

出版人参考书系

海外版权贸易指南

杨贵山等 编著



H W B Q

-62



中国水利水电出版社
www.waterpub.com.cn

出版人参考书系

F746.18-62
Y186



郑州大学 *04010250017K*

-24

杨贵山 韩文静 李东 赵春霞 编著

海外版权贸易指南



中国水利水电出版社
www.waterpub.com.cn



F746.18-62

Y186

内 容 提 要

这是一本有关图书版权贸易的实务操作指南。全书通过对近年来中国内地版权贸易领域的现状论述和问题分析,帮助读者了解当今国际图书市场的动态和版权贸易的国际惯例。本书全面系统地向读者介绍了怎样成功从海外引进图书版权,并辅之以大量的个案素材,为当前出版界提供了专业化指导和全方位的信息支援。

本书读者对象为出版界及有志进入出版界的社会人士、在校学生,相关领域的研究人员,以及对版权贸易感兴趣的社会各界人士。

图书在版编目(CIP)数据

海外版权贸易指南/杨贵山等编著. —北京:中国水利水电出版社,2005

(出版人参考书系)

ISBN 7-5084-2638-X

I. 海... II. 杨... III. 版权—国际贸易—指南

IV. F746.18-62

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 001969 号

书 名	出版人参考书系 海外版权贸易指南
作 者	杨贵山等 编著
出版 发行	中国水利水电出版社(北京市三里河路 6 号 100044) 网址:www.waterpub.com.cn E-mail: sales@waterpub.com.cn
经 售	电话:(010)63202266(总机)、68331835(营销中心) 全国各地新华书店和相关出版物销售网点
印 刷	北京市兴怀印刷厂
规 格	880mm×1230mm 32 开本 11.375 印张 327 千字
版 次	2005 年 2 月第 1 版 2005 年 2 月第 1 次印刷
印 数	0001—3500 册
定 价	45.00 元

凡购买我社图书,如有缺页、倒页、脱页的,本社营销中心负责调换

版权所有·侵权必究

序

我与杨贵山先生相识于 2001 年秋,那是他陪同国际知名出版教育家、英国牛津国际出版研究中心主任保罗·里查森教授访问山东出版集团。我们一见如故,我非常佩服他渊博的学识以及对国际出版独到的见解和切身感受,他的《欧美书业概论》我已细细研读。得知贵山先生又有新作《海外版权贸易指南》出版,而这一次他将视角投向对近年来发展前景可观的版权贸易实务的探讨上,这将是专业理论研究上的又一个突破,我非常乐意为之作序。

版权贸易是 21 世纪中国出版业走向世界过程中的一个必经阶段,是促进中外科技、教育、文化等领域相互交流,共同繁荣的必要手段和途径。版权贸易,作为世界贸易组织协定中服务贸易的一个重要组成部分,在中国加入 WTO、出版分销领域对外开放之后,则显露出更为突出的意义,其规模也日益扩大。中国要谋求更快的发展,就必须积极吸收和借鉴人类社会的一切文明成果,同时还要不断地输出,向世界展示中国,让世界了解中国。因此,版权贸易人员承担着传承优秀文明成果的使命,是义不容辞的,他们的工作具有十分重要的意义。

我国真正投入到版权贸易中的历史还很短暂,版权贸易工作者们在实务操作方面仍显得不够成熟和理性,缺乏对国际出版惯例宏观和微观的把握。而对于出版社来说,版权贸易能否顺利开展并带来良好的社会效益和经济效益,是多种因素共同起作用的结果,这其中包括作品内容、编译质量、合作伙伴、出版

合同、谈判技巧等。“差之毫厘，谬以千里”。我们需要不断地总结经验教训，逐渐克服实践过程中的一些痼疾和弊端，譬如：注重版权贸易中的合同问题，避免违反法律的行为存在；防止知识产权的滥用，遵循国民待遇、最惠国待遇、公共利益等多项原则；以及在双赢的基础上开展版权贸易等内容。所有这些都对从事版权贸易的人员提出了更高、更严格的要求。

贵山先生近些年来笔耕不辍。他长期从事西方出版业研究，曾作为访问学者前往英国牛津国际出版研究中心研修，对国外的出版历史、现状、特点都具有深入的研究和深刻的见解。他的这篇新著《海外版权贸易指南》，不仅仅是对中国大陆地区版权贸易发展现状的一个总结，更是一本实务性的书籍，它必将能引领广大版权贸易人员以及即将进入这一领域的准工作者，逐步走向规范化操作，与国际接轨。可以相信，你读过这本书后定会 有所收益，备受启发。

钟永诚

2005年1月

于泉城济南

前 言

事隔六年,再次提笔谈及中国的版权贸易,感慨颇多。庆幸的是,在整个图书市场普遍低迷的今天,版权书的引进却依旧发生了一种奇妙的盘升。这是一个值得研究的问题。

根据国家版权局的统计数据显示,2003年我国大陆地区版权书总引进数量为12516种,比上年有所增加。虽说整个版权引进的数量只占这一年图书出版品种总数的6.57%,谈不上举足轻重,但不可否认的是,它们的出现,引发了“眼球经济”的飙升。从当年“学习的革命”、“哈利·波特”、“富爸爸”到今日的“谁动了我的奶酪”、“挪威的森林”、“执行”等系列书的风行于世,哪一个不是街头巷尾人尽皆知,随其风靡的幕后之手——人民文学、中信、机械工业、外研等出版社,哪一个又不是成就了今日的无限风光?我们不能说出版社的地位和实力只能依赖于版权书的引进,但在某种程度上,版权书的引进成功与否,却是衡量一个出版社、一个地区的出版能力和综合实力的写照。如今,经过一番从盲目跟进向理性转变的市场洗礼,出版社引进版权已经呈现出一种两极分化的状态:一方面原以版权引进业务为主的出版人,其版权引进数量将越来越大;另一方面,平日较少引进版权的出版社也正逐步缩减版权引进的数量。事实证明了版权书这块可以带来滚滚财源的大肥肉,不是谁吃了都可以消化的;没有系统化的信息支持,没有丰富的人力资源,没有成熟的经营思路,没有专业化的贸易经验,一切版权贸易的憧憬都是泡沫。当版权经营者们纷纷认为,相比于策划一本原创图书而言,版权

书的业务流程是那么简单,成本是那么低的时候,图书市场又开始接受新泡沫的吹捧。

泡沫所带来的是非专业化和不成熟版权贸易操作的机会主义的胜利,是表面繁华的假象。如何成功地从海外引进图书版权,是一个需要系统化阐释的方法问题。本书着意于提供这样一个方法论,以专业化的视角俯瞰中国与海外的版权贸易现状,并提供专业化的版权贸易操作实务指导。

首先,这是一本全方位阐释版权贸易的实用性指南,有关版权贸易领域的内容全面而丰富,其中不仅仅对中国内地版权贸易现状和问题进行了详细的论述和分析,而且还重在传输海外图书市场、版权贸易的特点与经验,尤其是对欧美国家的重点分析,为国内出版社开展海外版权贸易,提供了最新的海内外信息支持。

其次,本书重在个案分析,选用国内版权人的成功经验和经典案例,逐一分章节详解内中要秘。其内容包括成功引进的版权书个案、以版权引进为主业的民营企业经营个案、版权代理公司个案分析等。

第三,本书的叙事角度注重立足本土,放眼世界,吸取海外版权贸易的成功经验、专业化运作方法、成熟的运作理念,为读者提供了多角度、多层次的理论参照。

第四,本书重点在于向读者介绍怎样成功地从海外引进图书版权的途径和方法,这些途径和方法几乎涵盖了中国海外版权贸易实务操作中的所有环节。此乃是细节化的、系统化的阐述,其中包括开展版权贸易的全部业务流程,以及与之相关的文化接触、经济常识、法律常识、其他贸易等内容。

最后,本书的操作性很强,强调从实际问题切入,上升为理

论指导,再回到实际操作;并在文后附有大量的版权贸易领域各类资讯汇编,包括各贸易主体的简要介绍和有关的中英文词汇。

目前中国的版权贸易仍以引进为主,而各版权人对输出领域的操作介入还不多、不深,其意识也不成熟。本书在重点介绍如何成功地从海外引进图书版权的同时,也涉及到一些中国版权输出贸易的内容以及案例分析,其针对性强,可资借鉴。

在这里,我们还要特别感谢北京大学出版社汉语及语言学编辑室主任郭荔女士。在版权输出个案的撰写过程中,她给予了我们很大的帮助。

本书不奢望成为一部完本性著作,但如果能给各位业界人士从事版权贸易带来诸多裨益,那将是作者的莫大荣幸。

由于时间仓促,本书尚存在一些不足之处,敬请读者校正。

作者

2004年12月

于北京

目 录

序	山东出版集团 钟永诚
前言	
第一篇 概述	1
一、版权贸易概述	1
1. 版权贸易内涵	1
2. 使用类型	5
3. 什么是版权代理	8
4. 版权贸易的作用	11
二、版权贸易在英美	12
1. 平装书版权	13
2. 合作出版权	14
3. 书中形象使用权	14
4. 翻译权	15
5. 影视及录像改编权	15
6. 报刊连载权	16
7. 多媒体版权	16
三、中国版权贸易概述	19
1. 现状	19
2. 问题	24
3. 未来	29
4. 关于改变我国版权贸易现状的思考	30
四、双边版权贸易概述	32
1. 中美	34
2. 中英	36

3. 中法	38
4. 中德	39
5. 中俄	41
6. 中日	42
7. 中韩	43
8. 内地与港澳台	44
第二篇 英美版权贸易中的几个重要问题	47
一、版权贸易的桥梁——英美文学经纪人	47
二、国际书展综述	59
三、流行于欧美的共版书贸易	66
第三篇 操作实务	74
一、进行版权贸易应熟悉的几个问题	74
1. 熟悉各国的文化	74
2. 熟悉各国的出版流程和传统	93
3. 如何开展版权贸易	99
◆ 如何确定引进的图书产品	99
◆ 如何接洽出版商、经纪人和作者	108
◆ 如何报价	111
◆ 与版权贸易有关的其他贸易、经济常识	115
◆ 与版权贸易有关的法律常识	125
二、如何成功地向欧美输出版权	130
1. 熟悉国外出版市场	130
2. 具有选题策划的整体意识	131
3. 选题具有版权销售潜力	132
4. 培养作译者队伍	134
5. 版权贸易的输出途径	134
6. 怎样展开版权输出贸易洽谈	139
三、图书版权贸易合同的要素	142

第四篇 个案分析	147
一、外国出版者眼中的中国版权贸易	147
二、成功的版权引进个案分析	151
“哈利·波特”系列	151
“富爸爸”系列:卫星图书	161
三、成功的国内版权输出个案分析	168
北京大学出版社对外汉语学习类图书的版权输出	168
四、中国版权代理公司现状个案分析	174
五、以版权引进为主的民营公司的操作实务	187
读书人:引进项目第一人	187
华章:《执行》	197
附录	203
附录一 英国版权代理人及版权代理机构名录	205
附录二 美国版权代理人及版权代理机构名录	218
附录三 英国主要出版社及其主营业务	225
附录四 美国主要出版社及其主营业务	279
附录五 中国版权代理公司一览表	299
附录六 海外出版机构驻华办事处一览表	303
附录七 英汉版权贸易词汇	307
主要参考文献	350

第一篇

概 述

一、版权贸易概述

1. 版权贸易内涵

版权贸易不同于一般的货物贸易,它是一种以无形资产进行交易,又以有形标的物表现的贸易。也可以说,是围绕版权许可或版权转让而进行的一种贸易活动,属于许可证贸易范畴。

著作权中的财产权利,对作品而言是一种使用作品的方式,或者说是作品的一种使用权利。它的前提一是使用要经许可,二是使用要支付报酬。这样就形成了版权贸易的核心。

版权贸易既是一种贸易活动,又是实施版权保护的一种手段,即通过正常贸易的方式对所涉及的有关版权权利给予保护,同时通过版权保护又促进版权贸易的发展。

(1) 版权贸易的主体

版权贸易的主体是文学、艺术和科学技术作品的著作权人和作品使用者。

依照我国著作权法的规定,著作权人包括:作者和其他依法享有著作权的公民、法人或者其他组织。一般情况下,著作权人都可以作为版权贸易的主体从事版权贸易活动。而作品的使用者,即贸易的受让方。目前,主要是图书出版者、音像、电子出版物制作者、广播电视组织、广告制作商、信息网络传播者(网站)等。

(2) 版权贸易的客体

版权贸易的客体是指版权中的财产权利(也称经济权利)。依照我国《著作权法》第十条第五款及该法实施条例第五条的规定,版权中的经济权利概括起来有以下种类:

复制权,即以印刷、复印、拓印、录音、录像、翻录、翻拍等方式将作品制作一份或者多份的权利。复制权将是版权贸易中使用最普遍、最广泛的权利。

发行权,即以出售或者赠与方式向公众提供作品的原件或者复制件的权利。这也是随复制权使用的最普遍、最广泛的权利。

出租权,即有偿许可他人临时使用电影作品和以类似摄制电影的方法创作的作品、计算机软件的权利。此项权利只是在涉及到临时使用。

展览权,即公开陈列美术作品、摄影作品的原件或者复制件的权利。此项权利在进行美术、摄影作品版权贸易时大都作为附加权利。

表演权,即公开表演作品,以及用各种手段公开播送作品的表演的权利。除专以此权利作为版权贸易客体外,大都作为附加权利在版权贸易中使用。

放映权,即通过放映机、幻灯机等技术设备公开再现美术、摄影、电影和以类似摄制电影的方法创作的作品的权利。此项权利主要针对美术、摄影、电影作品的公开再现,适用于上述作品的专项版权贸易。

广播权,即以无线方式公开广播或者传播作品,以有线传播或者转播的方式向公众传播广播的作品,以及通过扩音器或者其他传送符号、声音、图像的类似工具向公众传播广播的作品的权利。同表演权在版权贸易中使用。

信息网络传播权,即以有线或者无线方式向公众提供作品,使公众可

以在其个人选定的时间和地点获得作品的权利。在互联网发展的今天,网上传播使用作品会越来越普遍和广泛,因此,这项权利既可以作者版权贸易的一项附加权利,也可以作为一项主权利。

摄制权,即以摄制电影或者以类似摄制电影的方法将作品固定在载体的权利。适用于专门的版权贸易。

改编权,即改变作品,创作出具有独创性的新作品的权利。此项权利既可作为版权贸易的一项主权利,也可以作为附加权利。

翻译权,即将作品从一种语言文字转换成另一种语言文字的权利。这是版权贸易中(特别是对国外)使用最普遍、最直接的一项权利。同时又可以作为一项附加权利。

汇编权,即将作品或者作品的片段通过选择或者编排,汇集成新作品的权利。这也是版权贸易中使用较多的一项权利,同时也可以作为一项附加权利。

此外,欧美等国的著作权法中的著作权保护客体还规定了同文种地区版权、图书俱乐部授权、平装本版权等,这些和上述权利一起都可以作为版权贸易的客体内容进入版权贸易。

同文种地区版权,如果原出版社不准备在全世界范围内由自己来发行原文种的图书,它可将这权利转让给别的出版社。如对于英国图书来讲,主要的市场是美国、澳大利亚、南非和加拿大。这些地区可以与原出版社联合出版,也可以授权在当地重印。实行这种转让的其他语言还有西班牙语和葡萄牙语等。

图书俱乐部授权,这些是转让给图书俱乐部版权。图书俱乐部通常通过邮寄的方式向其成员提供图书,价格比出版社的建议零售价低一些。可以由出版社向俱乐部提供成书,也可以向俱乐部授权重印。

平装本版权,传统的做法是出精装书的出版社授权给独立的平装书出版社,出版它们自己的版本。今天,精装与平装本版权可能由同一家出版集团内的两家精装书和平装书出版社来进行“垂直出版”。除此之外,为取得某一重要选题,一家精装书出版社可能与一家平装书出版社联手。平装本可以有多种开本。

重印权,这可以包括许多不同的情况:可从一家平装书原出版社获得精装书的版权;将一本长期脱销的选题授权给一家专业出版社出版;为扩大市场,在精装本出版之后授权出版一个特别的低价“推广”本;向发展中国家授权出版廉价教科书。还包括教育版权,即加上评论性前言和注释等编辑材料的版权供学校使用;还有大字本版权,为视力不好的读者重印大字体的版权。

连载权,包括首次连载(授权给报纸或杂志,在图书出版前部分连载)和二次连载(图书出版后部分连载)。

一次性期刊登载权,这包括授权报纸或杂志在一期上登载整本书(通常是小说)。

汇编和缩编权,这包括在杂志上以缩写的形式出版作品的权利,如《读者文摘》,或以缩编的形式出版,如几本小说的简编本。

翻译权,这包括将作品翻译成另一种文字、在一个商定的区域销售的权利。可以与原出版社合作印刷(特别是彩印图书)或授权当地印刷。如果适当的话,翻译授权还可包括同时授权同一文字的其他权利,如平装版、俱乐部版和连载权等。

盲人和不识字人版权,这包括生产用盲文或其他触觉阅读的书籍和特制录音带的权利。

录音和录像权,这包括生产与出版非戏剧商业录音带和生产与出版录像带的权利。

改编为剧本和记录片权,这包括以戏剧的形式在舞台上演出、在电台电视台上播放或在电影中表演该作品的权利。

复制权、电子复制和文件保存,这些包括通过照相复制或电子复制的方式在某一媒体上(如缩微、磁盘、光盘等)进行复制某一作品的权利;文件保存可用传统的照相或电子方式进行复制。一个正在发展中的领域是客户自己出版:通过照相复制或电子复制的方式从出版物中选编文集或教科书。现在还有应索出版,出版社(书店)根据读者的要求,从数据库中提取文章组合出版。可印几本或几十本。

电子出版与多媒体权,这些包括通过各种方式对某一作品的开发:如

数字化、光学或磁性原理的存储和提取系统,固定的电子媒体各 CD-ROM,或通过卫星和其他通讯系统的网上提供材料。目前最引人注目的可能要算网络上的出版物了,这就引申出网络版权的问题。

商品化版权,包括授权有版权的形象或设计,复制在墙纸上、文具上、陶瓷上、家用床单上或软玩具上。这种被授权的概念可能来自图书、连环画、电影、电视,或许玩具,然后派生出有该形象的图书(如米老鼠、唐老鸭等)。

(3) 版权贸易是无形财产权贸易

在版权贸易中,版权贸易的主体著作权人对其作品所拥有的权利并不因为作品载体的转移而转移。

据此,我们可以认为,所谓版权贸易就是通过对有版权的作品的使用而产生的贸易行为。它是由著作权人将其对作品拥有的部分或全部经济权利通过许可、转让等方式授权给使用者而产生的。它属于许可证贸易范畴;同时,也是无形财产权贸易。根据著作权人与使用者所在国家和地区的不同,版权贸易又可以有狭义和广义两个层次的含义。狭义的版权贸易仅指著作权人与使用者不在同一个国家或地区在版权转移时所发生的贸易行为;广义的版权贸易则将所有因版权的使用而产生的贸易行为都包括在内。本书名中的“海外版权贸易”亦即上文所说的狭义版权贸易。

版权贸易所涉及的权利一般多是版权中的经济权利,即作者或其他著作权享有人在其作品被使用时所应得到的经济利益。关于这方面的权利在不同的国家和地区有不同的规定,具体表现在著作权人享有经济权利的年限、范围等方面的不同。至于精神权利(发表权、署名权、修改权、改编权等)在版权贸易中多不随着使用权的转移而转移,但对职务作品、委托作品等,或者是根据惯例,或者是根据事先的约定则有不同的解决方法。比如,一些政要或明星常请人“捉刀”写传记,这样作者的精神权利就有可能完全转让给传记主人。

2. 使用类型

进入版权贸易活动中的版权使用的类型,是著作权人和使用者双方经过协商,最后由著作权人正式授权使用者对其作品的使用方式决定的,主

要包括许可和转让两种类型。诸如“合理使用”、“强制使用”等因为有很多的习惯或行政因素在内,经过市场调解的成分较少,则不在讨论之列。

(1) 许可使用

许可使用是指著作权人以某种条件(通常是有偿的)许可他人以一定的方式,在一定的时期和一定的地域范围内商业性行使其权利的一种法律行为,是版权贸易中最常见、最普遍的版权使用类型。许可使用有以下特点:一是许可方必须是著作权人;二是许可使用的作品必须是受相关法律保护的作品;三是许可行为发生后著作权主体不变,被许可使用的一方只享有被许可的使用权,而不享有被许可范围之外的权利。但是从对不同类型的作品或对同一部作品的不同使用等角度来看,许可使用又可以分为一般许可和集体许可、专有许可和非专有许可等类型。

a. 一般许可。一般许可是版权贸易中使用最多的方式,它包括专有和非专有许可,主要用在出版、翻译、改编等方面。专有使用权指著作权人在授权期限内只授权某个使用者使用其作品,从而使该使用者取得对该作品的专有使用权,同时要求著作权人在授权期限内不得将该项权利再授予第三人使用。这种权利具有独占性和排他性。专有使用方式是图书版权贸易中使用最多的方式,我国出版社目前开展的版权贸易绝大多数都是专有许可使用。

非专有许可相对于专有许可而言的,是非独占和非排他的,著作权人授权某个使用者在一定期限内使用该作品,还可以将该作品再次授权第三人使用,使用者取得的就是非专有权。我国出版社在图书版权贸易中使用最多的是专有出版权,使用非专有出版权的情况比较少见。

b. 集体许可。有一些作品(如音乐)或权利(如复印权),使用非常频繁,使用范围又非常广泛,如果按照一般许可使用方式,即使著作权人难以对付,也使使用者难以取得授权。为了解决这一问题,人们摸索出了一个新的办法,那就是相关的著作权人,自己组织起来建立一个机构,集中行使该机构成员的权利。这种由组织或机构所作出的许可即集体许可。集体许可一般又分为两类,即“一揽子许可”和“中心组织许可”。前者主要用于复制权方面,后者主要用在表演权、录制权与广播权等方面。“一