



### 《会吃才有健康》助读者收获美好生活

中国出版传媒商报讯 中国农业科学技术出版社近日出版《会吃才有健康》。该书获得国家食物与营养咨询委员会推荐,主要讲述了健康饮食的理念和九大饮食误区,并进行了若干案例分析,详细而生动地告诉读者怎样吃才是最健康的。书中还有极为实用的健康饮食小妙招、小知识,并提供了一些简单优质易操作的食谱,帮助读者解决关于“吃什么”和“怎么吃”的问题,引导大家正确地吃、吃出健康来。语言深入浅出,容易理解领会。图文并茂、温馨贴心,还配有易懂的思维导图,让阅读更为轻松。另有精美“一周菜谱”电子版提供下载,让读者收获

美好生活。

该书作者陈萌山是中国农业科学院研究员,全国政协提案委员会委员、国家食物与营养咨询委员会主任、中国农业技术经济学会会长,主持编制《中国食物与营养发展纲要(2021-2035年)》。另一位作者孙君茂是国家食物与营养咨询委员会副秘书长兼办公室主任、中国农业科学院后勤服务中心党委书记、农业农村部食物与营养发展研究所团队首席、《中国食物与营养》副主编。由两位权威专家解读日常饮食中的营养逻辑和饮食误区,专业、可信,易懂易行。(宋)

《会吃才有健康》陈萌山、孙君茂著/中国农业科学技术出版社2020年9月版/48.00元/ISBN:978-7-5116-4736-8

# “出版百强团队”国际战队大集结

中国出版传媒商报记者 孙珏 采访/整理

相关链接:2020年9月25日第2659、2660期合刊第11版“出版百强团队”国际战队大集结

## 安徽少年儿童出版社 因事而谋,创新“走出去”高质量发展

古宏震(安徽少年儿童出版社对外合作部主任)

随着新冠肺炎疫情在世界多地持续蔓延,全球出版业深受影响,对外出版工作形势更加严峻。面对疫情,安徽少年儿童出版社积极应对,迎难而上,及时调整工作计划,采取一系列针对性措施,加强风险防范意识,通过多种方式克服困难,努力推进对外出版工作。

**谋划顶层设计,做好统筹规划。**面对疫情造成的各种困难,公司加强内部统筹,进一步推动“走出去”工作高质量发展。一是对“走出去”工作进行顶层设计。围绕国家关于外宣工作政策和要求,做好“走出去”重点选题和重大项目的规划统筹。二是整合、优化现有国际合作资源,继续完善国际传播渠道的布局。运用项目合作、资本运作、实体建设等方式,进一步提高国际传播能力。三是推动数字版权“走出去”。通过技术创新、媒体融合,搭建数字化“走出去”平台,使得国际传播的载体更加多样。

**加强产品策划,拓展渠道建设。**一是加强外宣重点选题出版策划,回应国际关切,传播正能量。围绕新冠疫情等突发事件,全面实现小康社会及建党100周年等重大时间节点,策划与出版了《我和小素》《画说中国共产党党史》《马兰的歌声》等一批重点外宣项目,积极向海外客户推介。二是加大线上交流,多渠道开展版权推介。疫情时期,线下的博洛尼亚书展、伦敦书展、北京国际图书博览会相继取消,安少社积极拓展国际资源,危中寻机,线上线下活动相结合,充分运用新媒体、新技术,创新“走出去”新模式。通过电子书目、电邮、视频会议等方式,向外方推介纸质

和数字版权;针对具体合作项目,与外方建立QQ或微信工作群,线上实时沟通;一方面,积极主动推荐适合“走出去”的产品,通过制作内容翔实的英文书讯、短视频,定期向合作伙伴线上推送,另一方面,向CBI网站、IPR平台、意大利博洛尼亚国际童书展官方网站等专业平台上传版权推介图书信息,并将一批英文视频和PDF投放在阿里巴巴国际站,效果初显。

在意大利博洛尼亚书展开幕当天,实现《砂粒与星尘》一书意大利语的版权输出云签约。在伦敦书展期间,实现《面包男孩》阿拉伯语版权输出云签约。《一只蚂蚁爬呀爬》《蜘蛛先生的葬礼》等一批优秀的原创图书版权输出到新加坡、智利、伊朗、意大利等国家。《砂粒与星尘》一书实现了意大利语、波斯语、西班牙语、阿拉伯语的版权输出新突破。

《熊猫日记》启蒙图画书系列的AR版权通过云签约输出到英国,该项目登上了美国《出版视角》杂志最新一期的“精选全球版权输出作品”新闻。这是中国作家作品首次被制作成AR图书走向全球,英国Inception公司将把该系列首推的“春天的故事(10册)”电子内容制作成AR图书,加入其独立开发的Bookful App,并在全球范围内推广发行给超过百万的订阅用户。《熊猫日记》AR图书版权“走出去”是在疫情之下安少社积极开拓的新型版权合作模式,不仅丰富了出版物内容的输出形式,也可能是未来几年版权合作发展趋势。

**调整参展计划,降低疫情影响。**受疫情和相关国家入境限制政策的影响,



团队成立时间:2005年7月  
人员人数:3人  
2020年部门目标:通过打造原创精品,加强“走出去”内容建设;通过创新产品服务,丰富“走出去”合作模式;通过加强风险意识,寻找“走出去”发展新路径。

2020年,部分国际展会被迫取消或者推迟,意大利博洛尼亚国际童书展、北京国际图书博览会中的国际项目活动计划受到不同程度的影响。面对困难,公司在坚决贯彻中央、省市相关疫情防控通知文件精神的同时,主动调整海外参展计划,积极沟通做好布局。一方面,根据客观情况和业务需要,主动调整全年海外参展和出访计划。另一方面,积极与国际合作伙伴以及相关国际书展承办单位对接沟通。向外方做好解释说明和业务对接工作,争取将疫情对集团国际合作和版权贸易的影响降低到最小限度。

**增进国际友谊,携手共渡难关。**疫情发生以来,公司在通过不同渠道与海外合作伙伴联系对接业务的同时,也在传播中国政府和人民抗击疫情的真实故事,介绍中国疫情防控进展、经济社会发展等方面的事实情况,反击谣言、消除偏见,增强世界人民战胜疫情的信心。公司先后给波兰、德国、黎巴嫩、印度、韩国等十几个国家出版机构合作伙伴寄送防疫物品,向国际合作伙伴表达了关切之情,并期待深化交流与合作,不断增进中国与世界的相互理解。

## 湖南少年儿童出版社国际出版项目部 逆势上扬,转变模式取得新突破

康沁芯(湖南少年儿童出版社国际出版项目部主任)

我们的团队成长十分迅速,近五年来已输出500余种图书,组织了第十四届亚洲儿童文学大会,“中国图书走进非洲”等大型活动,过程中我们不免会遇到各种突发情况。我们的工作相对驳杂,既要与国际合作方沟通,也要与国内做好对接,在做图书编辑的同时,也要做好国际营销活动,并组织大型国际会议。这种工作全方位的磨练了我们的各项技能素养。签证失败、航班延误、在展馆找不到路等突发情况增加了外方参与活动的不确定性,这需要在策划时筹备更多,做好多方面准备,以备不时之需。而在海外沟通中出现的文化差异,时间差异,和语言差异,都会影响到许多事宜,这些工作磨练了我们的心性,培养了耐心与细心的宝贵品格,锻炼了个人综合素质和团队凝聚力,使团队成员迅速成长,可以更有信心地面对更多挑战。

正因如此,今年在特殊国际环境下,我们逆势上扬,继续开拓了新的产品线,新的推广国家,取得了新的业绩突破。比如年初我社在疫情初期便快速反应,编绘出版了《读童谣,防病毒——新型冠状病毒防疫绘本》一书,我们部门第一时间将版权捐赠给国际儿童读物联盟,同时也自己联系免费输出给了许多国家,帮助各国孩子共同普及卫生知识,共同抗击疫情。再比如说,目前的BIBF书展也有条不紊地筹备中。我们在漂亮的乐之书店参与云书展,《我和我的祖国》《读童谣,防病毒:新型冠状病毒防疫绘本》《秦文君童年宝藏书系》《中国名家经典绘本》《笨狼的故事系列》等214种本版图书以及72种版权输出各国和地区的外版图书,第一次在让长沙市民可以直接翻阅图书的同时,让全世界的观众参与分享的喜

悦。同时也会进行版权经理的线上约谈,以及四场活动的视频直播。即使今年是充满了不确定性的一年,湖南少年儿童出版社国际出版项目部依然满怀信心,转变模式,迎接新的挑战,并取得了新的突破。



团队成立时间:2010年  
人数:2人  
2020年部门目标:让明天童书走入更多一带一路国家,让中华文化与中国童书成为不同肤色、不同地域孩子的童年记忆。  
特点点评:精业务,勇担当;小体量,大成果

## 明天出版社总编室版贸部 朋友圈扩容,为世界孩子讲好中国故事

金军(明天出版社总编室主任)

2010年,伴随着明天社转企改制的步伐,对外合作业务成为总编室工作的一个重要组成部分。到2020年,这个小小的版贸团队,一步一个脚印,仅2017年至2019年就实现输出版权172种;入选国家“走出去”重点出版工程项目共计71种;其中包括入选中国图书对外推广计划项目37种,入选经典中国国际出版工程项目6种,入选丝路书香工程项目3种,入选70年主题图书选题项目6种,另有19种图书入选齐鲁文化典籍翻译工程,图书版权输出奖励计划等。明天童书的朋友圈也从西方发达国家逐步转向一带一路沿线国家,版权输出从原来的一年5-10种,变成如今的每年二三十种乃至近百种。2020年,虽然受疫情影响,明天社走出去参展的步伐发生转变,但版权输出的步伐并没有停止。

优质的内容是“走出去”工作的根本

动力,而中华文化的深厚底蕴、国家日益强大的实力更是“走出去”工作的坚实基础。比如,我们在参加阿尔及利亚书展的时候,感受到当地民众对中国文化的由衷喜爱和高涨的学习汉语的热情。这与当地中资机构多年深度参与阿尔及利亚的经济建设,民众与中国企业有了初步的了解和接触,通过学习汉语可以进入中资机构工作有着不小的关系。这次书展让我们更深的认识到中华文化的影响力是千千万万个在海外工作的中国人默默耕耘、春风化雨传播的。

2020年,疫情打乱了明天社常规版贸工作的步调,我们原定上半年在博洛尼亚书展举办的一系列原创童书版权推广,组织中国作家、插画家与意大利作家、插画家面对面会谈,参与意大利无字书评选交流活动都被搁置了。面对疫情造成的变故,

## 华语教学出版社海外拓展部 积极探索,全面拓展海外业务

顾珺(华语教学出版社海外拓展部主任)

团队成立时间:2008年  
部门人员人数:10人(含4名外籍员工)  
2020年部门目标:全面拓展海外业务,通过国际合作出版、版权输出、实物出口、海外教材竞标等多种方式全方位“走出去”,更好地服务海外读者,促进汉语言及中华文化的传播。  
团队特点:积极探索、勇于创新、团结协作、敬业实干



**国际业务业绩:**2008年至今,版权输出共计2000多种,版权总收入约一千万人民币,涉及近30个国家和地区,不少图书实现了多语种输出,并涉及一些国内版权输出很少涉及的小语种,如拉脱维亚语、希腊语、捷克语、泰米尔语等;海外发行码洋约1.6亿元人民币,250多万册,教材进入全球上千所学校;先后促成我社与六家知名国外出版机构成立中国主题图书海外联合编辑部,包括黎巴嫩、印度尼西亚、西班牙、埃及、泰国、美国,已合作出版图书110种;主动参加美国各州教育厅中小学汉语教材投标业务,已有4套教材共计约100个品种成功进入美国八个州教育厅公立中小学外语教材推荐目录,标志着华教社的汉语教材正式进入美国国民教育体系。

**获奖情况:**自2010年起,华教社连续十年获得由商务部、中宣部、财政部、文化部、新闻出版广电总局五部委联合颁发“国家文化出口重点企业”称号,连续三年获得北京市新闻出版广电局“原创出版版权贸易类优秀出版社”扶持奖励。数百种图书入选中国图书推广计划、经典中国国际出版工程、丝路书香工程、国家出版基金等各类奖项或资助。

2016年,华教社被阿联酋沙迦国际书展(SIBF)组委会暨沙迦图书管理局授予“最佳国际出版商”大奖(The Best International Publisher),华教社是中国第一家也是至今唯一一家获此大奖的中国出版社,阿联酋、沙特阿拉伯、埃及、巴林等阿拉伯各国知名媒体对此进行了报道,大大扩大了华教社在阿拉伯语地区的影响力。

先后有十种图书阿文版权输出获得阿联酋默罕默德基金会的支持,20种图书获得印度尼西亚教育与文化部翻译资助,六种国际合作出版图书进入印尼教育与文化部中小学生学习推荐书单。合作图书得到被授权方政府的支持非常不易且少见,凸显了优秀图书版权输出在国际文化交往中的积极作用。

2020创新案例、国际合作案例(请结合该产品的在海内外细分市场变化、读者变化、渠道变化来阐述),当前国际版权趋势的观察、市场情况,部门运作的最新思路和举措。

作为一家专业的对外汉语教学图书出版社,近几年,随着海外汉语学习热的升温,华教社海外业务也取得长足发展,图书发行到全球150多个国家和地区,版权输出,合作出版都居于全国领先地位。但随着新技术的迅猛发展,海外一些学校的授课模式、学生阅读习惯也在逐步变化,数字产品的需求越来越强烈。

2020年,所有国内及海外的推广活动都被迫取消或推迟,华教社海外工作也受到影响,同时,电子书需求激增,海内外学校纷纷开设网课,希望提供电子教材,各种线上配套教学资源等。这意味着我们在继续做好传统业务的同时,需要积极寻求新的业务点,加速推动传统出版向新媒体新业态的转型发展,希望以数字产品销售打破实体书遭遇的物流等各种壁垒。

今年4月,通过与美国领先技术服务商virtual library合作,华语教学出版社海外数字图书馆火速上线(<https://virtual-library.sinolingua.com.cn/library>),成为国内第一时间直接面向全球用户开放数字图书资源,上线海外数字图书馆的中国出版社。5月,华语教学出版社海外亚马逊Kindle电子书正式上线。依托于亚马逊全球电子书平台,用户在这些国家或者地区的(美国、意大利、西班牙、英国、法国、德国、澳大利亚、加拿大、墨西哥、巴西、日本、印度)亚马逊平台通过搜索出版社名称Sinolingua或者图书名称、ISBN等可检索到华教社新上线品种并购买。目前,华教社云图书馆及亚马逊kindle电子书均实现海外销售。其中,云图书馆已有稳定注册用户2000多人,来自全球48个国家,浏览量数万次,电子书为美国、德国、法国、西班牙、意大利、日本等国读者订购。

在未来的工作中,既要继续加强对传统业务的深耕,继续做好版权输出、实物出口等,也要积极顺应新技术的发展,针对海外汉语教学模式及需求的变化,做好线上线下各种配套服务。针对不同的海外市场,积极探索本土化的营销推广模式,如共建联合编辑部,合作出版、积极参与海外目标国当地教材竞标、图书巡展等等,以全方位的方式争取进入国外主流渠道。

我们密切关注国际版贸形势变化,及时调整图书版权推广策略,灵活运用积累多年的版贸资源,转变工作模式,提高应对“走出去”工作新格局的能力。上半年,明天社与德国、澳大利亚、沙特阿拉伯、阿联酋、越南等国家的多家出版公司,通过网络视频、电子邮件、电话和手机语音等方式保持联系,洽谈工作。疫情期间还给一些老朋友寄送“抗疫物资”。同时加大线上图书推荐力度,确保图书版权输出及海外明天版贸童书出版正常进行。截至目前,明天社22种原创精品图书如《妈妈,加油!》《爸爸,出发!》《千万不要告诉别人》《哇,太空》等签订了版权输出协议,有16种图书实现了繁体字版权输出。同时,我们还与多家出版商就《雪山上的娃娃》《寻找鱼王》《中国非物质文化遗产图画书大系》等优秀原创图书达成版权输出意向。在本届北京书展中,明天社举办16场图书推荐直播及录播活动。在24小时滚动录播的视频资料中,我们也邀请越南、尼泊尔、土耳其等国际出版同仁,录制视频推荐明天社的好书。明天社也有多项版权意向即将在北京书展签约。

后疫情时代,少儿图书市场面临着更多的变化与挑战,出版“走出去”同样面对着无处不在的危机和难关,唯有坚守出版行业的初心使命,坚持对优质内容的不懈追求,才能化危为机,继续为世界孩子讲好中国故事。



人员人数:3人  
2020年部门目标:由于新冠疫情影响,部分书展暂停,出版发行受阻。即使身处重重考验下,我们依然尽力保持着与国际朋友的关系,开创新的业绩,为未来谋求更好的发展。

2020受新冠肺炎疫情影响,许多海外方在这场冲击下受影响严重,我们有的国际合作伙伴由于各自国家尚在实行宵禁与停工政策,印刷厂无法开工,书店全部关闭,出版社无法正常运行。各自国情的不同,遇到多种多样的问题,加剧了今年做版权海外推广的难度。

作为一名版权从业人员,与海外合作方面面的沟通是十分重要的。在这种情况下,我们迅速反应,通过邮件等线上形式保持了和外方的所有联络。疫情刚开始的时候,我们在国际社会对国内有许多猜测和报道时,第一时间向大家报平安,并在线上正常工作,然后提前复工回到工作岗位。国内的疫情稳定之后,我们尽可能体谅身处疫情之中的合作方,至少在情感上表达理解和支持。同时,运用新技术手段实现新的沟通。第一是将“面对面”的沟通搬到线上,用视频会议的方式举行。如参加中国—中东欧国家出版联盟的“人文经典互译与文明互鉴”等国际会议。第二是参加云书展,例如首届线上云书展和北京国际图书博览会。第三是举办线上活动。这届BIBF我社将在线上举行四场活动,给广大观众推广名家绘本、经典童书、写作指导以及家长读物。在新的挑战和不懈的努力下,我们依然努力输出了95种图书。同时,协助社里储备了更多的精品图书。