

# 海外出版机构谈中国图书出版之道

编者按 中国图书在海外有哪些际遇? 海外对来自中国的图书有哪些期许? 到底什么样的中国图书受海外读者欢迎? 2024年末之际, 我们采访了多位数年至数十年坚守中国题材图书出版的海外出版人, 请他们分享对上述问题的独到看法。

## “我感兴趣的是对非中文读者有意义的图书”

■沈凯伦(Karen Christensen, 美国宝库山出版社CEO)



我从童年时起就对中国非常痴迷。了解中国的商业文化、管理文化和汉语, 这对很多美国人来说是很大的挑战, 而对出版社来说又是非常好的题材, 2000年我创立了宝库山出版社(Berkshire Publishing)。

由于长期对中国的关注, 2007年我被提名为美中关系全国委员会成员, 这个委员会致力于促进两国人民相互了解。我不断拓宽专家网络来增进对中国的了解, 并通过宝库山出版社和举办培训活动传播这方面的信息。

在美国, 有很多关于中国的图书, 但几乎所有受关注的图书都由中国以外的专家和记者撰写。而从中国译介的英文版图书少有问津, 因此此类读物越来越少。这些年, 莫言和刘慈欣等中国作家在美为人熟知, 但应有更多这样的中国作家出现在美国读者的视野。造成这种局面有一部分原因是, 美国的出版社不具备选择和翻译出版的专业能力。

实际上, 有很多美国读者对中国感兴趣, 希望更多了解中国。但是受教育的美国读者对中国历史和文化几乎一无所知, 缺少中国读者所有的语境。较非虚构图书而言, 小说更容易跨越文化的藩篱, 如果故事能反映全人类的情感体验, 这样的作品就可以引起读者注意。

美国有很多出版中国题材的出版社, 但是没有像宝库山这样专注于中国内容, 并与中国专家和出版社密切合作的出版社。

2001年我首次到中国访问, 之后去了很多次, 尤其是2007年。我儿

子多年来担任宝库山北京公司代表, 他会讲中文, 经常与北京和上海的很多人见面交流, 他已回到美国。现在宝库山在中国没有新的联系人。

从出版图书看, 宝库山出版的《中国百科全书》(Encyclopedia of China) 由来自中国和其他国家的作者共同编写, 出版后广受赞誉, 此外, 我们还翻译出版了清代散文家袁枚的《随园食单》。著名美食评论家鲁斯·雷彻尔(Ruth Reichl)赞叹这本书“不只是一部美食作品(该书荣获美食家世界食谱奖), 还是美食史上最精彩的作品, 以及了解迷人而久违世界的一扇窗口”。在将中国经典作品本土化方面宝库山积累了一些经验, 出版了很多学者和作家创作的非虚构图书和传记。虽然中国的出版物有很多吸引人的特点, 但我还是很难找到适合西方市场的中国原创作品。

我经常将中国出版社寄来的图书和书目送给专家评估, 其中一些是从中文翻译为英文的, 也有一些专门针对美国读者的。但是这些图书大多是区域性的, 如中国某省或某市的艺术, 而美国读者首先更需要一般性的、入门级的内容。

与中国出版社合作的一个关键差别是, 西方出版社必须有信心出版一本书后第一年获得盈利。我收到的大部分图书虽能吸引一部分读者, 但没有达到盈利的程度, 尤其是精美的插图类图书更是如此。制作成本和时效性是一大挑战。

另一大挑战是翻译和编辑观点上的差异。不仅中文图书, 也包括中国出版社提供的英文内容, 都有这方面的问题。出版中国的内容时, 我们必须找到英语母语者译为流利、准确、且符合日常使用习惯的文字。这是国际翻译标准和联合国的规则, 即译者必须是母语译者。

我们组建了一支高级译者组成的团队, 他们是能阅读中文的英语母语译者, 与中国译者或编辑密切合作。

多年来这一过程一直在优化, 并带来了很好的结果, 但是代价也很大。与韩国和其他欧洲国家不同, 中国还没有形成向美国出版社提供翻译补贴的制度。当我们想翻译一个复杂的、微妙的思想并解释其原因和方法时, 其翻译过程就像翻译一首诗歌, 这是一个更艰难的过程。

图书发行方面, 我们与英格拉姆合作, 使用其多项发行服务发行纸质书。电子书发行则与亚马逊、Kobo、苹果和其他零售商合作。此外, 我们也向消费者直接销售图书。学校和图书馆渠道则主要与地区图书发行商合作, 有些发行业务是与某些地区的用户建立起长期合作。

美国出版社常常会对有吸引人的人物和情节的叙事类图书感兴趣, 推理类小说在美国很受欢迎。我感兴趣的是能真正对非中文读者有意义的图书, 而不是了解中国人生活、思想、历史和文化的窗口的图书。能描述人类生存困境的图书也可以引起读者关注。希望有赛珍珠这样在中国长大、会讲中文的小说家出现。赛珍珠虽是美国人, 但她可以从熟悉的中国人视角创作。我知道很多中国朋友阅读西方小说, 我很愿意鼓励这些中国作者和出版他们作品的出版社多读英文小说。像夏洛蒂·勃朗特的《简爱》这样的小说就很有指导意义: 其文化语境虽然对现代读者来说较陌生, 但是人类共通的戏剧性是小说跨越边界的关键。或者想一想简·奥斯汀(Jane Austen)的《劝导》。虽然历经200年很多事情都变了, 但基本情节没有变——命运多舛的恋人最终找到了彼此, 这是现代人很熟悉的主题。

很高兴宝库山发现并出版了大量中国的图书, 宝库山熟悉中国作品并开发了管理翻译和双语文本的数据库, 未来在童书、叙事类非虚构、插图类散文、学术著作及虚构类作品方面还会有巨大的市场机会。

## 在新旧世界之间找到平衡

■潘立辉(Kim Hun, 法国友丰出版社创始人)



友丰出版社坐落于巴黎左岸拉丁区, 与巴黎大学隔街相望。自1976年创立以来, 出版了大量法文版专业辞典、大学教材和学术著作, 在欧洲学术界广受重视和好评。法国汉语教育总督学白乐桑(Joël Bellassen)曾4次与友丰出版社合作出版法国汉语教材, 巴黎各大学中文系都使用友丰出版的法文辞书及法文版的古汉语教材授课, 法国学术机构亦常与巴黎友丰出版社联合出版与亚洲文化相关的国际学术研讨会论文集。

根据我从业近50年的观察, 法国读者偏好中国哲学、文学经典以及现当代小说。哲学是法国人对中国文化最关注和了解的领域, 即使是不学中文、不特别关注亚洲文化的法国人, 也很少有不认识老子、庄子、孔子、孙子的。因此, 我们在哲学领域投入大量精力, 出版了很多诸子百家文集中法双语版, 并在呈现形式、内容方面持续更新, 以满足法国读者的需求。

除了哲学, 中国古代或现代诗歌也深受法国读者喜爱, 如李白、杜甫、王维等古代诗人, 吉狄马加、北岛、韩东等当代诗人的诗歌非常受欢迎。现当代小说也有相应的读者群, 如鲁迅、老舍、茅盾、莫言、余华、陈染、冯骥才、萧红、池莉等都较为法国读者熟知。

此外, 近10多年来, 随着网络和社交媒体兴起, 亚洲文化更容易进入法国人视野, 有时是一个热点带动起相关主题图书销售。如前段时间《黑悟空》游戏的风靡引起了许多西方读者对《西游记》以及和孙悟空相关书籍的兴趣。

过去法国引进中国图书的版权数量和今天不可同日而语。早期, 中法版权贸易以中方引进法国图书版权为主, 近年来, 随着中国文化软实力不断提升, 版权输出逐渐增加, 特别是在文学、艺术和哲学等领域。这充分说明中国文化在法国拥有更大舞台, 受到了更多关注。

友丰出版社近50年间将冯骥才、苏童、陈染、刘心武等中国作家介绍给法国读者, 还是唯一拥有金庸全系列作品法语版权的出版社。《射雕英雄传》法文版2004年面世, 受到了法国原总统雅克·希拉克来函嘉奖。此外, 友丰出版社购买了著名漫画家蔡志忠的“蔡志忠漫画哲学经典系列”作品版权, 翻译出版了全套29本漫画中法双语版。为填补佛学研究领域空白, 友丰出版社近年来与法国著名佛经研究专家金兹燕教授合作, 陆续出版了多部中国古代汉译佛经法文译注本。

总体看, 我们的出版类型比较齐全, 也一直顺应市场作调整, 按照年均出版20种图书的节奏, 至今出版发行了上千种图书。有这么高的产量并保持内容的高品质, 主要是因为我们与法国10多位高校教师和汉学家密切合作, 由他们担任翻译, 再由社内编辑对译作进行编辑校对, 最终完成出版。

现在辞书、教材类出版物市场在下降, 我们缩小了此类出版物的出版比例。但古代经典和现当代文学板块一直稳定上升。传统文化相关主题的童书也很受法国家长欢迎。另一个较少谈及的板块是中医医学类出版物, 因其专业性较强且受众较小很少被提及, 但实际上其在中国文化相关图书市场上的地位不可小觑。

我们与很多中国出版社长期合作, 彼此间建立了深厚友谊。在法国巴黎图书节和法兰克福书展期间, 他们也常常来拜访并带来新书和书目, 我们也分享了我们的新书书目。一本书能够成功, 对书的选择、翻译质量的把控, 以及与发行商的合作推广都很重要。

我们与发行商一般以代销模式合作。法国的图书定价制规定了出版物售价在各个平台或书店必须保持统一, 因而不存在定价上的困扰, 给发行商的价格一般为书价的65折-70折。我们的图书类型受众较有针对性, 而且与相关主题的独立书店以及各学校有长期合作, 他们比较了解我们的新书和书目。

我们是比较传统的出版社, 对社交媒体的运用还不够, 对电子化、AI等技术应用也一直有所忌惮。其中有版权保护等因素的考量, 更深的的原因或许是对纸书、对旧世界的情怀。但新与旧的平衡, 也是我们必须面对和寻求的。

## 出版高品质和有原创性的中国题材作品

■索尼娅·布雷索勒(Sonia Bressler, 法国丝绸之路出版社创始人)



在法国, 中国作家, 如2012年获得诺贝尔文学奖的莫言, 其作品出版并取得了一定程度的成功, 刘慈欣也拓宽了中国科幻文学在国际舞台的疆域。在非虚构领域, 刘明福的《中国梦》以及关于中国文化、历史和经济问题的研究专著都引起了越来越大的关注。

法国读者对东亚的图书, 尤其是中国的图书越来越好奇。但是仍受限于市场上翻译为法文的图书不多。法国的菲利普·毕基耶(Philippe Picquier)、中国蓝(Bleu de Chine)等出版社都是专注于中国题材的出版机构, 中国蓝由中国著名学者董强与法国汉学家安博兰(Genevieve Imbot-Bichet)1994年共同创立, 我创建的丝绸之路出版社(La Route de la Soie éditions)与这2家出版社同样关注中国题材, 但在细分领域形成了互补。

从2017年开始, 丝绸之路出版社共出版150多种图书, 其中中国题材的图书约占20种。出版内容不断拓展, 包括中国历史小说、当代社会类著作及诗集。这些作品获得了真正的成功, 主要得益于作者缜密的表述和丰富的内容, 增进了法国读者对中国的了解。

丝绸之路出版社创立7年来, 将知名作家、前沿学者、记者和青年才俊汇聚到一起。中国题材的图书均由中国知名作家和探索中国题材的西方作者创作。如赵丽宏的诗集《变形》已得到全球诗歌界的广泛赞誉。法国读者在了解作品的文化语境后非常喜欢这些作品。还出版了法国知名作家、时政评论家、记者马克西姆·维瓦斯(Maxime Vivas)、卢森堡著名藏学家阿尔伯特·艾廷格(Albert Ettinger)和摩洛

哥原材长, 著名政治、经济学家法塔拉·瓦拉卢(Fathallah Oualalou), 以及生活在法国的中国作者的作品, 他们的声音都非常重要。

我们出版的书目以三个标准为基础, 即题材内容、文学品质和原创性。选书方面综合考虑法国出版趋势并与中文专家和译者共同作出。每本书都严格挑选, 确保出版后与法国读者有关联并且有影响力。我与专家、朋友、阅读圈的人有很多交流, 但是我不害怕出版可能给人致命一击的作品。

我工作的很多时间都花在了编辑方面, 阅读书稿并对书稿进行校对, 考虑法国读者习惯, 在必要时对内容作调整, 同时还负责版式、封面设计, 以及宣传推广。但是我的作品只有3部在丝绸之路出版社出版, 其他大部分作品都在其他出版社出版, 如有百年历史的法国大学出版社(Les Presses Universitaires de France)和雅克·弗拉芒(Jacques Flament)出版社。丝绸之路出版社的大部分作品是我参与编辑的文集, 均是从来自世界各地的女性学者关于重大热点话题的评论性文章。

丝绸之路出版社只与一家发行商合作, 即索迪斯(Sodis), 它是伽利玛出版集团旗下的一家发行公司。我们的书目收录在图书网Dilicom上, 这样法国所有的书店, 尤其是独立书店, 都可以看到我们的新品。至于亚马逊、Fnac、Cultura和Decitre等大型零售商, 我们签署了非独家协议, 这样就可以有更广的可见性, 同时也可以帮助独立书店发展。我们采取与法国市场一致的定价策略, 店员通过电子通讯和定向的读者活动与读者建立直接联系。我们出版的所有图书都被收录在法国国家图书馆。

我热爱中国哲学、文学和诗歌。在题材上, 我们探索生态、经济与社会变革以及网络文学兴起等主题, 也很关注小说、历史人物传记以及与中国艺术有关的作品。我们的目标是在中国和法国之间建立起文化的桥梁, 通过多元的出版物丰富彼此的了解。

## 寻找互补的中国题材作品

■江崎肇(日本白杨出版社海外业务部高级经理)



在日本, 像铃木纪之(Suzuki Noritake)这样的无厘头绘本近来非常畅销, 受漫画影响的幽默类图书在全球具有独特性。这可能是因为有日本读者, 特别是有孩子的家长, 对漫画非常熟悉。中国作家中, 以《三体》为代表的科幻小说在日本很受欢迎。

中国几年前的出版热潮已经结

束, 日本出版社在购买中方版权时更加谨慎。白杨出版社每年都会出版中国作家的书籍。就绘本和儿童书而言, 日本读者更喜欢简短且幽默的书籍, 因此我们通常会直接与中国作家合作, 出版原创作品。

与中国童书出版社合作中, 我们注重选择那些只有中国才能制作的书籍。如熊猫在日本非常受欢迎, 但详细介绍熊猫的书籍在日本无法制作, 所以这样的书籍很适合引进。中国菜和《三国志》等具有中国特色的书籍在日本也较有市场。此外, 日本图书市场上新书要成为畅销书非常困难, 选择在TikTok上受欢迎的IP书籍可能会更好。

销售方面, 我们主要与东贩和日贩两家大型批发商合作, 并采用代销模式。由于日本有书籍定价制, 目前没有定价问题。我们一直在考虑如何直接与读者联系, 但由于个人信息保护的相关规定, 这很难实现。我们也向书商直接推销我们的书籍。

目前, 日本的出版社主要将社交媒体用于宣传, 但据说日本也将开始TikTok直播电商。如果这样, 我们可以直接向读者销售书籍, 这将变得尤为重要。与中国人相比, 日本人较少使用网购, 我们需要学习中国的现状。此外, 面对AI技术迭代, 我们认为, AI在合同审核等方面非常有用, 但在翻译等方面需要谨慎。

### 2025国际书展日历

序号	时间	书展名称	举办地点	序号	时间	书展名称	举办地点
1	1月23日~2月5日	开罗国际书展	埃及开罗	20	5月30日~6月15日	马德里书展	西班牙马德里
2	1月30日~2月2日	昂古莱姆国际漫画节	法国昂古莱姆	21	5月29日~6月2日	布加勒斯特国际书展	罗马尼亚布加勒斯特
3	1月28日~2月9日	加尔各答国际书展	印度加尔各答	22	6月18日~22日	北京国际图书博览会	中国北京
4	2月1日~9日	新德里世界书展	印度新德里	23	6月18日~22日	首尔国际书展	韩国首尔
5	2月4日~9日	台北国际书展	中国台北	24	7月16日~22日	香港书展	中国香港
6	3月11日~13日	伦敦书展	英国伦敦	25	7月底	利马国际书展	秘鲁利马
7	3月13日~15日	布鲁塞尔书展	比利时布鲁塞尔	26	8月9日~24日	爱丁堡国际书展	英国爱丁堡
8	3月19日~23日	日内瓦书展	瑞士日内瓦	27	预计9月	莫斯科国际书展	俄罗斯莫斯科
9	3月27日~30日	莱比锡书展	德国莱比锡	28	9月25日~28日	哥德堡国际书展	瑞典哥德堡
10	3月27日~4月7日	曼谷国际书展	泰国曼谷	29	预计9-10月	利雅得国际书展	沙特利雅得
11	3月31日~4月3日	博洛尼亚童书展	意大利博洛尼亚	30	预计9月底	印尼国际书展	印尼雅加达
12	4月1日~30日	突尼斯国际书展	突尼斯	31	10月7日~9日	巴塞罗那国际书展	西班牙巴塞罗那
13	4月9日~13日	魁北克国际书展	加拿大魁北克	32	10月15日~19日	法兰克福书展	德国法兰克福
14	4月11日~13日	巴黎图书节	法国巴黎	33	10月23日~26日	赫尔辛基书展	芬兰赫尔辛基
15	4月24日~5月12日	布宜诺斯艾利斯书展	阿根廷布宜诺斯艾利斯	34	11月14日~16日	上海国际童书展	中国上海
16	4月25日~5月11日	波哥大国际书展	哥伦比亚波哥大	35	预计11月	沙迦国际书展	沙迦酋长国
17	4月26日~5月5日	阿布扎比国际书展	阿联酋阿布扎比	36	预计11月	伊斯坦布尔书展	土耳其伊斯坦布尔
18	5月15日~18日	华沙国际书展	波兰华沙	37	预计11-12月	东京书展	日本东京
19	5月23日~6月1日	吉隆坡国际书展	马来西亚吉隆坡	38	预计12月	罗马书展	意大利罗马