

## 主动探索才有更多可能

——江西教育社创新出版走出去路径

□本报记者 刘蓓蓓

多年的深耕细作，让江西教育出版社走出去工作近日迎来收获：该社总编室（版权事务部）成功入选中宣部中华出版促进会文化出版合作国际事务工作委员会公布的“2024中国出版走出去年度推荐”优秀部门。

据了解，“十三五”以来，江西教育出版社累计实现版权输出783种，涉及30余个国家和地区。其中，入选经典中国国际出版工程、丝路书香工程项目17种，入选国家社科基金中华学术外译项目6种，入选亚洲经典著作互译项目2种。

谈及江西教育出版社走出去的具体做法，该社总编室（版权事务部）主任杨柳和版贸经理丁梦琛近日在接受《中国新闻出版广电报》记者采访时这样概括：始终坚持“教育”定位，注重重大出版工程走出去，不断摸索方式方法，由此探索出独具自身特色的走出去新路径。

### 定位精准获青睐 主动细致赢合作

江西教育出版社的主题文化类出版物，凭借优质的内容、持续的推广和细致的服务，在海外市场不断落地生花。记者也发现，这类出版物具有定位精准、讲述当代故事、展示中华文化独特魅力的特点。

杨柳介绍，《大道不孤——新时代中国特色社会主义的国际影响和世界意义》《中国式现代化》等13种主题文化类图书，经过持续不断地推介，得到了众多国外出版机构的关注，版权先后输出至法国、尼泊尔、印度等28个国家和地区，其中，《中国共产党治国理政之道》（英文版）入选“中国书架”项目，相继在肯尼亚、韩国、新加坡等国家及地区上架，得到了当地读者的好评；以外国人的视角，向大众讲述中国故事的主题图书“外国人看中国”系列——《东南西北看中国——一位罗马尼亚人眼中的新时代中国》《地球之虹——中意丝路学者对谈录》《老乡安泽》则成功在罗马尼亚、意大利及拉脱维亚落地出版并举办多场海外推介活动。

凭借在学术出版领域的深厚底蕴，江西教育出版社打造了一批具有中华文化内涵的标志性出版物。丁梦琛向记者介绍，为进一步挖掘这些精品学术出版物的走出去价值，部门主动对接国际主流和知名出版机构，从推荐书目、制作试读样章，到共同挑选译者、提供翻译支持等，先后与德国斯普林格自然出版集团等国际知名学术出版机构建立合作，成功实现《汉语语法演化史》（英文版、法文版、韩文版、印地文版）等多本学术出版物的版权输出。由此，江西教育出版社连续5年有出版项目入选国家社科基金中华学术外译项目，进一步扩大了出版社学术品牌的海外知名度。

### 从失败中汲取经验 实现“走进”转变

除主题图书和学术图书外，助学读物和大众阅读也是江西教育出版社走出去的两大重要板块。在图书对外推广中，江西教育出版社采取了不同的方法，突破了以往的常规模式。

杨柳举例，“年级教室”系列图书是江西教育出版社早期与加拿大本土知名教育出版社加拿大电讯出版社共同打造的一套以华人学生为目标读者的助学读物。该书重视运用国际化标准开发具有国际特色的内容，并由江西教育出版社提供选题策划方案，加拿大电讯出版社邀请北美国家学校一线教师编写。“年级教室”系列图书出版后，双效显著，不仅被列入加拿大文化遗产部评选的优质助学读物资助名单，成为加拿大各大幼儿园、小学指定使用的助学读物，还获得原国家新闻出版广电总局“第三期图书版权输出奖励计划”。该系列图书为后续助学读物的开发提供了宝贵的经验借鉴。

敢于创新，勇于实践，是江西教育出版社开拓海外大众阅读市场的行动准则。丁梦琛谈道，大众阅读类图书具有内容涉及面广、形式多样且多以单本呈现的特点，在版权输出过程中，部门在总结多次失败案例后，梳理出了具有鲜明特色的两条图书产品线，创新开拓了以成规模产品线输出版权的合作模式，进一步打开了海外图书市场。

其中，“愿你成为最好的自己”心灵励志系列图书产品线创立于2013年，至今已出版图书70余种，累计印数近500万册。该系列图书早在2017年就亮相第一届东南亚中国新闻出版巡回展时，现场与越南AZ文化交流有限公司达成输出意向。在经历了双方长时间的多次磋商后，该系列图书越南版累计实现版权输出40种，出版后市场反响热烈，并不间断地收到加印再版的捷报，多次入选越南图书畅销榜前十。

在此基础上，江西教育出版社持续关注越南市场动态，留意到越南年轻人口的上升趋势，童书市场呈现蓬勃生机，通过与当地图书公司的深度交流和研判，2023年至2024年，再次成功推介“芝麻熊童书系列”图书产品线，共有26种图书成功在越南落地出版。目前，还有50余种图书正在翻译制作环节。“该产品线的成功输出为我社大众阅读板块图书在海外的推广注入一股新的力量，实现中华文化从‘走出去’到‘走进’的转变。”丁梦琛如此表示。

2025年已经开年，江西教育出版社在走出去方面将不断加大主题出版、学术出版的对外推介力度，同时持续深入海外出版市场，积极筹划设立海外编辑部，推进本土化发行，探索更多符合国际传播特点、互惠互利、可持续发展的对外出版新路径。

编者按 颇受业内读者关注的《做书：编辑那些事》近日由江苏凤凰文艺出版社出版。该书缘起于《文艺报》、凤凰传媒

共同主办的“凤凰书评”专刊下设的《编辑故事》栏目，栏目主编、凤凰传媒总编辑徐海在工作之余广约出版业同行，撰写各自编辑生涯中的经验、成长和收获。在此，本报特约徐海撰写该书出版背后的故事，让我们一起来认识这个时代的理想编辑，并向他们致敬和学习！

# 讲述编辑登山、出坑、跨注的那些事

□徐海

近年来，凤凰传媒在文学出版过程中与全国文学媒体建立起了良好的合作关系，作为凤凰传媒总编辑的我，也与这些媒体的主编和编辑从相识到相知，多数成了好朋友。

2023年起，《文艺报》建议我在他们报纸上开辟《编辑故事》栏目。最初我没有答应他们的要求：一是因为我过去虽然有主持过各种规模的图书出版经验谈，但对定期出版的报刊栏目主持毫无概念。二是我的时间实在紧张。理论上，作为图书编辑的我和作为总编辑的我，日常工作繁杂，看书稿、读样书、写书评、评好书，组织生产、主持编委会……这还只是业务工作，若再加上行政管理和管理事务，那可真是分身无术了。三是多年来在我从事稍大或稍小一点的工作时，一个重要体会便是始终担忧有始无终、无疾而终、烂尾而终这种不良后果的发生。但《文艺报》编辑李晓晨和江苏凤凰文艺出版社副总编辑李黎像是进行了“共谋”，设下了“大坑”，在2023年1月初便告诉我版面已定，不能开“天窗”。也不知道他们是否摸清了我“耳朵根子软”的劣根，只得“赶鸭子上架”，匆忙地组织了第一期稿件。当然，在第一期主持人语里我并没有显得那么沉重，而是假装轻松地介绍了这个版面的来历和组稿的经过，那种后来反复遇到的时间压迫感在当时并无体味。

光阴似箭，想不到两年刹那过去，24期版面文章如期月月面世。在完成第一年主持的时候，我便计划等到两年时可以将这些集聚了我、《文艺报》和篇篇作者汗水的作品集结出版，整体性地推给全国出版人，推荐给做书全过程好奇的大众和从事出版研究的专家学者。现在两年期满，一如我心愿的《做书：编辑那些事》由江苏凤凰文艺出版社正式出版。

所有稍有成就的出版人的成功之路



都是一条条用汗水浸透的羊肠小道，没有一个人会在前人用鲜花铺就的现成的大道上行走，也没有一个人会在职业生涯即将结束时信心满满地说，他已经开通了一条成功之路。这正是做书人的路，一条永不知结果的路。你可以信心百倍地开始，但必须如履薄冰地走，除非你再不接任何一部新的稿件、再不组任何一个新的选题。

江苏凤凰科技出版社副编审、《嘉卉：百年中国植物科学画》责任编辑、《做书》中“做透一本书——我与《嘉卉》”一文的作者周远政，是凤凰传媒难得一见拼命女郎，所编好书费时费力，大部分都是从无到有：思路从无到有、题材从无到有、插画从无到有、作者从无到有……在无数条从无到有的路上，布满了大大小小的洼坑。在文中，周远政写道：“俗话说，自己选择的路，跪着也要走完。于我，《嘉卉》更像一种对创作的坚持与执着；于我们而言，从讲述战火童年的《纸飞机》到关注当下现实生活的《我的世界》，也不难看出左晗对于主题出版创作的感悟转变与对时代精神的声声回应。我想，正是这样的态度，才让她的每一步都走得踏实、笃定，每一部作品也都留下了时代印记。

《我的世界》的出现和成功绝非偶然。从关注到创作，左晗酝酿了很长时间，为了写好这个故事，她不是一味采访，而是选择注册成为外卖骑手，在近两个月的时间里，成了奔波在大街小巷的“骑手左晗”。她要放下置身书房的“文人气”、要兼顾繁重的工作、要照顾好家里一对正咿呀学语的双胞胎的生活、要克服不会骑电动车的困难……每每能坐下来去沉淀一天的收获时，经常是在凌晨时分。但那段时间的左晗给我一种充满活力、积极乐观的力量感，无论是讲述初送外卖的艰难还是汗流浃背的奔跑，她的眼中总是闪烁着鲜活生动的的光芒。当我第一次看到稿子的时候，我就明白了那份力量是什么，那是源自现实生活、热气腾腾的人间烟火气。

改变与坚持只为更完美地呈现

《我的世界》的初稿书名其实是《袋鼠之家》，因为带着“口袋”的袋鼠形象和外卖骑手更为贴合。但在读完全书后，我们觉得《袋鼠之家》所指代和涵盖的内容、意义都比较窄，而书中主人公张原梦想参加的“我的世界”绘画大赛的主题更符合我们对这本书的理解——它将主旨再次升华。

年七八月，整个人的意志力已经到了崩溃的边缘。有一天，我用笔在本子上画了一条曲线，沉默地看了好一会儿。就是那种极简的登山路线图，虽然一路向上，但是曲折起伏。两年间，有无数次我都以为一切马上就将结束，但是现实很快又给我一段坑坑洼洼的下坡路。”

周远政的山也好，坑也好，洼也好，其实也是无数出版人一辈子的山、坑、洼。《做书》写的是哪些事？就是编辑登山、出坑、跨注的事。

除了汗水，还有泪水。编辑有被冤枉的酸泪水，有失败的苦泪水，有成功的喜泪水。

浙江人民美术出版社总编辑、《做书》中“与作者‘不欢而散’”一文的作者况正兵与“普信”作者发生的几次冲突，特别是作者约编辑到银行大厅交流、怒摔稿件的现场，如果不是况总这样的刚猛编辑而是刚出道的年轻女编辑，那辛酸而苦楚的泪水一定止不住滚滚而落。

我原所在的江苏人民出版社的强薇，在数次因工作失误被社领导批评之后流下了伤心而后悔的泪水，但她抹干眼泪，继续编稿，在一次次艰辛的“过关”后终于取得一个又一个好的成绩。当然，她在书中并没有写这一段，而我正是看到眼泪之后的“新她”才向她约稿。她在书中写道：“编辑手上往往不只一本书稿在编，每当几部书稿的出版时间撞到了一起时，恨不得长出三头六臂，加班加点成了常态。更重要的是，因为出版所涉的知识更加专业和深入，编辑工作需要耐得住性子，不论是编辑技能还是知识素养都更需要长时间的积累沉淀，才能静水流深。”写出来就这几句话，体现的却是十年功、数次泪。

《做书》除了记录48位名编辑在写同行（编辑写编辑）、写与作者交往的故事、写自身（如何做好一本书）、写

如何管理和运营一个出版社外，在这两年中，我也记录了出版周围的大小环境——寒暑易节，雨落花开。

这两年，特别是2023年开始，生产生活恢复正常，出版本来也可以蓬勃开展。但随着新媒体爆炸式的增长，带动了做书方式（其实包括做书与卖书）的根本变化，变化到我们自己身处其中而难识的程度。过去两年，在每月的某一天，我都会细细体会当年、当月、当日、当晚的世界，从异国他乡到门前小树，从暴风雨雨到满天繁星，从众声喧哗到内心起伏，结合当月约到的稿件，想到约稿作者与我的交往，回想他们的欢声笑语，想到他们的忧心忡忡，于是起笔撰写主持人语。每当主持人语写完，一般就到了子夜时分。将完成的文本以及约来的稿件发送给李晓晨后，我常常走到室外，抬头看看外面挂在苍穹下的满月，或低首凝视因渐渐游荡落下的春雨而沾湿的双脚。

有竹帛的时候便有编辑，编辑人的故事已传千年。数千年来，这些为他人作嫁衣的编辑们也成功地为人类文明助产。我们没法想象没有书的历史，但很少深究这些编辑人的内心世界。

今天，我们正处在出版大变局的时代，我们这批中国当代编辑是靠什么样的价值观和理念去支持自己所从事的这个职业，我希望用《编辑故事》这个专栏去记载、去传承、去赞扬。

两年以后，在我退休的时候，或许会编出一本《再做书：编辑那些事》。以此两本，记载过去两年和未来两年我们出版人的所思所想、所动所感。当然，这两年或四年所录远不限于四年，而是近百位名编辑经历的多年乃至数十年的从业所得和从业经历，多方面呈现改革开放以来中国出版（个别写国外出版）的巨大变化，以及当今出版人面对挑战而自强不息的优秀品质。

（作者系凤凰传媒总编辑）

## ■中宣部主题出版重点出版物博览

# 裂变的不仅是流量，还有每个人的能量

□赵豪

当看到《我的世界》年度销量达到20万册，入选中宣部主题出版重点出版物选题、“十四五”国家重点出版物出版规划项目等荣誉，并出现在2024年终各大榜单上的时候，我知道，我们的付出得到了大众的认可。站在2025年的新起点回首这本书的出版过程，可以说，我们通过这本书摸索出了一条少儿主题出版的创新路径与成功经验。

### 从酝酿等待到一拍即合

少儿主题出版是我们新时代出版人的使命与责任，优秀的少儿主题出版之作既是行业的风向标，也是出版业重要的双效增长点。作为一家以文学见长的少儿出版社，我们一直避免同质化所带来的重复出版和过度出版，始终希望能够做出真正触达小读者心灵的作品。我们相信，那一定是从生活中走来的、带着新时代气息的、能够拥有长久文学生命力的作品。

2020年，我们出版了《我想知道你的名字》，在封面上，选择了书中具有穿针引线作用的一个外卖骑手作为主角，彼时也关注到了这个熟悉又陌生的群体。慢慢地，通过新闻、视频等，我们也看到了很多相关的动人故事，比如一位外卖骑手妈妈带着孩子送外卖、为了生活努力打拼的视频曾让我们一次次泪湿眼眶，当时心中也产生了“像这样能唤起共情、生发勇气的故事是值得书写的”的想法，但我们并未轻易开口寻找作家，而是在酝酿、沉淀、寻找与等待。

时间来到2023年，当左晗提出要创作一部以新时代外卖骑手的孩子为主人公的长篇小说时，那扇等待之门被推开了，我们一下子找到了一拍即合的共鸣之感，一股油然而生的力量也推动着所有人之力，因为我们相信，这会是一部让人眼前一亮的作品。

### 每一步都是对时代精神的回应

作为新蕾出版社自2008年起就一直

合作并重点培养的青年作家，左晗始终有追求、有定力、勇于创新的创作之姿，努力承担起新时代儿童文学作家的责任与担当。

左晗并不是一位“高产作家”，2017年的一部聚焦重庆大轰炸的《纸飞机》前后共历经5年打磨，而在沉淀7年之后，她才又拿出自己的第二部长篇小说《我的世界》。于她而言，这是一种对创作的坚持与执着；于我们而言，从讲述战火童年的《纸飞机》到关注当下现实生活的《我的世界》，也不难看出左晗对于主题出版创作的感悟转变与对时代精神的声声回应。我想，正是这样的态度，才让她的每一步都走得踏实、笃定，每一部作品也都留下了时代印记。

《我的世界》的出现和成功绝非偶然。从关注到创作，左晗酝酿了很长时间，为了写好这个故事，她不是一味采访，而是选择注册成为外卖骑手，在近两个月的时间里，成了奔波在大街小巷的“骑手左晗”。她要放下置身书房的“文人气”、要兼顾繁重的工作、要照顾好家里一对正咿呀学语的双胞胎的生活、要克服不会骑电动车的困难……每每能坐下来去沉淀一天的收获时，经常是在凌晨时分。但那段时间的左晗给我一种充满活力、积极乐观的力量感，无论是讲述初送外卖的艰难还是汗流浃背的奔跑，她的眼中总是闪烁着鲜活生动的的光芒。当我第一次看到稿子的时候，我就明白了那份力量是什么，那是源自现实生活、热气腾腾的人间烟火气。

### 改变与坚持只为更完美地呈现

《我的世界》的初稿书名其实是《袋鼠之家》，因为带着“口袋”的袋鼠形象和外卖骑手更为贴合。但在读完全书后，我们觉得《袋鼠之家》所指代和涵盖的内容、意义都比较窄，而书中主人公张原梦想参加的“我的世界”绘画大赛的主题更符合我们对这本书的理解——它将主旨再次升华。

“我的世界”这个看起来很大的名字却有包罗万象的寓意，它既有以张原为代表的骑手子女心心念念的憧憬，有以北北为代表的城市少年对自由和生活的向往，有以张原父母为代表的普通打工人的脚踏实地的梦想，也有以高老师为代表的教师群体充满温暖与善意的希冀，有以独居老人刘爷爷为代表的老年群体独立又体面的坚持……每个人都有自己的小小世界，也都在努力奋斗让自己的世界闪闪发光。最终，经过反复论证，我们和左晗达成一致，选择了《我的世界》这一书名。

为了与书名相匹配，美编主张封面主基调为突出人物、温暖美好。两个孩子相互倚靠，仰望着城市中热闹的生活场景，眼神中透出探索与发现世界的憧憬，呈现现实世界与理想世界的交织，传递积极向上的生活态度。此外，整本书的插图也是我们留给读者的“小彩蛋”。全书内文插图以“家”为主题，每一章节结合场景地和故事内容呈现一个房间的构图图，最终7个章节拼成一个完整的家，既点明了张原内心的期许，也暗含了作者对孩子们未来美好生活的无限愿景。

### 这一次看到了自发的力量

回顾《我的世界》的营销之路，离不开社领导、编发团队的紧密配合，也离不开新蕾人的锲而不舍。在编辑过程中，我们就结合这本书的“生活原色”找到了王芳团队，社领导一次次向王芳讲述、推荐这本书。在一次出行前夕，王芳用两个多小时的飞行时间认真读了全书，被书中动人的故事打动，也被新蕾这股团结一致的力量打动，最终促成了4月23日的新书首发式，当晚销量突破1.6万册，也成为这本书畅销的起点。

为好书找到匹配的营销出口和销售平台是我们这次的经验。为了第一时间把书送到读者手中，首发式转天全员自发去库房打包发货，同时我们也在库房开启“打包实况+编辑讲书”的自营直



播，良好的直播效果承接了部分王芳直播间的流量。此后，左晗走进东方甄选直播间也让众多读者看到了作家对于现实生活的关注和敏锐感悟，甚至对儿童文学都有了全新的理解和认知，上万的在线观看量和大量视频切片让我们看到了流量的裂变。更多的带货达人自发找到我们，只为推荐好书。通过这本书，我们实现了从“人找品”到“品找人”的成功转变。

另外一股自发的力量则来自广大读者，这其中有的学生、家长、老师以及外卖骑手：“现在的孩子就应该多看看这样的书，可以感受生活疾苦，也可以学会感恩。”“写得真好，大人孩子都看了一遍，准备再看一次。”“《我的世界》让我哭得稀里哗啦，孩子也很喜欢，读后和我说了很多，一下子感觉他长大了，好书！”有的小读者会给我们写读后感，年龄小的孩子也会通过绘画来表达喜爱，一个个好评为我们提升市场影响力打下了坚实基础。

这是《我的世界》的出版故事，也是新蕾社在少儿主题出版探索之路上的一个阶段性成果。新的篇章已经开启，具有引领性的优秀主题出版之作是我们的使命与职责，叫好又叫座的成绩也将是我们不懈的追求。

（作者系新蕾出版社儿童文学中心副主任）