

赋能版权引进图书高质量运营的困境及对策

The Dilemma and Countermeasures of High-quality Book Operation

丁思檬

Simeng Ding

机械工业出版社 中国·北京 100037

China Machinery Press, Beijing, 100037, China

摘要: 随着近两年经济形势的变化和工作相对封闭时代的到来,使百年未有之大变局不断加速演进,催生新的挑战 and 机遇。在此情况下,国家领导人持续强调仍将坚定不移扩大对外开放,以开放促改革、促发展、促创新,持续推进更高层次的对外开放。虽然受不同程度的影响,版权贸易在2020年受到了较大冲击,一度陷入低迷期;但随着生产生活的逐渐恢复,推动新的生活和工作方式正在进入爆发式的试验探索期,传统的图书版权引进运营方式与内容发生了颠覆式的改变,进一步推动引进图书线上线下多元运营、立体发展的趋势,推动我们思考如何走出困境,赋能版权引进高质量运营,积极探索出新的版权引进图书运营对策。

Abstract: In the past two years, the economic changes and closed work of the era have accelerated the great changes unseen in a century, giving birth to new challenges and opportunities. Under such circumstances, state leaders continue to emphasize that they will unswervingly open up to the outside world, promote reform, development and innovation through opening up, and continue to promote opening up at a higher level. Although copyright trade was greatly impacted in 2020 and fell into a downturn; but with the gradual recovery of the new life and working mode is entering the explosive trial and exploration period, the traditional book copyright introduction operation mode and content changed, further promote the introduction of online and offline operation, pushing us to think about how to get out of trouble, enabling copyright introduction high quality operation, and actively explore new copyright introduction book operation countermeasures.

关键词: 版权引进; 运营困境; 对策

Keywords: copyright introduction; operation dilemma; countermeasures

DOI: 10.12346/lcs.v4i1.6454

1 引言

在复杂多变的大形势下,图书版权引进仍能回暖并保持平稳发展的态势,说明了很多高质量的引进资源在丰富和满足中国读者在文化精神层面的需求,促进国内技术和理念进步,促进文化产业壮大,甚至在推动经济发展等方面起到了积极作用,也能够不断增进中国与其他国家文化的深层次交流和理解。但同时,要达到这个目标对版权引进结构与运营模式也提出了新的更高的要求,需要持续探索优化,并不断提高质量。

在此情况下,尽快建立一个行之有效且合理落地的版权

运营创新对策,版权贸易领域高质量发展是至关重要的,关系到整个版权贸易的各个环节能否有效地应对带来的冲击和变化,进而给版权贸易所有利益相关方带来共赢的局面。

因此,论文通过总结封闭管控对版权引进图书运营带来的困境,探讨如何赋能今后一段时期版权引进图书高质量运营的对策。

2 后疫情时代引进图书运营的困境

2.1 版权信息获取困难,沟通不畅

疫情使得很多国外出版社居家办公、信息迟滞、反馈速

【作者简介】丁思檬(1989-),女,中国江苏阜宁人,在职硕士,中级编辑,从事版权贸易研究。

度极慢,造成版权信息获取困难、无法及时确认、阻碍沟通进度,信息传递不畅等问题,让高效获取版权引进图书信息变得空前的困难。而且,几乎所有国际书展几乎都在疫情防控期间停摆,或者被迫改为线上举办,无法进行真实的面对面沟通,只能通过电子书讯筛选版权信息。有些时候,甚至为了快速争夺选题,而盲目挑选和决策。

另外,一些书由于长期得不到权利方反馈,为了保证出版效率,只能忍痛割爱。很多图书的原定出版时间也因疫情不断推迟,原本优质的图书在长时间拖延出版时间后变得不适宜出版,进而不得不放弃引进。在这个特殊时期,国际环境也变得复杂,图书敏感内容增多,涉及导向问题的言论更需要仔细甄别过滤,这也给图书引进增加了新的困难。

2.2 版权引进门槛提高,成本飙升

由于优质的、符合传播先进理念与技术的引进资源有限。在后疫情时代,这种现象更为突出。引进高质量的图书,竞价十分激烈,这中间也不乏版权方或代理哄抬价格的现象,甚至有的出版社为争得版权资源不惜进行不正当竞争,使得版权引进图书市场被严重扰乱。在疫情背景下,许多出版社仍旧对优质的引进图书保持出版社的品牌形象有迫切的需求,为此出版社不得不为此支付高昂的预付金,以心理励志书为例,稍微与热点话题沾边的引进图书,如涉及“焦虑”“自我认知”“心理学读物”等话题,纸质书的预付金动辄就要一万美元以上。同时由于融媒体运营的要求不断提高,电子书版权、有声书版权等也由原来的免费授权变成要支付500~2000美元不等的预付金,使得版权引进成本不断飙升,利润摊薄。

2.3 其他国家签约进度慢,中国履约意识淡薄

到2022年伊始,很多国家和地区的疫情仍得不到有效的控制,使得本就陷入困境的图书版权贸易面临着纸质合同签约执行起来极其困难,需要反复催促沟通确认。很多欧美的出版社紧急上线了电子签,但在出版社内部执行起来也同样面临着重新调整签约流程的困境。

另外,由于疫情造成了大面积居家办公,国外的信息反馈变慢,所以国内出版社为了快速适应市场变化调整开本、定价、套装内容等情况而等不及权利人的确认反馈。再者,如前面提到的疫情下引进图书销量状况低迷,对数据的监控也就常常滞后,导致版税报告的提供也经常不及时或者漏报。同时由于生产压力加大,引进图书拖期出版的情况也时有发生,这些都无形中给出版社的信誉造成了负面影响,还会带来违约风险。

2.4 引进选题前期考虑不充分,出版困难

在疫情影响下,选题任务压力增大,有些编辑在图书引进前期没有做好充分的选题调研,对引进图书内容是否符合中国图书市场需求没有进行充分论证,对引进图书的投入产出不能进行充分评估,只是为了完成选题任务而盲目签订所谓畅销话题的热点书的引进合同。等到翻译或者生产加工生

产过程中才发现引进的内容并不符合市场的读者需求,内容质量差,翻译困难、生产加工困难。而此时如果不能按期出版或者取消合同,预付金已经支付无法退还,甚至还要支付翻译费用,进一步加剧了成本压力,造成了资源浪费,增加了经营风险。另外,在疫情的影响下,图书市场本就呈现整体低迷态势,对印量和销售预期更加谨慎,如果因为引进图书因为内容质量无法达到标准而无法实现预期销售预期,更是得不偿失。

2.5 营销推广方式单一,收效甚微

很多引进图书在出版过程中,仅仅只是简单地签订了引进合同,翻译出版上市。但疫情使得很多读者都不得不谨慎消费,最后结果可能是连首印都无法销售完毕,一本引进图书的生命周期被极大缩短,成了“一锤子买卖”。传统的营销推广方式,并没有统一的规划和挖掘资源无法做到多渠道立体地精准推广,不能让读者感知到价值,无法产生共鸣。在疫情背景下,这个问题变得尤为突出,因为很多线下活动都停摆,无法跟读者面对面交流,常规的推广方式缺乏互动性。即使个别部门尝试了一些直播和短视频的形式,但很多变成了单打独斗,顾此失彼,缺乏整体设计,影响力和传播力有限,对于引进图书推广上不能形成有效的合力,收效甚微。

3 后疫情时代引进图书运营的对策

3.1 适应线上洽谈新模式,提高线上洽谈效率

要尽快适应新形势下与外方的沟通和洽谈多要在线上进行的趋势,适应线上洽谈的新模式。在平时工作中,要了解并熟悉使用线上会议软件,并要在洽谈之前做好充分的准备工作,如提前搜集引进图书信息,仔细阅读电子书目或介绍视频,明确目标引进选题的基本内容或目标引进选题拟规划套系的方向,准备有针对性的问题等。因为线上洽谈的时间空间有限,需要在洽谈之前做好充分的准备,才能有更全面的了解和评估,进而有效提高线上洽谈的效率。要习惯于使用线上洽谈的方式及时与权利方沟通存在的问题,只有充分沟通才能更好地相互理解,规避后续的经营风险。

3.2 选题内容全面评估,谨慎投入

在疫情带来的经营压力下,在引进图书评估报价时,应该有更为充分的评估。提高政治意识,时刻关注政策动态,坚决贯彻图书版权引进的相关规定,对于有敏感内容、有导向问题的选题坚决“一票否决”,提高选题甄别能力。还要评估是否符合出版社的出版方向,不适宜的内容是否可以适当删改。还要全面评估作者的背景、是否有过不当言论;要引进的图书内容是否符合当下国内市场的痛点和关注点,是否可以纳入已规划的系列选题中作为有力补充。经过全面评估后,应该结合现有选题结构体系量力而行提出报价,合理设定最高报价上限,不盲目竞价、虚高报价、恶性竞争。提出报价时,也要将附属权利纳入选题评估的范围内,综合考虑成本和收益。

3.3 合理落实电子签，重视合同履行

纸质合同邮寄双签，在疫情背景下已经变得效率极其低下，实现电子签变成了当务之急。要使用正规的电气签软件，并合理调整出版社内部签字流程，保证不会出现法律风险。实现电子签既能保证时间上的有效性，提高签约效率。电子签的签约时间可以由原来邮寄签约的半个月到一个月缩短至在2~3天内即可完成，且电子签约存档查询方便，有利于后期合同管理。电子签还能规避国外疫情带来的传播风险。

电子签合同要更仔细审阅合同条款内容，对经济条款、出版时间、合同有效期、版税结算方式、税率、汇款要求等问题都要在签订之前仔细确认具体细节。签订合同后要监督及时落实合同条款规定的内容，重视向权利方及时说明、与权利方及时协商，保证版税及时结算支付，维护出版社信誉，力争合作共赢。

3.4 将引进选题纳入系列运营，适当引入机器翻译

现在的图书市场中，除个别超级引进畅销书之外，单本引进图书很难形成规模效应。引进图书单打独斗不如凝聚成拳，系列打造，将引进图书选题纳入规划系列中作为要素补充，能够很好地带动单本引进图书的销售。这样有利于将高质量内容形成体系，组合推广，打造规模效应。

在后疫情时代，数字化、智能化技术不断发展，机器翻译的技术已经日臻完善，在生产压力、成本压力剧增的情况下，出版社可以尝试引入机器翻译与人工翻译结合，改善翻译质量、提高翻译适配性，保证内容的翻译高质量，最终要把优质的内容提供给读者。

3.5 融媒体整合营销，战略合作资源深度利用

引进图书的影响力是读者在多渠道，多终端接受与认同的结果。但在疫情影响下，线下推广受到一定的冲击，所以现在在策划选题的过程中，需要将引进图书的营销推广重点转为线上的融媒体推广，并有效实施，如短视频、中长视频、直播等。如果是具有影响力的作者，还可以联系作者参与线上推广，多形式联动，采集的资源多次利用，形成多维运营和立体推广，将引进图书融入更多的中国特色推广方式。同时，与权利方的合作也要尝试“一揽子”的战略合作，在引进图书策划时就要尽可能多考虑一些权利资源和授权形式，能够给引进图书的高质量运营赋予更多的可能性。

尽管全球疫情的蔓延，给引进图书的运营带来了许多困难，但是也出现了很多创新机遇，这需要一系列快速适应的对策，以引进图书的高质量运营，促进不同文化间的相互理解 and 交流，赋能中国文化自信和繁荣发展。

参考文献

- [1] 闻通. 疫情之下图书版权引进工作面临的困境和应对策略——以科技类专业图书为例[J]. 科技与出版, 2021(6): 83-88.
- [2] 李永强. 后疫情时代国际出版合作中的文明互鉴、合作共赢——中国人民大学出版社国际出版合作新路径[J]. 出版广角, 2021(23): 6-10.
- [3] 汪雪君. 图书版权引进存在的问题及解决对策[J]. 中国管理信息化, 2020(19): 155-157.
- [4] 王佳蕾. 试论图书版权引进中面临的问题及对策[J]. 新闻研究导刊, 2015(8): 145-146.