

参展国家数量创新高 关注异业与跨界合作 上海童书展多向拓展“朋友圈”

■受访人：柴成炜（上海融博会展有限公司总经理）

埃琳娜·帕索利（Elena Pasoli,意大利博洛尼亚国际童书展(BCBF)项目总监）

□采访人：张聪聪（中国出版传媒商报记者）

中国上海国际童书展(CCBF,以下简称“上海童书展”)由中共上海市委宣传部(上海市新闻出版局)指导,上海新华发行集团有限公司、中国教育出版传媒集团有限公司、环球新闻出版发展有限公司共同主办,上海融博会展有限公司承办,博洛尼亚展览集团支持,至今已举办10届。第11届上海童书展将于2024年11月15日~17日在上海世博展览馆亮相。本届童书展,参展的中外最新童书超2万种,将举办各类专业交流和阅读推广活动超200场,议题覆盖儿童内容全产业链。



柴成炜



埃琳娜·帕索利



扫码获取
童书展活动表



国际市场对中国插画和故事的关注依然强烈

□今年童书展国际阵容怎么样,有哪些值得国内专业观众关注的亮点?

埃琳娜·帕索利:今年的国际板块内容极为丰富,尤其展现了多元文化遗产与各类主题间深刻的对话,涵盖从风格探索到出版业热点议题的广泛内容,如人工智能的应用、青少年公共阅读空间的新趋势,以及文化内容的多种推广策略。此外,还有专业人士提供的关于出版新兴趋势与营销策略的培训课程。我特别欣赏我们与上海童书展团队携手打造的内容,此次活动不仅汇聚中国儿童书籍领域的专家和意见领袖,还特邀众多国际同行参与。我建议,中国专业人士充分利用这一交流契机,以批判性和积极的态度投身于各项活动中。同时,也建议特别留意“插画师生存角”的丰富活动,它不仅对插画师而言极具价值,对整个童书业的从业者也同样具有吸引力。

□从全球市场来看,童书行业发展现状和趋势如何?

埃琳娜·帕索利:全球童书市场总体保持稳定,甚至许多国家仍在增长,这表明该领域充满活力和创意。我了解到,中国童书市场当前确实面临一些严峻挑战。然而,国际上对中国插画和故事的关注依然强烈,这让我充满信心。今年有来自许多国家的出版社参与上海童书展,显示了中国与国际市场之间的交流仍然非常活跃。

□童书从业者更应关注哪些信息、精进哪些能力?

埃琳娜·帕索利:面对挑战,最好的应对方式是在创新和内容质量上投入更多精力。在西方市场,过度出版的现象较普遍,每年新书数量过多,导致旧版书籍的价值被削弱。我认为我们应避免这种情况,同时紧密关注国际市场发展趋势。一方面研究全球流行趋势,另一方面在营销和分发渠道上保持前瞻性。如今,能够快速有效地接触到年轻读者和家长尤为重要,尤其在疫情后的市场环境中更显得迫切。

□中国童书市场上,图画书好像不那么“热”了。国际图画书市场情况如何?今年童书展有哪些特展设置?

埃琳娜·帕索利:国际图画书市场表现出色,尤其是近年来无文字的“无字书”增长迅猛。此外,成人图画书在全球市场呈现显著的增长趋势。非虚构类主题在国际市场上也备受关注,涌现许多优秀的非虚构图画书。去年我们与博洛尼亚大学合作,推出一场丰富的非虚构图画书展览。今年我们转向其他主题,仍然与非虚构领域紧密相连。例如,“马可·波罗:东西方文化交流的见证与传承”特展聚焦这位历史人物的真实旅行见闻,而“童书+:编织想象——当童书遇见时尚”则涉及社会文化层面的主题。

少年的实体店,将其作为我们的朋友圈,共同打造各种各样的青少年阅读推广活动。往年的城市联动,大概持续一周。今年,我们将其扩展到将近一个月,并且和少儿图书馆也有联动合作。

□针对普通观众,有什么观展打卡和提升参与体验的玩法设计?

柴成炜:我们策划了“童游寻宝集”打卡活动。20多家优质展商参与其中,有一些打卡点设计,打完卡,观众将获得精美礼品,增加普通观众逛展的趣味性。

多向拓展,发挥好桥梁作用

□今年有哪些期待?希望达成怎样的效果?

柴成炜:今年参展国家数量,是童书展历史上最多的一次。因此,我们首先比较期待的是第11届童书展对外的展现,期待国际版权贸易方面的效果。目前,全球地缘政治形势比较复杂,大家更应该通过儿童文学等文化手段来连接彼此。针对国内童书市场下行的趋势,也希望从专业角度帮助大家建立起对童书行业发展的信心,这也是至关重要的。

另外,就图书上下游产业链来看,除传统的上下游渠道,我们希望通过童书展平台,给大家提供更多异业合作的机会。这也是今年设置文创等板块的原因。今年我们还设立了一个关注儿童身心健康的板块,因为教育与孩子的健康是家长最关心的两个议题。良好的身体状况,是教育、阅读发展的基石。

我们希望通过这些板块设置,引入更多跨界参展商,让大家认识更多其他领域的企业,为童书出版机构提供更多异业、跨界合作机会,实现新的商业拓展。

关注

版权经理谈:我看好的合作项目与版权

□中国出版传媒商报记者 张聪聪 采写/整理

在不同国际市场环境下推广好中国故事

■张场(新蕾出版社国际版权中心版权编辑)

国际童书版权市场仍然活跃

■Dor(乐趣版权经理)

1. 今年有何参展计划及必办事项?
2. 是否有较看好的童书版权或者类别?
3. 今年,国际童书版权市场情况如何?国内图书销售端的情况是否对版权贸易产生影响?
4. 童书版权贸易有何种趋势?哪些类别的童书是引进来或“走出去”的热门?
5. 今年,操盘的哪个项目比较有成就感?
6. 分享一些从事童书版权工作的经验、技巧?

A1. 新蕾出版社版权部每年都会参加上海童书展,今年的主要任务是宣传推广我们的原创作品,同时还会参加中外童书出版人交流会、国际出版与编辑研修班等活动,利用这个宝贵机会与国内外的童书版权人多多沟通学习。

A2. 从新蕾社编辑端的选题需求来看,今年我们还是持续关注国际获奖的儿童文学作品,以不断充实扩大我们的王牌书系“国际大奖小说”;同时,也会重点关注历史文化主题的儿童漫画,互动性强、角度新颖的少儿科普,以及少儿艺术启蒙等类别。

A3. 从今年的北京国际图书博览会到即将开幕的上海童书展,外国展商参与程度越来越积极,版权引进来源地也更丰富多元,显示出国际童书版权市场的活跃度和多元化;近年来,我国也高度重视中外少儿出版交流合作,并积极推动童书出版“走出去”。尽管市场面临挑战,但也存在许多发展机遇,需要版权人学会在不同的国际市场环境下推广好中国故事。

近两年的国内童书市场,新媒体销售渠道的崛起和发展,不仅对线下销售产生影响,也对传统电商销售模式构成很大的分流,并通过“价格战”影响正常的图书销售模式和市场秩序,压缩出版社的利润空间,从而对引进版选题的版权贸易也造成一定影响。作为版权人,我们需要不断创新和调整策略,积极应对这些市场变化。

A4. 引进版选题还是集中在少儿文学、科普和绘本几个类别。此外,孩子偏爱的漫画类童书的市场热度也居高不下。同时为应对家长对童书知识性的需求,出版社也在努力提高产品的教育功能,加强对孩子思维能力、创造力等综合能力的培养。

版权输出方面,图画书相比其他形式,可以更好地突破语言壁垒,有效传播。近两年我国原创图画书也在海外市场取得一定的影响力,例如《噔噔噔》获得博洛尼亚最佳童书奖。此外,反映现实生活的童书作品也是国外出版商关注的重点。

A5. 今年,新蕾社出版了聚焦外卖骑手子女的儿童小说《我的世界》,是一部真正触及现实的现实主义儿童文学作品,题材新颖,笔调平实,作者左晔更是亲身经历2个多月外卖员的生活,让故事更加真实、生动。该书刚面世就作为新蕾社重点产品亮相今年博洛尼亚童书展,我们还提前准备中英双语的宣传材料以及英文翻译样张,在博洛尼亚童书展和北京国际图书博览会上向多个国家和地区的出版商以及代理公司推荐该作品。惊喜的是,外卖员这个新颖题材确实引起很多国外客户的关注,来自美国、西班牙、沙特阿拉伯等国的出版商都表现出极大的兴趣。我们在北京国际图书博览会上举办俄语版的版权输出签约仪式。目前,《我的世界》在国内的销量已近20万册,我们也衷心希望在上海童书展上收获更多的国际合作机会。

A6. 我之前做了10多年“国际大奖小说”的童书编辑,从事版权工作只有一两年时间,但编辑的经历和视角帮我更好地在版权岗位上继续为编辑们服务,用做引进版选题多年的市场经验为社里筛选更合适的产品,同时在输出端也更重视和编辑的沟通交流,根据编辑的出版节奏积极开展原创产品的国际推广,把输出工作落到实处。

□今年上海童书展有哪些亮点设计?为何增加了一些新的板块和专区?

柴成炜:每年上海童书展的内容都很丰富,一些板块和专区的设立,是其中的重要亮点。国际版权区,亚太童书出版专区是今年的亮点之一。顾名思义,就是专门展出马来西亚、日本、印尼、印度、澳大利亚等来自亚太地区国家的优秀出版社和童书。上海是亚太地区的重要枢纽和现代服务中心,上海童书展非常注重体现国际视野。我们希望能到童书展的观众,除了了解中国童书市场和原创童书的情况,也能了解整个亚太地区的情况。亚太地区各国家文化底蕴比较相似,所以童书展也有了这样的专区设置。

另外,新打造的专区——原版图书订货专区,值得关注。该专区由我们与上海外文图书有限公司合作,主要展示2022年~2024年荣获博洛尼亚最佳童书奖及特别提名的作品,为国内图书经销商、零售商,以及国际院校、图书馆、书店、绘本馆等提供集中采购与选品的平台。

此外,今年还全新推出“文创乐学市集”,因为我们也关注童书的跨界和内容衍生。

□有何措施推进中外交流,助力童书行业发展?

柴成炜:每年童书展期间都会举办很多关于行业趋势、痛点和热门话题的专业研讨会、论坛、讲座等。本届童书展,为推进童书行业从业者的中外交流,特地设立中外童书出版人交流会,希望将其打造成童书展的一个年度品牌活动。交流会以“全球视角下的童书出版”为主题,将汇集来自全球的童书出版人以及专家学者,分享当今童书出版市场的最新趋势和发展动态。交流会得到众多专业人士支持,希望通过这样的会议推进中外交流,助力童书行业发展。

此外,除了一直都有的线上商贸配对系统,今年还推出线下的童书展商商贸对接会,助力中外版权交易。学校、图书馆、书店、达人等都能够参与其中。

□今年,国内童书市场“艰难”。童书展的招商和策展过程中,对市场的感知是怎样的?

柴成炜:本届童书展汇集来自32个国家和地区的497家国内外展商,展览面积达2.5万平方米。参展国家数量,比去年有所增加。从国内情况来看,童书展走过这么多年,拥有一批忠实的展商粉丝,今年也得到这些展商的大力支持。可以感觉到,无论展位还是活动设计,这些展商非常重视童书展的平台,将其作为重点产品首发舞台。当然,目前整个经济形势确实没有大家想象得那么好,我们的招商尤其是面向国内的,也会碰到一些困难,好在我们团队也从其他角度引入一些企业。比如,从跨界角度,多吸引与童书相关的企业。最终,呈现的书展面积有所增加。过程中确实体会到,大家对成本等方面非常在意。

□插画师生存角今年有哪些亮点?AI插画的应用等对插画相关活动有影响吗?

柴成炜:插画师生存角模式和往年一样,通过大师分享、一对一指导、工作坊三个维度来展开。大家能够见到很多国际插画大咖,如美国的乔恩·克拉森、日本的广松由希子、比利时的米歇尔·范·泽维伦,等等。国内的话,蔡皋、萧袤子、熊亮等也会亲临现场。来到生存角,是遇见插画大咖的非常好的机会。

今年的新亮点是,我们基于插画师生存角策划了场外的衍生项目,即首次和意大利米兰插画学院联合主办的“CCBF插画大师班”。课程采取闭门小班授课的形式,围绕“儿童编辑性插画”议题,为学员们带来为期两天的沉浸式工作坊课程。海外知名杂志创始人将倾囊相授儿童杂志编辑与插画创作的精髓与奥秘。

AI应用,我觉得多多少少会有一些影响。绘本插画和一般的商业平面插画不一样,有故事叙事的要求。大家非常关注AI,所以我们这次也围绕“‘猜猜童书有多聪明?’——AI带给童书出版业的机遇与挑战”这一主题设置专业论坛。AI对于整个绘本产业链的影响是多方面多维度的,论坛上我们会邀请国内外嘉宾一起来探讨,感兴趣的同行可以关注。

增加阅读推广的覆盖面和趣味性

□本届童书展有四大活动板块:论坛、大赛、社区、特展,社区是什么样的概念和内容?

柴成炜:社区,指童书展的Community,通俗易懂的解释就是社群、朋友圈的意思。比如,童书展的一大特色——城市联动,就是社区联动。我们联动上海众多的书店、绘本馆、少年艺术宫等面向青

获,整个过程历时3年多,经历过内容不合适、工艺不合适、册数不合适、价格不合适等的探讨和谈判。最终,在今年上半年敲定和签约。现在坐等样书拿到手里的那一刻,想想都开心。

A6. 从事这项工作10年,谈不上技巧,经验可以分享一些:要了解目标市场的需求和趋势包括阅读偏好。还要清楚基本的文化区别,尊重不同文化。要熟悉版权知识,了解相关法律法规;有版权保护意识。多学习、多阅读,鉴别和积累怎么去筛选内容。要精选具有教育意义和文化价值的内容,确保书籍对儿童有积极影响,并考虑内容的多样性和包容性。准备好充分的市场分析和版权提案,以支持谈判。在谈判中,真诚永远是必杀技。而双赢和共赢则是谈判的基础和敲门砖。有时候,不要急于求成,让子弹飞一会儿。