

AI时代,如何推动中外多元版权合作?

——版权经理的全版权运营进阶

Sino-Foreign Copyright Collaboration in the Era of AI

中国出版传媒商报记者 张聪聪 采写/整理

当下,全球人工智能产业在技术创新、市场规模扩大和算力战略化方面不断取得突破。AI驱动下,出版产业各流程加速变革。与此同时,从信息化到数字化再到数智化的产业转型升级过程中,出版行业中外交流也呈现新特点、新趋势。版权从业者既要面对AI应用的职业技能提升,也要根据当下多元版权需求增强全版权运营的

本领。

在北京国际图书博览会来临之际,我们特别采访了多家出版机构的版权经理、国际合作相关负责人,请他们分享在推进出版中外合作过程中遇到的新机遇新挑战,以及版权工作者的技能进阶路径。

AI赋能版权生态 中外交流纵深发展

高鹿璐(北京出版集团国际合作部负责人)



北京出版集团以图书版权贸易为根基,逐步构建起“版权内核驱动、多元形态延伸、本土化深度融合”

的立体化合作体系,实现从单一版权输出向“内容+载体+文化服务”全链条合作的升级。近两年,AI技术深度渗透出版领域,我们的工作重心从“单一版权交易”转向“全链条生态运营”,作为一线从业者,我深刻感受到其中的变化与机遇。

AI驱动下版权工作的范式变革:从单一交易到生态运营。合作模式从“单点授权”到“本土化生态共建”。北京出版集团多年来围绕“一带一路”国家、欧美发达国家和东南亚中华文化圈国家“三条线路”开展版权贸易。近两年,合作从单一授权升级为深度本土化合作,在“一带一路”沿线构建三大区域支点:西亚—中亚以沙特为枢纽,2020年~2024年向土耳其等国输出版权56种、出口图书8.2万册;东南亚依托马来西亚办事处,推动《平凡的世界》《北上》等16部作品落地;东欧—中东欧与8家出版社形成版权网络,累计输出文学作品38部,打造本土化合作新态势。

传播形态从“纸质优先”到“多形态融合”渠道拓展。近年来,传统以纸质书为主的版权输出模式逐渐转为数字化与本土化双轮驱动的模式。通过借力全球平台流量和深耕区域特色渠道,实现多形态开发与拓展。北京出版集团与点众传媒策划的“品读北京”有声读物,通过Webfic App覆盖160多个国家和地区,《采桑子》等英文版电子书浏览量超150万、收藏量20万;与土耳其平台合作了《小熊趣趣》绘本电子书,以数字内容提升竞争力与收益。

决策机制从“依靠经验授权”到“数据智能驱动”。AI工具的运用已经在版权工作中成为决策参考的依据。例如,借助AI工具分析海外相关行业趋势,分析海外搜索数据。相对以往凭借经验和固有渠道进行版权贸易的方式,增加了更科学的参考依据。针

对东南亚汉语教材需求增长,北京出版集团策划华文小学及公务员学习教材;研发童书时通过AI监测竞品价格,针对欧洲市场开发的《宝贝听书》加泰罗尼亚语、西班牙语、意大利语多语种版本占据定价优势;目前我们正在学习利用AI工具制作多语种版的有声书,由AI工具完成基础配音,可以生成更多样的试听读本,方便在海外市场进行营销推广。

多元合作的实践图景:从“内容输出”到“文化共生”。精品引领,服务国家对外宣传大局。近两年,北京出版集团依托海外多语种版权,紧扣重大外交节点打造传播标杆:2022年《平安批》泰文版在习近平主席访泰期间启动翻译,受到20余家中泰媒体广泛报道,累计阅读量超百万;2023年借助习近平主席访俄契机,推动《平凡的世界》俄文版亮相“《阅读中国》”节目,触达俄罗斯观众超50万人次。《北上》阿语版亮相突尼斯书展并赠予总统,以高质量的作品,真正实现从“走出去”到“走进来”。

活动赋能,构建“文学+平台+场景”传播矩阵。依托“十月作家居住地”国际文化品牌,北京出版集团陆续在海外建立5处海外居住地,组织10余位国外作家开展跨国创作交流。2024年“十月作家居住地·吉隆坡”落地,茅盾文学奖得主乔叶入驻马来西亚居住地,通过举办文化沙龙,带动品牌海外关注度提升,形成以文学为纽带的双向交流模式。

产业破界,童书供应链的国际化创新。通过对童书市场拓展,聚焦“一带一路”沿线新兴市场的儿童手工书需求,北京教育出版社依托丰富的教育内容和玩具教具生产资源,探索“供应链适配+文化符号本地化”的实物出口新模式。供应链适配层面,依托中国占全球60%以上的童书印刷产能优势,针对“一带一路”国家多语种、小批量的采购特征,创新推行“小语种联版印刷”模式,2024年实物出口额同比实现73%的增长。文化符号本地化领域,通过“全球框架+本土符号”的研发机制突破文化壁垒,通过植入东南亚传统节日元素,将产品从策划到上市的周期从18个月大幅缩短至6个月,在印尼、泰

国等市场实现8.7%的占有率,成为首个进入当地前十畅销榜的非欧美品牌。截至目前,该模式已覆盖“一带一路”沿线21个国家。国际化工作通过多元合作突破传统边界,与海外合作方从单一合作变为生态共建。

趋势洞察与个人能力重构:在变局中锚定前行方向。近两年,国际出版业有几个现象值得关注。一是纸质书销售市场整体低迷,多数重点国家的纸质书销售下滑,各国市场只有基础教育类的图书实现了两位数增长。二是数字化占比越来越高,电子书销量下滑,但有声书依然保持每年10%以上的增长。国际有声书巨头声田(Spotify)甚至还正式推出了“Spotify作者服务”平台。三是全球学术出版目前正呈现加速发展态势。教育出版转型,这一点从英国培生教育集团逐步业务调整:关闭线下培训中心、转型虚拟学习平台,可见一斑。四是人工智能与出版融合越来越多。全球顶尖出版商也在内容生产、宣传推广、用户分析等方面开始使用人工智能。比如,随着欧盟《人工智能法案》的推出并正式生效,泰勒弗朗西斯与微软就人工智能达成内容合作,用于训练和改进人工智能系统。再比如,斯坦福大学通过分析2万多种《纽约时报》畅销书,尝试生成式创作。

未来AI工具的应用与我们日常工作联系更紧密,比如分析销售数据、消费者行为和季节性趋势等信息,再比如生成社交媒体的文案、视频内容,用于营销等等。传统文字编辑能力已不足以应对多元传播需求。面对变革,从业者需提升三种能力:一是技术能力,掌握AI在文本生成、内容推荐等领域的应用;二是数据分析能力,利用工具挖掘市场、读者、销售数据价值;三是版权法律意识,熟悉登记、授权、转让流程,处理版权问题,保护作者和出版社的合法权益。

从“一本书的版权”到“一个生态的共建”,中外版权交流已进入“内容为核、技术为翼、多元共生”的新阶段。作为版权工作者,唯有拥抱AI变革、拓展合作边界,方能在文明互鉴中架起更坚实的文化桥梁——这既是出版单位的使命,也是文化企业的价值所向。

AI深刻改变了我的工作模式

梁玉兰(化学工业出版社版权经理)



近两年,我的核心业务范围——图书版权输出,并未发生根本性改变,但AI的爆发式发展深刻改变了我的工作模式。我的工作主要

分为两部分:对内挖掘适合国际传播的优质图书,对外精准对接海外市场需求,促成有效合作。如今,AI已成为我工作中不可或缺或助手,贯穿业务全链条。

选品阶段,AI帮助我快速分析市场数据、评估选题价值、挖掘图书的选题亮点;在推广环节,它能辅助撰写、优化多语种宣推文案;而在翻译方面,AI更是承担了约70%的基础性工作,大幅提升了效率。近年来,AI技术在出版融合、内容加工甚至创作领域的深度应用,正在推动整个行业生产模式的革新。以中国原创STM图书“走出去”为例,专业AI翻译工具解决了大量初译的繁重工作,使得作者能够集中精力集中在以往因时间不足而难以深入参与的海外合作出版中。可以说,AI不仅优化了流程,更释放了创作者和出版人的潜力,为中外文化交流注入了新动能。

近两年专注于图书版权输出及品牌海外推广期间,我深切感受到全球出版市场“寒冬”对版权输出的冲击——传统逐年稳定增量模式难以为继。在此背景下,我们依托AI技术深度应用与数字化优先策略寻求质变突破。其中,我策划输出的“中国先进智能制造”丛书(英文版、13册)的全球传播成为我工作中比较有代表性的案例。这套高水平、原创性的学术专著,全面呈现了中国制造业在技术创新方面的辉煌成就。

案例的特殊性体现在三方面:

一是AI翻译破解专业出版壁垒。作为我个人首套全面深度应用AI工具实现“走出去”的科技丛书,该项目直面STM图书输出的核心痛点:专业翻译瓶颈。面对500万字跨数十个学科的浩大工程,多数作者虽具输出意愿却无力承担翻译重负。AI工具的介入实现关键突破:采用“AI初译+专家校验”模式,大幅提升了翻译效率;部分持疑作者仍坚持人工翻译,形成人机协作对照样本,此举不仅疏通核心堵点,更验证了AI在专业出版领域的实用边界。

二是电子书驱动逆境传播。突破国内STM图书依赖纸书的营收模式,该丛书通过电子书全球化发行实现高效触达读者;依托合作方全球分销网络,适配当下碎片化阅读趋势,主推单章节下载模式(非全本销售),精准匹配科研需求,成效显著:上线图书短期内累计下载量超2万次;入驻全球1500万科研用户平台ResearchGate(含68位诺奖得主);获2024中国出版“走出去”年度国际影响力作品(主办方:中华出版促进会)荣誉。

三是重构科技知识传播范式。该案例代表性在于三重范式转型。生产端:从“人工主导”转向“人机协同”,解决专业内容输出规模化难题。渠道端:从纸质书依赖转向电子优先,响应全球科研数字化阅读习惯。运营端:从全本销售转向知识单元分发,契合实用型知识获取场景。

该案例的价值点在于在出版业下行周期中,版权经理人发挥“发动机”作用,整合海外渠道、作者和编辑多元力量,大胆利用技术重构生产链、渠道适配新场景,使高门槛专业内容通过数字版权输出实现海外有效触达。

AI让版权工作有更多开拓性和创新性

刘嘉琦(中国社会科学出版社国际合作与出版部外文编辑)



当今时代,AI技术蓬勃发展,深刻影响着包括出版业在内的各行各业,也带来了前所未有的机遇和挑战,作为一名版权工作者,在具体版权

工作开展过程中,我也深刻体会到人工智能发展对国际版权业务的影响。

人工智能引领版权业务变革。从人工主导加速向人机协同转变,ChatGPT、Sora、DeepSeek等人工智能的出现,显著提升了内容生产和版权业务的效率、质量与创新性,为版权业务注入了新的活力。在近两年的版权工作中,明显感受到AI技术发展使得我们的工作内容和模式拥有更多的创新性和开拓性。

版权输出方面,敢于开拓小语种国家的小众出版社。借助AI技术,我们能更加高效地了解当地读者、出版机构感兴趣的话题与图书类别,更有针对性地洽谈版权业务并实现版权合作,从而让更多经典的中国图书“走出去”,“走进来”,更好地传播中国文化。在图书宣传推广方式上,不再拘泥于现有的传播形式,而是借助AI技术平台,实现数字人讲述视频宣传模式,如中国社会科学出版社《十件文物里的中国故事》英文版的宣传推广。

工作模式方面,AI大模型助力高效率完成工作。我们借助AI翻译平台,能更便捷地交互信息,了解图书、出版机构、国外出版行业等相关信息;在书稿编辑加工方面,AI技术助力提取中外文书稿关键信息,加快决策进程;书稿线上编辑平台使用越来越广泛,简化书稿传送流程,提高书稿编辑加工效率;科大讯飞、Get笔记等智能设备和软件的加持,提高了会议内容转化效率;科技公司的到访,让我们了解跨界融合发展的可能性,助力中国社会

科学出版社外文图书数据库及语料库的建设。

开展中外多元版权合作。近两年的合作中,除传统的图书版权合作外,中国社会科学出版社也不断尝试与国外出版社开展“AI+人工”翻译和润色合作以及电子书数据库的合作。我们已尝试并成功与施普林格·自然集团和泰勒·弗朗西斯集团开展合作,运用AI翻译+人工审校的方式翻译出版学术图书,目前两种图书已出版,还有两种图书在编辑中。电子书数据库目前已与英语国家出版商合作,期待未来与更多的国外出版机构开展多语种合作。

AI时代版权业务新挑战。AI技术快速发展给出版业带来了诸多机遇的同时,也带来了不小的挑战。作为一名版权工作者,版权保护是我们目前面临的新挑战之一。生成式人工智能(AIGC)无处不在,人工智能并非“无中生有”,AI大模型需要源源不断的语料加以训练,内容版权问题逐渐凸显。在使用AI大模型时,对于AI提供的信息也要有筛选和甄别意识,核实信息的准确性和真实性,避免AI信息带来的“幻觉”。

置身AI时代,版权工作者需要保持开放的心态和持续学习的精神,勇于尝试,积极培养创新思维。AI技术的发展日新月异,终身学习成为每个人的必修课,只有持续学习,不断提升自身专业素养和综合能力,不断更新知识和技能库,特别是AI相关知识和技能,才能跟上时代的步伐,才能更好地从事版权业务。同时要时刻保持敏锐的洞察力,关注行业动态和技术趋势,勇于创新,不断拓展自己的视野和能力边界,不断探索中外交流多元合作模式,为推动中外文化交流和中华文化“走出去”贡献一份自己的力量。

(下转第38版)

案例

《熊猫香香》日文版2个月2次加印

当下版权推介是IP资源的全面推介

受访人:谢春燕(四川人民出版社版权经理) 采访人:张聪聪(中国出版传媒商报记者)



AI快速发展的大背景下,近两年的业务范围和工作模式有哪些明显变化?

工作节奏变快,使用AI查询资料的频率变高,一些基础翻译工作应用AI可以实现快速、准确地完成。在翻译应用上,AI翻译有优势,语言本土化也做得不错。前期的市场调研工作,让AI协助总结也是一个值得尝试的地方。

但是需要注意AI的准确度,特别是外语信息存在一定的误差和错漏。所以不能完全依赖或者信赖AI总结的资料,包括需要AI汇总或者多元化收集的资料,很有可能出现张冠李戴的情况,基于此,建议对其文本进行复核。

另外,广告语提取,也可以借助AI的力量,针对不同国家读者的喜好和倾向,AI可以定制化推荐针对具体图书的广告语,协助图书的版权推介工作。

能否选择有代表性的案例介绍

一下当前中外版权合作的多元化?

《熊猫香香》日文版的输出比较有代表性。不局限传统出版社是我们推进该书日文版权输出的显著特点。一般来说,日本传统出版社都相对保守,为了更好地推荐该书,我们多方面、多渠道寻求版权合作。除了通过书展、版代外,还与在日商会取得联系,作者、香香的日本粉丝们也积极参与到版权推介中去。而且,除图书版权合作外,图书衍生的周边产品,我们也通过实物输出与日本出版社合作,通过举办相关线下活动,促进图书和周边产品的销售。比如今年3月,日本出版社为纪念图书出版举办的线下大熊猫展,就是一个很好的尝试。该活动融合了咖啡馆、画展、熊猫主题产品的贩卖等,有很多熊猫主题艺术家加入,也吸引了很多日本熊猫粉丝的关注和参与。今年3月

《熊猫香香》日文版出版,自上市以来,现在已实现2次加印,取得了良好的市场反馈。

面对AI变革以及多元版权运营大趋势,版权工作者要注意哪些问题?需要在哪些方面进阶提升技能?

有机遇有调整。AI变革和多元版权运营大趋势给现有版权工作都带来了变化。需要注意的是,如何整合各方面资源,把配套服务和周边更好、更全面地推广给国外市场。现有版权推介已经不是单纯的图书推介,而是一个全面的版权或者IP资源的推介、国内资源的整合和输出,有利于国外出版社进行积极判断。如何更好地进行本土化推广,也是一个值得研究的点。我们想要推介什么和当地读者需要阅读什么,这两者之间的平衡点还需要重点寻找,我相信AI和多元版权,是能够协助我们的。