



本期关注：中国学术出版走出去

如何提升学术出版海外市场可见度

□本报记者 范燕莹 隋明照

“我们国家的学术出版走出去越来越活跃，关于中国学术对全球知识体系的影响与贡献的讨论也越来越受到各界的关注。”从刚刚结束的第43届智利圣地亚哥国际书展归来，中国人民大学出版社党委书记、董事长李永强向《中国新闻出版广电报》记者这样讲述感受。

许多从事学术出版的出版人都明显感受到，因为中国的发展和学术水平的提高，海外市场对中国学术图书的需求正在增强。

一方面，国际社会对研究中国以及中国研究者学术成果了解的需求增多，中国学术出版也在通过参与国际展会、建立合作出版机制等方式加快走出去的步伐；另一方面，学术图书出版机构要想更高质量地走出去，仍然需要直面翻译及版权人才匮乏、学术出版数据库建设起步较晚、在海外精准触达目标读者群存在难度等现实问题。

如何看待中国学术出版走出去的硬币正反面？记者就此问题采访了出版单位领导、相关负责人和业内专家，深入探讨我国学术出版走出去的好经验、面临的问题以及未来努力的方向。

中国学术出版越发受到国际瞩目

在第43届智利圣地亚哥国际书展中，中国人民大学出版社举办了“中国式现代化与中拉出版合作新机遇论坛”，收获很好的反响。李永强表示，线下国际书展近两年快速升温。从去年开始，人大社全面恢复了线下参展海外国际书展。不仅是在圣地亚哥，人大社在伦敦书展举办的“中国学术的全球分享与传播出版论坛”同样吸引了许多中外出版文化界、高校智库和媒体的目光。

上海交通大学出版社国际合作部副主任王威则介绍，在前不久举行的第76届法兰克福书展上，上海交大社与施普林格·自然出版集团分别就“无人机器学习技术系列”“英文版‘软体机器人前沿丛书’”英文版成功举办签约仪式和新书首发式，这两套小众的学术图书，因为紧跟国际前沿热点，成功实现了对外输出。

中国学术著作越发受关注，出版机构倾向于选择怎样的发展模式？采访过程中记者发现，集中力量打造精品是众多出版社的选择。

李永强说，“高端学术出版

走出去”是人大社的特色，出版社对这项工作总结了8个字的要求——“三个聚焦”“三个顶尖”，即聚焦中国、聚焦当代、聚焦学术，坚持与世界顶尖、行业顶尖、所在国顶尖出版社合作。李永强向记者重点介绍了两套图书，一套是“中国式现代化研究丛书”，这套书目前已出版英文、乌兹别克文、哈萨克文等20余个语种，版权输出到多个国家与地区。另一套是“中国视角丛书”，这套书汇聚当代中国文史科技发展前沿成果，有助于海外读者进一步认识中国、了解中国，为“中国方案”走向世界提供学术支撑，目前人大出版社和英国劳特利奇出版社已经合作出版这套书里的40余种，未来每年都将有新的品种陆续出版。回顾这两套书走出去的成功实践，李永强介绍，“中国式现代化研究丛书”是“一套学术图书实现多语种并行”，“中国视角丛书”则是“中国学术走进主流国际策划”，虽然表现出来的走出去路径不同，但其成功走出去都体现出国际社会对中国发展的关切。

广东人民出版社在中国学术

精品翻译方面起步较早，成功推动了一批优秀的学术精品在世界各地以多种语言翻译出版，如《中国家庭史》《历史视野下的中华民族精神》《守望中国价值》《历史句号》《账本里的中国》等。广东人民出版社和数字出版中心主任黄洁华讲述了近年发生的很有代表性的学术出版走出去故事。广东外语外贸大学南国商学院教授池圣女一直关注中国古代哲学方面的经典著作，她得知广东人民出版社一直在推动中山大学哲学系教授、博士生导师冯达文代表作《宋明新儒学略论》的外译工作，便表示希望组织中韩两国专家合力翻译。立项后的3年多里，各方排除万难，紧密合作，最终按时并高质量地完成了韩文版的翻译工作。今年的北京国际图书博览会上，还举行了《宋明新儒学略论》韩文版新书发布仪式。

中国社会科学院出版社发行部主任王斌也介绍了一个表现突出的例子。经济学家蔡昉的学术著作《破解中国经济发展之谜》英文版在施普林格出版后，社科社尝试了联合发行模式，截至目前，在线下载量已超过1.2万

次。“虽然只是一本书的数据，也还是传统电子书的形式，但这一例子让我对耕耘国际市场信心倍增。”王斌说。

暨南大学出版社则依托百年侨校优势学科资源，出版了一批“侨”字牌图书，华人华侨研究图书出版特色鲜明。同时，在习近平总书记2018年考察暨南大学时“把中华优秀传统文化传播到五洲四海”的勉励下，暨大社将中华优秀传统文化作为重点出版领域。暨南大学出版社社长阳翼介绍，暨大社依托已有传统文化资源开发了“中华学术外译书系”，还积极输出了《中国多民族同源神话研究》《中国少数民族史话》《中国文化外译书系·诗歌中国》，以及“潮汕侨史”“汕头埠老报馆”《汕头埠史话》等。暨大社出版的由中国社科院民族文学研究所教授王宪昭著、暨南大学外国语学院教授朱湘军等人翻译的《中国多民族同源神话研究》还获得了国家社科基金中华学术外译项目，英文版将于近期由圣智学习亚洲有限公司在海外出版发行。

面临新理论阐释不及时、数据库建设不足等挑战

虽然我国学术出版走出去取得了很大的成绩，但不容忽视的是，目前这项工作仍然面临诸多挑战。正如中国新闻出版研究院国际室副研究员甄云霞所认为的那样，近几年，国际形势复杂，政治经济外交等不确定因素持续发酵，“一带一路”沿线国家合作意愿相对较强，而与欧美国家合作中比较被动，尤其是学术出版走出去面临阻力。

北京外国语大学国际新闻与传播学院教授、北京外国语大学中国文化走出去效果评估中心执行主任何明星认为，中国学术出

版走出去面临的问题依旧是在国际政治、经济、文化上的“三个不匹配”。“三个不匹配”的核心是中国学术出版没有充分发挥“知识生产与知识传播”的作用与功能，导致国际主流的思想领域中依旧流行西方中心主义视角下对于中国政治、经济、文化的解读、过滤，并被贴上各种标签。新出现的理论概念尚还缺乏中国出版尤其是学术出版的积极跟进，对“中国式现代化道路”等概念的系统性阐释还不充分。

阳翼认为，随着国家文化软

实力的增强和国际交流的增多，中国学术出版走出去的动力也在不断提升。数字化浪潮下，尽管中国学术出版在数字化方面取得了一定进展，但与海外相比，学术出版数据库建设等方面仍存在差距。不同国家和地区的文化差异和语言障碍也是影响中国学术出版走出去的因素之一，因此，需要加强译者的专业培训和选拔，提高翻译作品的整体水平，确保翻译作品能够准确传达原文的意思和风格，同时也符合国际学术出版标准。

甄云霞还在采访中提到，学术出版学科性强的特性，决定其受众相对较窄，如主题出版类图书，受众集中在各国政界、学界人士，未进入海外主流渠道和受众群，学术出版在海外市场的可见度有待提升。需要注意的是，学术出版走出去还存在不良竞争的问题：一方面，学术图书扎堆版权输出，良莠不齐，质量得不到保障；另一方面，部分出版机构过于依赖走出去资金支持，甚至出现了用非常规手段扰乱市场秩序的情况，学术图书的落地效果更无从谈起。

以技术和模式创新构建有效国际传播体系

走出去的挑战犹如跨栏赛场上的拦架，跨越拦架固然不易，但也间接迫使出版机构向着更高更强的目标不断探索出路。

国际出版优秀人才缺乏是困扰出版社的重要拦架。甄云霞认为，只有拥有懂学术出版、了解国际出版市场且具备多语种沟通能力的人才，才能将更多承载中华学术思想观念的图书介绍给海外读者，帮助国内优秀学者在国际学术界发声，获取国际社会的理解认同，提升我国的学术话语权。何明星同样强调，要加强跨文

化的出版人才建设工作。“希望未来中国出版企业不仅仅以中国员工为主，还需要大量具有不同文化背景、来自不同国家和地区编辑、出版和发行人才。”何明星如是说。

多位受访人还提到了学术出版走出去需要在融合创新以及探索合作新模式上下功夫。李永强建议出版社尝试推进跨界协同，探索出版与外交、旅游等相关领域的协调配合，尝试出版与媒体、高校等其他主体协同发力。搭建合作平台，通过成立出版合作平台、

合建文化交流平台、共建图书出版中心等，助力共享出版资源，开展形式多样的国际人文交流合作。甄云霞表示应加强技术创新、模式创新，挖掘现有资源，探索升级知识服务水平，基于学术出版的融合发展，实现多种形式的走出去。

政策支持也是普遍诉求。李永强提出，希望国家能够加强顶层支持，拓展走出去项目扶持资金的使用范围，提高资金使用效率。要更好发挥政策导向作用，通过学术外译、丝路书香工程项目对学术出版走出去的支持现

状进行改进，除了前期把好质量关外，在资助环节上也应进一步向落地效果倾斜，对发行宣传环节加大支持力度。甄云霞也认为，在海外市场渠道信息获取和沟通方面，需要为出版机构搭建平台，提供政策和资源支持。

“我们需要自信构建更有效的国际传播体系，出版大有可为。”李永强如是说。甄云霞提醒学术出版机构要聚焦自身学术资源优势领域，打造鲜明特色和品牌，进一步增强在目标市场的知名度和竞争力。

短短一年多时间，《中华人民共和国经济思想史纲》英文版便被全球20余家图书馆馆藏——

走出去创佳绩
源于三方携手努力

□杨玲

一本关于中国经济思想史的著作，英文版出版一年多时间，截至目前即被全球20余家图书馆馆藏，销售市场覆盖北美、欧洲、拉美、亚洲地区主流销售渠道，实现19个国家50余家书店的全覆盖，为何可以实现这样的海外传播佳绩？

1949年中华人民共和国成立以来，中国社会主义建设取得了举世瞩目的辉煌成就，同时也为世界贡献了独具中国特色的实践经验 and 理论探索。为了从经济思想史的角度回顾新中国成立以来我国经济的发展历程、总结所取得的成就、反思历史的经验与教训、梳理经济思想的发展与演变脉络、探讨经济理论形成的社会环境和经济背景，首都经济贸易大学出版社邀请著名经济思想史学家、孙冶方经济科学奖获得者赵晓雷担纲撰写《中华人民共和国经济思想史纲——经济思想发展与转型(1949—2019)》(以下简称《史纲》)。该书系统完整地勾勒出中国现代经济思想发展演进的脉络，全景式地展示了中华人民共和国经济思想的发展演变过程，并入选国家“十三五”重点图书、国家出版基金项目。

图书出版后，国内学界给予高度评价，也引起国外出版机构的关注。积极推动中国学术走出去，向世界呈现真实的中国，使之外国不同寻常的发展道路和经济理论，是大学出版社的职责和使命所在。为此，首经贸社围绕图书的版权输出开展一系列工作并取得成效，2020年不仅英文版达成授权，俄文版亦入选国家社科基金学术外译项目。

但走出去之路并非一帆风顺。《史纲》英文版出版后，其海外传播面临两大难题，一是国外对经济思想史的学科性质界定存在分歧，使得经济思想史类著作很难进入国外大学。二是受疫情影响，海外图书馆经费大幅压缩，纸本书购量锐减。

在此情况下，该书海外的传播仍取得佳绩，短短一年多时间被美国普林斯顿大学、哈佛大学、斯坦福大学、耶鲁大学、加州大学伯克利分校、宾夕法尼亚大学、美国芝加哥大学、哥伦比亚大学、美国达特茅斯学院、加州大学洛杉矶分校图书馆等世界一流大学的图书馆、瑞士最古老的大巴塞尔大学图书馆、澳大利亚国会图书馆、德国国家图书馆、加拿大魁北克国家图书馆等全球20余家图书馆馆藏，其中包括10余所世界一流大学图书馆和3个国家图书馆。中国香港中文大学图书馆、香港科技大学图书馆亦收藏了该书。销售市场覆盖北美、欧洲、拉美、亚洲地区主流销售渠道，实现19个国家50余家书店的全覆盖。这说明图书成功得到了国际学术界及市场的关注和认可。

《史纲》英文版在海外实现有效传播，对于中国学术形象的塑造以及加强中国话语的解释力具有十分重要的价值和意义。分析其取得成功的原因，主要有以

下几点。

作者深厚的学术背景和一流的学术研究水准，赋予图书鲜明的学术研究特色和很高的经济思想史研究价值，这是《史纲》的根基。《史纲》英文版填补了我国现代经济思想史海外传播的空白。与以往按照时间顺序罗列经济学者(或学派)的主要理论观点并加以点评的研究思路和写作方法不同，作者以“中华人民共和国经济思想理论构成”“中国特色社会主义政治经济学探索与发展”为理论主线，着重于在发展流程的背景下对经济思想的理论形态、发展转型、学术形式及研究方法变革进行研究，对节点进行提炼和分析，将数十年的研究精华凝练于书中，使全书具有领先的学科框架意义和高度，全面清晰地展示了中国现代经济思想发展和转型的过程。在对主流经济思想史纲——经济思想发展与转型(1949—2019)》(以下简称《史纲》)的学科界定和科学规范的研究方法，使之具有符合国际视角的话语体系。

在翻译方面，出版社下了一番苦功。作为兼具经济和历史属性的图书，《史纲》中涉及大量专有名词、历史事件和文献资料，翻译难度非常大。为保证翻译质量，由国外翻译家 Shelly Bryant 和上海外国语大学孙黎黎教授组成翻译团队，这种组合使得著作翻译完全符合英语母语国家的阅读习惯，避免了词不达意和水土不服。译者、中外出版人与作者通力合作，历时两年半精心打磨，对书中的注释进行了溯源，制作名词索引，图书以国际通行规范出版，获得国外专家学者和读者的认可。

《史纲》中、英文版的高质量出版离不开政府部门、高校学术机构的政策支持。中文版的出版得到国家出版基金和北京、上海两地政府的大力支持，荣获教育部全国哲学社会科学优秀成果奖；英文版的出版获得上海财经大学的大力支持。高质量出版的结果同时也离不开作者、中外出版方的密切合作，抱着对学术科学精神和专业精神的共同追求，肩负让世界了解中国的使命，三方携手努力，共同推动《史纲》走出去。

采取国际化的传播策略则提高了《史纲》在海外的传播率。中外双方共同约定将学术传播重心放在海外著名高校和国家图书馆，市场传播策略为采取全球布货和实现主流渠道全球覆盖，版权引进方加拿大皇家柯林斯出版集团对此进行了全力推进和落实。

《史纲》的成功出海将中国的经济思想远播海外，实现中国优秀学术成果的全球共享，也为经济发展贡献了中国智慧。

(作者系首都经济贸易大学出版社社长)



在第43届智利圣地亚哥国际书展中，中国人民大学出版社举办了“中国式现代化与中拉出版合作新机遇论坛”。图为论坛上举办的新书发布仪式。中国人民大学出版社 供图

