

国际图书 与版权贸易

■ 王雪野 编著

丛书主编 李怀亮

国际文化贸易系列丛书

GUOJIWENHUAMAOTIYIXILIECONGSHU

中国传媒大学出版社

国际图书 与版权贸易

■ 王雪野 编著

丛书主编 李怀亮

国际文化贸易系列丛书

GUOJIWENHUAMAOTIYIXILIECONGSHU

中国传媒大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

国际图书与版权贸易/王雪野编著;李怀亮丛书主编. —北京:中国传媒大学出版社, 2008. 11

(国际文化贸易系列丛书)

ISBN 978-7-81127-155-3

I. 国… II. ①王… ②李… III. ①图书-国际贸易②版权-国际贸易
IV. F746. 86

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 161418 号

国际图书与版权贸易

编 著: 王雪野

责任编辑: 欧丽娜

封面设计: 大鹏工作室

责任印制: 曹 辉

出 版 人: 蔡 翔

出版发行: 中国传媒大学出版社 (原北京广播学院出版社)

社 址: 北京市朝阳区定福庄东街 1 号 邮编: 100024

电 话: 65450532 或 65450528 传真: 010-65779405

网 址: <http://www.cucp.com.cn>

经 销: 新华书店总店北京发行所

印 刷: 北京中科印刷有限公司

开 本: 880×1230 1/32

印 张: 11.25

版 次: 2009 年 1 月第 1 版 2009 年 1 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-81127-155-3/F·155 定价: 29.80 元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

总 序

李怀亮

经过 28 年的改革开放,中国经济建设取得了举世瞩目的成就。目前,中国已成为世界第三大贸易大国,经济总量居世界第六位,制造业总量居世界第四位。然而,对于中国的和平崛起来说,在经济飞速增长的同时,必须获得文化的滋养。经济的发展必须植根于文化的影响力之中,正如党的“十六大”报告所指出的:“当今世界,文化与经济和政治相互交融,在综合国力竞争中的地位和作用越来越突出。”在综合国力中,经济实力和军事实力是物质基础,但一切经济和军事手段最终必须通过人的掌握运用才能发挥作用,而人是受到政治、文化因素深刻影响的社会主体。在综合国力中,文化的功能在于通过对人的塑造来增强或者涣散一个民族的凝聚力,从而最终影响综合国力的实现。文化不可避免地要参加世界范围内的大对话、大交流、大竞争、大角逐。而文化贸易在这种大竞争和大角逐中,今后将会扮演重要的角色。

随着信息时代和知识社会的到来,包括广播、电视、新闻、出版、娱乐、电影等在内的文化产业创造了巨大的社会财富,在国民生产总值中所占的比重越来越大。现在许多发达国家已经把文化产业作为支柱性产业。根据联合国教科文组织的统计,在1980年至1998年间,印刷品、文学作品、音乐、视觉艺术、摄影、广播、电视、游戏及体育用品的年贸易额从950亿美元激增至3880亿美元。这个数字还不包括多媒体、软件和其他版权产品的贸易。美国文化产品的出口收入已经占到了其外贸总收入的38%。对文化产品的消费已经成为人们日常生活中不可缺少的组成部分,文化已经成为重要的消费领域。随着社会生产力的发展,人们对生活质量的要求越来越高,为文化产业的发展提供了广阔的空间。而文化产业的发展又必然会依托和带动相关的产业,如视听业的发展就会带动新的电视设备、音响设备、传输设备等的研制和生产,从而使产业间的关系形成良性循环。文化产业和其他产业间的相互渗透,会给其他的产业注入更多的文化含量,帮助和促进其他产业的产品和服务形成优势品牌,从而给其他产业带来巨大的文化附加值。

当今世界,国际文化商品和服务贸易的市场结构是极不平衡的。随着新的数字技术的发展及国家、地区和国际性的政策调整,在整个20世纪90年代,世界范围内的文化产业结构迅速重新调整,全球性垄断寡头已经形成。时代华纳、迪士尼集团等几个超大型综合媒体公司越来越多地控制着全球文化产品消费市场的份额。许多发展中国家包括中国的文化及文化产业正面临着国际竞争的挑战。文化贸易构成了当今各国文化竞争的一个新平台。在这个平台上的较量,将会直接影响到各国文化建设的全局。随着中国综合国力的不断增强,中国迫切需要发展壮大自己的文化产业,通过文化产品和服务的大量出口,来向全世界传播自己的价值观念,树立自己国家的文化形象,为更多的中国商品走向世界铺平道路。

当前,国外很多文化产业“巨无霸”正虎视眈眈地注视着中国市场,他们久经沙场,习惯于国际化的文化产业运作,对于刚刚涉足文

化市场的国内文化产业而言威胁尤大。如何提高文化竞争力、提高中国文化产业应对国际文化贸易市场的能力,已经日益紧迫和严峻地凸现在国人面前。

人才,是文化经营最为关键的因素之一。国外企业有大批文化经营与文化贸易方面的专业人才,对国际文化市场的研究非常深入、细致,大到一个地区的文化产品的竞争格局,小到一个具体产品应该怎样投放,都有专门的人进行具体的研究。而国内,文化经营方面的人才稀缺,既懂外语、懂影视文化产业制作、懂营销,又熟悉国际文化市场,并且与国际发行渠道有着密切联系的国际文化贸易人才更是凤毛麟角。没有专门的人才,没有翔实的数据资料,没有细致的实证研究,没有国际市场运作方面的经验,使得国内文化企业对国际文化贸易市场的认识不足,竞争力也受到很大的局限。在这种情况下,要想在文化产品的出口方面有所突破,是十分困难的。

正是在这样的背景下,中国传媒大学设立了文化贸易研究所,意在利用中国传媒大学在当代传媒研究方面的优势,为提高中国的文化贸易国际竞争力作出自己的贡献。2005年,文化部在我校设立“国家对外文化贸易理论研究基地”;2006年,教育部批准我校试办“国际文化贸易”本科专业。这都说明国家非常重视国际文化贸易专业人才的培养。文化贸易研究所成立以来,完成了中宣部、文化部、商务部、北京市政府、朝阳区政府以及一些文化企业委托的课题。这套“国际文化贸易系列丛书”从文化贸易的基本理论、学科形态、市场分析以及实践操作等方面出发,第一次对国际文化贸易这一研究领域进行了广泛而深入的探讨。

中国传媒大学原校长、现任名誉校长刘继南教授十分关心本套丛书的编写工作,并多次进行指导。在此,我们向刘继南教授和所有关心文化贸易研究所成长的领导、学者和业界人士表示感谢!

在我国乃至整个世界范围内,文化贸易的研究都是处于起步阶段。希望本套丛书能够对我国文化企业“走出去”和文化贸易理论探索起到积极的推动作用,这也是我们为之努力的目标所在。丛书的



问题和不足在所难免,不足之处请方家指正!

本套丛书只是一个开始,在文化贸易理论和实践探索的道路上,还有很多的问题等待我们去关注、去研究,我们也期待有更多的人关注文化贸易问题!

路漫漫其修远兮!在理论探索的道路上,我们刚刚出发……



目录

总 序 / 1	
绪 论 / 1	
一、国际图书及版权贸易概述 / 1	
二、中国图书与版权产业 / 5	
三、中国图书与版权贸易发展前景 / 13	
第一章 国际图书贸易市场概述 / 20	
一、国际图书市场与图书贸易总览 / 20	
二、世界主要国际书展 / 34	
第二章 北美地区的图书贸易 / 49	
一、美国图书贸易 / 50	
二、加拿大图书贸易 / 65	
第三章 欧洲主要国家的图书贸易 / 73	
一、欧洲图书贸易总览 / 73	
二、英国图书贸易 / 78	
三、德国图书贸易 / 91	

四、法国图书贸易 / 96

五、俄罗斯图书贸易 / 108

第四章 亚洲主要国家及澳大利亚的图书贸易 / 120

一、日本图书贸易 / 120

二、韩国图书贸易 / 134

三、印度图书贸易 / 147

四、澳大利亚图书贸易 / 155

第五章 中国图书贸易 / 162

一、中国内地图书贸易 / 162

二、台、港、澳图书贸易 / 200

第六章 版权与图书版权贸易 / 219

一、版权及版权贸易概述 / 220

二、国际版权贸易 / 234

第七章 中国对外图书版权贸易 / 265

一、中国版权贸易发展概述 / 266

二、中外双边图书版权贸易现状 / 282

第八章 中国 21 世纪图书与版权贸易发展对策 / 305

一、中国图书与版权贸易发展分析 / 305

二、中国图书与版权贸易发展对策 / 310

参考文献 / 348

后 记 / 351

绪 论

在人类社会迈向新世纪之时,在经济全球化浪潮的推动下,以民族文化为单元的多元文化在世界范围内也加快了融合与互动的进程。近 20 年来,随着高新技术的发展及其在文化领域的推广和应用,以版权、影视、演出、会展、动漫和游戏等为代表的文化产业已被国际学界公认为朝阳产业,并且在许多发达国家已经由国家经济体系的边缘走向了中心,由文化产业的兴起而引发的世界范围内的文化贸易亦蒸蒸日上。图书及版权贸易作为文化产业的主要产业内容,其在国际经济贸易格局中扮演的角色越来越重要。

一、国际图书及版权贸易概述

美国的图书与版权产业已经超过批发业和建筑业,其产值大约是制造业的一半。2001 年版权产业增加值已经达到了 7912 亿美元,占美国 GDP 的 7.1%,该产业在 1977~2001 年间,产业增加值的年增长率达 7%,是美国经济年增长率 3% 的两倍多。

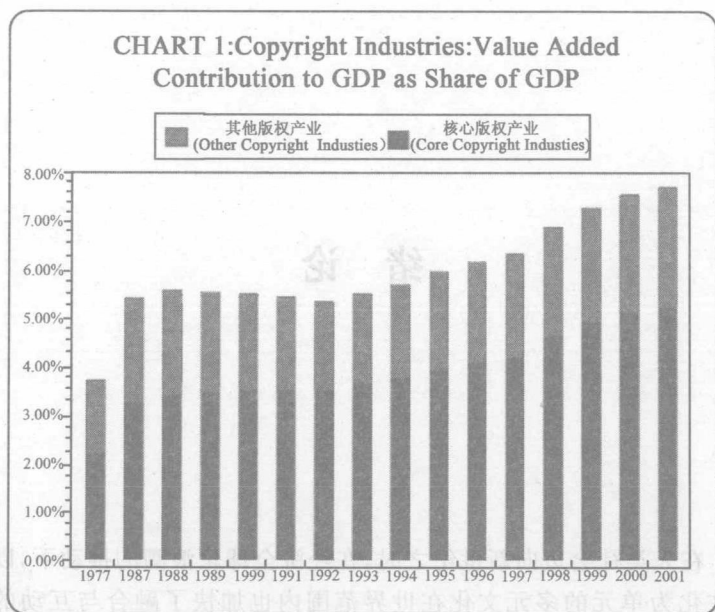


图 0-1 美国版权产业对 GDP 的贡献^①

在英国,以版权产业为主体的文化创意产业是英国发展得最快的产业,1997~2001 年间年增长率达到 8%,是同期英国总体经济增长率 2.6% 的三倍多,产业增加值占 GDP 的比例超过 8.2%,创意产业产值 2001 年已达到 1125 亿英镑。在伦敦,创意产业是该市的第二大产业,仅次于商业服务业,已经超过制造业、零售业等行业,产值已达到 250~290 亿英镑。

当今文化产业巨擘贝塔斯曼(Bertelsmann)就是在 19 世纪以出版开始起家的,图书出版与版权产业现在仍是其主要利润来源领域,目前贝塔斯曼在全球 60 个国家拥有 300 多家下属公司和 8 万多名雇员。其业务范围之广涉及图书出版、图书音乐俱乐部、杂志与报纸、信息、

① 资料来源:International Intellectual Property Alliance。

教育、娱乐、影视音乐、广播电视、印刷、媒介服务、电子商务等传媒业的各个生产、服务领域。2004 年贝塔斯曼集团总收入达到 170 亿欧元。其收入来源主要为四大部分:图书和音乐直销(占 23%)、内容销售(占 29%)、媒体服务(占 26%)和广告收入(占 22%)。从下属六个子集团的贡献来看,RTL 集团的贡献最大,收入占集团总收入的 28%,其次为欧唯特服务集团(Arvato Services)占 21%,BMG 占 15%,古纳亚尔(Gruner+Jahr)占 14%,贝塔斯曼直接集团占 12%,兰登书屋(Random House)占 10%。从区域分布来看,贝塔斯曼集团的主要收入来自欧洲和美国,其中德国本土占 30%,其他欧洲国家占 42%,美国占 22%,还有 6%来自其他国家和地区。

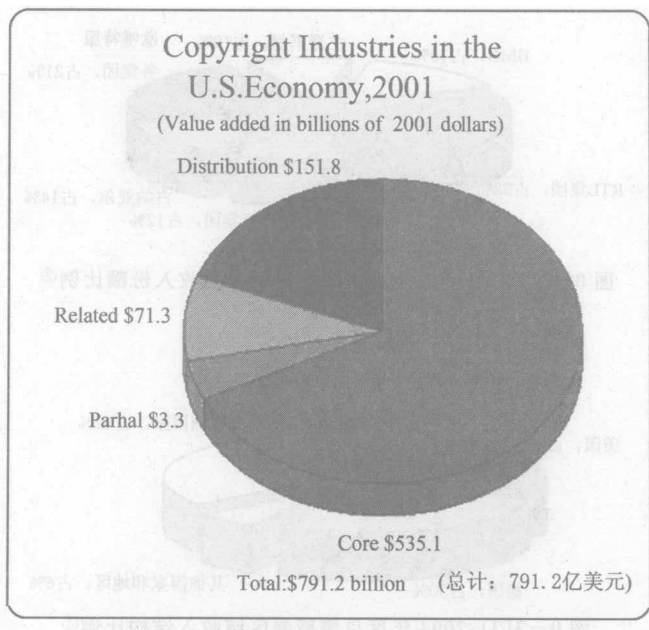


图 0-2 2001 年美国版权产业增加值结构^①

^① 资料来源:International Intellectual Property Alliance。

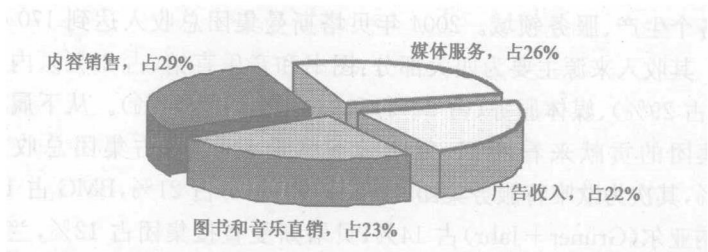


图 0-3(1) 2004 年度贝塔斯曼各类别收入结构比例①

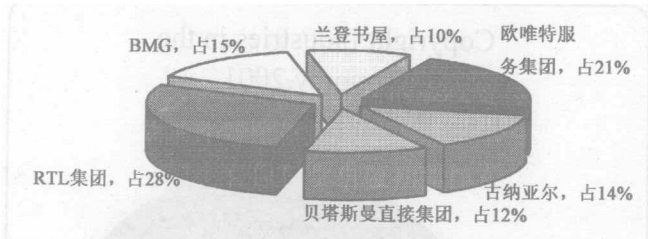


图 0-3(2):2004 年度贝塔斯曼各子集团收入份额比例②

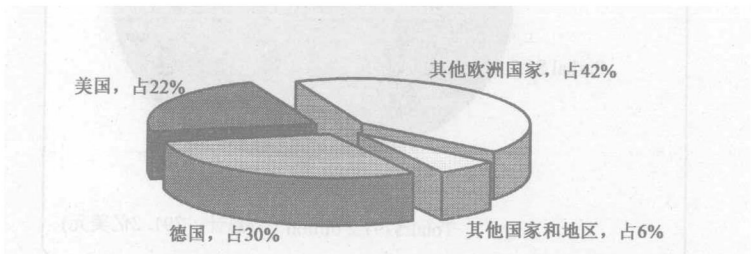


图 0-3(3):2004 年度贝塔斯曼区域收入结构比例③

①~③ 资料来源:www. Bertelsmann. com。

综上所述,当今世界,文化与经济、政治相互交融,与科技的结合日益紧密,在综合国力竞争中的地位和作用日益突出,文化越来越成为衡量一个国家综合实力强弱的重要尺度之一。在复杂的国际环境中,要赢得国际竞争,不仅需要强大的经济实力、科技实力和国防实力,同样需要强大的文化实力。我们必须增强忧患意识,加快发展文化产业,激发民族生命力,增强民族凝聚力,提高民族创造力,在国际竞争中占据制高点,掌握主动权。

二、中国图书与版权产业

21 世纪将是文化生产的时代,文化产业的发达程度将直接决定国家的整体实力。因而,发展文化产业就变成具有战略意义的政策抉择。文化产业的这种战略意义,已经被世界各国所接受,同时为了实现文化产业的这种战略意义,各国都制定了相应的方案。中国也认识到文化产业的战略意义,并积极探索着文化产业的振兴之路。

2007 年 10 月 9 日至 14 日举办的第 59 届德国法兰克福国际书展共吸引了 7400 多家参展商和近 30 万参观者。中国展团在本届书展上输出版权 1928 项(2006 年 1364 项,2005 年 615 项)。在本届书展上,中国出版集团成立了“中国出版(巴黎)有限公司”和“中国出版(悉尼)有限公司”,其下属的中国图书进出口(集团)总公司与世界最大的教育出版集团——培生教育出版集团共同签署了在美国合资成立“中国出版(纽约)有限公司”的意向协议备忘录。

尤其令人兴奋的是,中国图书出口已不再是单纯的图书贸易和版权输出,越来越多的中国企业开始与国外出版商共同策划选题或合作出版发行图书。中国图书的国际市场之路呈现出梯次推进、多样化的特点。与外方成立合资公司创造了中国“文化”走出去的一个全新商业模式。

中国的图书版权产业的发展严格来讲是从 20 世纪 70 年代开始

的,其发展步伐也是伴随着改革开放和经济发展的进程而逐步向前迈进的。

(一) 起点——对外合作(20 世纪 70 年代末~80 年代中期)

中国图书版权首次对外合作是在 1978 年 9 月与日本讲谈社商定中日合作出版《中国之旅》画册。在 1992 年中国加入《世界版权公约》之前,由于我们自身的原因和外国出版商对中国市场的顾虑,我国的版权贸易主要以输出为主。《中国之旅》就是这样一部版权贸易的开山之作。该画册分为东、西、南、北、中五卷,主题是反映当时现代中国的面貌,由人民美术出版社出面和日本讲谈社合作,讲谈社派摄影师和人民美术出版社的工作人员一起在中国各地采风拍摄,先以日文出版,后又出版英文版。1979 年,在南斯拉夫评论社召集的“莫托文集团”(由欧美几十家中小出版社组成)会议上,中国和“莫托文集团”谈成合作出版大型画册《中国》,该书由上海美术出版社和“莫托文集团”合作,以英、法、意、日等 7 种文字出版,海外发行 10 万册。

这一时期版权输出的另一重要事项,是 1984 年英国培格曼出版社(Pergamon Press)出版了《邓小平文集》的英文版,第一次把邓小平的理论传播到西方乃至世界。

版权引进方面的开山代表作之一,是 20 世纪 80 年代初期中国大百科全书出版社从美国购入版权,出版了《简明不列颠百科全书》。

这一阶段,我国尚未颁布《著作权法》,也没有加入《世界版权公约》,很多人还不知道版权为何物,版权贸易活动存在着诸多障碍:一是信息来源的局限,国内出版界对海外出版市场的信息缺乏了解,外国出版界也不了解中国;二是对外交流访问比较受限制,出国很困难;三是外汇限制,外汇少,管制严格,出版社付汇购买版权几乎不可能。

(二)成长——以港台地区为主要合作对象(20世纪80年代中后期~1992年)

这一时期的一个重要转折点是1986年首届北京国际图书博览会的举办。在当时中外出版界缺少联系的情况下,北京国际图书博览会搭建起一个让中外出版人直接对话的平台,把众多国际著名出版公司引到了中国出版人的家门口。博览会的功能从开始以原版进口图书订购为主,逐渐发展成以版权贸易和对外合作交流为主。每届博览会上成交或达成的版权贸易协议逐年增长,直接有力地推动了中国版权贸易事业的总体发展。

此时,中国的版权贸易仍是输出大于引进,合作伙伴也集中于亚洲国家和地区,与欧美的联系较少。特别是祖国大陆和台湾之间的合作,在此期间正式大规模展开。以1988年10月第一届“海峡两岸图书展览”在上海举办为起点,标志着两岸出版合作正式启动。

在后来与台湾的合作交流和版权贸易中,中国出版工作者协会下属的国际合作出版促进会起到了重要的组织和推动作用。1988年2月25日,经中国出版工作者协会批准,“国际合作出版促进会”在北京成立。从1989年开始,促进会开始连续举办两岸的“合作出版洽谈会”。当时和台湾合作的重要项目《中国美术全集》的出版协议,就是在首届洽谈会上签署的。

和台湾的合作交流模式可以归纳为四个方面:

第一种是合作出书。比如前文所说的《中国美术全集》,此全集共60卷,由人民美术出版社牵头,联合文物出版社、中国建筑工业出版社、上海人民美术出版社和上海书画社等五家出版社,同台湾锦绣文化企业合作出版发行。该全集在台湾销售了3500套。锦绣文化企业董事长许钟荣当时和内地有许多版权合作项目,除《中国美术全集》外,还有300卷的《中国美术分类全集》、74卷的《中国大百科全书》。另外,中国建筑工业出版社和台湾光复书局合作出版的《中国古建筑大系》10卷本繁体版,共发行2万套。当时的合作主要是把



内地的图书输出到台湾,也从台湾购进少量版权,比如从台湾光复书局购买了30卷本《大美百科全书》的简体字中文版权。

第二种合作方式是两岸出版界人员互访。中国内地出版界首次组团访台是在1993年5月,中国出版工作者协会下属国际合作出版促进会会长许力以,率商务印书馆总经理林尔蔚、人民文学出版社社长陈早春、人民美术社社长陈允鹤、中国建筑工业出版社社长周谊等一行12人访台。此次访台就扩大两岸出版交流达成五点共识:第一,两岸定期轮流举办出版学术交流研讨会;第二,定期互相举办书展;第三,组织双方编辑人员互相往来、培训;第四,双方互相提供图书出版信息;第五,互相提供印刷技术协助,并加强出版印刷交流。

1994年3月,中国内地的图书首次在台北展出,展览规模宏大,共展出内地版图书17万多种,参展内地代表团成员近百人。

和台湾的第三种合作途径,是双方定期举行研讨会。为此,1994年9月北京国际图书博览会期间,海峡两岸出版界商定设立“华文出版联谊会议”,由内地、香港、台湾每年轮流举办。1995年5月,第一届“华文出版联谊会议”在香港举行。

这一阶段,许多对外合作输出的项目都取得了很好的社会反响和经济效益。如《中国长征》由中国出版对外贸易总公司、摄影出版社和澳大利亚的开文·威尔顿公司合作,于1985年底出版,在海外发行4万多册。1987年,中国出版对外贸易总公司又和长城出版社合作,以7种外文出版了《俯瞰中国》,海外发行7万多册。新华出版社则因和瑞士尤尔根公司合作输出《熊猫》获益颇丰。当时的对外版权输出,一度为国内出版社带来很好的经济效益。这种设立重要项目、政府大力支持、集中力量策划出版的做法,某种程度上非常值得我们在今天推广中国图书“走出去”时予以借鉴。

在版权引进方面,为克服外汇缺乏对版权贸易的限制,商务印书馆巧妙地以“补偿贸易”的形式创新了当时的版权贸易模式。1986年,商务印书馆出版了与英国牛津大学出版社合作的《精选英汉汉英词典》,由于当时不能付外汇,商务印书馆和牛津大学出版社达成协