

# 文化筑桥 共谱出版合作新篇章

□本报记者 赵新乐



**主题:** 共筑文化新生态——从内容生产到文化共生  
**嘉宾:** 新华文轩出版传媒股份有限公司党委委员、副总经理 胡巍(中)  
联合出版(集团)有限公司副总裁、中华书局(香港)有限公司董事长 赵东晓(右)  
**主持:** 《中国新闻出版广电报》记者 赵新乐

巴蜀文脉润香江，川港书韵共流长。

作为第35届香港书展的内地主题馆，四川馆以“巴蜀文脉润香江，川港书韵共流长”为主题，带来了诚意满满的精品：600余种精品图书、200余种文创产品、10余种非物质文化遗产产品；举办了多场形式多样、内容丰富的文化阅读活动；组织了川剧变脸、茶艺表演和蜀绣技艺展示等四川特色非遗文化展示，让大家现场感受最地道的四川生活美学。

7月17日，新华文轩出版传媒股份有限公司党委委员、副总经理胡巍，联合出版(集团)有限公司副总裁、中华书局(香港)有限公司董事长赵东晓做客“悦读香港·高端访谈”活动，畅谈“共筑文化新生态——从内容生产到文化共生”。

## 打开感受熊猫文化的新窗口

“这是川港文化合作的最新成果，为香港及海外读者打开一扇感受熊猫文化的新窗口，成为连接川港读者情感的文化桥梁。”新华文轩出版传媒股份有限公司副总经理胡巍在参加“悦读香港·高端访谈”时提到，大熊猫是四川独特的文化符号，也是连接川港两地文化交流的重要纽带。

2024年，国宝大熊猫“安安”和“可可”走进香港，引起了全港轰动，香港市民纷纷前往排队探访。“熊猫不仅是四川的，熊猫背后的文化，它所代表的和平、祥和也是全人类未来生活的主题。”联合出版(集团)有限公司副总裁、中华书局(香港)有限公司董事长赵东晓提到，联合出版(集团)有限公司推出的《竹梦香港：大熊猫与香港的故事》一书，通过轻松易读的语言，搭配丰富摄影，讲述这一国宝级动物如何在香港扎根，成为两地情感纽带的象征。

关于大熊猫的故事远不止于此。7月17日下午，由新华文轩主办、四川文艺出版社承办的《中国双宝：从远古走来的萌宠与精灵》新书推介会举行。活动以大熊猫与金丝猴这对中国特有珍稀物种为文化纽带，向世界传递中国生物多样性保护的实践成果与“和合共生”的中国智慧。这部凝结作者10年心血的著作通过香港书展平台正式推出，既是展现中国生态文

明建设成果的重要文化实践，亦是透过香港书展这一国际平台传播绿色发展理念的关键举措。

胡巍提到，新华文轩未来将与联合出版(集团)有限公司继续围绕熊猫IP开展更多的合作，这也是双方都非常看重的方面。

## 携手推动讲好中国故事

其实，新华文轩和联合出版(集团)有限公司的合作由来已久，2023年8月，双方签署合作协议，成果亮眼。

胡巍提到，一方面，版权输出成果丰硕且形式多样，到目前已实现160余种川版图书的版权输出，涵盖主题出版、传统文化及青少年教育等领域。代表作品如聚焦中国发展道路的《小康中国之路》、传承学术的《西南联大国家课》、解读中华文明根脉的《中国文明的起源(校订本)》、记录乡村变迁的《乡村里的中国》，以及青少年读物《给小学生的漫画心理学》等。这些作品通过联合出版(集团)有限公司等合作伙伴，以纸质书与电子书协同输出的形式，进入香港公共图书馆、校园及主流书店渠道，为香港读者提供了解内地文化与发展的重要窗口。

另一方面，依托两地书展平台共促交流，新华文轩常年组织精品川版图书参加香港书展，设立特色展区并策划“熊猫主题展”“四川非遗体验”等活动，通过作家对谈、文化沙龙等活动，立体展现四川文化魅力。同时，积极邀请联合出版(集团)有限公司代表团来四川参与天府书展，并在2024年天府书展前夕组织两地青年业务骨干座谈，双方在版权合作、选题策划等方面开展务实交流对话，进一步促进了川港出版人才的专业协作与理念融合。

“联合出版(集团)有限公司植根香港已经100多年，弘扬中华优秀传统文化、讲好中国故事是集团不变的使命。”赵东晓说，从这个意义上讲，联合出版(集团)有限公司特别希望能够通过跟四川建立战略合作，不断推动巴蜀文化走出去。

这些年，双方通过战略合作协议落实了很多事情，未来也将携手将中国故事讲得更好更精彩。

众所周知，四川人文历史文化厚重，有着非常独特的区域文化特色。胡巍提到，

香港书展作为文化传播的窗口，是巴蜀文化走向世界的重要途径之一。新华文轩未来也希望能够围绕四川本土优秀传统文化，聚焦九寨沟、三星堆等知名文旅资源，与香港文化机构开展更广泛的合作，打造更多精品。

## 促进两地文化产业共同发展

今年香港书展期间，四川带来了多场文化活动，有新书发布、专家论坛，也有和普通读者面对面交流的活动。香港市民对于四川的历史、文化、饮食很感兴趣，现场交流热烈。

7月17日上午，由新华文轩主办、四川文艺出版社承办的“东坡美学”主题对谈活动举行。对谈活动针对苏东坡的深邃哲思和生活情怀进行了阐释和解读，将促进东坡美学在香港地区的传播，进一步扩大其影响力。

“双方合作是两家集团发自内心的需求，有互鉴性和互通性。”胡巍提到，在合作方向上，双方除了内容的合作、人才的交流培养之外，渠道的合作也是非常重要的。新华文轩旗下的文轩网目前是国有新华书店体系中电商业务规模最大的，线下连锁的阅读服务在四川有180多个门店，每年的销售额也不错。

胡巍认为，对于出版机构，优质的内容和发行渠道的合理布局非常重要。希望未来和联合出版(集团)有限公司共同就渠道的打造深入探讨。

在赵东晓看来，作为出版人，有两点很重要：一个是家国情怀，一个是文化坚守。联合出版(集团)有限公司面向海外的全产业链布局发展迅速，也组织开展了许多大型综合文化活动，集团的渠道建设是联合出版(集团)有限公司的优势所在。未来希望与新华文轩一起从内容上寻找更好的题材，共同讲好中国故事，同时积极开拓渠道，把最好的产品带给更多的海外读者。

“展望未来，我们将继续深化与香港伙伴的紧密合作，进一步整合双方在内容、平台、渠道等方面的优势，以熊猫文化为切入点，推出一系列高质量的熊猫主题图书、文创产品和文化活动，共同打造具有广泛影响力的文化品牌，进一步推动川港两地在文化领域的深度合作，促进两地文化产业共同发展。”胡巍说。

# 香江扬帆 让中华文化走向世界

□本报记者 米瑗琪



**主题:** 文化出海——中国故事的国际表达  
**嘉宾:** 中国新闻出版传媒集团总经理、全民阅读与融媒体智库理事长 李忠(中)  
全民阅读与融媒体智库研究员、中新国传(北京)文化科技有限公司董事长 马萧萧(右)  
**主持:** 《中国新闻出版广电报》记者 米瑗琪

7月18日，中国新闻出版传媒集团总经理、全民阅读与融媒体智库理事长李忠，全民阅读与融媒体智库研究员、中新国传(北京)文化科技有限公司董事长马萧萧做客“悦读香港·高端访谈”，以“文化出海——中国故事的国际表达”为主题，围绕文化出海的实践探索、香港在文化交流中的桥梁作用以及中华文化的国际传播路径等话题展开探讨，全景呈现了深耕全民阅读与文化出海的实践成果。

## 多元活动扎根香江 编织文化交流纽带

访谈开篇，李忠详细介绍了中国新闻出版传媒集团(以下简称集团)近年来在香港持续开展的5项文化活动。这些活动如同一条条纽带，将内地与香港的文化血脉紧密相连。

作为集团推广全民阅读的标志品牌，“书香中国万里行”大型巡回采访活动于2024年首次走进香港，通过深度访谈、实地探访等形式，聚焦香港的“书香建设”；2025年，活动不仅开展“书香四川”与“书香香港”的跨域交流，还走进香港的书店、文化馆等文化场所，全方位挖掘“书香香港”的文化内涵。“我们不仅要记录香港的阅读故事，更要探索文化与文明在香港的交融轨迹。”李忠说。

“妈妈导读师”亲子阅读大赛，是传播中华优秀传统文化的重要载体。“在7月16日举办的香港赛区活动中，香港年轻父母与孩子共同演绎了《西游记之三打白骨精》《孟母三迁》等传统白话故事，300余名观众连续4小时沉浸其中，这让我们看到中华优秀传统文化在香港的深厚根基。”李忠指出，未来集团将组织香港获奖代表与海峡两岸暨港澳地区家庭开展交流，让文化传承跨越地域界限。

同步开展的“微笑彩虹·书香温暖童年”公益活动，则聚焦优质阅读资源的共享。集团联合中华书局(香港)有限公司，持续向香港的学校和家庭捐赠简体、繁体中文及英文少儿读物，为当地少年儿童提供浸润传统文化的精神食粮。“我们每年都会举办这项活动，让书香持续温暖香港少年儿童的心灵。”李忠说。

此外，“悦读香港·高端访谈”系列活动已连续两年在香港书展期间举办，邀请内地与香港的出版家、作家、文化名人等展开对话，挖掘阅读推广的实践经验；而新近启动的“城心城艺·中国民间文艺版权保护系列微纪录片”全球首发活动，更是创新性地以影像形式，将中国民间文艺与国际传播相结合。

这5项活动相互呼应，共同

构成了集团在香港的文化布局，既丰富了香港的阅读生态，更搭建起内地与香港文化交流的平台。

## 线上线下双轨联动 构建出海立体传播网

李忠在访谈中阐述了集团以香港为枢纽的立体传播思路，核心在于线上线下双轨并行。

线下传播方面，集团从2019年起便通过“妈妈导读师”等活动，将内地优秀传统文化读本引入香港中小学，形成“引进来”的文化互动；更计划启动海峽两岸暨港澳地区家庭交流，让香港的文化实践“走出去”，与内地形成共振。“我们要让香港的年轻父母带着孩子到北京、上海，看看内地的书香氛围；也让内地家庭走进香港，感受那里的阅读热情。”李忠说，这种双向互动不仅是文化传播，更是情感联结。

线上传播则依托全球媒体矩阵，实现文化影响力的提升。集团联合中新国传(北京)文化科技有限公司(以下简称中新国传)打造的“书香中国万里行”全球传播平台，已覆盖数十亿受众。“我们要向世界展示中国人的书香生活，让全球看到香港市民拖着行李排队购书的热情，看到孩子们收到捐赠图书时的雀跃。”李忠表示，这些真实的文化场景，能让国际社会感受到中国人丰富的精神生活，理解中华民族的创新力与学习力。

集团可以通过香港这一窗口，一方面，将香港的阅读文化、出版成果进行传播，用香江的书香氛围感染内地读者；另一方面，把内地的优质内容通过香港推向国际，让中华文化的多元表达被更广泛的人群接纳。在这一过程中，香港作为国际自贸港的优势被充分激活，既汇聚内地反映社会主义先进文化、革命文化和中华优秀传统文化的数字版权内容，通过香港面向全球进行分发与传播；也将海外优秀数字文化作品引入香港，让世界优秀文化碰撞互鉴。“这不是单向的输出，而是文化多样性的共享。”李忠强调。

## 技术赋能全链服务 创新布局全球平台

马萧萧在访谈中集中介绍了中新国传在文化出海方面的探索与规划。作为集团文化出海的执行平台，中新国传以“三全战略”(全媒体传播、全产业链运营、全要素生产率提升)为指引，利用渠道、技术和专业能力的独特优势，在国际传播、文化出海、版权维权等领域形成了全链路服务能力。

渠道优势是中新国传的核心

竞争力之一。中新国传与全球多个知名社交媒体平台建立深度合作关系，不仅搭建起覆盖全球的账号矩阵，更与平台成立工作小组，每周同步内容趋势与受众需求。“平台会告诉我们，近期华语内容中哪些中国元素受欢迎，我们据此调整传播重点，实现供需精准匹配。”马萧萧介绍道，目前，中新国传运营的资讯类账号超200个，涉及科技、文化、艺术等领域，全球观看人数超3亿人次，真实粉丝超百万人；文化出海账号中，粉丝超10万的账号逾10个，粉丝超100万的账号5个，总粉丝超500万，观看次数超15亿。其中，YouTube上的影视专栏频道订阅量达130万。

技术赋能加速传播效率。依托自主研发的“国际传播与文化出海一站式分发平台”，中新国传实现了内容生产、AI智能创作、多平台适配分发的全流程自动化。马萧萧说，配套的版权监控与存证平台，更通过区块链技术与文化出海保驾护航。他举例道：“2024年10月，我们成功为《电脑报》维权，终止其原创视频在YouTube被侵权传播并获赔偿。”

在具体实践中，中新国传的案列展现出文化出海的深度转化智慧。针对中国功夫片的国际传播，其不仅投放原片与片花，更制作时长超过原片的解读内容，详解叶问等角色的门派渊源、武术流派背景，在YouTube上打造出30多万粉丝、篇篇点击量10万+的垂直频道。“很多海外受众通过这些解读，从‘看热闹’变成‘懂门道’，成为武术文化的深度爱好者。”马萧萧说。

面向未来，中新国传正规划以香港为基地的三大新布局：近期拟在香港注册企业，联合本地机构推广香港电影、美食等特色文化；建设国际数字版权贸易平台，实现与全球数字文化内容的双向流转；拓展跨境电商业务，利用香港优势建立海外物流存储基地，将3C产品、文创衍生品等通过香港销往全球，实现“文化+产品”协同出海。“香港背靠内地、面向世界的独特优势，将让这些规划事半功倍。”马萧萧表示。

从香江之畔的亲子阅读到全球网络的文化传播，从传统故事的现代表达达到民间文艺的国际亮相，集团与中新国传的实践，正勾勒出文化出海的清晰路径，以阅读为根基，以技术为引擎，以香港为桥梁，以国际传播为手段，让中华文化在“各美其美”中实现“美美与共”的文明互鉴。正如李忠所言：“文化出海不是简单地输出，而是在与文明对话中，让世界真正读懂中国的精神与智慧。”