

2023 国际出版企业高层论坛

共论创新出版 共话合作共赢

□本报记者 李婧璇 见习记者 商小舟

“中国出版人要用好高科技，出版理念、方式、样式跟上世界潮流。”“努力构建新时代国际出版业中国的话语和交流，助力中国文化切实走出去、走出去。”“融合出版需要行业协同合作。”日前，在北京举办的“2023 国际出版企业高层论坛”上，来自中国、美国、英国、巴西等多个国家和地区的代表以及百余位国内外出版界高层人士，聚焦“创新出版 合作共赢”主题，共同探讨数字时代国际出版合作高质量发展的新路径与新举措。

合作共赢是发展的硬道理

中国出版协会理事长祁书林提出，实现合作共赢，要在认清出版的本质功能、加强中外国际传播能力建设、提高出版质量水平、以及高度重视出版创新四个方面下功夫。这也要求国内出版业要具备全球视野，紧跟国际潮流，通过加强战略谋划、内容建设、数字技术的应用，打造传统出版和数字出版相互促进、融合发展的国际出版格局。

“国际出版业需要合作。通过合作，带动欠发达地区出版业发展，从而惠及全球出版业。国际出版业也需要创新。寻找新的方式来触达新的读者、寻找新的故事、创造新的产品，并且使用新的技术实现这一目的。”国际出版商协会主席卡琳·潘萨在主旨报告中指出，当下，促进国际合作这项议题尤为紧迫，为此可以从以下三个方面作出努力。第一，要重视数据、补充数据。卡琳·潘萨表示，必须要找到创新性的方式，来弥合我们在数据获取方面的不足，更好地描绘出版业在经济、社会和文化方面的重要性与价值。第二，保护版权，抵御攻击。卡琳·潘萨指出，版权是出版业的基础。出版商必须在全球范围内合作，保证人工智能技术得到适当的管理，增强版权带来的优势。第三，应对气候危机，出版业要承担起传达应对气候危机的知识等相关职能，在全世界范围内助力国际重大议题的讨论。

中国人民大学出版社社长李永强也观察到，多种阅读模式的需求，带来了多种业态版权输出的需求，国际出版合作的数字化趋势也在不断深化。中国出版业要重视新技术带来的挑战，正视



第二十九届北京国际图书博览会企鹅兰登 (Penguin Random House) 展位版权贸易洽谈现场。 本报见习记者 商小舟 摄

ChatGPT 与人工智能对于出版业带来的“危”与“机”。对此，大学社可以以中外的校企合作为纽带，以高端智库建设为基础，通过打造智库和出版的协调联动机制，提升智库科研成果的国际化传播程度，打开出版合作新篇章。

新华文轩出版传媒股份有限公司总编辑王华光以四川出版实践为例，提出要用不同的方式走进中国、写作中国，促进中外出版交流合作，塑造可信、可爱、可敬的中国形象，用实际行动参与人类文明交流互鉴，要以全球视野和能力竞争优质的内容资源，建立走出去可持续发展的商业模式。同时，他也表示，国际传播不仅要走出去，更要以开放的姿态请进来，构建国际国内出版资源互联互通、渠道共享的合作格局。

推动融合出版须多措并举

“融合发展”热潮不止于国内，也为国际出版所关注。大家在出版融合探索实践中充分意识到，不断归纳总结其中所涌现的问题，才能走好出版的未来之路。

“当我们通过数字平台不断融合的时候，就可以更好地理解人和内容的互动性、消费者和我们之间的互动性，

从而改变我们的行为方式与消费方式。”剑桥大学出版社全球副总裁、英语教育全球总裁兼商务总监保罗·科尔伯特表示，媒体融合给出版业带来了根本性的改变。以往创造、发布和修改的线性模式已经淡化，线上的内容可以随时增添、删改，为用户提供更多的机会和场景进行使用。

“出版方掌握着数字技术的核心，那就是高适应性的数字内容。更加密切地使用数字技术，利用它的生成性、灵活性、适应性，可以帮助我们做好数字出版业。”科尔伯特指出，出版商应从多方面推动数字融合，包括实现多形态出版、运用数据分析开发新策略、探索新的变现模式和路径、解决与数字版权相关的版权和 IP 问题、寻求新合作以推动新领域的增长和创新。

“新技术和新媒体对出版产业影响巨大，传统出版业还没有为此做好准备。”在中国出版传媒股份有限公司副总经理茅院生看来，融合出版需要行业协同合作，尤其是在新技术和大数据应用方面，单独的出版机构很难实现可持续发展，需要出版企业联手。

面对数字出版业务高速增长、电子书市场规模不断扩大、线上教育产品不断涌现的环境，江苏凤凰出版传媒集团

有限公司董事长章朝阳表示，海外读者的阅读方式、获取内容的渠道，以及内容的传播方式发生着巨大的变化。出版社要把握用户需求，实现供需精准匹配，针对不同国家的特点，努力设计出真正满足读者需求、功能明确、易于使用的融合出版产品。同时，出版社还要聚焦品牌建设，搭建数字内容平台，重点建设涵盖电子书、数据库、有声读物产品形态的数字出版产品和走出去的品牌。

积极应对技术带来的挑战

技术的发展在提高效率的同时也带来挑战，要求出版业正视技术应用中产生的问题。

施普林格·自然集团大中华区暨全球图书业务总裁汤恩平提出，从数量、质量、效率与可检索性方面，AI 有非常明显的优势，与此同时也会带来很多潜在的风险。面对不确定的未来，技术可以发挥更多的助力，但也要明确制定使用技术的原则进行规范，基于正确的方式管理人工智能，培养使用者负责任地使用新技术。如保持内容透明度、增强学术界和从业人员体验感以及出版商和学术圈的参与度等。

中国对外翻译有限公司总经理、中译语通科技股份有限公司董事长于洋见证了大数据、语音识别、知识图谱、人工智能视觉和 AIGC、ChatGPT 等技术的演变，每一项技术发展都经历了漫长的时间积累。“最先进的技术并不一定是最合适的，而是要看我们的技术能够为我所用。在新的时代我们更需要拥抱变化与新技术的勇气。”

“在赋能出版业融合发展的同时，数字技术也为出版业带来了不确定性风险。”河南大学新闻与传播学院院长王鹏飞也认为，出版与技术的关联一直是整个出版业变革的核心要素。这一轮技术革命推动了出版业在创作场景、编辑场景、阅读场景与消费场景等四个方面的融合发展，也带来了版权悖论、机器生产内容的可用性等问题。“在技术发展的今天，作为以文化传承为主要功能的出版业，还必须要有一个意识，就是找到文化复制、生产与创新之间的平衡点，更好地帮助出版成为人类文明创新的活力源泉。”王鹏飞总结道。

“日本非常看重同中国的版权贸易”

□本报记者 李婧璇 见习记者 商小舟

刚落帷幕的第二十九届北京国际图书博览会，初步数据统计共达成中外版权贸易协议（含意向）2000 项。数据背后，是穿梭其间中外版贸人共同努力的成果，置身其间，《中国新闻出版广电报》记者感受到大家致力于以图书共促文化交流的双向奔赴。

“我们希望找到一些关于女性成长的图书，面向初入职场的女性。包括亲子关系、新入学儿童相关、自然科普类等的图书，我相信不只是我们关注，这也是很多出版单位都会关注的话题。”在本届图博会期间，在日本东贩株式会社展位前，一名青豆书坊（北京）文化发展有限公司的编辑正在表达自己的诉求。东贩海外事业部国际版权科中国版权业务主管闻怡立刻向其推荐了日本著名绘本作家竹吉伸介的最新作品《一年一班 老师呀》（理论社）并进一步讲解。东贩作为日本出版发行龙头企业，于本届图博会带来了近 400 册图书参展，推荐版权图书 1200 余个品种，覆盖自然科普、少儿图书、文学社科等多个品类，包括众多获评日本文学奖芥川奖、直木奖等在日本备受好评的作品。

近年来，中日双方版权贸易日益活跃。不仅是东贩，集英社、东京书籍等多家日方出版发行单位也参与了此次图博会。良好的合作，得益于中国出版方对日本图书风格、自身品牌特性与国内读者需求的考量，以及日本出版方及版权代理方对当下中国出版市场的把握。日本东贩株式会社海外事业部国际版权科经理内田向记者介绍，他于 2006 年开始参与北京国际图书博览会，到今年已有 10 余年的参展经验。“不管是在版权引进还是输出方面，日本都非常看重中国的版权贸易。”内田明表示，东贩开展面向中国的版权贸易业务已经有 30 多年的历史，特别是自 2013 年以来，东贩该项业务总量已扩展了近 7 倍。输出到中国的作品从最初以生活实用类、经管类图书为主，扩展到小说、童书、科普等品类。这也是十几年来他亲眼见证的转变。随着中国出版业近年来的发展以及国际知名度的不断提高，东贩也逐渐开始将中国的作品带到日本，越来越关注中国在国际范围内的知名获奖作品以及《三体漫画》等优秀原创漫画的引进。

东贩作为本届图博会的日本协办方，从首届图博会启动时就受到中国主办方中国图书进出口（集团）有限公司的邀请，积极组织日本方出版单位参展，促进中日之间图书版权贸易交流。“时隔 4 年，能够来到北京国际图书博览会，这件事本身已经让我非常激动，也让我深切感受到了中国出版业的蓬勃发展。”内田明感慨道。北京国际图书博览会不仅促进了中日之间图书版权贸易，更搭建了国际交流的平台，让文明友好会面。“今后，东贩将继续加大中国图书向日本以及海外输出的贸易力度，希望通过东贩，让更多的中国优质图书能够走出中国，走向世界。”内田明说。

国际动态

维旺迪即将完成收购拉加代尔

维旺迪对拉加代尔酝酿已久的收购似乎即将完成。日前，欧盟委员会批准了这项收购，这将使这家法国企业集团得以收购另一家企业。维旺迪旗下拥有法国图书出版公司埃迪斯，而拉加代尔是哈歌特图书的所有者，其旗下包括哈歌特图书集团，以及一个大型旅游企业。

为了获得批准对拉加代尔进行收购，维旺迪同意转让其在 2019 年收购的法国出版集团埃迪斯，并已达到初步协议，将该出版社出售给国际媒体投资公司。维旺迪还同意出售《盛会》杂志，并报告说该出版物“已经吸引了大量买者的兴趣”。维旺迪表示，它有信心在 10 月底前完成这项交易。自去年举行的公开招标以来，维旺迪一直持有拉加代尔 57% 的股份。

一旦完成对拉加代尔的收购，维旺迪的员工人数将上升到 6.6 万人，而 2022 年 12 月底这个数字只达到 3.8 万人。此次收购将增强该公司在法国、西班牙、英国和美国的影响力。根据 2022 年的业绩，该公司的年收入预计达到约 170 亿欧元，而目前的年收入约为 100 亿欧元。

派拉蒙全球有望在年底前出售西蒙与舒斯特

派拉蒙全球首席财务官纳文·乔普拉近日表示，他有望在 2023 年年底前找到一条出售西蒙与舒斯特公司的途径。

在纽约举行的加利福尼亚媒体会议上，美国媒体报道，“自美国司法部通过起诉来阻止企鹅兰登书屋收购西蒙与舒斯特，且联邦法官也表示支持该起诉后，乔普拉确定首次出售时间表。”

乔普拉表示，金融买家和战略买家都对收购感兴趣，可见这笔交易“规模可观”，且“极具竞争力”。因此，派拉蒙全球正在向市场深入推广、展开出售。

2020 年，派拉蒙宣布达成这项价值 22 亿美元的交易，因被起诉等问题，最终于 2022 年 11 月确认终止收购协议。

今年 5 月，西蒙与舒斯特发布第一季度业绩报告。报告显示，该公司全球收入增长 19%，2023 年第一季度销售额高达 2.58 亿美元（约合 2.04 亿英镑）。

派拉蒙总裁兼首席执行官乔纳森·卡普在一份致员工信中也确认，派拉蒙“已经重新开始出售西蒙与舒斯特”。

（以上由谢芸蔚、周护杏编译）

第三届中国—东盟少儿出版阅读论坛

共同开发选题 协同阅读推广

□本报记者 刘蓓蓓

近日，第三届中国—东盟少儿出版阅读论坛在京举行，来自中国和东盟的少儿出版人探讨了中国和东盟童书出版合作的多种可能。这是借力—东盟少儿图书联盟在北京国际图书博览会期间举办的重要交流项目。借力—东盟少儿图书联盟成立于 2019 年 10 月，是中国与东盟各国建立的第一个少儿图书联盟。

已达成 500 多项版权意向

在本次论坛前，中国—东盟少儿出版阅读论坛已成功举办两届。

据借力出版社总编辑白冰介绍，2019 年 10 月，来自东盟 6 个国家的 10 家出版机构代表，来自南亚的 2 家出版社代表和 12 家来自中国的少儿出版社代表参加首届中国—东盟少儿出版阅读论坛，以“当下少儿儿童的阅读需求和童书出版现状”为主题展开热烈讨论。

2021 年 9 月，来自东盟 6 个国家的 13 家出版机构和来自南亚的 2 家出版机构代表与中国童书出版人，就“后疫情时代中国和东盟童书市场的变化及合作策略”进行深入探讨。

前不久，在第 40 届马来西亚吉隆坡国际书展上，联盟还举行了以“少儿图书——共同的需求，共同的爱”为主题的“中国—东盟少儿出版研讨会”，这是第三届中国—东盟少儿出版阅读论坛系列论坛的第一场。此次举办的则是该

系列论坛的第二场。

在论坛上，借力出版社社长黄俭透露，通过借力—东盟少儿图书联盟这个平台，双方达成了 500 多项版权意向，借力出版社共有 220 种图书走进东盟以及南亚各国图书市场，东盟和南亚的优秀童书也在国内出版。联盟推出的“中国—东盟童书合作计划”，在来自马来西亚、新加坡、泰国、越南、印度尼西亚、斯里兰卡和尼泊尔的少儿出版机构的支持下，出版了 35 种中国优秀的原创图画书。

通过中国—东盟少儿出版阅读论坛和借力—东盟少儿图书联盟等平台，中国和东盟少儿出版从一对一的合作转向一对多和多对多的合作，将双方少儿图书的影响力辐射至东亚、东南亚乃至南亚等地区。国际儿童读物联盟中国分会主席、中国出版协会少儿儿童读物工作委员会主任、中国少年儿童新闻出版总社社长孙柱评价，这些平台已经成为中国少儿出版社和东盟出版商密切版权贸易的桥梁。

合作方式丰富多样

近年来，中国少儿出版社与东盟国家出版社的版权合作不断深入，不仅版权合作数量逐年增长、合作品类越来越丰富，而且版权合作方式也由单一纸质图书，向多媒体、全版权等的合作转变。

据孙柱介绍，一直以来，中少总社与东盟国家有着良好的版权贸易。《我是花木兰》、《盘中餐》、“乐悠悠启蒙图画书”系列等优秀原创图画书在东盟国家少年儿童中广受欢迎。中少总社与新加坡有声书出版公司合作的《紫雾心谜》儿童文学系列，还包含了有声书版权。此外，中少总社还举办了“北京·布城——图画书里的两座城市”交流活动，与东盟少儿出版人一道进行精准的市场调研，调动双方少儿出版市场优势互补的资源，探索跨文化、跨领域合作交流方式。

在过去的 8 年时间里，尼泊尔当代出版公司已经出版了中国的近 300 种图书，和中国的 77 家出版社都有合作。尼泊尔当代出版公司总经理凯兰·高塔姆现在更加关注童书。他认为，孩子们在童年时期读到的书会塑造他们的一生。他很喜欢党建读物出版社和借力出版社出版的“中华先锋人物故事汇”系列图书，这套书讲述了中华先锋人物在各个领域作出的突出贡献，孩子们可以通过学习这些榜样，成为更好的自己。

泰国红山出版有限公司版权总监翁春华分享了泰国少儿图书市场情况。泰国目前学习中文的孩子很多，很多学校几乎都是中、英、泰三种语言一起学习，有些地方连幼儿园都开始教中文了，但是中文教材的质量参差不齐。各联盟成员出版了很多中文童书，质量很好，且文字少、图片多，非常生动，可以以网络、视频或有声书的形式传播给小朋友，这样学习语言的时候接受度会更好。

期待多领域细作合作

对于如何深化合作，中国和东盟少儿出版人不约而同提到了选题开发、阅读推广等方面的具体建议。

在翁春华看来，各联盟成员之间的联系很多，但是在选题方面的沟通其实较少。他希望大家把各国市场上的畅销书拿出来分享，探讨合作的可能性，这样可以让更多联盟成员对其他市场有所了解，找到更加适合自己的童书。

浙江少年儿童出版社社长邵若愚也建议，定期进行版权互荐，更好地发现合



第二十九届北京国际图书博览会展示“一带一路—中国—东盟”精品出版物。 本报记者 张雪娇 摄