

★ 2025年7月10日
★ 星期四
★ 第8489期
★ 今日8版

中国新闻出版广电报



★ 国内统一连续出版物号
CN 11-0293
★ 邮发代号 1-50
★ 国外代号 D-21

报中报 媒中媒
欢迎扫码订阅《中国新闻出版广电报》



◎ 国家新闻出版署主管 ◎ 中国新闻出版传媒集团主办 ◎ 中国新闻出版报社出版

“版权在中国”主题展览在世界知识产权组织总部举行

本报讯 (记者赵新乐) 在世界知识产权组织成员国大会第六十六届会议开幕当天,由中国国家版权局、中国常驻日内瓦代表团、世界知识产权组织共同举办的“保护创新 共建未来——版权在中国”主题展览当地时间7月8日中午在瑞士日内瓦世界知识产权组织总部开幕。世界知识产权组织各成员国以及观察员1000余名代表出席了开幕式。

例及表演等形式,全面展现中国版权事业的发展历程与国际合作,展现版权在鼓励创新促进经济社会发展中的重要作用,体现了中国深度参与全球知识产权治理、促进版权事业蓬勃发展的务实理念和生动实践。

中体现了中国激励创新创造的良好氛围以及中国在艺术创作方面的深厚底蕴,凸显了推动版权与创意产业持续繁荣的重要价值。

权国际合作,不断深化与世界知识产权组织等国际组织和双边协议国家、地区的对话合作机制,持续拓宽与“一带一路”相关国家版权合作,积极推动建立平衡有效的国际版权体系,让创新创造更好造福各国人民。

中国国家版权局与印度尼西亚司法部

签署版权及相关权领域合作谅解备忘录

本报讯 (记者赵新乐) 当地时间7月8日,中国国家版权局与印度尼西亚司法部在瑞士日内瓦世界知识产权组织总部签署版权及相关权领域合作

谅解备忘录。该备忘录的签署,标志着中印尼版权及相关权领域合作的进一步深化,对扩大中国版权国际影响力,特

别是加强与东南亚国家的版权合作,起到重要示范与推动作用。根据该备忘录,两国将进一步加强版权合作,定期交换版权及相关权领域法律和技

术信息,鼓励两国版权管理人员和相关从业人员通过互访和培训等形式进行交流,促进著作权集体管理组织间的合作。

2025年“文明中国”主题采访报道首站走进青海

新华社西宁7月9日电 7月9日,中央精神文明建设办公室在青海省海北藏族自治州举行2025年“文明中国”主题采访报道启动仪式,并举办“文明中国·看青海”典型案例发布会。

该活动旨在深入学习贯彻习近平文化思想和习近平总书记关于精神文明建设工作的重要指示精神,生动反映新时代新征程精神文明建设的火热景象,立体呈现文明培育、文明实践、文明创建统筹推进,城乡精神文明建设融合发展,社会风尚向上向善的生动局面,为强国建设、民族复兴提供强大精神力量。

稳!暑期档多部影片满意度超83分

本报讯 (记者杨雯) 近日公布的中国电影观众满意度调查·2025年暑期档调查结果显示,6月下旬以来主调的重点国产影片满意度都超过83分,辐射调查的优质外片也以高满意度带动大众观影热情高涨。在丰富多元且创作优质的内容供给支撑下,2025年暑期档电影市场发展稳健向好。

2025年暑期档国产影片供给数量丰富、类型题材多元,6月下旬至7月初调查的三部影片内容题材差异化,且都以相对较优的创作水平获得了观众的“满意”评价。

其中,聚焦网络暴力、探讨人性善恶的《恶意》满意度相对较高,为84.1分;将民国“奇案”与时代命题相结合的《酱园弄·悬案》满意度为83.8分;观照底层小人物的《无名之辈》满意度为83.4分。

此外,2025年暑期档满意度也对创作具有先锋实验性的国产动画片《艺术学院1994》进行了辐射调查,观众满意度为83.7分。

2025年暑期档电影市场稳扎稳打,渐入佳境,从后期已定档影片来看,市场整体储备依旧充足,喜剧片《长安的荔枝》《你行!你上!》、历史剧情片《东极岛》《南京照相馆》《731》、动作剧情片《捕风追影》、动画片《聊斋:兰若寺》《罗小黑战记2》《流浪山小妖怪》、纪录片《山河为证》等都将陆续上映,丰富类型和优质创作作为暑期档持续注入强劲动能,后市观影期待拉满。

中国电影观众满意度调查由中国电影艺术研究中心联合艺恩进行,是一套独立于票房、售票及社交网站之外的电影综合评价体系。

据网络数据平台,截至7月8日11时38分,历时189天,2025年年度票房(含预售)突破300亿元,相较去年提前28天。

今日看点

山西全民读书季突出主题引领与内容创新

02 要闻

让更多的刘楚昕走到文学前台

03 双周评论

系统构建AI版权合规的“三层治理模式”

05 版权监管周刊·封面



市民“打卡”经典动画

近日,正在广西壮族自治区博物馆举行的“光影拾梦——中国动画经典回顾展”吸引市民前来观展。本次展览通过展示上海美术电影制片厂经典动画的手稿、分镜、原画等展品以及多媒体装置,带领观众深入探索中国动画的传承历史。展览将持续至10月底。陈冠言/cnsphoto

中国图书出海,海外友人关注这三问

□ 本报记者 朱子钰 蒲添 见习记者 闫昕毓

近年来,中国图书在国际市场的影响力与日俱增,输出数量与质量齐升,而中国图书市场产生的新变化与新气象,也让海外老朋友、新朋友赞不绝口。《中国新闻出版广电报》记者在前不久落幕的第三十一届中国国际图书博览会上邂逅很多海外友人,他们对中国图书的格外珍视与特别思考令人印象深刻。

怎样从本土经典到跨文化的桥梁?

书籍,这一文明对话的有力载体,在国际大舞台上频频成为共鸣点。和玛赛是中意人文交流史中的一个重要名字,记者在一场活动上偶遇了同样来自意大利,名字只有一字之差的芮玛赛,他是北京大学艺术学院艺术理论系外籍助理教授。辽宁美术出版社的经典之作《最美西游》使他产生了浓厚兴趣。

中国文化IP出海,怎样实现从本土经典到跨文化的桥梁?面对记者的问题,芮玛赛认为,在西方艺术体系中,连环画常被视为“边缘艺术”或“大众文化产物”,但在中国,连环画有着深厚的历史积淀与独特的艺术品格。从宋代的“话本插图”到明清的“绣像小说”,连环画始终是文化传播的重

深入学习贯彻习近平文化思想

要载体。

“通过AI技术使这部经典作品得以‘复活’,更建立了传统艺术IP的现代传播范式。”他认为,在西方艺术理论主导的国际话语体系中,中国艺术常常被贴上“传统”“古典”的标签,而《最美西游》以其鲜明的现代性美学特征,证明了中国艺术完全能够在保持文化根脉的同时,与当代艺术潮流对话,在守正创新中构建文化话语权。这种对话的背后,是中国文化自信的提升。

“因此,传统艺术的现代转化并非简单的‘西化’或‘商业化’,而是要在深入挖掘本土文化基因的基础上,找到与现代审美、国际语境的契合点。”芮玛赛的回答简洁却有力。

走出去之后,怎样走进来?

中国图书走出去之后,怎样走进来?这一跨越意味着,图书能够找准目标市场,要符合当地读者的需求,拓展市场空间,不断增强国际社会对中国的认知和理解。来自美国的塞迪克国际文化交流有限责任公司,扎根文化领域出版40余

年,该公司总经理卡洛斯·爱德华多带着“寻宝”的目的来到中国。

长篇纪实文学作品《春山可望》聚焦作者靳海霞及其团队在辽宁开原坚守四十载的教育实践,生动讲述了教育工作者如何在资源有限的条件下,通过150余门校本课程体系,构建起融“求知”与“求美”于一体的教育生态。在卡洛斯·爱德华多眼中,该书的价值很不一样,便果断购买了其英文版。

“这部作品不仅是中国教育实践的生动缩影,更是一座连接东西方教育理念的桥梁。这些朴实的育人案例既感人又实用,为全球教育者提供了珍贵参考。我希望该书英文版的出版,可以让更多读者了解中国义务教育的‘现场’,可以为全球教育的发展提供可供借鉴的中国方案。”他说道。

中国图书走出去,不仅仅是简单地输出版权,更重要的是融入目标市场的文化环境,被当地读者接受与喜爱。因此,高质量的翻译是优秀图书准确传播的重要一步。土耳其汉学家、中华图书特殊贡献奖获得者吉来就希望自己可以成为这个“桥梁”。吉来分享道,近年来他一直在进行

《红楼梦》的土耳其语翻译工作。在他看来,这是一部充满情感、哲思和历史知识的作品。他相信这本书的土耳其文译本问世将对土耳其汉学事业产生积极影响,为土耳其文学、文化界和学术界带来新的视野。

在翻译过程中,吉来也遇到了诸多挑战。但令人高兴的是,他发现清代中国与奥斯曼帝国时期的土耳其在文化表达上存在诸多共通之处。“例如,我在翻译中发现了个非常有趣的现象。中国成语‘胳膊肘往里藏’在土耳其语中竟然有着完全对应的说法。这两个表达不仅意思完全相同,就连用词和意象都高度一致,都用‘袖子’来比喻家庭内部,用‘藏’来表达对外遮掩的含义。这反映了两种文明在处理家庭矛盾等社会问题上的思维模式具有深层次的相似性,因此土耳其读者在阅读《红楼梦》时没有障碍。”吉来欣喜地分享道。

合作推广营销,如何更有利于持续传播?

出版市场的最新动向与潮流,海外友人也敏锐地捕捉到了,比如近年来火爆的线上市场、短视频带货等新变量。营销推广的形式与手段更新,可以有效提高中国图书在国际市场的传播与接受度。(下转02版)