浙江科技社新书重现钱学森早年求知岁月

中国出版传媒商报讯 1955年9月17日，钱学森一家乘“克利夫兰总统号”游轮从洛杉矶离开美国，踏上归国之旅。“64年后，我们选择在今天举办《他日归来：钱学森的求知岁月》的新书发布会，亦是对这一重要时刻的纪念。”浙江出版联合集团党委委员、浙江出版传媒股份有限公司总经理朱勇良在《他日归来：钱学森的求知岁月》新书发布会暨纪念钱学森归国64周年座谈会上如是说。钱学森之子、上海交通大学钱学森图书馆馆长钱永刚，中国出版协会常务副理事长邬书林，中国科学技术协会原副主席刘恕，中国编辑学会会长郝振省，国家出版基金规划管理办公室原副主任祁德树，中国出版协会科技委常务副主任吴宝安，杭州电子科技大学融媒体与主题出版研究院院长韩建民，浙江科学技术出版社社长汤弘亮等与会。

邬书林从书中归纳了5个“成为大家的因素”：要有良好的家庭教育；要系统学习、继承中国优秀的文化传统，特别是家国情怀；要接受系统的现代教育，与时俱进地接受现代知识；要接受古今中外一切优秀文化的涵养；要有科学的学习方法和研究方法。

据悉，该书选取钱学森从1911年出生至1955年归国的早年求知岁月，展示了中国科学家在世界科学舞台上的自信，树立远赴海外求学只为“他日归来”科学报国的人生信仰。该书作者吕成冬是上海交通大学钱学森图书馆征集保管部副部长，此书参考了大量第一手档案和文献史料，包括120份珍贵照片和档案图片，其中60份是首次对外公布。 （晓 茜）

“中国主题”受关注

中外出版机构怎么做？

■中国出版传媒商报记者 陆 云

2016年以来，中国出版企业已在海外设立数十家国际编辑部，通过与国外知名出版机构深入合作，整合双方的编辑、发行和营销力量，并针对不同国家需求策划出版中国主题图书，增进海外读者对中国的了解。中外合建的国际编辑部出版了不少在海外受关注、市场反响不错的图书。与此同时，国际知名出版商近年来也发力策划“中国主题”图书项目，越来越多的大型国际出版机构推出了与中国相关的图书，或直接把中国文化、中国元素融入到其海外版图书中。“中国主题”图书正受到越来越多的中外出版机构的关注并成为开发热点。

中国出版机构

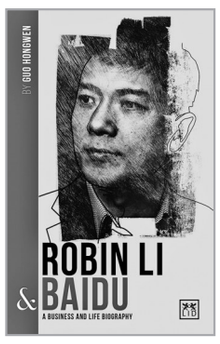
积极布局海外市场

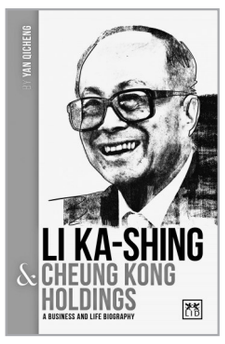
作为中国出版“走出去”的主力军，中国国际出版集团至今已在世界各地设立了50家中国主题图书海外编辑部，中国出版集团设立了24家国际编辑部。从出版社层面看，中国国际出版集团旗下的外文出版社（11家）、新世界出版社（16家），中国出版集团旗下的中译出版社（18家）都是海外布局国际编辑部的重要力量。

不少出版社在对中国图书有强烈市场需求的国家积极布局，取得了不错的市场销售。据华语教学出版社海外拓展部主任顾珺介绍，该社与埃及希克迈特文化投资出版公司2018年共同设立了埃及中国主题图书海外编辑部，计划每年出版10本面向阿拉伯地区中文学习者的辅助教材。首批10本图书于2018年底出版，阿拉伯地区对中国图书的旺盛需求使这批图书销售良好，其中“HSK分频词汇”系列（共4本）首印1000套（共4000册）全部发售，进入第二次加印，该系列图书还登上埃及市场同类书畅销榜单，在社交媒体Facebook上引发热烈讨论。“中国主题系列”（《中国文化》《中国地理》《中国历史》）被沙特教育部最大教材供货商ALSHEQARY出版集团选购，销售近2000册。“新编基础汉语”系列（共3本）也为埃及广大汉语学生所选用。今年1月，新书在开罗国际书展上亮相，得到中国、阿联酋和埃及多家媒体的广泛报道。为进一步拓展市场，希克迈特公司又携这些图书参加阿拉伯语区的各大书展，举办系列营销推广活动。

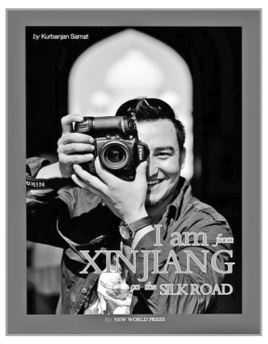
成立于1990年的ALSHEQARY集团在沙特阿拉伯、阿联酋、埃及均有分支机构，在主要的公立及私立大学有50多个批销点，这些优势促成了“中国主题系列”图书行销海湾地区。据悉，今年底，他们将推出第二批新书，明年初在埃及和摩洛哥举办新书发布会，并与埃及艾因夏姆斯大学合作，面向10个阿拉伯国家出版发行。

在新世界出版社国际合作部主任佟萌看来，他们合作的成功离不开中外双方的紧密配合。该社2017年与土耳其卡努出版社共同设立中国主题图书海外编辑部，至今出版了10余种土耳其语图书，多种都卖出了1000多册。让佟萌印象深刻的是，在出版《我从新疆来》一书时，距土耳其安卡拉的首发式只有不到2周时间，书还没有翻译完。为保证图书品质，他们团队采取流水线作业。利用两个国家的时差，外方翻译完几十页，白天立即发回国内由中方专家审定，当晚再发给土方审定的译文，同时接收新的待审定稿件，这样用了一周时间确定书稿，之后又用不到一周时间印刷出版。双方的高效配合使这本书顺利出版和及时发布。据悉，卡努出版社正在创建中国图书在土耳其销售的线上平台，届时将上线以中国当代文学、文化为主的中国图书，实现经济效益和社会效益的双丰收。





中译社的“中国著名企业家”系列



新世界出版社的《我从新疆来》

充分市场调研海外读者需求

中译出版社与英国里德出版社从2016年开始合作，借力前期周密的市场调研和选题策划以及紧密的配合为图书在全球销售奠定了基石。据里德出版社首席运营官马丁·刘介绍，在对国外读者和市场需求进行深入调研后，他们决定出版“中国著名企业家”系列。这是因为中国在全球经济中发挥着越来越重要的影响，中国的企业家和他们的公司作用重大。

双方以头脑风暴的形式，就作品的主题、写作风格和内容结构等进行了研讨，还邀请不同领域的专家就当今的中国企业家及其在全球经济中的地位进行讨论，确立了这个系列的定位：用智慧、易懂的语言，以讲故事的方式，阐释清楚几个问题——企业家如何创业、驱动力来自哪里、如何成功以及未来的发展蓝图是什么。这样也确保了图书主题与当今的商业对话高度相关。

出版社邀请熟悉这些企业家的中国商业作家撰写，对每位企业家做更深度的分析并提供更新鲜的观点。中译社确定了第一辑的人物名单：华为的任正非、阿里巴巴的马云、腾讯的马化腾、万达的王健林和格力的董明珠。里德出版社则聘请法国知名画家按照企业家的封面照绘制了素描画做图书封面，促进了该系列的销售。

该系列第一辑自2016年6月在英国出版后，至今已发行至18个国家的各大书店和机场，销售达5000余册。在双方版权部门的大力推介下，已售出英语、意大利语、日语、韩语等20个语种版权，已出版4个语种图书。据悉，该系列第二辑5种新书正在翻译中，预计2020年伦敦书展上将发布英文版。

马丁·刘表示，西方国家经济增长缓慢，因此西方的企业往往更谨慎，而中译社勇于探索和尝试新的想法。“着眼于长远就会有回报，未来5~10年，中国将成为世界最大的市场。我们双方基于这样的共识，共同开发并持续推出这个系列，希望它成为全面解读中国著名企业家的传记系列。推出这个系列非常艰辛，里德非常幸运能够找到中译社这个合作伙伴。这个项目也证明了出版业能够将不同国家和文化的人和企业聚到一起，为世界共建一个项目。”

商务印书馆也在与牛津大学出版社合作近40年的基础上，2018年双方共同创建了国际编辑部。商务印书馆版权与法务部副主任郭朝凤表示，双方将实现团队、品牌、项目、版权的深度联合，共同策划选题，打造有特色的国际合作出版品牌。双方将在原有的辞典、英语学习类工具书、学术译作等领域继续深耕合作，优先开发出版以非汉语母语读者为对象的国际汉语学习词典，形成进阶和多角度词典系列，如开发以汉语言文化为起点的词典，包括中国饮食文化汉英词典、中国茶文化汉英词典、中国社会文化汉英词典等。此外，还将策划少儿科普读物、英语学习读物、汉语学习读物和教材、图书、培训等方面的合作。她表示，国际编辑部将在融媒体出版方面进行积极探索，通过纸质和数字媒介，以丰富、高效、便捷的方式将项目成果呈现给中外读者。

国际出版机构

开发中文分级阅读体系

在今年的BIBF上可以看到，越来越多的大型国际出版机构推出了与中国相关的图书，或直接把中国文化、中国元素融入到其海外版图书中。

圣智学习出版集团联手五洲传播出版社，用一年时间整合中国出版社优秀的童书资源，在今年的BIBF上发布了“中文世界”儿童阅读文库首批50种新书。据圣智集团高等教育及职业教育中国区经理张奎文介绍，他们从4年前开始策划这个项目，制定体系、框架，2018年找到五洲传播出版社，共同拓展合作伙伴，一年内就有20多家出版社提供了6000多种图书，最终他们从中选出50种做成中英双语版。他透露：“计划用3~5年时间，做1000种图书，通过这些图书内容建立一个词库，帮助海外小读者学习中文，然后再开发出1~10级的中文分级阅读体系。未来希望打造一个海外儿童学中文的中文阅读平台，开发出配套的导读体系，从词汇、场景、社会和情感等不同层面来帮助中文学习者。”他表示，这套体系将进入英语国家的学校系统进行发行，为学生提供丰富的阅读辅导资料。

更多中国元素融入外版图书

张奎文介绍，圣智集团今年还联合人民教育出版社推出了“中国读本”（*China Readers*）丛书，这个系列是从国际视角讲述中国故事，让读者在英语学习中品味中国文化的思想。该丛书共4辑20册，今年年底将出版首批8本新书，全球同步发行。

此外，牛津大学出版社也在BIBF上启动了“*Talk about China*”（TAC）和“*Chinese Language Teaching*”（CLT）两大项目，助力向世界介绍中国文化。据该社产品经理向蓓华介绍，TAC是一系列以丰富的中国元素为内容的英语教程和读物，话题涵盖社会、文化、历史、生活等方面，多维度地展现中国优秀传统文化、新貌、风土人情等，旨在使学生“学地道英语，讲中国故事”。随后牛津还将与新星社共同推出面向海外市场的CLT中文教材。她表示，针对海外留学低龄化的特点，牛津的CLT项目第一阶段推出《牛津初级中文》，希望满足海外中小学开设中文课的需求，由孔子学院汉办向海外学校推荐好的中文教材。这套教材注重趣味性，如教材中讲解汉字的结构及汉字背后的故事，让读者了解象形文字背后的故事，学习书写汉字，并逐渐了解中国文化。

张奎文表示，过去这些年来，圣智集团出版了不少中国主题的传统图书，但大多是在别人推荐下出版的，有中国政治类、经济类和国家治理类的图书，总数有300种之多，但这些图书题材分散、用户群分散，编辑进行整理加工时也很辛苦。为此，圣智公司主动出击，按照国际市场需求组建了一个专业团队，专门来开发相关的产品。他认为，新的中文儿童阅读项目可以借助推出系列化读本的方式输出中国文化内涵，传播中国文化，提升海外读者对中国文化的认同感，对海外的孩子产生长期而深远的影响。就像圣智出版的英语读本可以一 直出几十年，孩子一旦进入这个阅读体系，就会使用并慢慢接受这个体系和其中的内容。“在项目发布后，没想到各界的反馈都特别好，集团提出这个项目的开发要从1级做起（目前的50种书是2~4级读本），做成一个系列产品。有海外客商表示，希望成为该产品的代理商。

学术著作进入全球数据库

施普林格·自然集团也出版了不少中国作者创作的自然科学和人文社科等领域的学术著作。该集团中国区图书业务总监李琰表示，目前中国学者在自然科学和社会科学领域有越来越多的卓越贡献，撰写了不少处于世界领先优势和作出杰出贡献的研究著作以及反映当代中国社会变迁、经济发展、社会治理和文化面貌的著作，受到国际学术界和大众读者的关注。另外，关于中国传统文化、历史和哲学的著作在国际市场也一直有较好表现。李琰表示，这些著作均被收入施普林格·自然集团的图书数据库，每年出版的新书按照学科分为20个不同的电子书学科包，面向全球的学术研究群体，通过大学和研究机构的图书馆发行，其中很多经典著作被用作研究生教材。该集团也在增加其他层次和阶段的教材品种数量和产品形态。

目前，该集团与外语教学与研究出版社、中国社会科学出版社等多家出版社合作出版了数十种中国主题的英文版著作，未来还将持续出版新的中国主题系列图书。

德国出版社在寻找有现代性的中国作品

■受访人：白嘉琳（Karin Betz，德国翻译家）

□采访人：乐毅（中国出版传媒商报记者）

《解密》和“三体”系列经过她的翻译，被广大德语区读者所熟知，引发了对中国文学前所未有的热潮，德国出版社开始相信中国文学在德国也可以畅销。2018年10月的法兰克福书展上，她出席了麦家的主题之夜活动。同年12月，她随同德国总统施泰因迈尔的代表团访华，为她的职业生涯增添了浓墨重彩的一笔。她就是德国翻译家白嘉琳。她有着怎样的中国情结？翻译生涯中又有哪些思考和感悟？记者近日采访了白嘉琳（Karin Betz）。

□您从何时起对中国语言和中国文化产生兴趣？

■我1987年高中毕业后就开始进入到中国研究领域（中国古典和现代语言、历史和文学），我对中国汉字和中国文化都非常着迷，这是一个让我激动的挑战。在研究生毕业后从事过许多不同的工作，但最爱的还是翻译。

□您认为成为优秀的译者需要哪些要素？

■一个好译者不是简单地翻译字词，而是通过翻译传达作品的感觉、风格和氛围。有时候一种表述虽然看起来与原著完全不同，但却是最完美的表达。一个好译者要很好地理解中国文化和中国语言规则，但要掌握好自己的语言，能够写出满足这本小说和类型需求的好的德语作品。对于硬科幻作品来说，译者要花时间来掌握有关物理和天文学的所有细节知识，因为它们必须要准确。

□请谈谈翻译《解密》和“三体”系列的经历？

■最初，德国兰登书屋旗下的一家出版社把《解密》寄给我，这是他们出的第一本中国文学书。我决定翻译这本书，一方面是觉得我跟这部小说的气场很合，我能用我的翻译能力赋予《解密》恰当的德语风格；另一方面，这本书描写了中国进入现代社会转型的那一时刻，我的博士论文写的就是清末到民国的中国社会是怎样步入现代化进程的，故事非常吸引我，于是我签了译者合同。按时交稿后，我和编辑一起花很多时间打磨译稿。我还参加了麦家来德国的几次阅读活动。虽然这不是译者必须做的工作，但是我非常愿意做。

翻译“三体”是海纳出版社找到我，希望我翻译这个系列的第2、3本。我一直对优质的科幻小说情有独钟。而且刘慈欣的作品里有突破性的新思想和新颖的故事情节，所以我也非常愿意翻译。

□有哪些中国当代小说吸引您？你对中国当代小说怎么看？

■我对许多作家都很感兴趣，但最重要的是德国出版社对哪些中国作家感兴趣。读者不关心一本好书来自哪里，只要它写得好，故事很有趣，可以让读者了解关于文化的某些方面，并给他们新的想法，读者就会爱读。

好作家的作品不会因为不同的文化而受到限制，我们需要改变由美国主宰国际文学市场的局面。我喜欢科幻小说，但主要是硬科幻，我不太喜欢幻想类作品。我个人喜欢麦家这样的作家，因为他是个很好的作家和讲故事的人。许多中国作者有好的题材和故事，但有时他们的写作风格或品质与国际需求不符，有时写好故事的作家对和他们的文学作品不相符的粗俗和暴力有特殊的癖好。在德国，对严肃文学和通俗文学有明显的界限。

□德国出版社对中国当代小说有什么看法？

■很长时间以来，在德国销售中国小说都很难，出版社都不愿出版。但是现在这种状况已经发生了改变，我想部分原因是刘慈欣让德国人相信中国文学也可以畅销。目前德国出版社对中国图书的兴趣比几年前要大，他们在主动寻找有现代气息、反映中国现代化进程的中国文学作品。我感觉，不少中国当代作家的作品里满篇成语，大量地引经据典，高密度地堆积暗喻和古典结构，语言的形式感过重了。而麦家的文本句子短而清晰，这是现代性的第一个表现。此外，作品的结构也是现代性的一个重要方面。他扔掉了线性的传统叙事方式，给故事搭建出多个层面，再开放出多个视角。《解密》在结尾处还附了一章呈现主人公的日记，由此引领和挑战读者新的阅读体验，这种叙事结构充满张力，超越了故事本身的层面。这就是我们理解的后现代性，也支撑起了整部作品的文学性。

我愿意把时间都投入到翻译好书上。德国读者只有多读中国，才能慢慢读懂中国。中国有许多年轻的、很有才华的作家，但是我们需要好的文学经纪人把这些作品卖到德国。我经常向出版社推荐小说，这需要做很多工作，但是他们更信任他们的文学经纪人。我特别希望有更多了解德国出版社和图书市场的优秀的文学经纪人，我们大家各自发挥强项，一起合作。

□你希望哪本中国的作品能译介到德国并受到大众喜爱？你是否经常参加德国的朗读会？什么样的书可以参加到这样的活动中？

■我经常参加这样的活动，有时活动在一家小书店举办，只有30人参加，有时在文学节上举办，有200人参加。通常图书越畅销，参加的读者就越多。大多数参加的人都是年龄偏大的女性而且对文学和文化感兴趣。但是刘慈欣的“三体”因为是科幻题材所以有非常多的年轻读者。童书也很畅销，许多图书馆都举办儿童阅读活动。

目前我在翻译金庸的“射雕英雄传”系列，这将是一个漫长、艰辛而有趣的工作。希望金庸的小说在德国成为大众喜爱的读物。虽然有许多文化上的瓶颈，但我在翻译时尽力让德国读者读起来更喜欢，更容易理解。我接下来还要翻译王小波的《黄金时代》和残雪的《末世爱情》，这两位作家都从未被译介到德国，还有李静睿、骆以军，很期待把他们的作品带到德国来。