

图书版权贸易

经典案例分析

陈凤兰 徐耀华 吴思 编著

TUSHU BANQUAN MAOYI JINGDIAN ANLI FENXI



知识产权出版社

全国百佳图书出版单位

本书系2014年北京社科基金研究基地项目——“基于对外文化传播的北京地区版权输出策略研究”结题成果之一，批准号为14JDZHB001

图书版权贸易经典案例分析

陈凤兰 徐耀华 吴思 编著



知识产权出版社

全国百佳图书出版单位

图书在版编目(CIP)数据

图书版权贸易经典案例分析 / 陈凤兰, 徐耀华, 吴思编著. —北京: 知识产权出版社, 2017.11

ISBN 978-7-5130-5290-0

I. ①图… II. ①陈… ②徐… ③吴… III. ①图书-版权-国际贸易-案例
IV. ①F746.18

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第290226号

内容提要

本书汇集了近年中国图书版权引进与输出经典案例50例, 并对之逐一加以整理与分析, 着重探讨案例成功的原因、得出启示, 以供读者学习与借鉴。

全书主要包括版权引进案例25例和版权输出案例25例。每个案例具体内容包括图书基本信息、成功原因及编者语。本书适合高校相关专业学生及图书出版业相关从业人员使用。

责任编辑: 刘晓庆

责任出版: 孙婷婷

图书版权贸易经典案例分析

TUSHU BANQUAN MAOYI JINGDIAN ANLI FENXI

陈凤兰 徐耀华 吴思 编著

出版发行: 知识产权出版社有限责任公司

网 址: <http://www.ipph.cn>

电 话: 010-8200860-8363

<http://www.laichushu.com>

社 址: 北京市海淀区气象路50号院

邮 编: 100081

责编电话: 010-82000860转8363

责编邮箱: 396961849@qq.com

发行电话: 010-82000860转8101

发行传真: 010-82000893

印 刷: 北京九州迅驰传媒文化有限公司

经 销: 各大网上书店、新华书店及相关专业书店

开 本: 720mm×960mm 1/16

印 张: 14.25

版 次: 2017年11月第1版

印 次: 2017年11月第1次印刷

字 数: 190千字

定 价: 48.00元

ISBN978-7-5130-5290-0

出版权专有 侵权必究

如有印装质量问题, 本社负责调换。

前言

版权贸易涉及的范围非常广泛，通常凡是文化产业中将版权作为买卖标的物的交易均可视为版权贸易，本书涵盖的内容仅为图书版权许可使用的贸易。实际上，图书版权贸易在我国的版权贸易中占有举足轻重的地位，所以每每谈到版权贸易，多数情况下指的就是图书版权的输出与引进。

纵观历史，版权贸易始于20世纪初期。有据可查最早的现代意义的版权贸易也始于图书——南洋公学院买下严复所译《原富》这一交易行为。《中华人民共和国著作权法》于1990年9月7日颁布，1991年6月1日起正式实施。这为我国版权贸易工作的开展奠定了坚实的法律基础。1992年10月15日，中国先后成为《保护文学和艺术作品伯尔尼公约》和《世界版权公约》的成员国。以此为标志，中国图书版权贸易开始在国际法的框架内进行，版权贸易飞速发展。据国际出版者协会测算，中文图书市场（包括纸板书与电子书）市值为240亿美元，这也成为世界各国出版界关注和角逐的对象。

2015年，北京国际图书博览会共达成中外版权贸易协议4721项，比2014年增长了8.6%。其中，达成各类版权输出与合作出版协议2887项（输出2791项、合作出版96项），比2014年增长了11.3%；达成引进协议1834项，比2014年增长了4.7%。引进与输出比为1:1.57。^①

自开展对外版权贸易以来，我国引进国外外语图书版权的数量一直大于

① 李明远.北京图博会达成4721项中外版贸协议[EB/OL].(2015-08-31)[2016-06-21].<http://www.ncac.gov.cn/chinacopyright/contents/518/260311.html>.

中文图书版权输出的数量。为了扭转版权贸易逆差的局势,近年来国家积极推行各种鼓励政策及国内出版社不遗余力地走国际化出版道路,图书版权输出贸易因此发生了巨大变化。2011年,国家新闻出版总署出台了《新闻出版业“十二五”时期“走出去”发展规划》和《关于加快我国新闻出版业“走出去”的若干意见》。同年,由国务院新闻办公室和新闻出版总署共同组织实施的“中国图书对外推广计划”,共与29个国家124家出版机构签订了240个资助协议,资助金额超过1500万元人民币,全年共向海外输出版权3236项(不含港澳台地区),比2010年增长了25%,创下了“中国图书对外推广计划”实施以来的历史新高。2011年,“中国文化著作翻译出版工程”共与8个国家的16家出版机构签订了18个资助协议,涉及文版5个,资助金额超过3600万元。其中,人民文学出版社的《山楂树之恋》输出到挪威、瑞典、韩国、泰国、英国、加拿大、意大利7个国家。至此,该书版权累计输出13种。江苏少年儿童出版社畅销原创精品《我真棒幼儿成长图画书》系列之一《他有点白》被韩国大教出版社作为汉语教材引进,首印2万册,成为“走出去图书”首印数最多的图书之一。浙江大学出版社与美国Waters科技公司签订《中药质量现代分析技术:中国药典一部参考手册》外文版权输出协议,版税收入15万美元,创近年来中国科技图书单本版权对外输出的最高版税纪录。^①

依据2015年推出的“一带一路”倡议的行动纲要,文化与出版领域致力于“讲好中国故事,传播好中国声音”基本战略,邬书林指出,在中国出版“走出去”的路径选择上,“深化改革是动力,政策扶持是关键,以重大工程为核心,企业运作是主体,内容输出是根本,本土化是要突破的中心”。“经典中国国际出版工程”“丝路书香工程”等一系列重大工程成为实

^① 张洪波. 2011年全国图书版权贸易分析报告[EB/OL]. (2012-08-29)[2016-05-12]. <http://data.chinaxweb.com/epaper2012/epaper/d5368/d5b/201208/25433.html>.

现这些目标的助推器。

据联合国文化处公布的数据,汉语言文学作品被翻译成各种语言在欧洲市场出版的图书数量自2000年以来呈逐年上升的趋势,作为源语言,汉语跻身欧洲文学译著出版物的前26位。^①中文简体图书输出国依次为日本、法国、美国、德国、英国、西班牙、韩国、荷兰和俄罗斯。^②国家版权局版权管理司司长于慈珂在2015年BIBF国际版权贸易高级研修班上指出,在媒体融合发展的全媒体时代,版权成为传统媒体与新媒体融合发展的核心资源。^③

近年来,中国出版企业总体强化了四个方面的内容输出:一是以传播当代中国主流文化为主要内容的中国主题图书;二是以当代实力派作家及其作品为主体的中国文学图书;三是以让国外读者学好汉语为目标的对外汉语教材;四是以弘扬中国优秀传统文化为核心的中国传统文化图书。比如,建筑设计类图书,作为北方出版传媒当前“走出去”的主体板块,每年输出一百多种,每年对外贸易额达2000多万元人民币。类似的,中国建筑工业出版社、天津凤凰空间文化传播有限公司、大连理工大学出版社、中国青年出版社等建筑类出版商在这一板块每年都有不少斩获。除上述主要方向,童书也是近年来“走出去”的一大热点门类。^④

然而,与世界主要国家相比较,我国版权输出工作还亟待提高。目前,我国传统出版企业的版权价值尚待开发,加强版权资产管理,厘清版权资产的内涵以便提升出版企业版权运营能力显得十分必要。图书版权开发与贸易

① 联合国教科文组织文化处.Index Translationum[EB/OL].[2016-05-22].<http://portal.unesco.org/culture/en/files>.

② 联合国教科文组织文化处.Index Translationum[EB/OL].[2016-05-22].<http://portal.unesco.org/culture/en/files>.

③ 于慈珂.2015年BIBF国际版权贸易高级研修班讲话[EB/OL].(2015-08-28)[2016-09-08].<http://www.ncac.gov.cn/chinacopyright/contents/518/259882.html>.

④ 中国出版传媒商报,年度国际出版势主报告[EB/OL].[2016-08-02].<http://www.ccpres.com.cn/News/Detail.aspx?NewsId=2100>.

是出版业资产管理的重要内容，也是促进文化产业繁荣发展的重要手段。我国出版产业要依托版权贸易独特的优势和形式，借助国外的文化企业、文化市场来传播中华文化，以此提升中国文化在世界舞台的影响力。

2015年，全球图书版权贸易总体发展呈现两大事态势。其一，翻译权交易活跃，成为出版企业的稳定收入来源。纵观全球图书版权贸易发展现状与趋势，从畅销书许可使用的版税预付金数额看，就不难理解出版社为何要积极开发图书版权的海外销售市场。因为图书版权贸易仍然是出版社收入的稳定来源。以文学类图书为例，许可使用翻译权是出版社最有利可图的赚钱手段。正如以代理小说、绘本和通俗读物图书版权的伦敦 Rocking Chair Books 代理公司的萨马·哈曼（Samar Hammam）所说：“在英国，一本书的销量大致为3000~10000册，但是其德语版在德国的销量可以达到250000册，所以翻译版权的许可是不容忽视的盈利渠道。”来自拉丁美洲和欧洲许多作家代理版权的伦敦 Rogers Coleridge and White 版权代理公司主任劳伦斯·拉鲁亚克斯（Laurence Laluyaux）女士进一步肯定：“读者越来越青睐译著，他们甚至对某些小说及作家的追捧达到狂热的程度，挪威作家卡尔·奥夫·诺斯加德（Karl Ove Knausgård）和意大利作家埃莱娜·费兰特（Elena Ferrante）的成功就是很好的例子。”^①卡尔的《我的奋斗》在人口不足500万人的挪威销售了50万册，相当于每10人中就有一人购买了此书。该书在美国也卖出4万册。而埃莱娜的《遗失的孩子的故事》的英文版 *The Story of the Lost Child* 一推出，就成为《出版人周刊》的年度好书，连续11周杀入《纽约时报》“畅销榜”。其二，数字化与传统版权交易方式日趋融合。随着数字技术的广泛应用，版权交易的手段也在发生着变化。数字化版权代理机构及交易平台方兴

① Publishing Perspectives. Publishing Perspectives. Global Perspectives on Book Rights and Licensing 2015--White Paper. [EB/OL]. [2016-08-12]. <http://www.biz-beijing.org/img/news/419-Global-Rights-and-Licensing.pdf>.

未艾，处于世界领先地位的主要包括 Copyright Clearance Center、IPR License、PubMatch、Bradbury Phillips、Publishing Technology、Biblio3 及 Klopotek。在线沟通、数据管理和版权交易流程自动化，被广泛采纳。但是出版社在版权交易数字化过程中仍然面临诸多困难，最大的问题就是缺少行业统一的标准，如版权权力的种类与定义不明确、合同和版权对账单等票据的格式不一致等。同时，许多出版社缺乏全面推行版权管理数字化流程必要的内部资源。即使对于像兰登书屋这样已经建立和拥有自己的版权管理系统的超级出版集团来说，在将其对现有的两个系统一体化时，它们也不得不承认数字化管理绝非是一件轻而易举的事。更何况那些中小出版社，面对海量的版权代理、律师和其他权利人，他们当中能够数字化的企业寥寥无几。

毋庸置疑，图书版权数字化管理已经成为必然的发展趋势，但是许多版权许可交易的达成仍须面对面谈判。对于文学作品的版权许可尤其如此，交易是否成功，在很大程度上取决于文学经纪人的沟通能力与经验、个人激情与魅力，这些都是数字化平台所无法取代的。

从全球各区域版权交易市场的具体表现看，许多出版企业皆因本国的经济下滑或者文化危机而萎靡不振，版权贸易市场也因此变得不够稳定。然而，版权经理和文学经纪人都普遍认为，好书永远不会缺乏市场，况且从总体上看，翻译权市场尤其是文学作品的翻译权许可交易活跃。

在拥有全球一半人口的亚洲，人们对出版物情有独钟。一直以文学作品为主的版权市场已经转向非虚构类和儿童读物，这一趋势尤其在中国表现突出，中国图书市场的版权引进与输出贸易呈现持续增长的态势。在版权引进方面，位居全球图书市场前五位的日本因一直受经济危机的困扰，购买力减弱。而韩国图书出版产业正在千方百计寻求新方法，以吸引痴迷于电子产品的年轻一代，使他们重新关注和阅读图书。

在欧洲，受制于经济困境，俄罗斯、希腊、意大利和西班牙这些国家的

版权购买力大不如从前。在意大利，版税预付金跌至4位数，每本书首印量仅为2000~3000册。以购买翻译权著称的荷兰和斯堪的纳维亚半岛国家，目前也变得小心谨慎。德国的文学作品翻译权购买力一直处于稳定、强势地位。在发展中国家市场，土耳其异军突起，波兰和捷克的版权交易市场也显示出良好的发展势态。

在拉丁美洲国家和地区，图书版权市场喜忧参半。一些版权代理机构业务活跃，主要集中在非虚构类和儿童读物上，但是文学类版权交易呈疲软态势。西班牙未见转机的出版业危机，为那些对国外市场开始感兴趣的拉丁美洲国家提供了发展空间和机会。他们的出版企业也开始对版权引进显示出浓厚的兴趣。值得一提的是，许多版权代理机构和文学经纪人选择在不同的西班牙语国家与地区分享版权许可与利用。需要注意的是，西班牙语市场为全球的出版市场提供了版权贸易机会。纵观全球版权市场，可以说，西班牙语国际市场是最活跃的。根据塞万提斯学院统计的数据看，目前，讲西班牙语的世界人口达到近5亿。其中，墨西哥是讲西班牙语人数最多的国家，达1.13亿。其次分别为哥伦比亚、西班牙、阿根廷和美国，这些国家西班牙语人口从4000万~4500万人不等。据预测，未来世界10%的人口将会使用西班牙语进行沟通与交流，而美国可能将成为西班牙语人口最多的国家。众所周知，西班牙出版产业近年极为萧条，图书销量自2013年直降30%~40%，而且2013年出版的新书的数量减少了14.9%。尽管如此，译著（主要英语译成西班牙语）的出版发行数量继续增长，译著几乎占到出版物总量的1/4。与西班牙不断萎缩的出版业相反，包括墨西哥、阿根廷、哥伦比亚、智利及秘鲁的拉丁美洲市场却持续扩展。比较全球西班牙语版权，这些国家和地区之间共享版权权力更加流行。西班牙语出版重心的转移为中小出版社提供了更多的机遇，激发了它们为本国市场购买版权的热情。这种版权的利用形式对于从事一个语种多个版本出版印刷的出版商来说尤其利好。西班牙著名的独立

出版公司 Salamandra 针对不同区域地方语言特点发行了三个不同版本的西班牙语版《哈利·波特》就是一个很好的例子。西班牙语出版大鳄 Grupo Planeta 于 2014 年 4 月在墨西哥城，新设立了负责其拉丁美洲地区附属版权业务的机构，这进一步说明了西班牙出版业日薄西山的事实。该机构已经在 20 个国家以 10 种不同语言成功输出了 25 本书的版权。正如墨西哥 Editorial Planeta 总管、墨西哥瓜达拉哈拉书展（Guadalajara International Book Fair）前董事长努比亚·马西亚斯（Nubia Macias）先生所说：“拉丁美洲的出版业一直对版权市场的发展前景充满期待，现在我们的愿望实现了。”^①

观察图书版权贸易表现活跃的国家的发展情况可以发现，法国版权经理在版权贸易中起着举足轻重的作用。法语是数量上仅次于英语被翻译成其他文字的语言。与英美做法不同，法国翻译权的买卖是通过出版社版权部而不是文学经纪人来进行，比其他国家版权经理的位置更重要。2015 年，就作者与出版社关系的一项调查显示，61% 的作者表示与出版社合作愉快。作家让·克里斯托弗·格朗热（Jean-Christophe Grangé）通过与出版社阿尔·班米歇尔（Albin Michel）出版社合作，其作品被翻译成 30 种语言，并在全球发售，他表示：“出版社了解世界图书市场和读者，他们知道我的书在哪里会更受欢迎。”^②阿尔·班米歇尔曾经为格朗热在法兰克福书展上举办个人派对，来自世界各地出版格朗热作品的出版社汇聚一堂，共同商讨格朗热图书的封面及其他细节问题。由此可见，在法国，出版社利用其自身优势，在版权贸易中起着举足轻重的作用。

德国成为翻译权交易的主力军。如同英语一样，德语通常被认为是通往其他市场的突破口，所以在非英语市场，德国是排在美国和中国之后位

① 联合国教科文组织文化处 .Index Translationum[EB/OL].[2016-05-22]. <http://portal.unesco.org/culture/en/files>.

② Publishing Perspectives.Meet Independent Publishers at Paris'Salon du Livre.[EB/OL].[2016-02-26]<http://publishingperspectives.com/2015/02/meet-independent-publishers-paris-salon-du-livre/#.VyMvFfl96Uk>.

居第三的主要国家。德国每年出版发行多达1.5万册译著，占新书出版总量的12%。其中，译自英语的占64%，法语的10%；译自日语的图书也占有一定的比例。^①

在2014年全球小说类畅销书排行榜上，前四位均为译著。其中，三部著作译自英语，一部著作译自瑞典语。2015年，德国年均输出版权6500种，输出地主要为欧洲市场，占其输出总量的65%。中国现已成为德国图书版权最大的买家，每年中国出版社从德国引进的版权数量高达1000种左右。2014年，中国从德国引进了大约1000本书，这相当于德国版权输出的大约15%。^②尽管经济不甚景气，但是意大利和西班牙也成了仅次于中国引进德语版权的主要国家。

在国际贸易方面，国外市场对德国原创版权的购买力持续增长。其中，图画书的上升幅度最大，达到了90%，这是一个令人吃惊的发展速度。按照德国青少年出版社联合会新任主席雷娜特·莱希斯坦（Renate Reichstein）女士的说法，德国的图画书在国际版权交易中受欢迎的原因是出版社更加注意产品的创新。新一代插图画家对传统的主流流行元素已经没有丝毫兴趣，他们在不断地开辟新的领地，他们的作品版权甚至被很挑剔的法国人买走。

漫画版权贸易的主角依然是日本。根据国际出版者协会的统计，日本是世界第四出版大国。但若论漫画的普及程度、经济效益、对外输出及影响，日本却早已超过了美国，而成为全球第一漫画大国。日本漫画一直是中国香港特别行政区、中国台湾地区、新加坡及其他亚洲地区年轻人的至爱，也可以说是各类日本流行文化中比较受欢迎而且影响最深远的一种。

尽管日本的出版业整体发展出现了萎缩，但是日本纸质书和电子漫画书的整体市场却有所提升，2014年达到3160亿日元，远高于历史最高的2005

① 联合国教科文组织文化处.Index Translationum[EB/OL].[2016-05-22]. <http://portal.unesco.org/culture/en/files>.

② 七国观察.2015法兰克福书展国际出版峰会“大市场”系列之二[EB/OL].[2015-12-10]. <http://biz-beijing.org/news.php?year=2015&id=441>.

年的2660亿日元。^①目前,日本漫画在国外市场依然非常受欢迎,漫画翻译作品占日本版权输出的80%。

如同其他成熟市场一样,在日本,版权代理机构在翻译权版权许可使用方面起着举足轻重的作用,主要包括:Janan Uni Agency、Tuttle-Mori Agency、Janan Foreign-Rights Centre、The Sakai Agency、The English Agency and The Kashima Agency。

图书版权对于出版社来说是极具市场潜力的资源,但是往往被忽略,没有得到充分的利用。版权会给出版企业带来提升利润的空间和拓宽市场,尤其是国际市场的机会。重视版权利用会给出版企业的新书和库存书带来生机。^②

基于全球出版业及国际图书版权贸易的新发展,中国图书出版及版权贸易工作应从完善国际化版权代理制度、版权经纪人人才培养,完善数字化版权交易平台建设等方面做好准备。首先,我国的版权代理机构的运作还不像在欧美等经济发达国家那样普遍,这严重地制衡我国版权贸易尤其是版权输出贸易的发展。健全制度、培育版权代理市场和版权经纪人是关键。专家认为,版权代理机构要实行准入制度和职业认证制度;要成立版权代理行业协会,规范版权代理竞争秩序。版权经纪人应该是熟悉相关法律与国际规则、具备国际营销能力与素质。其次,建立版权贸易平台,集中海量的版权资源,为权利人和利用人搭建展示信息、实时跟踪交易乃至结算过程,从而简化交易过程,降低交易成本,提高交易效率,甚至使跨境交易成为可能。再次,翻译权许可仍然是图书版权贸易的主流,因此保证翻译质量是根本。优秀的编辑人才及翻译家的培养非出版业一家能够做到,需要相关

① 联合国教科文组织文化处.Index Translationum[EB/OL].[2016-05-22].<http://portal.unesco.org/culture/en/files>.

② Publishing Perspectives.Essential Publishing Markets for 2015.[EB/OL].[2015-12-09].<http://publishingperspectives.com/white-papers-and-research/#.VuLKyf196Uk>.

的高等教育和培训机构的相互支持与配合。一方面，出版界应加强原创能力，保持创新力。出版组织应从编辑方向、内容、营销等方面寻求突破；另一方面，版权贸易复合型人才培养要借助高校相关专业人才培养能力。值得一提的是，国内个别高校已开设了版权贸易相关专业课程，并将培养专门从事版权贸易复合型人才定为专业培养方案目标之一。这些高校为我国版权产业输送了许多专门人才，这些专业人才活跃在版权产业与版权贸易领域，为促进该领域的发展起到了重要的作用。

目 录

第一编 图书版权引进案例	1
案例1:《魔戒》	5
一、图书基本信息	5
二、成功原因	5
三、编者语	7
案例2:《1Q84》	9
一、图书基本信息	9
二、成功原因	9
三、编者语	12
案例3:《哈利·波特》	14
一、图书基本信息	14
二、成功原因	14
三、编者语	17
案例4:《白夜行》	18
一、图书基本信息	18
二、成功原因	18
三、编者语	20
案例5:《百年孤独》	22
一、图书基本信息	22
二、成功原因	22

三、编者语	25
案例6:《达·芬奇密码》	26
一、图书基本信息	26
二、成功原因	26
三、编者语	28
案例7:《暮光之城》	30
一、图书基本信息	30
二、成功原因	30
三、编者语	33
案例8:《第一次的亲密接触》	35
一、图书基本信息	35
二、成功原因	35
三、编者语	37
案例9:《生命不能承受之轻》	39
一、图书基本信息	39
二、成功原因	39
三、编者语	41
案例10:《秘密花园》	43
一、图书基本信息	43
二、成功原因	43
三、编者语	46
案例11:《不一样的卡梅拉》	48
一、图书基本信息	48
二、成功原因	48
三、编者语	50
案例12:《我是马拉拉》	52
一、图书基本信息	52

二、成功原因	52
三、编者语	54
案例 13:《医学纳米技术与纳米医学》	55
一、图书基本信息	55
二、成功原因	55
三、编者语	57
案例 14:《小屁孩日记》	58
一、图书基本信息	58
二、成功原因	58
三、编者语	60
案例 15:《国际安徒生奖大奖书系》	61
一、图书基本信息	61
二、成功原因	61
三、编者语	63
案例 16:《变形金刚》	64
一、图书基本信息	64
二、成功原因	64
三、编者语	67
案例 17:《谁动了我的奶酪》	69
一、图书基本信息	69
二、成功原因	69
三、编者语	72
案例 18:《心灵鸡汤》	73
一、图书基本情况	73
二、成功原因	73
三、编者语	75
案例 19:《学习的革命》	76
一、图书基本信息	76

二、成功原因	76
三、编者语	78
案例20:《新概念英语》	80
一、图书基本信息	80
二、成功原因	80
三、编者语	82
案例21:《牛津高阶英汉双解词典》	84
一、图书基本信息	84
二、成功原因	84
三、编者语	87
案例22:《植物知道生命的答案》	89
一、图书基本信息	89
二、成功原因	89
三、编者语	91
案例23:《深入浅出设计模式》	92
一、图书基本信息	92
二、成功原因	92
三、编者语	95
案例24:《未来之路》	96
一、图书基本信息	96
二、成功原因	96
三、编者语	99
案例25:《史蒂夫·乔布斯传》	100
一、图书基本信息	100
二、成功原因	100
三、编者语	102