

编者按 第三十一届北京国际图书博览会开幕在即，今年马来西亚担任书展主办国。本版特稿呈现包括马来西亚在内的东南亚地区的出版业现状，以及我国与东南亚地区出版合作情况。从中可以看出，我国政府实施一系列政策，对东南亚地区的投资规模和合作深度不断提升，双方文化交流也迎来高质量合作的新时期。

我国与东南亚地区出版合作情况与趋势

□甄云霞

东南亚地区在我国出版对外合作中具有特殊地位，近年来，双方出版业通过华文图书进出口、版权贸易、图书互译、项目平台搭建、运营分支机构等方式，建立深度连接，密切交流合作，取得丰硕成果，为服务共建“一带一路”民心相通发挥重要作用。

版权合作广泛活跃 内容输出占主导

2016—2023年我国对东南亚国家的版权输出约占比我国输出总项目数的17%，版权引进占比不足我国引进总项目数的2%，版权输出整体处于绝对的主导地位，且顺势趋势逐渐扩大。尤其是2023年，我国对东南亚国家的版权输出在我国输出总项目数中占比21.9%，创历史新高，而版权引进在我国引进总项目数中占比仅1.6%。

表1 2016—2023年我国对东南亚国家出版版权贸易变化情况

年份	输出总量占比	引进总量占比
2016	13.5%	1.9%
2017	15.9%	1.6%
2018	15.6%	2%
2019	18%	1.8%
2020	16.7%	2.1%
2021	16%	2.1%
2022	16.6%	1.9%
2023	21.9%	1.6%

开展版权贸易的双方出版机构数量众多，但数量规模集中度较高，头部出版机构的版权贸易项目总数占比超过30%。

国内出版机构主要包括中国少年儿童新闻出版总社、五洲传播出版社、中国人民大学出版社、广西师范大学出版社、北京语言大学出版社、中国科技出版传媒股份有限公司、机械工业出版社、化学工业出版社、浙江大学出版社、中信出版集团、北京晋江原创网络科技有限公司等。

外方活跃的出版机构主要涉及马来西亚的亚洲智库有限公司、汉文化中心、联营出版有限公司、辉煌出版社，新加坡的圣智学习亚洲有限公司、施普林格·自然集团、世界科技出版公司，越南的丁巳文化服务贸易有限公司、金童出版社、芝文化股份公司、明胜书店—明新文化有限公司，泰国的红山出版社、维多利亞出版社等。

在版权输出中，越南、新加坡和马来西亚的项目总量排名前三位，而版权引进主要国家为新加坡、泰国、马来西亚和印度尼西亚。主要涉及的图书类别为少儿类、汉语教材/文化教育类、文学类，其中向新加坡输出的图书中，科技类图书也占较大比例，马来西亚侧重汉语教育，而越南更侧重文学类图书。

政府发挥引领作用 推动项目和平台搭建

政府相关部门通过翻译资助工程项目、奖项、书展、展会等多种形式，搭建平台，鼓励和促进我国与东南亚出版业的广泛交流合作。

2015—2024年丝路书香工程立项资助输出东南亚国家的项目已超600项，占历年资助总量的17.8%，资助项目数量排名前三位的是越南、新加坡和马来西亚。2016—2024年国家社科基金学术外译项目共立项资助15项输出东南亚的项目（不包含英文项目）。在经典中国国际出版工程的历年资助项目中，输出东南亚地区的项目也占据重要比例。2019年以来，我国与越南、新加坡、泰国、柬埔寨、老挝、马来西亚等国签署谅解备忘录，实施经典著作互译计划，一大批丰硕成果陆

续出版。历届中华图书特殊贡献奖中，新加坡、越南、缅甸、老挝、印度尼西亚等国多位出版家、作家获奖。

表2 2015—2024年丝路书香工程资助输出东南亚国家项目情况 单位：种

国家	资助项目数量
越南	168
新加坡	167
马来西亚	124
泰国	85
印度尼西亚	62
老挝	22
柬埔寨	10
缅甸	8
菲律宾	2

注：上述资助项目输出对象国有的包含多国，因此部分统计项目有重复。

国际书展、展销会等渠道，为双方搭建长期持续的友好交流平台。我国与东南亚国家互派代表团参加书展，举办主办国活动，以图书销售和版权贸易为抓手助力文明交流互鉴。

2023年马来西亚吉隆坡书展是疫情之后我国作为主办国参与的第一个书展，而今年的北京国际图书博览会邀请马来西亚作为主办国参展。东南亚中国图书巡回展创办于2017年，从第一届的泰国、柬埔寨、老挝、缅甸四国逐渐扩展到其他东南亚国家，至今已成功举办8届。2025年巡回展定位于全年度、多地区对外文化交流活动，目前已于3月在泰国、5月在马来西亚举办，此外还将赴新加坡展出交流。本届巡回展吉隆坡展场侧重中外版权对接，组织中方参展机构与50余家参会海外出版商开展多轮“一对一”对接洽谈，推动中国图书版权出海。

企业发挥自主性 创新多元化合作模式

国内具有地域、资源优势的出版单位，主动发挥先锋带头作用，对标东南亚国家出版领域或机构，持续探索创新，拓展多元化的合作模式。

广西出版传媒集团依托地理位置优势，实施一系列创新举措，加强与东盟各国在各领域的广泛且深入的合作，包括建立中国—东盟版权贸易服务平台，并在马来西亚、越南等国陆续设立海外工作室，致力将区域版权贸易服务做深做实；发起成立“接力—东盟少儿图书联盟”，举办中国—东盟少儿出版阅读论坛，为少儿类细分出版领域的合作搭建平台；实施“中国—东盟文学互译出版工程”“东南亚国家语言辞书精品出版工程”等。广西师范大学出版集团在马来西亚建立马来西亚分社，社会科学文献出版社、马来西亚国家语出版局和马来西亚汉文化中心共同发起中马“一带一路”出版中心暨马来西亚中国主题图书编辑部；外文局、新华文轩、湖南人民出版社、南方出版传媒集团、山东出版集团等出版机构分别在泰国、越南、新加坡等多国，以出版中心、中国主题图书海外编辑部、尼山书屋等形式建立分支机构，开展本土化合作；中南出版传媒集团与时代出版有限公司在新加坡中国文化中心签署战略合作备忘录，开启中新出版合作的新篇章；还有多方参与举办的中国—东盟出版印刷交流合作论坛、中国—东盟知识服务创新与国际交流发展大会等。

外方出版机构、书店也是推动双方合作的重要力量。新加坡大众

书局通过出版教育图书为华文学校提供教材与教育资源、举办文化活动，并积极与新马两国政府及教育机构展开合作，推动华文教育与文化普及。海外华文书市是由大众书局主办的年度华文图书展览活动，2006年首次在马来西亚和新加坡两地举办，是东南亚地区规模最大的华文书展之一，至今已成功举办19届，是为我国与东南亚地区华文出版合作搭建的重要桥梁。马来西亚彩虹出版集团是目前马来西亚最大的华文儿童读物出版商及经销商，影响力遍及整个东南亚华文市场，与我国凤凰出版集团、广西出版传媒集团、青岛出版集团等多家出版单位合作广泛。

聚焦各国细分市场 深化特色出版领域合作

在互动过程中，双方出版机构充分观照各自的出版特点，分别聚焦教育、学术、文学等细分领域，形成独具特色的优势，并取得丰富成效。

新加坡出版国际化程度高，很多跨国出版公司在当地设有亚洲或东南亚总部，以教科书和STM为重点的国际学术出版社也倾向于把亚洲总部设在新加坡，比如麦格劳—希尔教育、约翰威立出版社、学乐出版社、泰勒—弗朗西斯出版集团、世哲出版社、施普林格·自然集团等。上述出版机构与我国开展密切合作，开发一系列教育、学术类产品和服务，以满足不断变化的用户需求。同样，除了传统的华文教育出版外，马来西亚市场对学术、科技类图书的需求稳步上升，显示出公众对科学知识的兴趣增强与应用意愿提升，与我国教育和学术出版领域交流合作的重要性和倾向性日益凸显。

我国的数字出版机构如起点科技、掌阅科技、中文在线等，同泰国、越南等国出版机构开展合作，将一大批中国网络小说译介到该国，使得中国网络文学传入当地被更迅速地接受。不少出版社开始主动发掘中国网络文学作品，通过购买海外版权、翻译、出版获得高经济效益。网络文学作品的流行也在一定程度上带动IP产业链的延伸，形成影视作品、漫画、短剧等在内的多元化传播模式和内容生态化建构，并进一步拓展中国网络文学作品的传播深度和广度。同时，中越两国因双方在意识形态和社会制度上的共同基础，重点出版物、精品出版物译介合作不断。《习近平谈治国理政》《中国改革为什么成功》和《中国对外开放40年》等主题类读物，《三国演义》《中国古典文学名著（袖珍绘本版）》等优秀传统文化类出版物，以及铁凝、莫言、阎连科、麦家等中国当代作家的系列作品几乎都出版了越南语译本。

根据文莱当地出版情况，儿童读物是出版大类，另外文莱华校也十分需要本土化的华文教材，因此符合少年儿童的认识规律和阅读特点的儿童读物、面向各国中小学阶段的汉语学习类教材是合作重点。近年来，我国多次向文莱各高等教育机构及华文学校赠送图书及教学资料。而在柬埔寨、老挝等对华较为友好国家，我国广泛设立文化机构、出版分支机构、书店、书展展会等，全面开展主题出版、传统文化、语言文化、教育出版、文学作品互译等领域合作。

“站在亚洲实现整体振兴的新起点上”，应深入贯彻习近平主席提出的“亲、诚、惠、容”周边外交理念，以服务构建周边命运共同体和区域合作新格局为目标，鼓励我国出版业深入东南亚地区出版市场，加强对当地法律、政策及文化环境的研判，不断探索、创新合作，进一步提升本土化项目、机构和资本运作能力，打造更深远的区域影响力。

（作者单位：中国新闻出版研究院）

东南亚地区出版业发展特点和现状

□甄云霞

东南亚紧邻中、日、韩等文化和出版发展程度较高的亚洲国家，除新加坡外，该地区出版市场发展程度相对滞后、参差不齐，对外交流合作处于弱势。但同时，由于其涵盖国家众多、区域广泛，在亚洲乃至国际出版市场又具有重要的地位和影响力。

文化构成复杂 出版地域性特色突出

东南亚各国的一大共性在于其民族、宗教构成非常复杂，宗教传播历史悠久，宗教文化丰富多样。佛教、伊斯兰教、印度教、基督教、道教等宗教在东南亚各国都有不同程度的发展，但各国表现的宗教形态迥然不同。中国和东南亚各国宗教交流合作的良好基础。近观中国与东南亚建立对话关系的30多年，因为全球化的发展，交通、通信方式的便利化，以及文化壁垒的打破，中国与东南亚诸国的宗教文化交流遍地开花，在宗教活动、宗教教育以及宗教教学研究等方面的合作都取得了非常显著的交流成果。

东南亚华侨人数众多，人口占比较大。同时，由于历史、社会原因，各国其他民族与华侨华人关系复杂，且情况差异化。在东南亚国家中，华侨数量最多的是印度尼西亚，华人比例最高的是新加坡，华人在当地的经济发展中具有极其重要的作用。以印度尼西亚为例，随着“一带一路”建设的开展，中文变得越来越重要，越来越多的印度尼西亚学校开设了中文课程。当地主要出版商，如格拉梅地出版集团，近年来每年都到中国参加书展，将中国看作一个充满希望和挑战的市场。基于中国—东盟命运共同体，以及东南亚国家人口、宗教、文化的特殊性，双方不断强化区域共同体意识，合作出版内容着重体现共同的价值观和利益诉求。

华文出版广泛普及 市场需求旺盛

不同程度上，东南亚各国均在学校开设华文教育课程。因此，当地政府和出版机构通过进口、销售华文图书，直接开展中文出版业务，或与中方出版机构合作，满足对华文教材、华文出版物的需求。

据统计，目前世界海外华侨华人中，东南亚的华侨华人最多，占全球华侨华人总数超过70%。约75%的新加坡人是讲中文、写简体汉字的华人。新加坡设有26所只招收华人学生且以中文为教学语言的特殊援助计划学校，其他学校和机构也教授中文，市场对中文教科书需求较大。马来西亚华语学校较为普及，华文教育体系完整。马来西亚是重要的图书进口国，尤其是大学和图书馆对进口图书都有很高的需求。来自海外的图书内容，尤其是教育类、学术类的内容在马来西亚很受欢迎。因此，华文教育、华文学术出版在当地具有重要的市场地位。

由于华人华侨人口众多，多数东南亚国家对中文图书尤其是中文教材保持较高的市场需求，因此这些国家存在数量众多的华文出版社和销售华文的书店。新加坡学校使用的教材由当地出版商出版，包括名创教育出版社、明星出版社等，而来自中国的中文图书由新华文化有限公司进口到新加坡。在新加坡、马来西亚的所有销售进口书的书店里，大众书局是最为活跃的连锁书店。这家书店从中国进口大量中文图书，并通过其在新加坡和马来西亚全国的连锁店销售。还有马来西亚的九丘书馆，新加坡的全球华人出版社、玲子传媒等，这些出版机构和书店形成多样化的中文内容生产和销售渠道、模式，为推动中文图书在当地的传播发挥重要作用。

各国政府重视出版和阅读 市场潜力有待挖掘

为了提升国民素养，东南亚各国政

府推出多项阅读政策或规划，促进本土出版业的发展，给当地出版市场带来广阔的发展前景和对外合作机会。

新加坡出版市场是一个充满活力的行业，反映出该国多元文化背景及对教育的重视。市场涵盖教育类图书、小说、非虚构作品、电子出版等多个领域。预计2025—2031年间，新加坡出版市场将以3.1%的年复合增长率增长。其主要驱动因素包括：健全的基础设施与政府对文化发展的支持；国家对教育的高度重视和高识字率，持续推动对教育内容和图书的需求；新加坡作为国际商业与文化中心的战略地位，吸引全球作者与出版商交流合作。

马来西亚政府通过制定和实施相关法规与项目，对图书市场产生显著影响。例如，“国家阅读十年计划”倡议旨在鼓励民众多读书，提升全民阅读能力与习惯。政府还通过为本地作家与出版社提供补贴与资助，进一步推动本土出版业的发展。同时，识字率提升、教育领域重视度上升，带动了人们对不同类型图书，包括教科书、小说、自我提升类图书的需求增长。预计马来西亚图书市场在2025—2031年期间的年复合增长率将达到3.2%。

长期以来因教育与阅读资源分布不均，导致印度尼西亚国民识字率偏低。政府发起“全国阅读运动”与“自由学习计划”，旨在培养学生及农村地区的阅读习惯。截至2025年，阅读图书仍未成为所有社会群体的主流休闲方式，但年轻一代的阅读兴趣明显上升，尤其偏爱文学、自助与网络小说。尽管众多挑战根深蒂固，但机遇同样蓬勃。不断上升的识字率和日益壮大的中产阶级人口，推动了图书消费的增加，尤其是在教育和职业类图书领域。反应灵敏的数字平台、独立出版的蓬勃发展，以及对本土故事的不断需求，使其成为极具潜力的市场。

数字出版持续分化 呈现新格局

新加坡与国际出版市场密切接轨，数字出版在该国出版业占据主导地位；马来西亚、印度尼西亚、越南等国，顺应新技术迅猛发展的趋势，数字出版得到重视；而缅甸、老挝等国家，由于经济文化发展相对较为滞后，出版业的数字化程度有待提升。

在新加坡，出版市场高度数字化，反映出该国作为科技枢纽的地位。得益于优越的互联网基础设施和政府推动数字素养的相关政策，智能手机、平板电脑与电子阅读器的普及，使数字内容获取更加便利；提供订阅或按需付费服务的线上平台成功满足了消费者对灵活性与即时性的需求，在增长和适应性方面远超传统纸质媒体；人工智能、自适应学习技术、移动阅读应用的迅速迭代也推动电子书与有声书持续增长。

随着数字阅读方式的普及，马来西亚图书市场正在发生变化，电子书和有声书的流行程度正在不断提升。出版商积极适应市场变化，与数字平台加强合作，开拓线上销售渠道，扩大数字产品供应。通过提供纸质与数字形式兼具的产品组合，满足不同消费者的多样化需求，从而保持市场的活力与多元性。

作为全球第四大人口大国，印度尼西亚市场正迅速从以印刷为主转向多元化生态，拥抱数字创新、本土声音与区域野心。曾被忽视的电子书，如今已成为业务不可或缺的一环；订阅模式正在发展，但盈利仍未可见。可持续数字出版生态的建立，依赖更完善的支付基础设施、更强的版权执法力度，以及与其他数字服务的创意内容组合。

近些年，越南的电子出版市场快速增长，越南作为东南亚地区较为注重基础设施建设的国家，网络的普及与稳定为有声书的销售与传播提供保障；随着经济的整体发展，智能手机持有率较高，为有声书消费奠定基础。