

2025南国书香节国际出版商如云

织起国际出版合作人脉网

□本报记者 徐平

8月15日,由广东省委宣传部主办的2025南国书香节主会场在广州中国进出口商品交易会展馆开幕。南国书香节组委会办公室在招展办展过程中,基于“立足湾区、辐射全国、链接世界”的定位,积极发挥粤港澳大湾区的区位优势与创新要素,加大引进来和走出去力度,织起国际出版合作人脉网,将深化全民阅读活动和推进国际出版交流相结合,推动南国书香节从区域性全民阅读活动向国际性出版文化盛会迈进。

扬帆出海
用心用情讲好中国故事

2025南国书香节专门设置“阅·世界”展厅,重点展示习近平新时代中国特色社会主义思想主题出版物海外版。伴随《习近平谈治国理政》第五卷中英文版在粤港澳大湾区的发行热潮,南国书香节组委会办公室与外文出版社密切配合,同步展出《习近平谈治国理政》多语种版本。

“这部著作不仅属于中国,更属于世界。”外文出版社社长胡开敏介绍,这部著作从中国最高领导人的视角,以真诚坦率、开放平等的姿态,用平实而又鲜活生动的语言,与世界“交谈、对话”。11年来,思想的真理力量和语言的独特魅力,让这部著作受到不同国家读者的广泛欢迎和赞誉。

“阅·世界”展厅还集中展示海外版主题出版物及国际前沿知识图书,通过国际出版对话、多元化展览等板块,搭建中外文明互鉴平台。

交流互鉴
共同面对书业机遇挑战

在“阅·世界”展厅,越南国家馆、东南亚国家馆、中亚国家馆、阿拉伯国家馆、欧洲国家馆、国际品牌出版馆、国际艺术馆等特色展馆,共同彰显中外文明交流互鉴成果。

2025年是中越建交75周年,越南国家馆作为本届南国书香节的主宾国馆,展示展销越南汉学出版物和数字产品。该馆举办的“胡志明同志在广州”展,讲述了从红河到珠江的故事,呈现两国文字里行间的册页共鸣。越南文化出版公司创始人阮丽芝说:“作为出版人,我衷心希望中越两国能不断加强图书出版合作。”

中亚国家馆以“丝路书香、文明对话”为主题,乌兹别克斯坦、哈萨克斯坦、塔吉克斯坦、土库曼斯坦、吉尔吉斯斯坦五国联袂参展;阿拉伯国家馆以“文明对话、书香传情”为主题,卡塔尔、埃及、阿联酋三国出版机构精心打造特色展区,呈现古老的阿拉伯文明、灿烂的文学艺术与现代化的城市风貌;欧洲国家馆以“书香联结世界”为主

题,汇聚荷兰、波兰、德国、法国的原版外文书籍。埃及出版商协会会长法里德·扎赫兰表示,中埃两国出版机构都面临图书市场现状的机遇与挑战,在数字出版领域两国出版机构可以开展更多的业务往来。

在国际品牌出版馆,企鹅兰登书屋、麦克米伦出版集团、西蒙与舒斯特出版集团等国际知名出版商齐聚,并汇聚来自全球上千家出版机构、超过2万种外文原版书籍。国际品牌出版馆承办单位、中华商务贸易有限公司总经理唐建元表示,从借船出海到买船出海,再到造船出海,我们作为出版物进出口贸易机构,见证了中外出版合作“从量到质”的发展历程。

兼收并蓄
持续发力全球出版合作

在本届南国书香节设置的“阅·未来”展厅,中国出版集团馆、四川宜宾省馆、广东馆、旧书新知馆等展馆,既展销本土原创读物,又展示引进翻译作品,还重点呈现近年来中国出版走出去精品出版物。如现场组织开展的“粤版图书走出去”签约仪式,有效推动中国出版IP融入全球知识版图。南方出版传媒股份有限公司国际部总监陈斌介绍,引进国外出版物的同时,将优秀的中文图书介绍给海外读者,向海外

输出图书版权,与世界共通共融,正成为出版业深耕海外市场的一大趋势。

在“阅·未来”展厅武侯馆,集中展销金庸、梁羽生等武侠小说大家的经典作品。其中,展出的金庸武侠小说经典多语种海外版,以14种不同的语言呈现金庸15部作品的武侠江湖;列入《2025—2026年度国家文化出口重点项目目录》的“金庸武侠融合阅读作品出口项目”,通过对金庸武侠作品核心版权资源进行深度开发,打造丰富多彩的“纸+电+声+文+创”线上和线下融合阅读精品,“金庸武侠融合阅读作品出口项目”的建设运营方、广州市朗声图书有限公司总编辑何娟介绍,公司通过自有平台及与之合作的海外出版机构、数字阅读平台,将该项目成果触达全球数十个国家和地区的读者及机构用户,让“有井水处有金庸”成为全球共读之现实。

“粤港澳大湾区依托地缘优势与书展资源,为版权贸易、跨国合作、中外文化交流提供了便利。”南方出版传媒股份有限公司副总经理、广东新华发行集团股份有限公司董事长蒋鸣涛介绍,未来我们计划在全方位链接全球文化资源上持续发力,与法兰克福书展、博洛尼亚国际儿童书展、伦敦书展等国际书展建立合作长效机制,将南国书香节打造成为中华文化走出去与世界文明引进来的平台。

第七届“全民阅读·书店之选”
十佳作品发布

本报讯(记者徐平 范燕莹)8月15日,由中国书刊发行业协会、韬奋基金会、南国书香节组委会联合主办的第七届“全民阅读·书店之选”十佳作品发布会在广州举行。即日起,全国联展正式启动,916家实体书店与100余家线上平台同步设立专题展区。

人民文学出版社的《昆仑约定》、国家行政学院出版社的《底线》等10家单位的作品获得主题出版类十佳作品。东方出版社的《大国县治》、现代出版社的《中国文化的历史基因》等10家单位的作品获得人文社科类十佳作品。作家出版社的《问鼎1939》、长江文艺出版社的《汴京听风录》等10家单位的作品获得文学类十佳作品。浙江少年儿童出版社的《小鱼大河》、湖南少年儿童出版社的《白夜梦想家》等10家单位的作品获得儿童文学类十佳作品。中国妇女出版社的《给孩子的趣味考古课》、团结出版社的《给青少年的人工智能》等10家单位的作品获得少儿科普百科类十佳作品。花城出版社的《味趣》、山东文艺出版社的《四时五味》等10家单位的作品获得银龄阅读类十佳作品。

中国书刊发行业协会理事长艾立民表示,“全民阅读·书店之选”活动的十佳作品源自一线书店的选品,是读者用购买行为投票的口碑之选。本届活动参与书店已突破1500家,彰显出活动日益扩大的品牌影响力。本届活动在原有五大类别基础上,创新增设银龄阅读类别。

南国书香节组委会办公室主任、广东新华发行集团股份有限公司总经理何宝贤介绍,本届“全民阅读·书店之选”活动汇聚165家出版单位和1536家书店的力量,打造出兼具品质与市场的书单,体现了出版发行产业链的深度联动。



埃文·凯尔带着《敢为》深圳分享“真相心路”

本报讯(记者徐平)8月15日,2025南国书香节深圳分会场活动开幕。主题出版读本、抗战题材读物、特区发展书籍等为市民读者带来了一场丰盈的读书之旅。

在深圳书城中心城、罗湖城、南山城、宝安城、龙岗城、龙华城,同步开展“纪念中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利80周年”主题书展。

在深圳书城中心城,深圳出版集团全国新书首发中心主办的《敢为》读者见面会上,该书作者、美国籍国际友人埃文·凯尔与深圳读者分享他

作为普通人直面历史、捍卫真相的心路历程,为读者传递超越国界的正义良知与无畏勇气。《敢为》是由北京磨铁文化集团股份有限公司策划、北京联合出版公司出版的一部纪实文学作品,以二战相册为源,站在国际友人的角度回顾日军侵华历史,向世人传达捍卫真相的决心以及对和平的珍视。埃文·凯尔说:“我深知这段历史真相对中国人至关重要,它是承载着民族记忆的历史,本就应回归与它血脉相连的土地,这本二战相册值得所有人看见。”

今年是深圳经济特区成立45周

年,承办方精选多家出版单位历年出版的特区发展题材优秀作品进行集中展陈,如《为什么是深圳》《春天的前海》《潮卷南海:深圳风雨一百年》等。

深圳分会场由深圳读书月组委会办公室、深圳出版集团有限公司承办。承办方还策划开展了“深圳晚8点·文学谈”“爱闻之夜”“对话大家”等适合不同读者需求的阅读活动。

图为南国书香节举办期间,深圳书城中心城里人头攒动,埃文·凯尔及《敢为》宣传海报悬挂在醒目位置。

胡蕾 摄

■时讯

《哪吒:新大众文艺的力量》
重现“国产电影之光”

本报讯(记者闫松)电影评论集《哪吒:新大众文艺的力量》近日面世。该书由中国电影出版社出版,总结了《哪吒之魔童闹海》(以下简称《哪吒2》)的创作传播经验,呈现了其创作背后的幕后故事、创作细节、艺术价值和深远影响。

《哪吒:新大众文艺的力量》精选45篇评论文章,以“浪潮”“力量”“匠心”“生机”“攀登”五个篇章,立体展现了一部电影如何演进为全民话题、产业动能与文化符号。内容囊括了王一川、周星、左衡、陈旭光、孙承健等北京大学、北京电影学院、中国艺术研究院等高校及科研机构学者的理论剖析,尹鸿、贾樟柯、郭帆、刘浩存等电影人的精彩点评,《人民日报》《光明日报》《中央广播电视总台等主流媒体和《文艺报》《中国艺术报》等专业媒体的深度观察,英国、美国、法国、意大利等国电影评论人的他者视角,以及瞭望智库、毒眸等新媒体锐评和新生代观众心声。该书在备忘录篇章还收录了主创访谈,详细地梳理了创作团队对动画电影初心热爱、“死磕到底”的求索历程和勇攀高峰的电影理念。

《哪吒:新大众文艺的力量》由中国文联、国家电影局指导,中国电影家协会组织编撰,中央广播电视总台总编室、中央广播电视总台创新发展中心、中国文学艺术基金会支持。该书编辑团队负责人介绍,《哪吒2》是中国电影发展120周年重要时间节点取得的新成就,希望这本书成为一颗火种,点燃更多关于文化创新、电影发展的思考。

新书《左明》
再现抗战中的文艺担当

本报讯(记者李婧璇)8月16日,由太白文艺出版社、中国左翼作家联盟成立大会会址纪念馆联合举办的《左明》新书首发式在上海1925书店举行。

左明,这位在中国近现代戏剧史与电影史上都有深刻印记的人物,曾与田汉、安娥等进步文艺人士并肩战斗。作家张芳创作的长篇小说《左明》正是一部反映左明悲壮激昂人生的文学作品,集中表现了以左明为代表的抗战时期文艺界人士的爱国精神和革命情怀。

陕西省作协党组书记、常务副主席单红表示,《左明》以宏阔的历史视野、扎实的史料功底、饱满的艺术激情和生动的细节描写,将左明这位隐入历史尘烟的文艺战士焕活于当代视野。

陕西新华出版传媒集团总编辑周维军认为,在纪念中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利80周年之际,《左明》的出版具有特殊意义,让读者读懂当年的文艺工作者“为民族而战、为人民而歌”的精神密码。

纪录片《心安何处》
关注日本遗孤命运

本报讯(记者杨雯)在中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利80周年之际,由上海广播电视台真实传媒有限公司特别推出的日本遗孤题材纪录片《心安何处》将于8月19日晚在东方卫视“新纪实”时段播出,并在多家网络平台同步推出。

1945年日本战败投降后有大批日本孤儿被遗弃在中国,他们被淳朴善良的中国百姓收养长大,很多遗孤成年后又回到日本。纪录片以国际化的视角,记录了战争结束80年后几位日本遗孤在中国和日本的生活现状,从不同侧面讲述遗孤的个人故事。

为了拍摄这一题材,《心安何处》摄制组跨越中日两国,在中国东北的黑龙江、吉林、辽宁等地以及日本东京、埼玉、名古屋、熊本等地拍摄,跟拍采访了6位日本遗孤,记录下他们真实的生活状态。纪录片用客观、平和、理性的语态讲述遗孤们的个人故事,从人性的角度突出战争给普通人带来的伤害和一生命运的改变。

“芷江童年系列”
三部曲出版

本报讯(记者朱子钰)全国优秀儿童文学奖获奖作家邓湘子全新力作,以抗战末期湘西会战之雪峰山战役为背景的中篇儿童小说“芷江童年系列”三部曲近日由湖南少年儿童出版社出版发行。

“芷江童年系列”包括《熄灯号》《白蜡烛》《竹蜻蜓》三册,每册选取一个具有象征意义的物象为核心,牵引与之紧密相关的芷江孩子的童年故事,展现了战争阴影下少年们坚韧不屈的成长历程和对日战略反攻的前哨阵地上的人物群像及命运。

邓湘子以真实历史为依托,通过儿童的视角生动再现了烽火大地上芷江民众的自强与团结,勾勒出三幅交织着战争记忆与人性光辉的湘西风情画卷。他通过儿童与匠人的互动,描述了湘西民众修筑战壕、养虫制蜡、赶工竹制军需品等历史细节,为新时代青少年厚植爱国情怀、铭记历史、砥砺前行提供了深刻而温暖的文学读本。

影视同期书《限时玩家冒险指南:非人哉十周年电影设定集》推出

为粉丝定格“限时”观影记忆

□本报记者 商小丹

诞生于2015年的国产原创动漫IP“非人哉”,凭借其独特的魅力,10年间成长为拥有3000万粉丝、连载漫画阅读量超300亿、动画播放量超40亿的国民级动漫品牌。正值十周年之际,其首部动画电影《非人哉:限时玩家》于8月16日上映,正是献给忠实粉丝的一份深情回馈。

与电影同步推出的,还有由电子工业出版社联合电影制作团队打造的《限时玩家冒险指南:非人哉十周年电影设定集》。“影视同期书最好的状态,就是既能借影视流量‘起飞’,又能通过编辑设计的‘生长因子’持续激活,成为IP宇宙中自给自足的小星球。”该书责任编辑王薪茜在接受《中国新闻出版广电报》记者采访时表示,通过营销节奏与内容策划的紧密联动,团队期望让这部影视同期书既保留“特别限定”的新鲜感,也能够拥有独立生长的生命力。

“对于一个大体量IP的首部电影设定集而言,仅仅展现电影中的美术设定是远远不够的。”该书作者、《非人哉:限时玩

家》导演戴水谈到这部图书的创作思路时表示。

兼具“双重身份”的戴水,将电影创作中的第一手资料和原始构思都浓缩在了书中,也补齐了这场创作的另一块拼图。据她介绍,电影《非人哉:限时玩家》主要讲述九月、敖烈、哪吒、哮天、小龟等神仙伙伴在一个个充满挑战的游戏世界中穿越与冒险的故事。因此,该书在设计上延续了电影“游戏次元”世界观的核心,采用游戏地图形式的目录、像素化的字体、复古游戏杂志风格的封面排版等紧扣主题。

此外,该书并未采用电影设定集通用的“角色设计稿—场景概念图—分镜原画”格式,而是将设定要素的过程比作一场“冒险游戏”,这本设定集就是通关的“指南”。章节内容与影片中的游戏关卡同步,书籍的扉页采用了电影中的登录页面,复古游戏章节采用的页面背景对应电影段落中墙体的CRT屏幕纹理,封底的拍立得也和电影片尾的落版镜

头一模一样……“希望能以这样特别而有趣的方式,来回馈喜欢‘非人哉’的朋友们。”戴水说。

为配合电影上映同步出版,电子工业出版社的编辑团队在电影制作中期深度介入。“从设定集的整体策划、共同筛选和打磨内容素材,到随书周边的创意设计,再到后期的营销推广,团队始终与电影制作组、导演保持‘零时差’联动。”王薪茜说。

“电影主打视觉冲击,书籍则提供‘慢阅读’的深度,一动一静形成完美配合。”王薪茜认为,影视同期书首先是一份“官方档案”,承载着电影从概念草图到成片的创作轨迹,同时又通过编辑语言构建起独立的叙事空间。比如设定集收录了因片长所限而未出现的细节,既能满足粉丝窥探创作过程的好奇心,又让该系列IP的世界观与人物构建更为立体。

影视同期书能否打响,关键在于出版时机与宣传节奏的把握。王薪茜认为,要重点抓住电影上映前4个月的“黄金强推期”,核心目标是在影视上映前1个月到上

映后2个月,借影视流量实现销售爆破。

为了在电影上映初期吸引读者,编辑团队在首发版中策划了“非人哉十周年特别呈现礼盒”。“为了让读者都能拿到心仪的产品,我们周边产品的数量增加了一倍。”王薪茜介绍,“虽然成本预算因此翻了好几番,但看到粉丝们开箱时的惊喜表情,一切都值得啦!”王薪茜告诉记者,这套礼盒最终包含了15种周边,总重量约1.5公斤,被粉丝们戏称为“史上最沉甸甸的爱”。

“非人哉”IP长期运营积累的用户体量保障了该书在电影上映后的市场空间,但热度也需要不断被激活。王薪茜介绍,团队还计划在电影上映半年后发起“寻找彩蛋”等活动,并在图书重印或电影周年庆的特殊节点提供粉丝福利。

“当读者翻开书页时,他拿到的不仅是一段创作记忆,更是一把参与未来的钥匙。”王薪茜说,当电影落幕,读者能够留下一份独特的纪念,通过阅读回味观影记忆,这就是影视同期书的重要价值体现。