上。

新加坡世界科技出版公司（以下简称“世界科技”）总经理李志伟应邀参加了BIBF开幕前举办的出版与技术创新大会和首届国际科学、技术与医学出版商协会亚太会议，并在书展期间有多场重要会见。他表示，世界科技一直聚焦科学、技术、工程和医学（STEM）领域，本届BIBF上，重点关注中国科技前沿和学术成就等领先领域的深度合作，这些项目在全球市场有巨大潜力。BIBF上主要购买的图书版权也集中在这些领域。“当前，中国市场的重要性日益提升，已成为世界科技的重点市场之一。中国前沿学术热点领域能见到迅速推出的相关成果，今年参加BIBF促成了许多潜在的合作机遇，也为未来业务发展带来了新的灵感。”面对AI在全球引发的争议，他表示，世界科技非常重视AI对出版领域带来的革命性影响和应用，在新技术应用中特别关注内容的可信度问题。“鉴于AI可能产生带有偏见或不准确的内容，出版行业必须对AI生成的新内容保持高度警惕，以确保其质量和可靠性。与此同时，我们不能简单地禁止AI大模型训练类工具的应用。因此，世界科技倾向于以更开放和建设性的方式应对这一挑战，避免通过行政手段直接扼杀新技术在创意产业应用的潜在可能性。”

艺术出版依托平台开新路

广西师范大学出版社集团（以下简称“广西师大社”）也通过前些年并购的海外艺术类出版社，以“艺术之桥”为核心，整合国内艺术设计出版同行的已有资源，积极打造中国题材艺术设计类图书海外出版传播的行业公共平台。

据悉，广西师大社分别于2014年和2016年收购澳大利亚视觉（Images Publishing）出版社和英国ACC（ACC Art Books）出版社，通过“艺术之桥”持续推动中国艺术家及其作品走出国门，同时将收集整理的国内外汉籍珍稀文献，面向海外出版发行及全面推广。近一年来，该社与国内10多家出版机构积极接洽，利用海外子公司的出版发行资源，推动更多中国题材艺术设计类图书出海传播。

为打造艺术出版公共平台，广西师大社正在与国内其他出版机构开展版权或出版合作，今年将重点放在出版关于中国艺术、生活方式、非遗工艺、工业设计、建筑设计、自然生态等展现中国艺术成就和突出特色的优质出版物上，并通过其海外公司成熟的国际发行渠道传播推广。该社相关负责人表示，广西师大社及其海外公司将利用其国际化的专业编校及设计团队，助力中国其他出版机构对艺术图书进行内容改造，实现中国出版“走出去”。目前已与林业出版社、化学工业出版社、人民美术出版社等出版机构达成合作协议。“国际市场上艺术图书更注重运用图片，强化视觉表达及国际传播效果。我们会对国内出版社的内容按照国外市场需求进行改造，邀请海外销售人员参与选题论证，选择更适合国外读者的市场化选题，对选题、内容、定价、装帧设计及市场预期、推广策略等提出反馈和建议，借助海外平台实现更多中国出版物顺利‘出海’。”

化学工业出版社相关负责人表示，非常荣幸能与广西师大社和ACC出版社开展此次合作，将根据ACC的海外市场分析，邀请作者将输出版权的《太空大图鉴》改写成几个分册出版，希望明年BIBF上能推出一个分册。

据悉，未来一年，广西师大社将从国内出版社的艺术设计类图书中遴选展现中国智慧、中国审美的优秀出版物，采取版权贸易或国际出版合作的形式，使用海外图书品牌出版，持续向全球推广中国的艺术、建筑、设计、文化和自然生态，与中国出版同行共同打造中国艺术设计类图书国际出版传播的行业共享平台，推动更多中国出版物进入国际市场。

英国ACC出版社将开天猫旗舰店

■中国出版传媒商报记者 渠竞帆

今年BIBF期间，广西师范大学出版社集团旗下海外公司——英国ACC Art Books出版社2位负责人第二次参展，与中国出版界展开了密集的版权洽谈。鉴于中国蓬勃的艺术图书市场空间，ACC还将于7月在天猫设立旗舰店，树立品牌形象的同时，开拓与中国出版机构的合作业务。本报记者在BIBF期间对2位负责人进行了采访。

ACC出版社成立于1966年，已有近60年历史，是世界领先的艺术与视觉图书出版与发行商。该社销售经理丹·帕丁森（Dan Pattinson）表示，ACC以《古董收藏》（*Antique Collecting*）杂志起家，此后逐步扩展到艺术、设计、时尚、摄影、建筑等图书领域。2016年广西师大社收购ACC，詹姆斯·史密斯（James Smith）于2018年升任CEO兼出版人，带领整个团队继续前进。

丹介绍了ACC具有的几大核心优势，其中之一是在艺术、设计、时尚、摄影、名表、珠宝等奢侈品领域树立国际知名品牌。ACC邀请全球顶级专家撰写文字，出版了詹斯·霍伊（Jens Hoy）与克里斯蒂安·弗罗斯特（Christian Frost）合著的《劳力士手表之书》（*The Book of Rolex*），马拉·卡佩莱蒂（Mara Cappelletti）的《爱马仕哲学》（*Hermes Philosophy*），摄影家丹尼斯·奥里甘（Denis O' Regan）的《大卫·鲍伊》（*David Bowie*）等图书。ACC出版的“明星穿衣打扮系列”在市场上持续热销，其中《泰勒·斯威夫特的穿衣打扮》（*Taylor Swift and the Clothes She Wears*）全球销售超过100万册，并售出多国版权。

丹·帕丁森

薇薇安·帕丁森

ACC具备的第二大核心优势是拥有良好的国际发行能力。ACC代理了全球100多家优质出版机构图书产品的分销业务，拥有全球50余个销售代理团队，其线下渠道包括欧美的网络书店、批发商、连锁书店、专业书店、独立书店、博物馆、美术馆与政府采购等。ACC发行的图书能覆盖到英国皇家艺术学院、泰特现代艺术馆、苏格兰国家美术馆、牛津阿什莫尔博物馆等顶级艺术馆。

2017年之后，ACC与母公司广西师大社紧密合作，寻找对西方读者有吸引力的中国艺术家和作者作品，先后出版了《徐冰：从天书到地书》（*Xu Bing: Book from the Sky to the Book from the Ground*）、《冷冰川：中国黑白艺术大师》（*Leng Bingchuan: Master of Chinese Black and White*）、金宇澄的画册《细节与现场》（*Jin Yucheng: Stories &Scenes*）、艺术家汪建伟的哲思文集《总是被拥有的所拥有》（*Always Owned by What We Own*）等中国题材的书籍。

丹表示，从图书题材看，欧美读者更愿意阅读生活方式类图书，以及有视觉美感和冲击力的艺术类、摄影类图书，而中国读者对精美画册和学术类图书更感兴趣。ACC购买的化学工业出版社出版的《天空大图鉴》英文版版权，不仅能吸引专业的天文研究者，也可以吸引世界各地热衷于天空观测的爱好者，成为ACC自然摄影类重点产品。从开本看，在欧美国家大开本图书销得好，而在中国小开本平装书销量更高。

ACC出版社版权总监薇薇安·帕丁森（Vivienne Pattinson）在今年BIBF上有20多场版权洽谈，与中国出版界的新朋旧友建立了广泛联系。她表示，近年来中国出版机构对植物学类图书兴趣日益浓厚，ACC出版的此类图书在中国大受欢迎，如《森林之花：玛格丽特·米的植物学笔记》（*Flowers of the Amazon Forest: The Botanical Art of Margaret Mee*）由湖南美术出版社出版后已成为畅销书。此外，中国读者还希望了解摄影、太空旅行等更广泛领域的知识。

7月底，ACC将在天猫开设旗舰店。丹表示，中国市场非常重要，对ACC的图书需求很大，因此ACC加大了对中国市场的投入，相信会取得成功。ACC将把天猫旗舰店作为展示品牌的平台，使其成为中国读者熟知且尊敬的品牌，为读者带来宝贵的知识和审美体验。他还表示：“旗舰店建成后，将针对中国读者需求，出版更多严肃的学术类图书，并通过旗舰店与更多中国合作伙伴建立联系，翻译出版高品质图书，拓展版权业务。”

● 环球资讯

美法院判决：科技公司未经作者授权训练大模型为“合理使用”

中国出版传媒商报讯 6月最后一周是美国法院针对侵权案作出判决的关键一周。

6月23日，加州联邦法院法官威廉·阿尔苏普（William Alsup）在判决中认定，科技公司Anthropic进行大模型训练的图书内容是合法获得的，虽未经作者允许，但符合美国《版权法》中合理使用条款的要求。Anthropic由OpenAI公司前员工达里奥·阿莫迪和丹妮拉·阿莫迪兄妹于2021年创立，致力于研发聊天机器人Claude。在这起诉讼案中，安德烈娅·巴茨（Andrea Bartz）、查尔斯·格雷伯（Charles Graeber）和柯克·华莱士·约翰逊（Kirk Wallace Johnson）3位作者起诉Anthropic公司使用他们的作品训练聊天机器人Claude。但法官阿尔苏普认为：“使用作者作品训练AI大模型与培训学生写作无异，因为这也会催生很多有竞争力的作品。这不属于版权法涉及的竞争性或创新性替代。将图书用于大模型训练是‘转换性使用’，可以作为‘合理使用’的基础论据。”

提交法院的起诉书还提出，Anthropic公司从多个盗版网站获得的内容为其获得了不菲收入，法院将于今年12月对作者作品侵权导致的损失作出判决。据悉，Anthropic公司至少已从Library Genesis网站获得500万册盗版书内容，从Mirror网站获得200万册盗版书内容，从Books3网站获得18万余册盗版书内容，用于大模型训练。

6月26日，3位作者起诉Meta未经授权使用其作品训练大模型一案，由旧金山地区法院法官文斯·查布里亚（Vince Chhabria）作出判决。查布里亚认为，作者没有提供充足证据，来证明其作品被用于AI大模型训练，因此不构成侵权。今年早些时候，法院在取证过程中发现，Meta使用盗版图书数据库Library Genesis训练AI大模型Llama 3。法官查布里亚认为，Meta使用盗版网站内容训练大模型构成侵权。

在美国，侵权的法定赔偿是每部作品750~15万美元。在Meta一案中，法官查布里亚认为，未经允许使用版权作品在很多情况下都是非法的，但作者目前没有提供充足证据。而在Anthropic一案中，被告未经允许使用版权内容被认定为“转换性使用”，属“合理使用”范畴。总体而言，两起诉讼中，法院均判决Meta和Anthropic两家科技巨头使用盗版网站内容的做法为“侵权”，但使用作者作品训练大模型为“合理使用”，作者未来如有相关事实佐证，仍可继续起诉，申请获得版税补偿。 （陆 云）

尼尔森预测：5年内AI将产出非虚构畅销书

中国出版传媒商报讯 在英国《书商》近日举办的主题为“英国纸电图书市场变化”的营销及宣传大会上，尼尔森IQ图书数据机构（NielsenIQ BookData）出版商账户管理负责人菲利普·斯通（Philip Stone）表示，到2030年，AI或将产出一本畅销书。

斯通表示：“5年间，AI生成的双关语涂色书，或爸爸的笑话大全，有可能成为市场畅销书。而在叙事类小说领域，AI不太可能产出畅销书。”尼尔森IQ图书数据机构预测，随着订阅业务扩展，以及零售商对独家版作品的热情，珍藏版与独家版图书销售有望增长。

“短文图书日益流行，出版的短文小说也日益简洁。”斯通表示，BookTok将继续改变市场，影响出版商的策略和宣传方案。未来将出现更多以销售类型图书为特色的书店。

从类型看，在成人虚构类图书领域，青春文学、爱情幻想及小镇爱情小说销售将继续增长。现当代爱情、心理惊悚及爱情幻想小说增幅最大。日漫、犯罪、悬疑题材，及图像小说在过去10年间有增长。在成人非虚构类图书领域，解谜益智及艺术、手工类图书销售将继续增长。成人涂色和手工类图书，如企鹅出版的《独立艺术家》（*Coco Wyo*）治愈系涂色书重回畅销书榜单，回忆录、空气炸锅类食谱，以及文字游戏类、自助类、心理类图书也进入榜单前列。在童书领域，新奇特、手工类图书，以及连环画版小说和儿童非虚构类图书销售将继续增长。10年间，为儿童开发的绘画、涂色书，以及鼓励读者探索隐匿设计的图书、插图版故事书、推理类小说及爱情小说销售均有增长。

从数据看，2014~2024年，英国纸书销售从2.43亿册降至2.39亿册。有声书销售从900万册增至3400万册。电子书销售从8900万册降至8000万册，2022年是10年来的最低点。

茱莉亚·唐纳森（Julia Donaldson）、杰夫·金尼（Jeff Kinney）等知名童书作家的图书销量在10年间保持稳定，唐纳森位居英国畅销作者收入榜前列，其后是丽贝卡·雅罗斯（Rebecca Yarros）、戴夫·皮尔基（Dav Pilkey）、萨拉·J.马斯（Sarah J. Maas）和苏珊娜·柯林斯（Suzanne Collins）等作家。

从读者群体看，女性购书者数量更多，大多数是20~44岁年轻人，其中以30~34岁人群为主。10年间，大多数消费者一直网购图书，连锁书店仍是消费者线下购书的主要场所。 （乐 毅）

培生集团携手谷歌云加速开发AI工具

中国出版传媒商报讯 培生集团与谷歌云（Google Cloud）达成多年战略合作协议，双方将加速开发新的AI产品及服务，为学生提供个性化学习方案，为教师提供分析洞见并改善教育成果。合作将为学生提供更丰富的内容和更具吸引力的学习体验，尤其是在K12领域，如为教师提供数据驱动的洞见。

培生和谷歌将使用谷歌云计算部门的Veo、Imagen等AI内容生成工具，增强学校访问AI赋能的内容和服务，并使其落地和规模化。培生CEO奥马尔·阿博什（Omar Abbosh）表示，对AI加以深思熟虑、负责任地应用，具有改变K12教育的能力，为每个学生提供个性化的学习体验。将培生的深度学习经验与谷歌的技术和AI能力相结合，可以为学生提供更个性化的学习体验，为K12教师提供激发学生好奇心、拓展学生批判性思维及推动终身学习热情的工具。谷歌云欧洲、中东和非洲地区总裁塔拉·布莱迪（Tara Brady）表示，AI和智能体的高级功能可以释放教育领域前所未有的潜力，推动个性化学习之旅。谷歌云先进的AI模型和智能体，将助力师生教学，使教师能够聚焦激发学生好奇心并培养学生助其茁壮成长。 （陆 云）

企鹅兰登收购英国独立出版社Wonderbly

中国出版传媒商报讯 6月，企鹅兰登集团收购了英国增长最快的独立出版社Wonderbly。该社创建于2013年，最初名字为Lost My Name，2017年更名为Wonderbly，专注于出版礼品书。2011年被私募公司Graphite Capital收购，其出版的1100万册图书销往全球140多个国家。

据悉，Wonderbly被收购后将与企鹅兰登旗下的DK出版社紧密合作，但将继续保持独立运营。Wonderbly联合创始人兼CEO阿西·沙拉比（Asi Sharabi）将继续在伦敦总部执掌其业务。企鹅兰登和Wonderbly将在一系列新举措和出版项目中展开合作，以促进增长，扩大传播并吸引新读者。Wonderbly开创了面向消费者直销的出版模式，将其专利技术与创新营销和按需印刷相结合。该社已为成人和儿童出版150种个性化图书。

企鹅兰登CEO尼哈尔·马拉维亚（Nihar Malaviya）表示，阿西及其团队创建了一个非常优秀的企业，将讲故事、技术和有价值的思想整合。DK出版社CEO保罗·凯利（Paul Kelly）表示，企鹅兰登和DK期待助力Wonderbly进入新的出版领域，采用新的出版模式，以及拓展国际市场。 （乐 毅）