



第32届书博会特刊·山东出版集团专辑

THE 32ND NATIONAL BOOK EXPO·SHANDONG

5月24日,习近平总书记在山东考察时强调,山东要担负起新时代的文化使命,并作出“文化四要”重要部署,其中特别强调“要坚定文化自信,深入挖掘中华优秀传统文化精华,坚持创造性转化、创新性发展,以国际孔子文化节等为载体深化文明交流互鉴,提升中华文化影响力”。近年来,山东出版集团深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想,致力探索中华优秀传统文化在当代语境下的传承与发扬。从2015年开始,山东出版集团着眼于构建文化国际传播力,积极探索实践,打造了图书版

权贸易、出版国际合作、文化海外服务、国际文化交流、中外青少年研学五种多维度文化“走出去”自有平台和模式,形成了独具特色的国际文化传播路径。目前,山东出版集团连续13年荣列“全国文化企业30强”,同时也是省内唯一获此殊荣的企业。山东出版集团的综合实力在出版文化领域名列前茅,稳居全国第一梯队。自2015年至2023年的8年间,山东出版集团实现了资产总额翻一番、净利润翻3倍的成绩,彰显了强劲的发展势头与深厚的文化底蕴。

山东出版:做文化走出去的领航者与实践者

中国出版传媒商报记者 张馨宇

持之以恒 为走出去工程铺道路

打造精品 为走出去工程强内核

山东出版集团在国际化传播方面深度秉持持之以恒的信念,稳步构筑一条通往世界的文化桥梁,这条道路不仅承载着中华优秀传统文化的传播责任,更肩负着深化国际理解、促进文明对话的崇高使命。在文化“走出去”的过程中,山东出版集团深刻认识到,唯有坚守长期主义,方能在瞬息万变的全球文化市场中立于不败之地,实现中华文化的广泛传播与深远影响。为此,山东出版集团在思想引领与顶层设计层面,精心布局,为“走出去”工程铺设了一条宽广而坚实的康庄大道。

党的十八大以来,习近平总书记高瞻远瞩,多次强调中华文化的国际传播能力建设,倡导构建中国话语与中国叙事体系,为出版界指明了方向。山东出版集团积极响应号召,将习近平新时代中国特色社会主义思想融入血脉,确立了以内容体系建设为核心、渠道平台搭建为关键,文化交流活动为载体的“三位一体”工作策略,旨在全方位提升国际传播效能,让世界听见更多中国声音。

在这一过程中,内容建设被山东出版集团视为文化“走出去”的生命线。唯有高品质的产品才能在国际市场赢得尊重与认可,唯有深入人心的品牌才能跨越文化边界,唯有具备国际影响力的出版社才能引领潮流。因此,山东出版集团在顶层设计上,坚定践行品牌意识与精品路线,倾力打造了一系列兼具口碑与销量的出版精品,这些作品不仅在国内市场广受好评,更在海外收获了广泛赞誉,为中华文化“走出去”注入了持久动力。

为丰富传播内容,拓宽国际视野,山东出版集团以主题出版为引领,学术出版为支柱,教育出版为纽带,大众出版为基础,构建起层次分明、立体多元的中华文化内容体系。通过精心策划的主题出版物,向世界讲述中国故事,传递中国价值;依托深厚的文化底蕴,展示中华文明的博大精深;借助教育出版的力量,搭建跨文化交流的桥梁;凭借大众出版的广泛触角,让中华文化走进千家万户。同时,山东出版集团还积极组织各类文化交流活动,如国际书展、作家论坛、版权贸易洽谈会等,为中外文化交流搭建平台,营造开放包容的对话氛围。



以人为本 为走出去工程壮根基

内容、产品归根到底拼的还是人才。为更好地建设国际传播内容、更好地让齐鲁文化、中华文明“走出去”,山东出版集团建立“走出去”激励机制。

从2015年起,山东出版集团开始实施“双品工程”,专门设立了“国际化传播奖”。对各出版社入选国家级“走出去”工程、版税收入、外版书出版等给予奖励和支持。2016年~2022年间,山东出版集团实施奖励超2100万元。

2018年12月,为进一步优化“走出去”战略,山东出版集团专门出台《关于进一步促进走出去工作的实施意见》,该意见从内容创新、平台搭建、人才培养、激励机制及保障措施等维度,构建全方位的支持体系,确保“走出去”工作的持续深化与拓展,为“走出去”工作提供政策引导和常态化支持。

步入2022年,山东出版集团再次加码,将出版奖励基金再次提高,重点保障各单位入选国家级“走出去”工程的出版项目顺利实施,确保具有重大影响力的出版计划顺利推进。同时,山东出版集团积极拓宽国际合作渠道,鼓励参与国际出版奖项评选、海外媒体宣传,以及各类国际书展、高端论坛和文化交流活动,旨在实现从“走出去”到“走进来”“融进去”的质变。

人才是推动“走出去”战略的关键。山东出版集团通过一系列的资金支持与政策扶持,不断强化文化“走出去”的内生动力,从人才的培养与引进入手,为“走出去”工程铸就坚实的基石。

高质量发展是出版“走出去”的基础,内容和产品是国际传播的前提。2015年以来,山东出版集团秉持高质量发展的核心理念,深耕出版主业,以精湛的内容与产品构筑国际文化传播的坚实基础。截至目前,山东出版集团所出品的各类出版物累计荣获国家级重要奖项、精品出版工程及国家重点推荐与资助项目多达1086项,其获奖频率与等级在全国同行中遥遥领先。

在国家级出版“三大奖”——“五个一工程”奖、中国出版政府奖、中华优秀出版物奖的评选中,山东出版集团获得193项奖励。其中,《中国北斗》《国家记忆》《雪山上的达娃》等18种图书连续16届荣获中宣部“五个一工程”奖,山东出版集团成为全国唯一历届评选皆成功获奖的文化企业。

在文脉工程领域,山东出版集团肩负起“山东文脉”工程的重任,致力于挖掘与传承齐鲁大地的深厚文化底蕴。《儒典》的编撰出版,无疑是一项里程碑式的成就,这部中华儒学经典著作集成共计230卷,囊括4789函、1816册,于“2022中国(曲阜)国际孔子文化节第八届尼山世界文明论坛”开幕式上首发,不仅为中华优秀传统文化的创造性转化与创新性发展树立了新典范,更在全球范围内引起了广泛关注。

秉承打造畅销精品、常销精品的愿景,山东出版集团在2023年的图书市场表现同样亮眼。据统计,累计销量突破百万册的图书多达40种,图书零售市场销量稳居全国综合排名前15位。尤其值得一提的是,《笑猫日记》《信谊世界精选图画书》等为代表的优秀超级畅销书,销量已逾千万册,成为引领全民阅读的优质品牌“常青树”。

在对外输出方面,2023年,山东出版集团对外输出版权104种,外版书出书共53种,13个项目入选“丝路书香工程”“经典中国国际出版工程”等国家级“走出去”重点工程,《论语论解》等13种图书获得第21届、22届输出引进版优秀图书推介,山东友谊出版社入选2023~2024年度国家文化出口重点企业;尼山书屋走出去项目入选2023~2024年度国家文化出口重点项目。山东出版集团所属9家图书出版单位全部进入“中国图书海外馆藏影响力出版100强”。

搭建平台 为走出去工程造出口

从顶层设计上来看,渠道平台搭建一直是山东出版集团着力强调的方向。山东出版集团自2015年以来充分进行资源整合,以书为媒,把握国际国内两个市场,建设“一带一路”图书版权贸易洽谈会品牌、“海外中华文化之角——尼山书屋”、中日韩出版协作共同体等平台,为山东出版“走出去”打造多元出口,深化与国外出版机构的出版合作和文化沟通。

一是精心打造“一带一路”图书版权贸易洽谈会品牌。2015年7月山东出版集团举办了中韩图书版权贸易洽谈会,开启了文化“走出去”工作模式探索。2016年国务院新闻办“中国图书对外推广计划”工作小组认为,“中韩图书版权贸易洽谈会”创建了一种中韩出版界和文化界沟通交流的新平台。山东出版集团因此获得2015年度“走出去”工作进步奖。从2017年8月举办中国·济南“一带一路”图书版权贸易洽谈会至今,“一带一路”版贸会相继走进阿语地区、中东欧、新加坡、吉尔吉斯斯坦、韩国、俄罗斯和中国香港等20多个国家和地区。版贸会品牌,已经成为山东出版集团打造的推动文化“走出去”的全国知名品牌。2017年,“一带一路”版贸会被列入《山东省传承发展中华优秀传统文化工作方案》;被国务院新闻办誉为“打开了小语种出版的一片新天地”。

二是发起成立中日韩出版协作共同体。中日韩同属儒家文化圈,文化相近、文缘相通。在中宣部的指导下,从2019年开始,山东出版集团与日本书籍出版协会、大韩出版文化协会就加强合作反复协商沟通;2022年9月共同成立了中日韩出版协作共同体。共同体的成立,直接促进了亚洲(中韩)经典互译计划的实施,推进了中华传统文化经典在韩国的出版和传播;同时也推动中国优秀图书逐步进入了日本、韩国的一些知名大中学校园。2023年6月,山东出版集

团代表中国组团参加韩国首尔国际书展,举办了“这就是中国”丛书韩文版新书发布会,“从中医三字经看中国人的养生智慧”讲座等文化交流活动。2024年4月,中韩出版经贸洽谈会暨中国优秀图书进校园活动、中日出版交流合作活动,先后在韩国瑞逸大学和日本东京成功举行。

三是实施“海外中华文化之角——尼山书屋”工程。尼山书屋工程,是山东出版集团旗下的山东友谊出版社秉承“传播文化传递友谊”的使命,打造的“以书为媒,开展国际性文化学术交流活动”的重要“走出去”平台。2022年,在山东省委宣传部领导下,山东出版集团积极参与实施“魅力山东友城互融”项目,在山东的海外友好城市的公共图书馆、高校图书馆、市政厅等公共文化场所,设立“中华文化之角·尼山书屋”,不定期开展主题文化交流活动,更好地触达、服务当地读者。山东出版集团以“中华文化之角·尼山书屋”为桥梁,加强对海外友好城市的文化交流与合作,增进了解,巩固友谊,扩大友好往来,助力山东进一步扩大“国际朋友圈”,为“走在前,开新局”贡献山东出版人的一份力量。自2013年启动尼山书屋工程以来,共在亚洲、欧洲、美洲、非洲、大洋洲的38个国家落地97家,5万余种中国图书落户“中华文化之角·尼山书屋”,常态化服务海外读者阅读中国。

深化交流 为走出去工程增声量

文化交流是促进中国声音向广深传播的重要途径与手段,民间文化交流,相比于政府文化外交,更容易融入海外民众中,从而在润物细无声中传播中华文化。为此,山东出版集团着眼于构建文化国际传播力,积极探索深化文明互鉴的实践。

一方面“借船出海”,积极参加海外文化交流活动。山东出版集团利用法兰克福书展、伦敦书展、博洛尼亚书展等几十个国家的国际书展和其他渠道,“借船出海”“借台唱戏”,举办出版合作、文化学术交流等活动,大力传播和宣传中华文化。比如:2023年9月,前往哈萨克斯坦等中亚三国,举办中哈出版合作和新书发布会等活动,并在出访国落地了“中华文化之角·尼山书屋”。2023年5月和2024年4月,在奥地利、意大利、西班牙、韩国、日本等东亚国家,相继举办了“中国字·中国人”主题展、“汉字之美”文化研讨活动,以及版权输出签约和“中华文化之角·尼山书屋”设立仪式等文化交流活动。

另一方面,积极组织中外青少年中华文化研学交流活动。当前,山东出版集团正致力于开展中外青少年研学旅游活动,将中华文化“走出去”这一单向输出模式,拓展为将“走出去”与“引进来、带回去”结合一体的、双向奔赴的沉浸式体验模式。

山东出版集团成立山东新儒文旅发展集团,重点开展中小学生研学旅游业务。在曲阜建成的中华优秀传统文化国际研学营地,被中国对外友协授予“中外青少年文化交流基地”,被沙特王国列为中沙“国际汉语教育培训基地”。今年9月,营地将组织千人的中外青少年诵读经典等一系列文化研学活动,作为山东省举办的“国际孔子文化节”重要配套活动。今后每年9月26

日至国庆假期,都将集中组织海外青少年学生参加“国际孔子文化节”的系列研学活动,深化中华优秀传统文化的国际民间交流。经过自顶层设计到深化实践的多年努力,山东出版集团的国际传播与走出去工程取得显著成效。自2015年强化“走出去”工作到2024年5月,山东出版集团共向43个国家输出图书版权1498种,输出语种37种。其中向28个“一带一路”国家输出了版权。入选“丝路书香工程”“经典中国国际出版工程”“中国当代作品翻译工程”“中国图书对外推广计划”等国家级“走出去”工程的项目260个,累计获得国家专项资助3300余万元。“走出去”工作同样实现了社会效益和经济效益相统一、双丰收。山东出版集团开发的阿语地区汉语学习教材《新编汉语教程》已由沙特教育部审定,列为沙特国民教育体系选定教材;设立了罗马尼亚主题图书编辑部、匈牙利布达佩斯出版联络处。以上模式,助力中华文化在海外本土化传播上取得了成功突破,为中华优秀传统文化更深、更广地“走出去”提供了范例。

山东出版集团将持续深入学习贯彻习近平文化思想和党的二十大精神、二十届三中全会精神,按照山东省委提出的锚定“走在前,开新局,实现高质量发展”这一总目标,紧紧抓住当下战略转型重要机遇期,团结奋进、勇于担当,努力为推动中华文化“走出去”、文化强国建设、建设中华民族现代文明作出新的更大的贡献。