

中外专家学者共话国际出版发展与未来

合作共赢是大势所趋

□励讯集团企业事务总裁、爱思唯尔公司董事长 池永硕



自2001年在北京成立办事处以来,爱思唯尔积极与中国的出版机构和科研机构开展合作。20多年来,

中国作者在爱思唯尔发表的论文数量从起初的不到5.2万篇,增加到现在的77万篇,增长了14倍。2007年,爱思唯尔与科学出版社联合成立合资公司——北京科爱森传播有限公司,至今科爱已出版150多种具有国际影响力的高质量期刊。为满足中国的粤港澳大湾区日益增长的知识需求,我们决定再次采取行动。6月13日,爱思唯尔深圳办公室在前海揭牌。

出版业既要竞争也要合作

□英国泰勒·弗朗西斯集团全球图书业务总裁、美国出版商协会董事会成员兼财务总监 贝谨立



出版业要发展,既需要竞争,也需要合作。合作对出版业的发展来说至

关重要,但一定数量的竞争者也是出版业健康发展的前提。当前,数字出版和人工智能给出版业带来新挑战,我们应该携手上下游一起应对:搭建交流平台,来捍卫工作者的权利;和新技术公司开展合作,用新技术来改造出版行业;同业之间可以开展持续合作,发挥各自优势,创造额外价值;和印刷服务商以及其他服务商进行合作,实现互利共赢。

以人为本塑造中国形象

□英国经济学家、中国人民大学重阳金融研究院高级研究员 罗思义



近年来,中国取得的经济成就是非常惊人的。在过去一段时间,全球经济急

剧放缓,但中国的表现远远超出其他主要经济体。从2019年第一季度到2023年第一季度,中国经济4年增长21.0%,增速远超一些发达国家。另外,根据国际劳工组织的报告,2019年至2022年,中国实际工资增长14.7%,年均增长4.7%,也远超一些发达国家。因此,我认为,应该把“以人为本的发展”作为指导,向世界展示中国的最佳形象。

全球协作是未来学术出版的关键

□普林斯顿大学出版社副社长、全球发展总监 布姬塔·夏洛特·范赖因博格



学术出版的未来关键在于多种形式的全球合作。大家都知道人类正面临

着巨大挑战,其解决方案也只能来自全球合作,这就是为什么现在学术对话和交流比以往任何时候都更加重要。2017年,普林斯顿大学出版社在北京成立中国办公室。我们组建了由著名学者组成的中国学术顾问理事会,与北京大学人文社会科学研究院联合开办了年度系列讲座,目的就是希望通过合作,将中国知名专家学者的研究成果以图书的形式带给广大国际读者。

为可持续开放的未来进行数字协作

□德古意特出版公司商业副总裁 本·阿什克罗夫特



出版业应为可持续开放的未来进行数字协作。数字化转型使我们能够更好地实现业务目标,可以为

专家群体创造卓越的数字体验,可以将世界各地的研究人员联系在一起。我们公司是开放获取的倡导者和早期的采用者,开放获取不仅是我们的商业模式,也是未来所在。我们2010年出版第一本开放获取图书,2013年推出第一本全开放获取的期刊。今天,我们开放获取产品包含2500多本图书和120多本完全开放获取的期刊。通过收购和投资,我们将进一步发展开放获取业务。

6月16日,以“携手迎挑战 合作促发展”为主题的2023北京出版高峰会议在京举行。会议由中国出版协会、中国出版集团有限公司、中国民主促进会北京市委员会主办,中国图书进出口(集团)有限公司承办,中国新闻出版传媒集团有限公司协办。北京出版高峰会议是北京国际图书博览会的品牌活动之一。在本次会议上,来自全球的出版人和专家学者齐聚一堂,围绕“发展与合作”“当下与未来”两大议题,共商新形势下如何实现国际出版合作与共同发展。

加强中外出版交流合作

□中国出版协会理事长 鄂书林



出版是文化传播的桥梁、文化建设的基础工程,对于积累传承世界优秀文化、促进中外文化融通具有重要意义。要深刻认识出版在推动人类社会

发展、推动文明交流互鉴中的重大作用。当前,我国出版业正迎来前所未有的发展机遇,国家对文化产业的支持力度日益加大,为出版提供良好的环境,经济社会发展快速发展和教育全面繁荣为出版奠定坚实基础,研发投入稳步增长为出版提供不竭内容来源,健全的出版体系和多年积累的出版经验为出版提供重要

保障。中外出版人应进一步加强国际出版交流合作,一是强化合作共赢理念,充分发挥各自优势,吸取彼此发展经验,抓住当前出版业发展机遇,推动出

版业更快更好发展;二是提升合作深度广度,共同策划和翻译出版一批反映当代中国的精品出版物,继续把世界各国的优秀出版物引入中国,共同为构建人类命运共同体作出贡献;三是拓展创新交流渠道,加大中国出版界与各国出版界的研发合作、信息交流和人员往来,共同培养全球化、多元化的出版人才;四是扩大新技术的合作领域,继续加强信息技术交流,共同推动新技术在出版领域的应用和推广,利用新技术推动出版业的发展。

促进新的出版繁荣与发展

□民进中央副主席、北京市人大常委会副主任、民进北京市委主委 庞丽娟



间的相互了解,让不同文化、不同地域、不同肤色的人们共享人类文明最新成果。

今年,是习近平主席提出共建“一带一路”倡议10周年。10年来,“一带一路”秉持共同合作、互利共赢、开放包容与互学互鉴的理念,持续引领新型全球化发展,推动文化交流传播。未来,希望中外出版机构继续加强交流与合作,促进新的出版繁荣与发展,推动世界在文明互鉴中实现共同进步。

第一,加强多样文明交流,推动文明互鉴。书籍是文明传承的有效载体。以书为媒,不仅促进中外文明交流互鉴,而且有助于增强各国人民之

第二,加强国际出版交流,推动文化贸易。近年来,在中国政府支持

下,亚洲经典著作互译计划、中外图书互译计划等工程项目为国际出版合作搭建平台。在“一带一路”倡议深入实施的新形势下,中外出版交流合作应进一步找准定位、方向和着力点,促进文化交流互动和合作共赢。

第三,加强新兴技术研发应用,推动业态创新。当前,世界迎来新一轮技术革命。我们需要进一步加强与各国优秀出版机构的交流,探索世界出版前沿技术创新和应用,共同建设国际出版合作新空间。

深化文明交流互鉴

□阿布扎比文旅部阿拉伯语中心主席 阿里·本·塔米姆



近年来,我们致力于

中国在各领域取得的成就令人钦佩,阿联酋十分重视多年来与中国建立的牢固关系。比如,1994年在北京建成的扎耶德阿拉伯语和伊斯兰研究中心,旨在促进中阿文化对话。2011年,中国学者钟济昆获评谢赫·扎耶德图书奖年度文化人物。2017年,中国以主宾国身份参加阿布扎比国际图书展。

搭建阿中之间文化交流的桥梁,翻译出版了文学、历史、经济、科技等类别的中国图书,例如《中国文化概览》《中国文学辞典》等。今年,我们开始与中国国家新闻出版署合作,增强中阿之间的翻译合作。

未来,我们将共同努力,加强出版文化产业的交流,进一步深化文明交流互鉴。

推动中华出版品牌崭新出发

□中国出版集团有限公司总经理 常勃



优秀当代文化结合起来,精心组织重大主题出版,持续打造新时代出版精品,为建设中华民族现代文明贡献出版力量。

习近平总书记为中国出版集团所属的中华书局出版的《复兴文库》作序,强调坚定历史自信、把握时代大势、走好中国道路,以中国式现代化推进中华民族伟大复兴。中国出版集团将牢记嘱托,不忘出版初心,与全国出版同行一道,推动出版业高质量发展,促进中外文明交流互鉴。

第一,担当出版使命,继续提高出版供给质量,打造文质兼美的精品出版内容。我们将紧密围绕国家发展的战略目标和任务部署,把宣传优秀传统文化和传播

能,打造新产品新服务新模式新业态。我们持续推动媒体融合与智能出版,培育打造了《中国大百科全书》第三版网络版、中华籍合网、商务涵芬APP、三联中读APP等出版融合精品,满足广大读者阅读新需求。

第三,强化经营管理水平,推动中华出版品牌崭新出发。我们敢于打破现有传统格局,进一步拓宽国际国内出版要素资源配置空间,推动全流程提质增效,着力打造特色品牌文化,集团连续15年获评“中国企业500强”。

从知识全球化到智慧全球化

□中信出版集团股份有限公司董事长 王斌



是在专业财经信息处理、少儿科普分级学习和机构学习型组织服务三个方向推出人工智能应用端。

当下我们正面临一个从知识全球化到智慧全球化的过程,只有理性思考和积极实践,才能适应这场新的变革。中信出版正在用“一个框架、一个库和三个端口”构建数智出版体系。“一个框架”就是发挥中信翻译版权书的优势,快速推动出版流程的升级。“一个库”就是以高品质的数据内容库用人工智能技术和专家标签,重新形成的内容库,给智能应用平台提供素材和内容基础。“三个端”就

学术出版国际合作前景广阔

□中国社会科学出版社社长 赵剑英



力,实行本土化、差异化、精准化策略,创新国际合作产业链和产品线,才能融入国际出版市场。

学术出版国际合作潜力巨大,前景广阔。中华文化越来越丰富的研究成果,中国式现代化进程中关于“中国问题”“中国实践”“中国经验”的研究,为学术出版国际合作提供了不竭源泉。中国对文化产业的支持力度显著加大,对学术研究和出版投入日益增长,让学术出版国际合作具备了更好的条件。学术出版国际合作近年来十分活跃,但市场渠道还不够畅通。我们必须不断加强国外市场开发能

人机共生时代的对外传播之道

□清华大学伊斯雷尔·爱泼斯坦对外传播研究中心主任 史安斌



机地串联在一起,为中国在国际传播中构建叙事体系带来新机遇。

近期,火爆全球的ChatGPT引领了内容生成式人工智能的新浪潮。“人机共生”既是国际传播的模式更迭,也将成为全球话语场的关键议题。一方面,中国互联网公司应主动纳入地缘政治意义下的国际视野,打造技术创新、功能复合的内容生成式人工智能产品和服务。另一方面,“人机共生”这一全球议题将国际体系、政策、身份三个策略性叙事体系要素有

把握出版的当下与未来

□中南出版传媒集团股份有限公司董事长 彭玻



用户维度看,人口红利逐渐消失,年青一代的数字化阅读日趋常态化,都将从根本上改变出版的产品供给。

面对前所未有的大变局,当下已经时不我待。做不好当下,就没有未来;未来不再遥远,当下即未来。我的判断与思考基于三个维度:从价值维度看,我们要打造更多记录新时代、书写新时代的经典之作,在共同创造属于我们这个时代的新文化中发挥更大的不可替代的作用;从技术维度看,新技术新应用不断突破出版的想象空间,我们必须奋起直追,主动拥抱新技术,不然就不会有未来;从

站在未来看当下

□外研集团(外研社)董事长、外研社社长 王芳



务联动。外研集团、外研社的数字化是整体从产品生产到业务生态、从企业治理到组织能力的全面的数字化。

有人说,数据治理是数字化转型的“牛鼻子”。我深以为然,因为数据作为数字经济时代的生产要素,与传统生产要素相比,更像一个导师,或者说一面镜子,时时在给生产者、服务提供者提供反馈,帮助其及时纠偏。外研集团提出“应数尽数、纸数融合”的口号,意思是,聚焦核心IP,同时推动所有内容和服务的数字化,加大数字教材、智慧版图书、新形态教材等的内容供给力度;同时纸数联动、销售联动、服