

# 周青： 精准施策 多措并举 构建立体国际传播新格局

本报记者 许惟一

**共**建“一带一路”是习近平总书记亲自谋划、亲自部署、亲自推动的宏伟倡议。2024年，“一带一路”倡议进入“新十年”，中国出版国际传播进入十年新征程。新华文轩出版传媒股份有限公司（以下简称“新华文轩”）深入贯彻习近平总书记关于共建“一带一路”重要论述，全面落实国家“走出去”战略，依托自身的资源优势，发挥出版桥梁纽带作用，加强国际传播能力建设，升华对外文化交流合作，全方位推动中华文化走向海外。

本报专访四川新华出版发行集团党委书记、董事长，新华文轩出版传媒股份有限公司党委书记、董事长周青，请他分享新华文轩在“走出去”工作中的创新做法。

## 强化“走出去”顶层设计 从“产品输出”向“品牌输出”转变

记者：我们了解到，近年来新华文轩在“走出去”方面做了很多工作，请问在版权输出和实物出口方面的成效如何？在整体布局方面有哪些考虑？

周青：近年来，新华文轩始终将推动出版高水平“走出去”作为重点工作之一，将“走出去”工作重心聚焦于“一带一路”共建国家，对外合作工作取得了积极成效。

版权输出方面，新华文轩版权输出从2015年至2023年增长了近5倍，其中90%以上输出到“一带一路”共建国家，版权输出引进比从2018年的0.74:1上升至2023年1.7:1，涵盖20余个世界主要语种，覆盖数十个国家和地区。海外发行方面，新华文轩积极拓展渠道，每年向海外供应川版书刊10余万册（套）。在《中国图书海外馆藏影响力报告》排名中，旗下9家出版社近2年全部入选海外馆藏100强，每年近500个品种被海外图书馆永久收藏。

在整体布局思路，新华文轩坚持国际化出版视野，加强“走出去”总体规划，主要从三个维度进行战略布局。一是将国际传播纳入公司整体战略，作为产业高质量发展的重要组成部分，在顶层设计上明确发力重点、突出模式创新。二是坚持“双效思维”，立足优势资源打造“双效”俱佳产品、培育国际传播品牌，以市场化手段夯实“走出去”发展的基础，构建可持续发展的商业模式。三是不断完善“走出去”体制机制保障，形成了一套完整的人才支撑、政策支持、考核激励、奖项申报生态循环体系，积累了丰富的内容、渠道和平台资源。

新华文轩以出版“走出去”为载体，通过积极融入国家外宣战略大局，不断拓展优质内容资源、外宣文化产品、对外文化交流平台，逐步实现从“文化产品输出”向“文化品牌输出”的转变。

## 聚焦四大领域 多措并举推动中国文化走向海外

记者：近年来，新华文轩重视并积极推进“亚洲经典著作互译计划”，请您谈谈新华文轩是如何以此服务国家外宣大局的？

周青：“亚洲经典著作互译计划”是根据习近平总书记在2019年亚洲文明对话大会上提出的重要倡议发起的计划，是推动中国与亚洲各国文化交流与文明互鉴的重要出版项目。近年来，新华文轩以海外联合编辑部中的“南亚出版中心”为抓手，先后参与中国与巴基斯坦、也门、尼泊尔、柬埔寨四国的互译项目，并以此为基础，与互译国开展深度文化交流，助力互译计划在东南亚国家落地实施。

2024年，新华文轩被确定为“亚洲经典著作互译计划”中国-尼泊尔项目、中国-柬埔寨项目的主承办单位。旗下出版单位将承接《简明尼泊尔史》《喜马拉雅山、夏尔巴人和雪人》《我看到的尼泊尔》等图书的翻译，并举办“亚洲经典著作互译计划”（中国-尼泊尔）首批项目合作签约仪式。2024年天府书展期间，尼泊尔学院和柬埔寨王家研究院的学者代表也齐聚成都，与我们共同举办文化活动，进一步扩大互译作品影响力、深化文化交流互鉴。新华文轩期望以东南亚国家为据点，逐步辐射到中亚地区以及更广阔的“一带一路”国家和地区，通过互译项目推动多元文化交流，推动中华文化更好走向世界。

记者：大熊猫是国际公认的中国形象“代言人”，也是海外认可度最高的中国文化符号之一。依靠“熊猫IP”，新华文轩如何开辟国际传播新路径？

周青：挖掘好大熊猫文化、讲好大熊猫故事，已成为向世界讲好中国故事的重要途径。新华文轩基于“熊猫文化IP”开启数字化“走出去”探索，利用数据库、人工智能、虚拟现实等新技术，打造多媒体内容和服务平台，逐步形成全球化IP。

四川人民出版社成立的熊猫出版中心，致力整合国内外大熊猫文化出版资源，推出的熊猫主题图书在国际文化交流中起到重要纽带作用。2024年北京国际图书博览会期间，中心首批出版成果面向全球发布，包括“明星熊猫系列”“熊猫文学系列”“熊猫图册绘本”等，其中《熊猫花花》上市1年，销售已超10万册，入选多个国内重要图书榜单。此外，《熊猫花花》《熊猫萌兰》越南文版已与越南读者见面，在越南举办的新书发布会上，读者热情高涨、粉丝众多。

四川读者报社的“看熊猫”融媒体平台，利用数字化手段打造高度垂直的熊猫文化聚合平台，围绕熊猫音视频及图文资料、熊猫文创、熊猫专家智库等数据库资源深耕细作，开展IP运营及转化。熊猫书店则是新华文轩的创新尝试，为读者提供独特的熊猫文化体验和阅读场景，增强了读者的参与感和体验感，已通过天府书展

境外分展场走向英国、法国等国家，成为推动中华文化“走出去”的新动能。2023年10月，熊猫书店首次亮相香港联合出版集团中华书局油麻地分局，集中对以熊猫文创为代表的“川派”文化进行宣传推广。

通过不断探索与创新，新华文轩为全球读者提供了更加丰富和多元的文化体验，同时也为中国出版业的国际传播探索了新模式。

记者：“走读四川”项目是近年来新华文轩的创新之举，能否请您具体谈一谈这一项目？

周青：我们积极参与“走读中国”系列项目，并以此开启“走读四川”系列项目。该项目以外国人视角阐述和解读中国文化，进一步整合外向型内容资源，提升国际传播效能，打造符合海外受众思维及阅读习惯的优质作品，实现从文化“走出去”到“走进来”再到“融进去”。

在实施“三苏文化出版工程”的过程中，我们积极推动三苏系列出版物的海外传播。四川文艺出版社邀请美国著名汉学家、第十六届中华图书特殊贡献奖获得者比尔·波特走进苏轼的家乡寻找灵感，通过“走读四川”与“写作四川”的方式创作《遇见苏轼》，将三苏文化生动呈现在国际读者面前，提升中国故事的全球吸引力。四川教育出版社邀请法国生态学家帕特里克·季洛杜，书写中法两国生态科研团队共同保护生态系统的故事，通过生动实践传递构建人类命运共同体的核心价值。

三星堆是巴蜀特色文化的典型代表。为面向海外宣介三星堆文化，四川少年儿童出版社发起“国际安徒生奖得主三星堆创作计划”，邀请相关作家和插画家以三星堆为主题创作绘本，并联合国际知名童书机构，面向全球出版发行作品多语种版本。目前，第一本三星堆主题绘本《九铜鸟》已完成全部文稿及部分插画创作。该书由安徒生奖得主、巴西插画家罗杰·米罗担任绘者，国际安徒生奖评委会主席玛丽亚·耶稣·基尔撰文，将于明年与读者见面，计划在中国与西班牙同步发行。

记者：经过5年运营，新华文轩承办的天府书展已成为全国颇具影响力的综合型书业盛会。近年来，天府书展进一步加强国际化建设，能否请您谈谈具体举措？

周青：可以说，天府书展是我们开展国际传播、推动文化“走出去”的重要平台。一方面，我们以书展为平台，开展国际合作。例如，2023年天府书展以“共享书香互鉴文明”为主题，进一步突出国际传播内容，在主展场设立国际馆，展示进口原版图书，在英国、德国、法国、澳大利亚等国家开设境外分展场。另一方面，我们以活动为载体，加深国际交流。我们相继举办了“国际少儿出版研讨会”、“第三届海外图书馆与中国出版界座谈会”、“一带一路”出版合作经验



周青

四川新华出版发行集团党委书记、董事长，新华文轩出版传媒股份有限公司党委书记、董事长

交流会、“亚洲经典著作互译计划”等文化活动，向世界充分展示中国形象，展现四川魅力。

2024年天府书展，我们将继续为中外文化交流提供平台，邀请中国外文局旗下的国际书店入驻主展场，并在委内瑞拉、巴拿马设立境外分展场，让更多拉美读者感受中华优秀传统文化和巴蜀特色文化魅力。

## 技术创新融合发展 打造融通中外新范式

记者：以人工智能(AI)为代表的新技术正在推动出版业变革。新华文轩在推动出版融合方面有哪些措施？

周青：一方面，我们加快推进内容生产供给侧结构性改革，依托数据资源，全面推动四川文轩在线电子商务公司从传统的图书电商向内容创意服务商加速转型。另一方面，我们积极融入国家文化数字化战略，建立全面共享、逻辑关联、快速链接的出版大数据体系，让出版数据精准服务于文博、文旅、文教、文娱、文创等“文化+”业态，加快现代出版业向多元服务集成商转型。

记者：新华文轩未来“一带一路”工作的重点方向是什么？

周青：新华文轩将继续深化与“一带一路”国家的文化交流合作，推出更多适应海外读者阅读和文化习惯的出版产品和文化服务，构建以人文交流为核心的国际传播体系，充分贴近不同区域、不同国家、不同受众群体，创新出版物内容表达和呈现形式，顺应国际局势，响应国家战略，抢抓智能出版时代机遇，扩大国际人文交流合作，提升国际传播效能，为深化文明交流互鉴、推动中华文化更好走向世界作出积极贡献。□