



江苏凤凰出版传媒股份有限公司副总经理袁楠： 出版是推动“一带一路” 国际合作重要抓手

□本报记者 商小舟 李婧璇

“出版是推动‘一带一路’国际合作的重要一环，其重点任务之一，就是让中华文化真正走进‘一带一路’沿线国家，实现民心相通。”日前，江苏凤凰出版传媒股份有限公司（以下简称凤凰出版传媒集团）副总经理袁楠获评“一带一路”国际化领军人才。

从业25年间，袁楠策划或主持了“亚洲经典著作互译计划”（中巴互译）项目等30余项国家级走出去重点项目，策划编辑的图书多次获得年度输出优秀图书奖及年度引进优秀图书奖，并牵头推进“世界运河文丛”等图书的国际组稿工作。

聚焦主业：打造“一带一路”精品项目

“一带一路”倡议提出10余年来，中国与沿线各国经贸合作稳步发展，合作规模、质量、领域不断拓展，激发了各国民众旺盛的精神文化需求。

凤凰出版传媒集团以版权贸易、实物出口、合作出版、全球组稿四个方向为发力点，“十三五”以来，累计向海外输出非华语版权3700余种，覆盖超过70%的“一带一路”沿线国家。其中，由袁楠牵头推进的“亚洲经典著作互译计划”（中巴互译）项目、“江苏名家名作”外译项目取得良好效果。袁楠表示，集中力量打造一批针对“一带一路”沿线国家的精品出版项目，既是需要牢牢抓住的重要历史机遇，也是凤凰出版传媒集团聚焦主业、提升自身实力和影响力的必然选择。

据袁楠介绍，“亚洲经典著作互译计划”（中巴互译）将中国现代经典文学名著推介到巴基斯坦，同时精选作品价值高、作者影响力大、适读性强的巴基斯坦名家名作推出中译本。根据两国具体国情与各自出版业特点，凤凰出版传媒集团深度参与互译图书翻译审核和版权洽谈，实现与巴基斯坦文学院的精准合作。《无花果树的史：巴基斯坦短篇小说选集》中的文章被《收获》杂志转载，《解密》（乌尔都文版）由巴基斯坦文学院总编辑穆罕默德·阿西姆·巴特翻译。

通过有针对性的重点项目，凤凰出版传媒集团推出了一批互译精品图书，版权输出至越南、马来西亚、印度等国家，进一步加深了国际出版合作。

品牌建设：推动图书互译与文化互鉴

2024年6月，第30届北京国际图书博览会期间，凤凰出版传媒集团召开品牌推介会，旗下26个子品牌首次以矩阵形式集中亮相，涵盖人文社科、少儿、艺术等多领域。袁楠介绍，近年来，“凤凰传媒出版子品牌”体系建设稳步推进，“凤凰国际出版”“凤凰书架”等品牌，正在为凤凰出版传媒集团整体价值提升注入新动能。

“凤凰国际出版”以凤凰版优质原创内容为基础，凤凰出版传媒集团联合海外知名出版机构，共同打造系列产品。位于美国芝加哥的凤凰国际出版公司年销售量逾1000万册，牢固树立全球授权有声书市场领先地位；泰勒·弗朗西斯集团、施普林格·自然集团、圣智学习集团、博睿学术出版社等海外顶尖学术出版机构，将《中国近代通史》《中国文化知识辞典》《大运河画传》《哲学的希望》等一批精品译作奉献给全球读者。

曾入选“2021年江苏省中华文化走出去重点项目”的“凤凰书架”，通过赠送图书、阅读推广等形式为海内外读者提供高品质阅读服务，目前已在海外落地18家，其中智利“凤凰书架”升级为“凤凰图书馆”，高效链接



图书与海外读者需求，成为海内外读者理解当代中国的重要窗口。

长期以来，凤凰出版传媒集团与海外60多个国家和地区的著名出版机构保持良好合作，同时积极开展国际组稿。“世界运河文丛”联动六国专家“云”组稿，“美丽童年国际儿童小说书系”与意大利、匈牙利、新西兰等国家紧密合作，邀请世界各地作者书写关于成长的故事，目前已出版了《十四岁的旅行》《裴多菲街8号》《毛利男孩》等作品。

提升效能：构建多渠道、立体式对外传播格局

“推进‘一带一路’国际出版项目建设，最重要的是提升国际传播效能。”袁楠表示，凤凰出版传媒集团依托重大项目、深耕重点国家、培养重要人才，不断深化国际出版合作和版权贸易合作，逐渐构建起多渠道、立体式对外传播格局。

近年来，凤凰出版传媒集团积极申报丝路书香工程、中国图书对外推广计划等国家项目。2023年，《大运河画传》等24种图书入选丝路书香工程，《本巴》等8种图书输出至哈萨克斯坦。随着“中国作家作品走进土耳其”“中国名家名作走进哈萨克斯坦”等重点项目的推进，凤凰出版传媒集团正在积极推动中国优秀文学作品批量走向“一带一路”沿线国家。

今年1月，凤凰出版传媒集团面向越南译介的“新时代、新十年”重要成果获评“江苏省对外宣传创新奖”。通过与越南出版单位广泛深入的合作，凤凰出版传媒集团向越南市场输出大批反映中国现代化建设伟大成就、弘扬中华优秀传统文化的精品图书，推动“中国式现代化”在越南的精准传播。截至目前，凤凰出版传媒集团已向越南输出《马克思主义为什么行》《农村党建工作创新》《从新农村到新农村》《大道先行》等30多种主题图书。在哈萨克斯坦、乌兹别克斯坦等国家，凤凰出版传媒集团通过合作共建、成立联合编辑室等形式，扎实推进文化交流。

在国际出版人才培养方面，凤凰出版传媒集团已培养起近百人的高素质创新型涉外人才团队，同时建立高品质的“凤凰国际出版翻译专家库”、规划“外国人写作中国项目”，多语种开发翻译资源。自2020年以来，凤凰出版传媒集团累计诞生了11位全国“一带一路”出版国际化人才。“我们通过定期开展国际传播业务培训，不断提升团队国际视野、专业素养与职业能力，提升凤凰国际传播人才队伍建设水准；积极组织团队参加伦敦书展、法兰克福书展等重要国际书展，积累丰富的实战经验；同时，对旗下出版社大力扶持、鼓励策划外向型精品出版项目，在实践中培养出立足本土、走向世界、面向未来的国际出版编辑人才团队。”袁楠说。

厦门外图集团有限公司董事长、总经理申显杨：

十年磨一剑，风正好扬帆

□本报记者 张福财

闽海之门，浪漫鹭岛，独特的地理位置，让厦门自古就是对外商贸易重镇。厦门外图集团有限公司（以下简称厦门外图）董事长、总经理申显杨以书为媒，率领团队充分利用厦门对外交流地缘优势，开创了多个交流平台，推动中国文化有计划、有步骤地向北美、东南亚、拉美地区迈进，为国内国际出版发行行业搭建了合作桥梁，促进中国文化的国际传播，申显杨也因此获评“一带一路”国际化领军人才。

敢为才能有为

从建立一个品牌到形成走出去平台群

2013年，“一带一路”倡议提出后，申显杨带领团队积极响应。近10年来，树品牌、建平台，以东南亚为基点，进行文化走出去的创新尝试，积累成功的策划经验并推广到了拉美、北美，带领厦门外图搭建多个连通国际国内的图书展会和版权交流平台。

10年前，申显杨开始布局东南亚市场，他带领团队先后8批次赴东南亚各国，调研、踩点。“我们发现泰国出版市场相较于东南亚其他国家较为成熟，泰国民众阅读习惯较好，尤其是对学习中文和阅读中文图书有极高的热情与接受度。因此，我们将东南亚中国图书巡回展的首站放在了泰国，而后一步步延伸到其他东南亚国家。经过多年摸索，逐步形成一国主会场、多国分会场的巡展模式。”申显杨向记者回忆办展的经历。

如今，东南亚中国图书巡回展

已成功举办8届，成为覆盖东南亚的大型跨国图书巡回展销平台，促成中国出版业与东南亚出版业的深度合作。

厦门外图走出去战略在东南亚的成功实施，为集团走出去事业积累了经验与信心，厦门外图将继续将办展模式成功拓展到拉美及北美等地。

拉美中国文化巡回展，是厦门外图2023年创新设立的，该项目入选了国家对外文化贸易“千帆出海”行动计划，迄今已举办两届，成功走入智利、巴西、墨西哥等国家，成为拉美地区中国出版的一张闪亮名片。巡回展展出出版物、动漫游戏、影视剧等中国文化产品，在拉美地区掀起“中国风”。申显杨介绍，在第二届巡回展上，一位来自巴西里约葡中双语高中的学生乔治致勃勃地翻阅《大圣来也：郑派悟空戏写真集（汉英对照）》图书，他摸着还不算特别熟练的中文激动地与厦门外图的工作人员分享：“我知道悟空，那很酷！我现在汉语水平考试通过了四级，相信不久的将来就有机会亲自去中国感受一下。”

干得好更要“讲”得好

多元化、国际化传播让中国出版蜚声中外

“在有了成功的办展经验后，我一直思考着如何进一步走出去，如何让海内外更高程度地参与到这场中华文化盛会中。”申显杨说。

在走出去探索之路中，厦门外图发现国内图书版权对外输出面临着缺乏平台、客户难找的行业痛点，由此创建了国际图书版权超市



项目。通过打通线上线下平台及在全球的图书销售网点，厦门外图构建了中国图书版权超市这一集中出版展示、洽谈、交易为一体的图书版权贸易平台，实现全天候的在线版权贸易与交流。目前，国际图书版权超市网站与海外线下站点已成功投入使用，实现《藏海花》《沙海》《十年》等图书的版权输出。

为拓展走出去深度，厦门外图在东南亚和拉美地区实施以出版物内容为核心的“讲述中国”融媒体传播活动。该项目为国家文化出口重点项目，以“一国一策”的方式，以“文化的中国”为主题，结合出版、新媒体、融媒体等内容，线上线下结合开展大型活动，抓住各国年轻人群，实现中国文化的传播升级。

坚信人才是第一生产力

把创新刻在企业基因里

近年来，以人工智能为代表的新技术推动出版业产生变革，也使得对外合作中充满着机遇与挑战。面对困难，申显杨在企业经营管理中大力鼓励创新，把创新要求贯穿在集团日常经营的方方面面。

北京语言大学出版社董事长郝运：

全流程设计综合提升国际影响力

□本报记者 商小舟 李婧璇

“出版品牌的国际影响力建设，需要进行系统性的建构，从产品研发到营销推广、用户服务进行全流程设计，才能打造具有国际影响力的出版品牌。”提到出版走出去，北京语言大学出版社（以下简称北语社）董事长郝运对《中国新闻出版报》记者如是说。

在郝运主持工作的8年中，北语社荣获多个国家级走出去奖项，多种图书外译项目入选经典中国国际出版工程、丝路书香工程，获得“输出版引进版优秀图书推介”等奖项，成为教材全球实物出口基地、教材版权输出基地、海外国别化教材研发基地和全国首批出版融合特色单位……在众多荣誉背后，是郝运带领团队对于国际中文教材出版走出去和出版数字化转型的不断探索，郝运也因此获评“一带一路”国际化领军人才。

国别化开发让特色产品更有竞争力

国际中文教材出版是北语社的重要产品线，也是其特色与优势。随着时代发展的需要以及国际市场的变化，北语社积极推进多个品牌出版产品的改版升级，相继完成了《新实用汉语课本》（第三版）国际通用版及多语种注释版、《汉语教程》第三版改版及多语种注释版、《轻松学中文》全系列第二版的开发和出版工作，让经典优质中文教材焕发新生。

依据过往本土化运营经验，郝运深知，单是拥有优质资源，在国际拓展方面还是远远不够的，“要让产品真正进入海外市场，就应该从不同国家和地区市场需求入手，既要让产品国际化，又必须实现国别化开发。”

为此，郝运组织北语社通过组建跨国编创团队、合作出版等多种方式，针对海外市场推出一系列国别化精品教材。例如，为泰国中小学量身定制的《开开汉语——泰国小学中文课本》和《天天汉语——泰国中学汉语课本》，以及专门针对美国高中的《真实中文》、美国大学及成人的《一言一行学中文》和《中文全方位》等，均获得良好的市场反馈。

为进一步将中文语言教材深深嵌入海外市场，通过教材促进中外文化交流，郝运带领北语社与海外政府和出版机构合作，推动一批产品进入“一带一路”沿线国家国民教育体系。例如《天天汉语——泰国中学汉语课本》被列为泰国职业委员会指定汉语课本，作为中文示范教材在泰国职业院校推广使用；希伯来语版《汉语韵律会话》被以色列教育部列为高中中文课本；阿拉伯语版《汉语乐园》作为阿联酋政府指定汉语课本在公立小学使用。

通过产品的国际化建设，目前北语社已经有9种国际中文教材进入了泰国、阿联酋、沙特阿拉伯、以色列、马来西亚、菲律宾6个“一带一路”沿线国家。郝运介绍，今后，北语社经典产品《轻松学中文》还将继续进入南非、马耳他等国家，为传播中国声音、深化国际交流贡献力量。

“一国一策”全面铺设海外自营渠道

立足国际中文教育出版这一优势领域，郝运提出了“一国一策”精细化经营海外国别市场策略。通过深入分析不同国家市场情况和特点，北语社有针对性地开展了包括



图书实物出口、版权贸易、合作出版及文化交流等在内的多元化经营，构建了集传统图书外贸渠道、海外本土渠道、直销客户渠道及数字化渠道为一体的立体化全球营销渠道布局，在“一带一路”沿线国家实现了自营渠道全覆盖。

与此同时，在原有传统渠道基础上，北语社发力线上网络渠道建设，与海外经销商合作，在美国图书线上销售平台Amazon设置专营店，在泰国、马来西亚等东南亚国家线上销售平台Shopee建立国别站点，设立马来西亚恒河书店、西班牙CHINO EASY、俄罗斯RELOD、德国Oliver等海外本土化经销独立站等专门的网上书店。这些本土销售渠道，为北语社海外市场带来了新的增量，实现了年均15%的增长。

依托强大的自有渠道，郝运带领北语社制定了品牌推广与服务相结合的国际营销策略，与国际展会营销、会议营销、新媒体营销等方面多维度开展国际化营销推广，逐步构建起了辐射不同国家和地区的国际化营销体系。在国际书展、国际中文教育领域的行业会议等世界舞台上留下了北语社的身影，在脸书、优兔、Instagram和TikTok

申显杨介绍，厦门外图充分利用新技术、新手段，创新求变，创设国际有声阅读平台，该项目作为“千帆出海”行动计划入选项目，汇集有声书、播客、短视频，为中国数字文化产品出海提供从版权合作、多语种翻译、多语种配音制作、有声出版、海内外运营推广的全流程产业配套服务。项目通过数字平台与文化行业深度融合，大力推动有声阅读业界合作，拓展有声阅读市场。

申显杨认为，要推进文化走出去走深、走实，必须融入当地国，在境外有自己的团队。近年来，厦门外图在东南亚、拉美等地区组建了境外团队，充分发挥境外人员在文化、语言方面的优势，高效举办境外活动，保持了东南亚中国图书巡回展、拉美中国文化巡回展等展会品牌的延续性，还通过海外团队实现全年不间断的高效业务对接。

“人才是集团的第一生产力。”回首几十年间做文化出海工作的历程，申显杨对于人才的重要作用深有体会。为此，多年来，厦门外图与厦门大学、华侨大学等国内知名高校密切合作，引进优秀毕业生，不断为走出去团队注入新鲜血液。与此同时，申显杨在集团内部建立人才激励机制，集团资源向国际化的业务团队、优质项目倾斜，鼓励外向型人才在内部得到培养。

多年来在文化出海方面作的工作，让申显杨获得了一系列荣誉，如全国新闻出版行业领军人才、韬奋出版奖、中国出版政府奖优秀出版人物奖、全国书刊发行业最高奖——中国书刊发行业奖等奖项。

对于未来，申显杨说：“我们既要抓住机遇，也要迎接挑战，持续打造中国图书出口平台矩阵，大力策划、培育新的走出去项目。”

等平台打造国际化网红团队，海外新媒体传播矩阵辐射全球120多个国家和地区，进一步扩大了北语社的国际影响力。

打好融合发展“组合拳”

面对出版单位转型升级所面临的诸多痛点和难点，郝运始终坚持创新驱动，大力推进“轻量化”“定制化”“平台化”数字化业务创新发展模式，逐渐形成出版社融合发展的底气。

2021年，郝运带领团队筹建国家新闻出版署“出版业‘一带一路’国别化语言服务关键技术研发与应用重点实验室”，联合共建单位，共同打造“产学研用”融合发展工程，自成立以来沉淀了26项软件知识产权，通过科学研究，提升出版业在落实国家语言战略中的支撑力和重要性。

完成出版融合发展基础设施建设后，郝运与北语社制定了出版融合发展战略规划。如今，相继上线的“全球国际中文教学服务云平台”“全球国际中文教学服务云平台（青少版）”“国际中文教学数字化智慧教学系统”等数字化产品，已向“一带一路”乃至全球国家和地区提供了新型出版产品和服务，实现了出版社出版融合发展战略规划的落地。

“出版企业走出去既是国家的战略需要，更是北语社自身发展的必然选择。”郝运表示，北语社将始终不渝地坚持走国际化发展道路，不断研发、出版优质国际中文教材，实现产品、渠道、营销全流程、全方位的国际化发展。