

海外馆藏研究为业界学界带来什么?

中国出版传媒商报记者 陈麟

助力出版机构更好地“走出去”

■茅院生(中国出版集团有限公司党组成员,中国出版传媒股份有限公司董事、副总经理)

中国图书海外馆藏影响力研究项目经过12年的精心打造,受到出版界的广泛关注,具有很大的影响力。每年海外馆藏报告的数据结论,对出版机构做好“走出去”工作具有重要指导意义,也将提供更多有竞争力的优质图书,在世界舞台上讲好中国故事。



位,商务印书馆排在第6位,人民文学出版社排在第10位。在数字出版物的馆藏排行榜中,中华书局、中译出版社、华文出版社包揽了前3名。图书海外馆藏影响力实际上是对出版机构文化输出的一种效果反馈,通过这种反馈,不仅可以帮助我们了解海外市场

和海外读者的需求,对于出版机构进行内容建设和产品创新都有很大的启发和教育意义。近年来,中国出版集团作为出版“国家队”,在“走出去”的路径上不断进行创新。未来,我们也期待与各界同仁合作,抓住融合发展的契机,持续整合优质资源,丰富国际传播渠道,生动鲜活地讲好中国故事,增进中外人文交流。为深化文明交流互鉴,推动中华文化更好走向世界贡献力量。

位,商务印书馆排在第6位,人民文学出版社排在第10位。在数字出版物的馆藏排行榜中,中华书局、中译出版社、华文出版社包揽了前3名。图书海外馆藏影响力实际上是对出版机构文化输出的一种效果反馈,通过这种反馈,不仅可以帮助我们了解海外市场



岛石摄

6月16日,以“增强中华文化精神标识”为主题的2023年中国图书海外馆藏影响力报告发布会在北京举办。此次发布会由中国出版传媒商报社、北京外国语大学国际新闻与传播学院·中国文化走出去效果评估中心、中国图书进出口(集团)有限公司联合主办。现场百余位出版界、学界相关人士出席,会上发布的2023年中国图书海外馆藏影响力报告广受关注。(链接:2023年6月16日第1-3版《2023年中国图书海外馆藏影响力报告勾勒中华文化的世界版图》)

中国出版集团有限公司党组成员,中国出版传媒股份有限公司董事、副总经理茅院生,北京外国语大学学术委员会主任、原副校长袁军,中国图书进出口(集团)有限公司总经理助理李文凯,中国出版传媒商报社执行董事(社长)、总编辑、党委书记宋强出席并致辞。

广西师范大学出版社集团党委书记、董事长黄轩庄,上海人民出版社党委书记、社长温泽远,俄亥俄州立大学终身教授、上海师范大学文学院特聘教授李国庆,北京外国语大学国际新闻与传播学院副院长刘滢,北京印刷学院教授叶新,5位业界学界专家分别作主题演讲。本报摘编会议精彩内容以飨读者。(本文小标题为编辑所加)

苦练内功 凝练特色 增强优质内容的海外传播力

■黄轩庄(广西师范大学出版社集团党委书记、董事长)

中国图书海外馆藏影响力报告连续发布12年,已成为业界高度关注的出版“走出去”的一项重要评价指标,也是出版行业加强海内外交流合作发展的重要参考。

根据已发布的11年中国图书海外馆藏影响力报告,我社共有3145种图书被海外图书馆采购收藏,2022年海外馆藏影响力位列全国出版社第7位。我们在“走出去”方面,在国际化发展方面,做了一些探索,得到了社会各界的热情鼓励和支持,但我们深知,和做得好的大社强社相比,我们还有很大差距。

广西师范大学出版社通过2次海外出版发行机构的收购,初步建立起较为成熟完整的国际出版发行产业链。目前在全球10个国家和地区设点布局,去年海外公司营收已达2400万美元,在国际化发展方面走出了自己的路子,取得了一点成绩。聚焦到出版的海外影响力建构上,主要在三个层面努力探索。

一是聚焦版权和产品“走出去”,做好内容的海外传播。这是出版行业“走出去”最传统、最普遍的一个领域。一方面,苦练内功,凝练特色,增强优质内容的海外传播力。比如,在2022年中国图书海外馆藏影响力排行中,我社的《美国哈佛大学哈佛燕京图书馆藏明代善本别集丛刊》居于图书单品第11位,被33家海外图书馆收藏。该丛刊既代表了我社珍稀文献出版这一核心板块的品质,也体现了我们海外合作的成果。经过20多年的合作,哈佛大学哈佛燕京图书馆已把我们视为在中国的文献出版阵地。通过合作,不仅把流失海外的大量中国文献“引了回来”,还整理出版又销售到海外图书馆。

另一方面,立足区位优势,主动设置议题,推动优秀传统文化的国际传



播。我社策划出版的“东方智慧丛书”,精选《论语》《弟子规》等几十种中华经典,以全译、节译的方式翻译成东盟10国8种官方语言,实现了中华文化在东盟国家的规模化、零障碍传播,成为“一带一路”文化交流传播的典型范例。

二是聚焦海内外协同出版,建构国际出版新模式。在2014年和2016年2次海外收购之后,我们在上海、沈阳组建了专业团队,与墨尔本、伦敦等地的海外团队对接,探索形成了人才、品牌、资源、渠道全球“一体化”运作模式。

海内外团队联合策划选题,共商出版方案,协同制作中英文2个版本图书,同步国际出版发行,有力地推动了优质选题和内容资源的国际出版传播。我们将这个模式概括为“全球组稿、中英共版、国际发行”。近年推出的《茶店新浪潮》《民宿之美》等有一定影响的图书都是基于这一模式。2018年,此模式下的《上海制造中的设计》在海外出版后即成为国际设计学界研究中国设计发展史的重要参考文献,被屡屡引用。

三是搭建国际交流平台,立体传播中国声音。在海内外协同发展的基础上,我们推出了“艺术之桥”这个品牌平台,通过“艺术之桥”年度系列,评选年度艺术家、年度设计师、年度民艺,以国际出版的方式,将中国的艺术家与设计师,在全球进行传播。我们相继携手徐冰、白明、冷冰川、朱赢椿等国内外顶尖艺术家,出版他们的英文图书,在全球发行,还在国内外举办艺术设计论坛和沙龙,进行全球推介传播。“艺术之桥”平台入选了2019-2020年度国家文化出口重点项目,2021年我们英国公司出版的冷冰川作品集摘得英国图书设计与制作奖的最佳艺术作品集奖。

提升中国文化在世界的关注度和影响力

■温泽远(上海人民出版社党委书记、社长)

中国图书海外馆藏影响力报告发布12年来,不仅为业界及时提供了世界市场对大陆出版物的反馈,也为中国出版机构探索图书出版的文化传播规律,努力提升中国文化在世界的关注度和影响力,提供了重要参考。从去年开始新增的“中国出版社数字出版竞争力”排名,反映了中国出版业融合出版提速的发展状况,对于推动出版业高质量发展发挥着积极作用。

根据评估报告,上海人民出版社海外馆藏影响力连续12年位列前20,今年又取得进入前10的好成绩。我们深感荣幸,也备受激励。

上海人民出版社成立于1951年,2016年世纪出版集团启动综合改革,将上海人民出版社、学林出版社、上海远东出版社、上海书店出版社、格致出版社、北京世纪文景文化传播有限公司和上海《理财周刊》社等7家单位实施整合重组,并在2021年70周年社庆之际迎来第8家成员单位——光启书局的加入。整合重组后的上海人民出版社,秉持“以专业学术打造品牌,以社会责任引领阅读”的出版宗旨,发挥各家单位的优势特色,精心打造政治、历史、文化、经管、法律、国际政治领域的综合性社科学术出版品牌。出版“走出去”工作取得显著成果,先后荣获“上海版权示范单位”“全国版权示范单位”和“2018年度中国版权最具影



响力企业”称号。今年,我社所属上海远东出版社、格致出版社、学林出版社也继续进入海外馆藏影响力出版百强榜单;上海人民出版社还分别进入“2022年度中国大陆出版机构数字出版物海外馆藏数量排行榜”“2022年度中国大陆出版机构英文品种排行榜”。

作为上海主题出版重镇,近年来,围绕理论宣传热点和重要历史节点,我社推出了一批叫好又叫座的主题出版读物,第五届中国出版政府奖获奖图书、2020年度“中国好书”《火种:寻找中国复兴之路》和2020年度“中国好书”《文献中的百年党史》皆已实现多语种海外输出。专业学术图书方面,《全球公共卫生治理中的国际机制分析》《关系与过程》《金融犯罪刑法学原理》《商代甲骨读本》《中国古代设计思想史略》以及“当代经济学系列”丛书等一批专业学术图书陆续实现海外出版,累计输出图书百余种,输出国家包括英、美、法、新、俄、日以及“一带一路”沿线国家与地区。

出版作为传承文化、传播文明的重要载体,始终是中国文化“走出去”的重要组成部分。中国图书海外馆藏影响力数据结论启示我们,中国的发展令世界瞩目,中华文化魅力无穷,那些最能体现中华文化精髓、展现中国变化趋势以及最能凝练中国发展经验成果的著作,是国际版权贸易和海外读者最感兴趣的“中国内容”。(下转第11版)

馆藏数据研究 成为传播学效果评估新方法

■袁军(北京外国语大学学术委员会主任、原副校长)

12年来,中国图书海外馆藏影响力研究这项活动得到了中宣部、国家新闻出版署的大力支持和高度评价,也得到了众多出版社的积极响应,目前已经成为中国出版的一个行业标准,成为北京国际图书博览会(BIBF)的一个品牌项目。活动研究紧紧抓住的中华文化“走出去”主题,也是国际传播效果研究效果评估的难题。从全球范围图书馆馆藏量这个特别的角度,揭示了中华文化海外传播某一领域的基本状况,找到了客观量化、科学评估传播效果的切入点和突破口,其传播效果研究的载体和标志物都是比较巧妙的。对于中华文化“走出去”、中国媒体“走出去”以及国际传播能力建设的效果研究,提供了客观、科学、可稽核的数据和研究方法,对“走出去”的



应用实践和学术研究都很有启发意义。

我注意到,相当一部分出版社都把海外馆藏的排名放在自己的网站上,出版机构之间的交流都在用馆藏排名100强、50强作自我定位,有一些出版社还用这个排名考核编辑。在学术界,馆藏数据研究已经成为新闻传播学效果评估的一个新方法,并且广泛用于图书、期刊、报纸等海外传播范围的一个核心数据。用馆藏数据撰写的硕士、博士学位论文也越来越多。

可以说,10多年的研究实践证明了这一项研究方法具有的科学性、有效性以及服务于业界的重要价值。我也注意到,从去年开始,海外馆藏影响力报告特别公布了中国出版机构数字出版物的排名。这是一项很有意义的研究。

海外馆藏研究是中国出版世界影响力研究的重要组成部分

■宋强(中国出版传媒商报社执行董事(社长)、总编辑、党委书记)

2023年中国图书海外馆藏影响力报告发布会的主题“增强中华文化精神标识”,与习近平总书记6月2日在文化传承发展座谈会上强调的“继续推动文化繁荣、建设文化强国、建设中华民族现代文明”一脉相承。作为媒体与学界联手合作的研究项目,海外馆藏报告截至2023年已连续发布12届。这项研究报告以世界图书馆系统入藏中国大陆出版机构的图

书数据为基础,追踪中国出版物在全球的流通轨迹,勾勒出中华文化在当今世界的传播范围。

中国图书的海外馆藏影响力研究是中国出版世界影响力研究的一个重要组成部分。这项研究是基于第三方客观数据的年度评估研究,不仅为业界及时提供了海外机构市场对于中国大陆出版物的反馈,也丰富了学界对于传播效果研究的方法和手段,因

此得到了业界和学界的广泛认可和高度评价。如今,海外馆藏影响力数据已经成为中国出版界衡量世界影响的一项行业认可的客观指标。



为业界及时提供海外市场对中国出版物的反馈

■李文凯(中国图书进出口(集团)有限公司总经理助理)

伴随着北京国际图书博览会重回线下,我们相聚在2023中国图书海外馆藏影响力报告发布会的现场。

在当今的时代背景下,图书出版对推动中华文化“走出去”、提升国际传播能力等方面的作用日益凸显。今年是中国图书海外

馆藏影响力研究报告发布的第12年。这项研究坚持以世界图书馆系统入藏中国大陆出版机构书目数据为基础,追踪中国出版物在全球的流通轨迹。这项研究为业界及时提供了海外市场对中国出版物的反馈,也得到了业界和学界的积极响应和高度评价,那么这项研究的成果也已经成为行业认可的衡量中国图书世界影响力的一项客观指标。

中国图书进出口(集团)有限公司经过70多年的发展,在出版物进出口、公共阅读

服务等领域形成了具有行业影响力的重要品牌,也已经成为我国出版物进出口的主渠道,并且始终持续推动中华文化“走出去”,这一点与中国图书海外馆藏影响力研究的目的不谋而合。

中图公司也将持续秉承“让世界了解中国,让世界了解中国”的宗旨,不断创新服务模式,提供专业化、智能化、多元化的服务平台,促进人文交流,增进文明互鉴,为中华文化在世界绽放更大魅力作出贡献。

