

## 加强国际传播能力建设 助力中国文化世界表达

□中国国际图书贸易集团公司副总经理 汪彤

2023年,习近平总书记对宣传思想工作作出重要指示,强调要着力加强党对宣传思想文化工作的领导,着力建设具有强大凝聚力和引领力的社会主义意识形态,着力培育和践行社会主义核心价值观,着力提升新闻舆论传播力引导力影响力公信力,着力赓续中华文脉、推动中华优秀传统文化创造性转化和创新性发展,着力推动文化事业和文化产业繁荣发展,着力加强国际传播能力建设,促进文明交流互鉴。

这“七个着力”为今后一个时期的宣传思想文化工作指明了前进方向、提供了科学指南,也为新时代赓续中华文脉、做好国际传播工作指明了前进方向,提供了根本遵循。我们要站在向第二个百年奋斗目标进发的新起点上,准确把握对外宣传工作全新历史方位,在加强和提升国际传播能力建设、促进文明交流互鉴中,面向海外展示中国文化、树立新时代的新形象。

中国国际图书贸易集团公司(以下简称国图集团)的前身国际书店成立于1949年12月1日,是新中国第一家图书进出口机构,目前已发展成为中国规模最大、品种最全、实力最强的出版进出口机构之一。当前,国图集团认真学习领会习近平总书记对宣传思想文化工作作出的重要指示,以加强国际传播能力建设、促进文明交流互鉴为目标,以贯彻“十四五”规划纲要为主线,在构建立体化国际传播网络、发挥国内国外两个市场联动效应、大力发展服务贸易等方面不断进行探索实践,立足于赓续中华文脉、传承发展中华文化,立足于面向世界、讲好中国故事,推动中华文化走出去,在增强中华文明的传播力、影响力方面发挥着更大作用。

一是精准施策,做好主题精品图书海外发行,构建真实、立体、多样化的全球发行网络。通过对不同历史时期的发行特点进行总结,我们发现,以精品图书作为产品走出去的重点,通常能够起到较好的文化传播效果,有时甚至可以借助销售热潮,引发文化现象。20世纪50年代的毛泽东著作系列,80年代到90年代的四大古典名著、中医学、中华武术等传统文化代表作,21世纪初的当代文学作品、汉语教材,在成为每个时代海外发行畅销品种的同时,也成为一道道深



刻的文化印记,镌刻在中国书刊海外发行历史丰碑上。进入新时代以来,国图集团作为以《习近平谈治国理政》系列著作为代表的主题精品图书海外发行和宣介推广的总牵头单位,积极整合线上、线下渠道资源,推动主题图书进入更多海外主流书店、网络书店、图书馆、孔子学院、高校、智库研究机构等,提升海外发行的针对性、适配性、有效性,确保覆盖全球180个国家和地区,进一步夯实中国主题精品图书海外发行主渠道。同时本着平稳务实、精准精确、高质量的工作原则,充分利用自有渠道,深化外部协同协作,推出书评文章、研究报告、采访短视频等多元化宣介产品,在国际主流媒体、社交媒体平台主动发声,进一步加强国内外资源统筹,每年举办数十场海外主题活动,让习近平新时代中国特色社会主义思想在全世界传播得更为深远。

二是增强国内国外两个市场两种资源的联动效应,发挥出版物走出去主力军作用。分析并挖掘内需潜力,与海外渠道优势互补,做好国内国外协同协作,引领出版界积极迈向海外市场,促进国际文化交流与融合发展。具体做法有:第一,与地方出版机构建立国际传播协调协作机制。与读者出版集团、贵州出版集团和新华文轩等签署战略合作协议,充分发挥各自优势,立足出版物进出口、国际版权交易、书展国际化及海外文化活动策划等,全面引领文化走出去,切实提升国际传播效益,合作发展,共创双赢,构建业务的新发展格局。第二,拓展合作思路,扩大海外文化合作“朋友圈”。作为“千帆计划”对外文化贸易企业联盟理事单位,与留学生联盟和院校联盟开展紧密合作,在

书刊贸易发行的空白地区拓展合作渠道,共同发力,有效扩大中国文化的传播范围;在中央企业海外分支机构建设“中国书架”,向海外读者和企业员工提供中国主题图书,以书为媒介讲好中国故事,扩大中华文化影响力,向世界展现真实、立体、全面的中国。第三,挖掘优势资源,创新服务模式。打造“中国出版界与海外图书馆座谈会”系列品牌活动,通过举办座谈会,增进了解、促进合作、共谋发展,推动双方更深入、直观地把握彼此需求和动态,寻求更深层次、更广领域的合作机会,推动中国文化国际传播走深走实。

三是转变业务发展思路,强化服务思维,促进实物贸易和服务贸易相结合。第一,拓展数字版权合作,探索出版物海外传播新模式。国图集团与黎巴嫩的出版公司进行合作,开展期刊合作版权输出业务的探索,与国内多家期刊社进行版权合作,通过搭载数字期刊载体向中东地区受众进行投放。第二,不断增强自主聚合、发散资源的能力,完成版权交易平台“版通世界”的开发,并于2023年10月法兰克福书展期间正式上线。平台将知产权交易和纸质版出版物贸易相结合,与国图集团的传统优势海外组团参展业务相辅相成,将其升级为全新的业务模式,更加迎合新形势下国内出版机构在海外市场的拓展需求。第三,简化业务流程,积极推进市场资源线上化、平台化、可视化管理,不断提高服务市场各方的能力和水平。近年来,国图集团着力打造一系列营销和管理平台,如“海外图书馆线上选书平台”“海外商户电子商务平台”“出版物海外发行服务平台”“客户关系管理平台”等,通过提质增效,实现业务精细化管理,提高服务质量。

2024年,国图集团将迎来成立75周年。作为一家传承70多年的国有企业,我们的事业版图早已延伸至各个领域,但主业一直没有变,那就是中国文化的国际传播。为更好新形势下国际传播工作,我们要更加积极地参与国际文化产业链分工,坚持走出去和引进来双效并举,统筹国际国内两种渠道,在更大范围、更广领域和更高层次上开展合作,主动讲好中国故事,实现价值传递和文明互鉴,助力中国文化的国际表达。

## 承载文化使命, 推动音乐出版高质量发展

□上海音乐出版社社长、党总支书记 孙宏达

“必须以满足人民日益增长的美好生活需要为出发点和落脚点,把发展成果不断转化为生活品质,不断增强人民群众的获得感、幸福感、安全感。”在习近平总书记心中,实现高质量发展,就是在为人民创造高品质生活上实现更大突破。作为专业音乐出版机构,上海音乐出版社始终将赓续中华文脉、推动文化繁荣发展视为己任,把追求高质量发展摆在首要位置,把新发展理念贯穿企业发展全过程和各领域,在选题布局、营销推广、管理增效等重点方面凸显高质量发展的新时代要求。

一、筑牢出版根基,积极转变观念,用专注本业“音乐作品”的标准遴选策划选题,提升内核驱动价值。

选题是出版社的立足根本。在策划方面,我们坚持以习近平总书记提出的“七个着力”为指导,在音乐、舞蹈领域精耕细作、精益求精,根据市场变化,不断统筹布局全社选题。一是以高站位推出滋养民族心灵、讴歌时代奋进新面貌的主题出版精品,出版赓续红色血脉的《山水情——何占豪古筝协奏曲集》;弘扬中华优秀传统文化,展现时代风采的《古韵咏中华——中国古典诗词合唱曲集》;深入挖掘黄河文化蕴含的时代价值,延续历史文脉的音像制品《中国黄河》等。2024年,还将推出吕其明双钢琴版和学生普及版《红旗颂》、歌唱新中国成立75周年的群众歌曲集《歌咏中华》、致敬中国老一辈音乐人的“世纪强音——中国音乐家传记”系列丛书等,以多元化的文化内涵、多样化的阅读方式,多角度、多层次讲好中国故事。二是以高水准抓经典、促原创、追前沿、补空白,构建具有影响力的学术出版高地,计划出版“十四五”国家重点出版物出版规划项目“中国少数民族音乐文化研究”丛书,关注全球视野下东西方音乐对话交流的“西方音乐中的中国”系列,全面系统阐释中国舞剧结构和语言进化过程、弥补舞剧研究空白的《中国当代舞剧发展史》等,进一步推动上海建设文化码头、发挥文化源头的功能效应。三是以高品质铸就满足大众精致化、独特化需求的大众读物,积极响应上海世纪出版集团“大虹桥计划”的号召,瞄准当下音乐消费群体关注的热点,创立“乐



与阅”音乐人文品牌,出版了《古典音乐故事》《欧洲音乐史话》《音乐知多少》等一批深受市场欢迎的普及类读物,其中《音乐山海经》入选“中国好书”2023年10月榜,入围央视网“2023,一起阅读”年度阅读盛典艺术类推荐书单。四是以高质量打造“培根铸魂、启智增慧”的音乐优质教材,发挥融合出版的创造性,为师生提供个性化、定制化的精准服务,出版“钢琴巴士”AI智能7+1曲库系列,通过配套APP,不仅实现读谱、分手弹、变速弹、自动翻谱、一键测评等功能,而且能对钢琴演奏过程提供智能化辅助、动态化监控和即时性测评,从而增加教学趣味,提高学习效率。

二、再造传播渠道,用二度创作“乐器演奏”般的精准触达目标用户,拓展营销外溢价值。

市场经济下,出版业同质化发展使得竞争日益趋于品牌认知的竞争。上音社在长期的实践和摸索中,倾力打造出版品牌,研发差异化、特色化、智能化的产品。例如启动老品改造工程,发挥全媒体升级“有声有色”的优势,针对上音社A类畅销品,合并升级、音视频配套呈现,让老产品焕发新生机,从而增强市场竞争力,同时,全媒体产品通过“一书一码”的方式也能有效防止盗版侵权。此外,上音社还顺应时代潮流,尝试探索多元发展路径,通过建设3个关联子品牌,多措并举拓展市场渠道,提高市场认知度。一是强化数字品牌“乐海书情”,在目前几十万粉丝的基础上持续做好知识服务,以中国传统音乐古谱今译双平台数据库为抓手,传承和弘扬中华优秀传统文化,重点做好创造性转化和创新性发展,赋予其新的时代内涵和智能交互表达形式,激活其生命力,实现双效增长。二是规划服务品牌“红鸚鵡”,整合图书、作者、编辑资源,通过大众喜闻乐见的形式,将文化创新和群众需求结合起来,让文化服务走进社区、园区、校区、厂区,让阳春白雪不再曲高和寡,让音乐融入市民生活。三是打造文创品牌“音果创意”,依托现有资源和自身特色,开发“Q版音乐家系列”IP,打造谱夹、音箱、盲盒、帆布包等文创产品,满足读者的心理需求与精神享受,拓展与延伸图书品牌内涵,提升影响力。

三、优化保障体系,用支撑架构“院团剧场”般的坚实护航高能运转,提升企业管理价值。

面对复杂多变的市场,如何缓解企业成本压力,激活内生动力,增强发展新动能,是摆在上音社面前的一道重要课题。为此,我们通过强化企业管理,深挖创效潜力,进一步降本增效促发展。一是要立足人才队伍的建设,加大培养力度,通过人才培养现代化考核培养一专多能的复合型人才。切实以思想突围,引领人才工作发展全面破题,全力构建统筹有力、衔接有序、运转高效的人才工作机制,最终将人才优势切实转化为创新优势、发展优势,为推动出版社高质量发展凝聚智力、赋能增效。二是优化流程管理,完善研发到市场的全流程管理,社里正加紧建立集采、编、印、发为一体的云舒系统、编程编辑系统、全流程ERP系统,同时持续开发社内编辑系统,使图书出版、音像出版、数字出版的全流程可视化。三是扎实推进目标管理,围绕“人人肩上有压力、个个手上有任务”,倒排计划、挂图作战,明确时序节点和季度完成比例,完善工作机制,形成清单化、责任化、考核化抓落实“作战图”,从而全面提高出版社运转效率。

转型发展闯新路,乘势而上谱新篇。未来,上海音乐出版社将继续在上海世纪出版集团领导下,以高质量发展为目标,通过科技赋能,把优质内容的生产和传播,通过传统出版、数字出版、融合出版等形式展现给广大人民群众,为打造文化自信自强的上海样本、建设习近平文化思想最佳实践地作出应有贡献。

# 坚定文化自信

# 铸就出版新辉煌

## 中国新闻出版传媒集团祝第36届北京图书订货会圆满成功