

2023,多渠道立体化拓展出版“走出去”

中国出版传媒报记者 渠亮帆 采访/整理

2023年,随着国内出入境政策逐步放开及国际书展慢慢恢复人气,久未谋面的中外出版人期待通过线下会面,开拓并推进出版交流与合作。在党的二十大精神指引下,中国各出版机构的“走出去”工作正在积极布局、推进。本报近日采访了部分出版单位,邀请他们从全球图书市场、“走出去”业务布局等方面交流对2023年的构想。

2023年,中国出版机构将积极参与各类国际书展,有更多与海外同行直接接触、深度交流的机会,并开展更多高质量的文化交流活动,这将整体推进各领域出版合作。还有出版人预测,2023年将有更多项目类产品落地,少儿、文学等面向市场的作品将明显恢复,社科类产品也将有更多机会。

从“走出去”的方式来看,中国出版机构更注重市场化运作,与海外知名机构、专家学者合作,从海外读者需求出发,开发双效俱佳产品,提升自身的造血功能及独立运营能力,并借助多

种媒介形式,立体化推动中华文化走出国门、走进海外市场。

以受访的几家出版社为例,筹建海外分支机构、做好中外经典著作互译、加强“一带一路”共建国家出版合作平台建设将成为中国人民大学出版社2023年的重中之重。中国大百科全书出版社将继续推动中国百科内容和刘慈欣授权的《三体世界指南》的多语种输出及国际化传播,百科社今年还将以中国故事IP为重点,与专家团队联手打造《穿越时空的中国》系列产品,以数字影像展、图书、文创、教育课程等多元形式立体开发,借助国际知名公司的平台全球同步发售,由此带动该系列各类产品的全球推广。新华文轩出版传媒股份有限公司将以国家及地方政府重点项目为主,推进“亚洲经典著作互译计划”、“四川书架”二期项目、“熊猫书屋”、“巴蜀文化译介”等工作,实现纸、电、声、文创同步,同时通过海外社交媒体、电视台进行国际传播,打造“图书+纪录片+短视频+文创”的立体输出新模式。

以学术化表达 向世界阐释中国式现代化内涵

李永强(中国人民大学出版社社长)

2023年,中国人民大学出版社将用好国际书展平台,加强图书宣传推广。2023年,我们计划参加9个国际书展,开展版权洽谈、签约、展销图书、图书发布会等交流活动,同时计划赴越南、马来西亚、墨西哥、吉尔吉斯斯坦、保加利亚举办新书座谈会等宣传推广活动。

长期以来,人大出版社聚焦中国、聚焦当代、聚焦学术,坚持用学术表达介绍当代中国发展成就;坚持与世界顶尖、行业顶尖、所在国顶尖出版社合作,走高端学术出版国际化的特色发展之路。2023年,我们将精准高效对外宣传习近平新时代中国特色社会主义思想,加速推进重点主题图书“走出去”。党的二十大把“以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴”确定为党的中心任务。习近平总书记近期再次强调要正确理解和大力推进中国式现代化。向世界系统阐释中国式现代化内涵,是宣传党的二十大精神的重点方向。人大出版社出版的“中国式现代化研究丛书”凝聚中国人民大学各院系所学科带头人等一批高水平哲学社会科学团队,多角度解读中国式现代化从哪儿来、怎么走、向何处去的问题。我们将与圣智出版集团合作推动英文版签约,落实第一批图书10种图书签约,同时以人大出版社哈萨克斯坦分社签约为契机签约哈文版10种图书。我们将努力实现这套丛书更多语种的输出。

我们将持续聚焦中国故事的海外讲述,不断打造“认识中国 了解中国”书系的海外品牌。该书系已出版30余种中文图书,签约上百种外文版权,其中已出版90多种,涉及20多个语种。2023年人大出版社将实现书系重点单品图书的多语种输出,推出《当代中国农村》《当代中国扶贫》《当代中国社会》《当代中国教育》西班牙文版;整合“认识中国·了解中国”相关主题图书英文版资源,推动数字版在HeinOnline数据库上线。该数据库面向全球150多个国家和地区,近4000个机构用户、上千万个人用户传播。

为不断加强中国话语的国际表达,人大出版社将不断深化与劳特利奇、麦克米伦、施普林格·自然等学术出版机构的合作,继续打造“中国视角”“中国学者谈中国经济”等重点图书品牌。如与劳特利奇出版合作的“中国视角”图书输出近90种版权,目前已有40余种在海外出版、销售。今年计划再增选10种左右新书,并重点做好体现中国自主知识体系的其他学术图书英文版及其他文版输出工作。

今年,我们计划从三个方面做好“走出去”工作。

一是继续筹建海外分支机构,提升“走出去”工作效能。为响应“一带一路”倡议,我社先后在海外设立人大出版社以色列分社、中国—罗马尼亚学术出版合作中心、蒙古国中国主题图书西语翻译出版中心和意大利中国馆等多家分支机构。目前海外分社运行平稳,值得一提的是,在中以高等教育论坛上,刘延东副总理把我社以色列分社出版的《大国的责任》希伯来文版作为中国学术著作走进以色列的代表性成果赠予以色列高等教育部长本内特。2023年,人大出版社将在哈萨克斯坦和委内瑞拉设立分支机构。哈萨克斯坦分社计划与欧亚国立大学出版合作创办,近年来双方已合作出版20种哈萨克文、俄文图书。哈萨克斯坦分社拟以本土资深策划、编辑和出版人员为基础,以本土媒体为媒介,策划出版中国内容的学术及主题图书,打造本土中国图书品牌,并通过市场化运作,实现中华文化“走出去”的战略目标。中国主题图书西语翻译出版中心项目计划与委内瑞拉中国问题研究中心合作创办,目前正在洽谈中,我们已合作出版了“读懂新时代”《数字解读中国》等近10种图书,有较好的合作基础。

二是全力做好中吉经典著作互译项目工作。亚洲经典著作互译计划根据习近平总书记在亚洲文明对话大会上提出的重要倡议发起,重点推进亚洲国家的文化互译和文明互鉴。2022年2月,中国与吉尔吉斯斯坦签署了关于经典著作互译出版的备忘录,中吉双方约定在未来5年内,共同翻译出版两国至少50种经典著作,为两国读者奉献更多优秀精神文化产品。人大出版社与吉尔吉斯斯坦的出版业已建立了广泛而稳定的合作关系。2022年7月,中宣部经答复、评审后确定人大出版社为中吉互译项目承办单位。2023年,我们将全力做好项目第一期成果,做好《摆脱贫困》《经济增长与结构演进:中国新时期以来的经验》《迈向法治:从法律体系到法治体系》等12种图书的翻译出版工作。

三是推动深入合作,加强“一带一路”共建国家出版合作平台建设。在中宣部、国家新闻出版署、教育部支持下,人大出版社2017年发起成立的“一带一路”学术出版联盟(2019年更名为“一带一路”共建国家出版合作体)被列入第二届“一带一路”国际合作高峰论坛成果清单,合作体成为中国与“一带一路”沿线国家出版合作的国家级平台。



中国人民大学出版社与劳特利奇出版社合作出版的“中国视角”系列图书

合作体自成立以来,吸纳了“一带一路”沿线国家319家出版机构成为成员单位。成员单位之间签订战略框架合作协议,双方就精品项目互通互译、定期互访、定期进行线上线下沟通,深度开发双向资源,取得了丰硕成果。据不完全统计,合作体成员推动约5000种中国图书在“一带一路”共建国家翻译出版发行,合作体已成功举办4届高峰论坛。尤其是2021年疫情期间,合作体和中国人民大学联合举办了“一带一路”共建国家出版合作体高峰论坛,中宣部副部长张建春及近20个国家的大使、外交官、出版商、学者线上线下参会,各方围绕疫情背景下的出版发展经验、创新数字出版模式等议题开展深入探讨,出版合作体总结发展成果并就未来发展达成共识。

我们将紧紧依托合作体平台策划更加丰富多彩的学术交流活动和文化活动。2023年是“一带一路”倡议提出10周年,合作体将继续举办高规格的高峰论坛。我们还将以合作体为平台,携中国主题图书参加哈萨克斯坦、罗马尼亚等国的国际书展。

“一带一路”沿线国家众多,语种丰富,但翻译、出版人才匮乏制约了一些国家的出版合作交流。为解决这些问题,我们将邀请国外出版商、编辑、学者走进中国,开展高规格的培训和交流活动。同时在创新人才培养模式、凝聚海外专家力量方面进一步发挥作用,建立一支传播中华文化的海外队伍,着力培养一批热爱中国、了解中国、对中国有感情,愿意为“一带一路”建设贡献力量的出版家、翻译家、作家、学者、媒体人,在相关部门支持下设立相关培训基金,为中华文化在世界各国的本土化传播提供有力保障。

拓宽思路 多维度推动文化产业输出

幸敬杰(新华文轩出版传媒股份有限公司国际出版中心主任)

2020年以来,国内外形势多变,这既是挑战也是机遇。新华文轩一直坚持社会效益和经济效益双效俱佳思维,强调建立“走出去”可持续商业模式,不断提升团队能力、完善考核激励制度、拓展对外传播业务,使“走出去”工作逆势上扬。2023年,我们将深化发展格局,延续发展态势,继续推动由文化产品输出向文化产业输出的转变。

过去三年,我们策划出版了一大批适合对外讲述中国故事的好书。旗下四川天地出版社出版的《我用一生爱中国——伊莎白·柯鲁克的故事》于2022年荣获中宣部“五个一工程”奖,主人公伊莎白曾获得由习近平总书记亲自颁发的“友谊勋章”,该书从国际友人的视角向国际社会展示新中国的变迁。四川人民出版社将聚焦新书《瓷器改变世界》。中国是瓷器的故乡,瓷器是贸易史上十分重要的全球性商品,该书重点讲述中国古代瓷器中“外销瓷”走向世界的历史,再现波澜壮阔的“瓷器之路”,展现中国瓷器如何影响世界文明进程,并为今天人类文明的交流互鉴提供思路。此外,今年还将着重推介《小康中国之路》《中国为什么能》,以及与三苏、三极相关的系列读物。

除了单个出版物项目,2023年新华文轩还将继续推进“亚洲经典著作互译计划”(中国—巴基斯坦)二期项目、“四川书架”(即“中国书架”在四川布点)二期项目、“熊猫书屋”、“巴蜀文化译介”等重要工作,这是新华文轩积极配合党和国家对外政策、主动融入大局的体现。我们依托多年合作方的反馈,确定了上述选品

的译介方案。对于市场化出版物的输出,我们将充分尊重外方安排,自己则做好授权管理和外版内容审核。对于项目类出版物,我们将重点放在翻译质量、外方影响力、后续推广营销等方面,明确要求对方提出完整可行的营销方案,而且要具体到媒体报道、活动举办、销量预测、受众预测的量化数字,这也是我们“走出去”工作可持续下去的重要保障。

为构建更加完整的对外传播业态,我们各单位已形成融合输出的意识,尽可能实现纸、电、声、文创同步,在延伸业态的同时创造更多附加值。四川人民出版社精选含年画、蜀锦等12种非遗技艺的出版物《手艺的温度》,协同高校和电视台,推出图书中西语版本,并拍摄中西语纪录片,通过海外社交媒体、电视台西语节目向中国和拉美国家推广,图书和文创产品也将同步在双域传播,打造“图书+纪录片+短视频+文创”的立体输出项目。

多年来新华文轩一直坚持双效俱佳思维,寻求建立“走出去”可持续商业模式,如今已形成“走出去”生态。在新华文轩内部,从2022年起,对外传播、版权、融合出版相关工作均划归到专属职能部门,这从大版权、大文化的角度拓展了思路,极大促进了“走出去”工作的再进步。我们各家单位从最初的纸质图书版权输出,逐渐延伸至纸质图书出口、纸质报刊出口、非纸质版权输出、教材教辅针对性出口、国际绘本比赛、境内外讲座展览等形式。2022年相关营收已达1100万元,2023年将继续扩大对外传播业务边界,创造更加显著的双效益。

过去三年线下交流中断,国际合作的交流方式转为线上。线上交流在一定程度上影响了国际合作业务的拓展,但从市场供求角度看,供需没有中断,供求关系也没有因为疫情而发生质的改变。所以,今年恢复并喷式合作的可能性不大,但伴随线下交流的恢复,直接接触、深度交流的机会增加,各领域合作将整体增多。

近几年,中国大百科全书出版社围绕中国百科内容的多语种国际化传播开展了许多工作,实现了英文、俄文、阿拉伯文等语种的版权输出。英文版和俄文版已有产品落地,在前几年与外方密切协作的基础上,中国主题百科阿语版内容(约1000个条目150万字)今年将在阿语国家和地区以数字化形式落地。目前我们也在与外方探讨联合举办发布和推广活动事宜。

就准备工作而言,一是内容上的策划,基于百科资源及海外读者需求,积极策划开发具有百科特色和国际视野的选题;二是积极推广,与海外合作方积极沟通,提供多方面支持,助力海外推广;三是与多个国家的合作伙伴沟通,深化合作,持续推动中国百科内容的多语种海外传播,向世界传递中国百科声音。除此之外,百科社最近出版了由刘慈欣授权并担任顾问的《三体世界指南》。这是一部关于“三体”系列的百科全书,对原著进行了大量的解读和剖析,让读者能够真正读懂“三体”。我们已完成了英文样张、视频等推介材料,目前正面向全球的海外出版积极推广,期待借助“三体”这一顶级科幻IP在海外的广泛高口碑传播,实现《三体世界指南》的多语种版权输出。

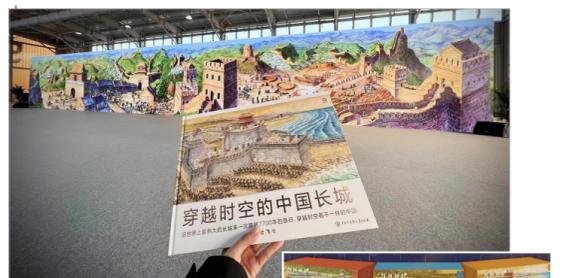
百科社今年的一个重点项目是“穿越时空的中国”系列,这是百科社与专家团队联手打造的中国故事IP项目正在开发的新产品。该系列已出版《穿越时空的大运河》《穿越时空的中国长城》,依托大百科全书的知识框架体系开发图文内容,并以数字影像展、图书、文创、教育课程等多元形式立体开发。图文内容授权英国著名出版公司,其中英文版全球同步发售,覆盖欧美、亚太地区十几个国家。除英文版外,法文版和荷兰文版也陆续出版。《穿越时空的丝绸之路》将延续之前的合作模式,计划与海外公司进行内容授权合作。

百科社与海外伙伴的合作方式也随着双方了解和互信的加深而不断扩展,从一开始百科社单纯引进,到百科社参与选题策划、提供选题框架,再到百科社原创内容输出,实现了双向合作。从《穿越时空的大运河》到《穿越时空的中国长城》,以及我们正在开发的后续项目,是中国传统文化海外传播路径上的积极探索,也是融媒体时代优质内容与新技术结合的有益尝试。

尽管“穿越时空的中国”系列的图文内容源自百科,但在内容授权后,百科社持续跟进,对外方的译本提出修改意见,保证内容的原汁原味。另外,在推广环节充分利用国内外资源,与外方商谈,在开本、设计和书名等细节上与海外出版公司已出版的“穿越时空”系列产品保持一致,将单本书列入其已有国际广泛市场基础的“穿越时空”系列,借助该系列之前积累的口碑带动图书销量。

按照国外运作模式,系列图书在选题策划时有整体规划,并且会分册有节奏地陆续推出新品,所以该项目也基本采用这一模式,在前两部作品相继出版并与海外出版商成熟产品搭配形成系列之后,计划今年开发新品,形成以新品带老品的良性出版节奏。另外,该项目本身设计是融媒体产品,所以除图书出版以外,还会推出数字影像展、文创、教育等多品类产品,面向国际市场进行推广。比如,百科社在条件允许的情况下借助重要的国际交流平台举办《穿越时空的中国》数字影像展,让海外受众近距离感受中国文化的魅力,带动该系列各类产品的全球推广。

这个项目是百科社中国故事IP项目之一,我们对中国故事IP有中长期规划,后续还会分主题陆续推出体现中华文化魅力的新作品。另外,海外市场开拓方面,也会积极开拓,实现更多语种的传播,扩大影响力。



百科社2023年重点项目中国故事IP项目之一:《穿越时空的中国长城》



线下互动是对外交流工作中非常重要且有效的一环,前几年因为疫情防控,相关工作转移至线上进行。海外社会过去三年形势多变,市场需求不稳定,所以能够输出落地的可能更多是项目类出版物。

随着线下来往全面恢复,新华文轩出版传媒公司将全方位进行出版物推介。疫情期间,我们每年线上线下参加10场涉外书展,今年将保持这一参展频率,计划派团参加东南亚中国图书巡回展、巴黎图书沙龙、布宜诺斯艾利斯书展、法兰克福书展等,通过媒体报道宣传和举办活动等方式,以书为媒积极对外发声。2023年,我们预期少儿、文学等面向市场的作品有明显恢复,社科类产品也将随着线下见面的增多而有更多机会。

用故事IP讲好中国故事
蒋丽君(中国大百科全书出版社副总编辑)