

## 《书楼探踪·浙江卷》分享爱书人故事

中国出版传媒商报 8月16日,由上海浦东新区区委宣传部主办的“嗜书·藏书·护书——那些爱书人的故事暨《书楼探踪·浙江卷》新书分享会”在上海举办。东方出版中心出版的《书楼探踪·浙江卷》作者、“民间第一藏书人”韦力与华东师范大学教授、专栏作家、影评人毛尖分享了那些与书有关的人文历史,畅聊爱书人的故事。

韦力分享了自己这些年来探访各地藏书楼的经历,以及自己对收书、藏书的喜爱之情。韦力与毛尖的对谈更是将现场气氛推向高潮。

(上接第42版)

## 人大社:与海外高校建立“中国馆”项目

■刘叶华(中国人民大学出版社国际出版中心主任)

### 小档案

近年来,为保证“走出去”落地实效,探索建立完善的版权资源交互体系,国内出版单位纷纷通过建立海外分支机构,对于“走出去”中的出版本土化工作进行探索。目前,人大社通过建立海外分社、共建图书出版中心、合建文化交流平台等形式在意大利、土耳其、蒙古、罗马尼亚和以色列设立了5个海外分支机构。

### 机构成果

2018年10月,人大社在中国人民大学国学院举办了以色列分社新书发布会。发布会上,由以色列特拉维夫大学汉学家欧永福倾多年心血翻译而成的《晏子春秋(汉英对照版)》与大家见面。这正是人大社于2016年1月开办的首家海外分社——以色列分社的又一重要成果。目前,人大社以色列分社已出版希伯来文版图书十余种。

### 本地化建设

因地制宜,是人大社在开设海外分支机构时始终把握的重要原则。例如,在一些国家,人大社采取与相关机构共建图书出版中心的方式开展本土化合作。2016年,与罗马尼亚文化院共建的中国—罗马尼亚学术出版合作中心,与蒙古国立师范大学共建中国主题图书翻译出版中心相继成立。此外,依托中国人民大学与海外高校建立的“中国馆”项目,积极与土耳其

(2017)、意大利开展“中国馆”(2018)本土化合作项目。除图书和相关设备捐赠之外,中外大学人员在密切的学术交流基础上进行出版交流、举办出版活动,是“中国馆”项目的特点。

### 项目实战

蒙古中国主题图书翻译出版中心是人大社与蒙古国立师范大学合作设立的翻译出版中国主题图书的本土化机构。

2016年10月1日,中国—蒙古国文化合作启动仪式在乌兰巴托举行,中国人民大学出版社社长李永强率团参加启动仪式,并与蒙古国立师范大学共同设立了中国主题图书翻译出版中心。中心采取商业化、市场化的运作模式,以蒙古作为图书翻译出版基地,充分利用当地资深策划、编辑和出版力量,与当地主流文化机构、出版机构、发行机构和高等院校合作,针对当地读者不同的阅读需求和阅读习惯,精编细选、定向出版,策划出版成系列的蒙古文中国主题图书;借助

当地出版公司和发行公司的力量进入主流图书市场,培育成熟的图书发行渠道,推动中国主题图书成功进入蒙古主流读者群。

此外,中心翻译出版项目计划与当地合作伙伴开展深度合作,实施所在国所认可的商业模式、出版模式和宣传推广模式,强化在主流媒体和网络媒体的宣传推广。目前,该翻译中心促成《“一带一路”:机遇与挑战》《中国经济改革与发展研究报告2015》《双赢的未来》《朱永新教育作品集》等28种图书版权协议的签署,其中《中国经济改革与发展研究报告2015》《双赢的未来》和《中国新教育》3种书已经出版。2017年5月8日~12日,蒙古中国主题图书翻译出版中心与全国政协常委、副秘书长,中国民主促进会中央委员会副主席朱永新合作促成了蒙古国教育代表团在海门的新教育考察培训班。

### 海外分支机构面临的新情况

中国文化历史悠久、浩瀚博大,要遴选有“走出去”价值的项目;对不同的文化内容、文化项目和行业,需要使用不同的评价方式和评价指标,并对不同的指标进行整合。因此,创新文化“走出去”评估理论和体系建设十分必要且紧迫。建议从项目和制度设计入手,制定国家层面的完整的“走出去”政策体系和“走出去”政策绩效评估体系。另外,懂出版、懂版权

## 外研社:向全球学习者提供优质产品

■邵磊(外研社国际合作部主任)

### 小档案

2014和2016年,外研社分别在英国和加拿大成立了子公司;2017年,外研社英国子公司与新东方、沪江网共同在伦敦投资成立了创新型出版公司Innova Press。除了海外实体公司外,2017~2018年外研社还先后在保加利亚、法国、波兰、匈牙利、尼泊尔设立了5家中国主题编辑部,并在马来西亚、墨西哥和白俄罗斯设立了3家海外出版中心。此外,2019年北京国际书展期间,外研社还将与印度皇家柯林斯出版社合作在印度和加拿大成立2家新的中国主题编辑部,在印度和北美地区出版和推广中国内容的图书。

### 机构成果

英国子公司与加拿大子公司均为外研社海外独资机构,其中以加拿大子公司为主体收购了加拿大最大的教育媒体分销商Magic Lantern Media,成为其最大股东;并以英国子公司为主体与新东方、沪江网合资成立了创新型出版公司Innova Press。所有的中国主题编辑部与海外中心都并非实体公司,是外研社与当地合作伙伴共同成立的本地化编辑运营团队。

保加利亚编辑部已出版《红楼梦》《七侠五义》《中华思想文化术语》等多部中国主题图书,建成“中保书界”网站(<http://bookworld.cnbg.eu>),持续更新中国与保加利亚优秀作品及两国杰出作者、译者,日均浏览数量300余次。

法国编辑部出版的插画版《红楼梦》一经上市便销售一空,目前已累计销售1500余册;“中华思想文化术语”系列图书在当地学界引发热烈反响;与五洲传播出版社合作,在法国尼斯最大的索邦书店设立“中国书架”,展示销售中国内容的图书;就《中国文化读本》《南京大屠杀史》等多部图书签署合作协议。

匈牙利编辑部一年以来签约图书近10种,首批合作图书《孔子如是说》等经典和当代中国主题图书匈牙利版在2019年布达佩斯国际书展期间举办了首发仪式。

波兰编辑部的大型视听说对外汉语教材《走遍中国》(波兰版)即将出版,《南京大屠杀史》等重要选题正在翻译编辑中。

尼泊尔编辑部于2018年北京国际书展期间成立,双方已签约5个项目,合作共涉及13个品种的图书。编辑部还在策划中尼词典的合作出版项目及中尼互译标准规范的确立。

在马来西亚、墨西哥和白俄罗斯的3家出版中心也都有一系列的对外汉语学习和中国文化类图书在策划编辑中,如“中华思想文化术语”系列、“HSK考试”系列等。

创新型出版公司Innova Press自主研发出版的80多个品种的英语分级读物已经在全球多个国家推广销售。

### 本地化建设

Innova Press社长是英国本土资深出版人,业务拓展部主任是英国本土资深英语教育专家,其团队均在英国本土,直接面向国际市场。Innova Press充分发挥3家股东在教育出版、在线学习和培训方面的不同优势,向全球学习者提供优质的学习产品和配套培训支持。

Magic Lantern Media本身具有丰富的产品资源和渠道资源,外研社收购后主要提供资金和管理支持。

中国主题编辑部与海外中心皆与当地知名出版社合作建立,大多聘请当地知名汉学家或资深出版人作为编辑部主任,主持编辑部日常运营工作,如策划选题、组织翻译、审核书稿质量及在中外方合作机构间联络协调等。机构主要依托合作方在当地的发行渠道进行推广、销售。

### 项目实战

外研社2017年在法国及其它法语国家推出的《红楼梦(法文版)》图绘版,迄今已累计销售约1500册,以之为例,我们总结了以下经验。

按照市场化运作,通过法国图书主流发行渠道销售。从策划开始我们就制订了严格进程表以及明确上市时间。在法国这样的图书大国,市场运作机制完善,一本书在上市销售前需2年左右的准备时间,并要与中盘批发商合同约定在某个发售季前的配送时间,同时还要预留广告媒体宣传时间。

重新演绎传统经典,寻找策划新内容。一方面,很多中国的主要典籍,百年来西方基本都有翻译引进,我们现在所做的工作是以全新的、更易于海外读者接受和喜爱的方式重新推介中国的传统经典文学作品,比如《红楼梦(法文版)》,我们对其主要内容重新翻译注释,然后配以清代孙温绘制的精美《红楼梦》插图,装帧设计上既体现了特有的中国元素,又考虑到法国人的阅读习惯和购买偏好。这类书主打法国中高端图书市场,可作为收藏馈赠佳品,因此选择在圣诞季主推,市场反馈很好。另一方面,我们在寻找和策划代

## 中青国际:以一流品质盈利12年

■毛雷(中青雄狮市场总监)

### 小档案

2019年是中青(英国)国际出版传媒有限公司(CYP INTERNATIONAL LTD.)成立的第12个年头,作为中国现代出版事业的开创者之一,中国青年出版社在2007年,在被誉为国际出版传媒中心的英国伦敦,投资注册成立了第1家以推广中国文化艺术为主要业务的出版传媒企业,目前已连续12年盈利,并先后获得英国商会的“最佳投资奖”“中国图书对外推广特别奖”“新闻出版走出去先进单位”等十余个奖项,不仅有效地推广了中国文化,同时被中宣部、国新办、国家广播电视总局、文化和旅游部、商务部列为以商业模式使中国文化和出版“走出去”的成功典范。

### 机构成果

坚持中国文化国际表达的出版理念,中青国际“联结中外、沟通世界”,以英、法、意、俄等语种出版的《中国》《西藏》《中国艺术5000年》《最美的中国古典艺术》《发现中国》《清·孙温绘全本红楼梦》等精品画册,用国际一流的出版品质在全球主流市场创造了同类产品的销售纪录,打造中国文化和出版“走出去”的标志性产品,被国际专业媒体誉为在国际出版市场创造的奇迹。结合出版业务,中青国际还承办了“中英出版产业投资论坛”“世界遗产在中国摄影展”“中国书架”等十余项中英、中欧文化交流活动。2015年10月,在习近平主席访英期间,中青国际成功举办了“首届伦敦中国图书节”,在伦敦20多家主流书店展销并销售了近千册包括《习近平谈治国理政》等在内的100种涵盖中国政治、经济等内容的主题图书及体现中国当代和传统文化的优秀图书,取得了良好的销售业绩和国际影响。

### 本地化建设

在多年海外经营基础上,近年,中青国际联合英国布鲁姆斯伯利出版公司启动“中国书架”工程。同时,随着东西方文化交流日益频繁,文化互鉴备受重视,“中国书架”项目也将丰富书店的产品线,成为书店提升服务和业绩的新增长点。2018年4月,中国青年出版社与英国布鲁姆斯伯利出版公司(“哈利·特”系列图书出版商)在伦敦成立了“伦敦中国国际出版传媒中心”,为中国出版“走出去”搭建了国际营销和推广平台。

### 项目实战

目前,中青国际正在推进“中国艺术在线——中国文化艺术国际传播数据库”项目,沿着古老的丝绸之路,不同的文明伴随着悠长的驼铃声羁绊在一起,新时代的中国,“一带一路”倡议焕发出的强大感召力给予“中国艺术在线”前行的东风,“中国艺术在线”是中国青年出版社、中青(英国)国际出版传媒有限公司、北京中青数码传媒科技有限公司共同策划和研发的具有智能搜索功能的数字版“中国艺术百科全书”,从美学、艺术哲学、史学、教育学、传播学、非物质文化遗产等多个角度,对数千年的中国文化艺术进行系统地整理和研究,其内容不仅涵盖数百万本/篇专著、论文,还汇集从古至今的数万件艺术作品,并通过数据库的形式推广到国际主流市场、主流读者和主流社会,又以互联网和移动互联网的形式向大众普及中国的文化艺术知识。

### 海外分支机构面临的新情况

当今是一个全球化的时代,世界各国在政治、经济、文化等诸多领域进行着广泛的交流,中国价值观念的国际传播是坚定“四个自信”,提升国家文化软实力、建设社会主义文化强国的内在要求,对于提高国际话语权、塑造良好国家形象、增进国际社会理解具有重要意义。但客观来看,相对世界上的出版强国,我国的出版实力仍有差距,相对于英语等语言,中国图书在国际上仍然是小众市场,我们的“走出去”工作,仍然任重而道远。

## 四川人民出版社:海外分支机构需适当孵化期

■杨立(四川人民出版社对外合作出版中心主任)  
谢春燕(四川人民出版社对外合作出版中心版权经理)

### 小档案

2018年10月,在“一带一路”背景下文化产业“走出去”高级论坛暨翻译出版海外发行合作研讨会上,四川人民出版社与四川语言桥信息技术有限公司举行了共建“四川人民出版社伦敦编辑部”签约仪式,签署了战略合作协议。双方商定,合作共建四川人民出版社伦敦编辑部,通过海外设点拓展新渠道,创新性反馈中英两国图书市场需求,版权引进、输出工作双管齐下,共同推进。2019年3月29日,由新华文轩出版传媒股份有限公司旗下四川人民出版社联合四川语言桥信息技术有限公司共同建立的四川人民出版社伦敦编辑部正式在伦敦挂牌成立。

### 机构成果

四川人民出版社伦敦编辑部由四川人民出版社与四川语言桥信息技术有限公司联合建立。该编辑部启动以来,已与多家英国出版社,如英国查斯出版社、独角兽出版社等进行业务洽谈、图书推荐,就《社会主义核心价值观:理论与方法》《中国的品格》《熊猫历险记》等多部图书达成版权输出、合作出版意向。除版权输出之外,还将欧美的新书销售、作家作品等国际出版前沿资讯,源源不断地传递回四川,对版权引进,中外文化的多维度交流、合作,特别对推动主题类、学术类、

### 本地化建设

四川人民出版社的伦敦编辑部在伦敦当地有固定办公点和版权专员负责对接英国的多家出版社,实现了当面沟通、推介的可能性和多样性。相较于原有版权推介工作的沟通模式,效率更大化、效果也优化了。同时,在图书推介资料的准备上,借助语言桥丰富的海外译者资源,充分考虑当地出版市场的规律和行业要求。为了更好地推荐图书和适应英国图书市场,伦敦编辑部团队更是提前调研了

欧美市场风向、印制、营销、图书馆馆藏、出版社信息等,为日常工作的顺利开展打下了坚实基础。

编辑部运行模式是在完善落地建设的同时,双向并进,充分体现伦敦编辑部在选题策划、渠道和资源上的优势,充分考虑两个市场之间的差异和不同关注方向,做好分别符合国内市场和国外市场的选题、图书的引进和输出工作。

### 海外分支机构面临的新情况

在伦敦编辑部实施过程中,我们注重三方面的调研工作。一是孵化期过了之后,全面分析在哪些项目上体现效益;二是考虑合作方的情况,及时跟进项目落地的进程;三是考察当地政治、经济情况以及当地行业发展,对其有一个预判,根据预判分析,做出投资判断。

另外,由于海外分支机构需要从零开始开发当地市场,需要更长的准备期和成果孵化期。因此,投入与收入之间在短期内会存在一定的差距,这对出版社的资金要求很高,相对的压力和风险也比较大。另外在法律法规等制度层面,也需要提前准备并聘请熟悉当地情况的律师等做咨询服务。(下转第44版)

