

内外联动，推动中国出版走出去

□ 何明星

出版业是维护国家文化安全，增强国家文化软实力，提升中华文化世界影响力的重要行业。在国家文化产业规划类、重点门类扶持政策、改革扶持类政策、完善市场类政策、综合扶持类政策、重点项目类等政策体系中，将新闻出版业走出去作为重要内容，并在财政、税收、金融、科技创新与文化产业融合、土地、人才等六个方面给予支持。同时还单独出台了相关重大资助计划、工程和项目，目前已经有中国图书对外推广计划（CBI）、经典中国国际出版工程、丝路书香工程、中国出版物国际营销渠道拓展工程、重点新闻出版企业海外发展扶持计划、中国文学对外翻译与推介工程等多个项目。中国出版业走出去已经初步形成了一个完整的政策支持体系，对于增强中国图书的世界影响起到了不可或缺的推动作用。

如今，中国图书已经取得了一定的国际影响及效果，主要表现在以下三个方面。

第一，中国主题图书的世界影响力逐年扩大、中文图书品种逐年增多。在全世界最大的读者平台上，由数千万读者自发提及的有关中国主题的图书品种已经达到 88805 种，既有上世纪翻译出版的鲁迅名著《狂人日记》，也有中国诺贝尔文学奖莫言的英文版《红高粱》，还有刘慈欣的科幻作品《三体》。麦家的英文版《解密》从 2014 年上市至 2016 年 6 月底的三年里，5417 个读者关注了麦家的《解密》，1061 个读者参与了评分，20 多个国家的 197 名读者留下了书评。这些由世界各个国家和地区的读者自发提及的数据是有说服力的，表明中国图书的世界影响力已经初步呈现。

中国出版的世界影响力提升的另一个表现，就是中文为语言载体的图书品种被全世界机构用户购买、收藏数量逐年增多。以 OCLC 全世界图书馆系统年度收藏的中文图书品种为例，全世界 120 多个国家的 2 万多家图书馆，自 2006 年以来，每年收藏包含中国大陆在内的简体、繁体中文图书品种都在 20 万种以上，最高的是 2013 年，达到 362302 种，比 2006 年的 239721 种净增 122581 种。截至 2015 年底，中文图书在 OCLC 图书馆系统总品种数累计达到了 1100 万种，中文图书成为 OCLC 系统第五大语言品种。

第二，中国图书的专业销售、展示渠道基本形成。以亚马逊中国书店为代表，自 2011 年开始至 2017 年 6 月底，已经有 57 万多种、涉及 10 多个语种的中国主题图书供全世界的读者进行选择 and 购买，其中中文图书为 146842 种，英文中国主题图书为 136790 种。除了亚马逊网络平台之外，中国主题图书也进入了美国巴诺、法国拉加代尔、加拿大 Indigo 等世界知名的实体连锁书店。在拉加代尔覆盖全世界的 1000 多家机场连锁书店里，都能找到中国主题的出版物。此外，中国国际营销渠道拓展工程所支持的近百家线下华文书店，也在全世界各地每年定期举办各类促销活动，方便中国图书的新老读者。中国出版已经形成了覆盖全世界各个国家和地区的线上、线下的一个立体销售网络。

第三，专业出版中国主题图书的出版机构数量逐年增加。这里有两个方面的数字特别值得关注：一是中国大陆出版机构的世界出版能力逐年增强。主要表现在以资本收购和单独在海外设立分支机构的出版社越来越多，目前能够翻译出版外文图书的中国本土出版社累计达到 200 家，而十年前仅有 83 家；中国大陆出版机构能够出版的外文语言，除英语、法语、西班牙语、阿拉伯语等通用语种外，还有波斯语、泰语、越南语等非通用语，语种数量涉及 20 多种。二是世界各个国家和地区翻译出版中国图书的出版机构数量逐年增加。在十年前仅有企鹅、兰登、施普林格等少数跨国出版集团涉及中国主题图书的翻译出版，至今已有 30 多个国家和地区的 200 多家出版机构涉及中国主题图书的翻译出版。其中法国比基耶、荷兰博睿、英国帕斯国际、新加坡世界科技等每年专业翻译出版中国图书的品种都多达十几种。

2006 年至 2016 年的十年间，是中国政府资助的对外翻译计划、工程、项目等出台最为密集的一个时期，在中国社会内部已经初步形成一个政府推动、社会广泛参与的对外文化传播格局。上述三个方面的数据表明，由内外联动所形成的中国图书的文化高地已经初步形成，中国出版的世界影响与效果已经初步呈现。这是一个历经几代人的不懈努力才实现的一个局面，值得各个方面倍加珍惜。

（作者系北京外国语大学教授，中国文化走出去效果评估中心执行主任）